

Què vol dir viure bé? (per Albert Punsola)

31/12/2007

**ALBERT PUNSOLA**(/AUTOR/ALBERT-
PUNSOLA-44)

Periodista

L'enyorat Jaume Perich va dir una vegada: 'no conec cap ric que vulgui ser pobre però tots els pobres volen ser rics'. L'afany de tenir és universal en el temps i en l'espai i no coneix fronteres de civilització. No hi ha dubte. Pensem per exemple com va començar la conquesta d'Amèrica: uns mirallets, uns penjolls, alguna moneda d'or. Després ja

se sap què va passar. Jo vaig ser testimoni, a casa d'uns familiars avui ja desapareguts per raons d'edat, de formes de vida sòbries on es posseïa un nombre limitat de coses i on estava molt mal vist llençar la més mínima quantitat de menjar. Això sí, es podia celebrar amb joia infinita el gust d'un meló que s'acabava d'obrir, pel gust i per la sensació de triomf en haver-la encertat. En aquella casa les sabates es portaven a arreglar quan es feien malbé i dels diaris vells se'n feia pila per al drapaire del barri. Aquests familiars no passaven cap penúria econòmica. Més encara: si haguessin fet tot el contrari, tampoc l'haurien passat. Tot era qüestió d'una actitud que, per cert, recordo perfectament en els seus detalls, perquè em va deixar empremta. Era, però, una manera d'estar al món que en aquella època es trobava en decadència perquè tothom 'inclosa la meua família i totes les altres que coneixia-havia abraçat la fe del consum i de la novetat. Era normal, gairebé dos decennis d'ajuts del banc mundial i d'entrada de divises dels turistes i dels emigrants havien portat l'estat a una situació que, malgrat la inflació galopant, demanava noves actituds. Tot i estar en sintonia amb els temps, mai no vam veure malament que alguns parents participessin encara d'una austeritat a la qual trobàvem poc sentit per a nosaltres, si bé, contradictòriament, l'avalàvem com a model a seguir. Potser hi tenia alguna cosa a veure que, sense saber massa bé com, experimentàvem una enorme sensació de benestar en passar unes hores en aquella casa i comprovàvem, amb candidesa, que junt amb l'austeritat material es respirava una certa elevació moral. Quina era la causa i quina la conseqüència? Encara és un misteri. La magdalena proustiana que ha activat aquests records ha estat la lectura casual d'un text sobre les estratègies, cada cop més intel·ligents, que adopten les grans superfícies de venda. Les hem sentit més d'una vegada. Disposició dels elements molt estudiada, il·luminació i música intencionalment combinades, olors curiosament distribuïdes per sectors. Es diria, pensant en aquestes qüestions, que la humanitat ha vençut tots els seus problemes, però ja se sap que a prop de la llar de foc ningú s'en recorda del fred. Un àmbit de negoci en ple desenvolupament és el de la investigació sobre els mercats i en ell el mètode científic té un continent pràcticament verge per explorar. Algunes empreses es basen en un acostament antropològic i han descobert que si les persones es toquen accidentalment degut a la falta d'espai és probable que abandonin la botiga abans d'hora. El fundador i director d'una d'aquestes empreses és l'autor d'una petita Bíblia del gènere intitulada *Why we buy: The science of shopping*. Tenim doncs antropòlegs de compres fent treballs de camp i anotant pautes de conducta. Esteu a l'aguait aquests dies, lectors, és possible que us espiïn, i no serà el govern. Altres tècniques en aplicació compten, en canvi, amb el beneplàcit dels objectes d'estudi 'certs clients. Es tracta d'escanejar els cervells de possibles compradors, i analitzar com s'activen amb publicitat de tot tipus, en dosis variables, per comprovar quines reaccions inconscients s'hi produeixen. L'estadística també té el seu paper en les recerques sobre les motivacions de la compra. Així s'han desenvolupat estudis sobre diferents resultats de venda de concessionaris de cotxes en relació a l'aplicació d'un nombre determinat de factors en la seva feina. D'aquesta manera es pot conèixer quins tenen un pes positiu, quins negatiu i quins són indiferents. Aquest enfocament va ser desenvolupat ja fa molts anys per detectar errors en la producció en la indústria armamentística i, per cert, amb gran èxit. Tanta

