

Rebaixes i revolució cognitiva



Oriol Brutau
Expert en màrqueting
obrutau@gmail.com

Ja hi som un altre cop, submergits en època de rebaixes. Tot el nostre sistema emocional activat per una màquina dissenyada i evolucionada per forçar el nostre comportament cap al consumisme. I doncs? Això està bé!

Com a consumidors, com a societat consumista que som, cal que sapiem discernir entre els sentiments contradictoris que ocorren en el nostre sistema límbic, el responsable de les nostres emocions –entre moltes altres funcions del cervell– davant de l'acció de comprar. Sentiments que tant són de satisfacció com d'ansietat, de plaer com de patiment, de llibertat com de penediment.

No entraré en la biologia del cervell, però sí que cal considerar quin és el seu rol en els nostres impulsos. A partir de la revolució cognitiva que va tenir lloc fa 70.000 anys, l'espècie humana va esdevenir capaç de planificar, comunicar-se sobre qüestions que s'imaginava o suposava i relacionar-se de forma intel·ligent. Això va donar lloc a rols dins dels grups socials i va requerir que cada membre del grup, i d'acord amb el seu rol, s'identifiqués com a tal. Aquest fet es va produir en el transcurs d'uns 50.000 anys i –què carai!– potser encara ara està passant!

M'explico: en aquell temps, el cap de la tribu havia –a més de ser-ho– de semblar més poderós que ningú. I només per a ell es guardaven les millors pells i plomes. El més temible dels guerrers havia de disposar de les millors llances i fletxes. Igual que el sacerdot o bruixot havia de ser, sens dubte, el més excèntric i s'havia de disfressar amb cranis de tota mena que el feien místic i misteriós.

A hores d'ara, en el nostre temps, tots ens identifiquem d'una forma o altra per establir el nostre rol dins la nostra comunitat: el cotxe, la roba, els estudis o la professió, la colònia, etc. Tots procurem semblar el que som i, fins i tot, semblar el que no som però que aspirem a ser o que volem aparentar ser. En definitiva, la comunicació visual i la no verbal són una part primordial de la nostra socialització com a espècie.

Així, doncs, en època de rebaixes, tot està disposat perquè renovem i reforcem els nostres senyals externs,

aquells que ens donen sentit. Algú de vostès, lectors soferts d'aquesta columna, pensa que canvia d'abric perquè el vell ja no abruga? O que potser amb unes sabates noves arribarà més lluny? No, oi? En realitat renovem el vestuari i l'equipament personal perquè volem garantir la nostra posició a la tribu. I ells ho saben, els de les rebaixes ho saben i ho disposen d'aquesta manera. Està bé. Ens fan un immens favor i els hem d'estar agraïts.

Tot el mecanisme arrenca un cop els dissenyadors i empresaris han connectat amb el nostre desig i disposen tot tipus de productes perquè els adquirim nosaltres. Ens els han ensenyat per la televisió, a la premsa i al cinema i els han posat al nostre abast a les botigues i a les pàgines web de venda *on-line*. De tant en tant, potser un parell de cops l'any, ens ajusten el preu d'adquisició i així ens permeten que pugem accedir més fàcilment a les nostres pells, plomes i llances i, si s'escau, semblar que ascendim en l'escala social. Portar els pantalons més *guais*, la motxilla més *cool* o la mateixa faldilla que aquella actriu tan

Cal agrair que la indústria de la moda treballi per dotar-me d'instruments que garanteixen el meu lloc a la tribu. Ara bé, una recomanació: mireu de practicar el consum responsable

chic. Algú ho dubta encara? Doncs, per al seu consol, cal dir que les rebaixes ara ja són els 365 dies l'any en forma de *Black Fridays*, de Dia de la Mare, del Pare, de la laia, de dies de descomptes especials o de venda *privé* en plataformes *on-line* de tota mena, prova irrefutable que l'oferta s'ajusta a la demanda ara i pels segles dels segles.

Així que –jo el primer– cal agrair que tota una indústria de la moda i afins treballi per a mi, incansablement, per dotar-me d'instruments per garantir el meu lloc a la tribu. Ara bé, sí que hi cap una recomanació: mireu de practicar el consum responsable; ponderem el que necessitem amb allò que ens ofereixen; fomentem l'intercanvi just. El consum conscient ens fa sentir millor si no caiem víctimes de les emocions contradictòries. Comprem a marques que s'aduguin amb els nostres valors. Mirem d'adquirir no només objectes, també experiències. I no només per a nosaltres: també per compartir, per regalar i per fer emocionar.

BÉ I AVANT

Amb el cul nevat



Joan Foguet
Periodista

Ai, Espanya. Què difícil és ser periodista a Espanya, on no paren d'aparèixer casos de corrupció, negligència o bé d'estupidesa. Molta feina, cregu'm. No em refereixo a la secció de successos. Parlo de l'Administració. La immensa majoria de funcionaris i de dirigents són excel·lents professionals, de debò, i després hi ha gent com el Gregorio. El director de la Direcció General de Trànsit (DGT), Gregorio Serrano, ara està de moda per la gestió que va dur a terme del caos a l'autopista AP-6 al seu pas per Segòvia el 6 de gener. Un Dia de Reis emblanquinat a Castella, quan més de 3.000 vehicles van quedar atrapats a la via durant gairebé 20 hores per la intensa nevada.

Ningú no té la culpa que nevi. Ara bé, sí que cal donar la cara i procurar solucions per als teus conciutadans

El bo d'en Serrano s'ha defensat de les acusacions per haver seguit la incidència des de la seva Sevilla natal i ha obviat les responsabilitats d'una eventual mala gestió, com si fos Homer Simpson, tot apuntant als conductors i a l'empresa concessionària. Molts es mostren indignats perquè l'amic Gregorio hagués seguit les incidències des del seu domicili sevillà. El problema no és Sevilla, que és una *maravilla*. Ho és la fatxenderia. La idea de que la culpa és dels usuaris i que tu ja pots fer de director de la DGT per WhatsApp, mentre prens *guirlache* i *mantecados*.

Parlem del Gregorio perquè així no parlem dels ministres Zoido i De la Serna, responsables reals de la cosa. Qui realment té el cul nevat són aquests dos senyors. I trobo a faltar també la loquaç vicepresidenta totpoderosa, senyora SSS. Al ministre Zoido tot aquest embolic el va enxampar a l'estadi Ramón Sánchez Pizjuán, a la capital del Nervión, on al derbi sevillà el Betis va sacsejar *Hispalis* guanyant a domicili al màxim rival per 3 a 5. D'aquests números sí que se'n recordarà el ministre d'Interior, el *hacedor de Píolines*, però de l'AP-6 o dels 1.066 ferits de l'1-O segur que no. No va amb ells. El sintagma "responsable polític" és molt clar. S'entén perfectament. Ningú no té la culpa que nevi ni que hi hagi tornados. Ara bé, sí que cal donar la cara i procurar solucions per als teus conciutadans, que no súbdits.

M'agrada l'exemple de la nevada perquè és una situació en la qual un polític, ministre o conseller o alcalde, ha de respondre sense careta. No hi ha tàctica ni estratègia. Hi ha decisió. Com la de Quim Forn el malaurat 17 d'agost. Potser el conseller Forn sí que deu passar fred a Estremera enmig de la neu, mentre que Zoido es lamenta encara de la victòria del Betis, ben calentet tot i tenir el cul nevat.