energia per a una finalitat dubtosa resulta exasperant. I dic dubtosa perquè la economia ens ensenya que quan algú passa de no tenir res a tenir alguna cosa experimenta un gran increment en el seu benestar subjectiu però, quan ja té bastant i encara obté molt més, no es produeix un augment significatiu del grau de felicitat. Fa poc el magazine dominical de La Vanguardia publicava un excel·lent article sobre com combatre la tristesa. L'autora hi destacava que tots els estudis indiquen que el consumisme no només no ens fa més feliços sinó que en la seva variant més compulsiva fa créixer les insatisfaccions. La conclusió no era novedosa, però convé repetir-la de tant en tant: l'alegria no s'aconsegueix mai amb recursos externs a nosaltres mateixos. Totes aquestes reflexions són absolutament inútils davant el funcionament real de les coses. George Clooney, un individu francament simpàtic, ens convida a utilitzar una màquina de disseny perfecte que fa un cafè immillorable i molt fàcil de preparar. L'amant del cafè ni sap ni vol saber les condicions d'explotació laboral que es viuen a moltes mines d'on s'obté el mineral que serveix per a fer l'alumini, element clau de l'invent. Es possible que no sigui així en alguns casos, però en la immensa majoria d'ells es compleix ineluctablement el principi enunciat per Jaume Perich. L'estudi d'aquests fenòmens demana bons observatoris. En aquest sentit, tenir fills d'entre 6 i 10 anys suposa estar en un mirador privilegiat per entendre millor alguns dels mecanismes que impulsen a tenir més i més. La primera constatació és la importància de la pressió de grup. Les empreses s'estalviarien molt en publicitat si coneguessin la influència crucial que tenen els patis d'escola i el paper que en ells hi juguen els líders naturals, que ja despenen, en la determinació dels gustos majoritaris. La segona observació és que l'afany de novetat no és innat sinó après. D'on en aquest cas? Doncs d'un univers simbòlic dominat pel zàpping on l'aprofundiment és sinònim d'avorriment i una estona d'inactivitat és vista com a temps perdut, malbaratat. El compromís sostenibilista en totes les seves dimensions demana avui un gran desplegament d'accions. Sense negar la importància de les mobilitzacions positives o el sentit de les campanyes per modificar les sensibilitats, cada vegada penso més en l'eficàcia superior de la introspecció. Es a dir d'aquell exercici que reclama molta discreció i nul·la visibilitat col·lectiva. La biologia, la física, l'economia i altres disciplines ja ens han informat sobre els efectes de la pressió desorbitada que exercim sobre els recursos. Ja sabem, de sobres, el que no hem de fer però no volem, en absolut, deixar de fer-ho. La generació amb més consciència ambiental de la història és també la que més aprofita les ofertes del low cost. Filosofia, psicologia i ètica han d'entrar a l'arena i quan més aviat ho facin millor. Tot plegat per mirar d'aprendre allò que alguns dels nostres avantpassats van aconseguir: viure bé.

MÉS LLUM: secció *quinzenal*

Share 0

Tuit

 (<https://plus.google.com/share?url=https%3A/www.sostenible.cat/opinio/que-vol-dir-viure-be-per-albert-punsola>)

 (<https://www.sostenible.cat/print/opinio/que-vol-dir-viure-be-per-albert-punsola>)

Relacionats

Butlletí

Correu electrònic *

Subscriu

[Enviaments anteriors \(/newsletter/sostenible\)](/newsletter/sostenible)



(/)

Revista de la **xarxa** de ciutats
i pobles cap a la sostenibilitat



**Diputació
Barcelona**

<http://www.diba.cat>

[Arxiu \(/arxiu\)](#)

[Continguts per categoria \(/tagclouds/chunk/3\)](#)

[Continguts per etiqueta \(/tagclouds/chunk/1\)](#)

[Continguts per municipi \(/tagclouds/chunk/2\)](#)

[Avís legal \(http://www.diba.cat/avislegal\)](http://www.diba.cat/avislegal)

[Contacte \(/formulari/contacte\)](#)

[RSS \(https://www.sostenible.cat/pagina/rss#overlay-context=\)](https://www.sostenible.cat/pagina/rss#overlay-context=)



[https://www.facebook.com/Sosteniblecat-146513494888\)](https://www.facebook.com/Sosteniblecat-146513494888)



[http://www.twitter.com/xarxasost\)](http://www.twitter.com/xarxasost)



[http://youtube.com/xarxasost\)](http://youtube.com/xarxasost)



[\(rss.xml\)](#)