

Barcelona. Viure-hi en temps de Crisi, treballar-hi si és possible.

2008-12-19 21:57:35

Arriben dates nadalenques i l'equip que governa la ciutat de Barcelona, encapçalat per l'Excel·lentíssim senyor Jordi Hereu, ha decidit impulsar el consum en temps de crisi. Una Ciutat que, al meu entendre, es troba plagada de grans superfícies i centres comercials, ha decidit enrecordar-se dels petits comerciants.

La Campanya Nadalenca és una de les que més guanys aporta als nostres comerciants. En temps de crisi, se senten veus que pronostiquen males collites pel comerç en general i més específicament pels botiguers *de barri*. Ha estat en aquest context on l'Ajuntament de Barcelona ha ideat un pla per intentar salvar la campanya nadalenca. Fer que els seus ciutadans i visitants aixuguin l'últim cèntim que els hi queda de les seves migrades nòmimes. Per dur aquesta tasca a bon port està emetent un anunci força curiós. Sempre que veig espots publicitaris, de qualsevol Ajuntament o altres organismes de l'administració pública, no sabia com classificar-los: si com a publicitat, com a propaganda, o com un clàssic *bando* municipal —pronunciat per l'agutzil de torn.

The player will show in this paragraph

Senzillament, dir-vos que en aquestes alçades de la pel·lícula ja tot està dit i tothom sap en què consisteix el consumisme i què hi ha a les botigues. Tot i així, en nostre estimat Ajuntament de Barcelona ha decidit trobar-ne un producte que vol potenciar. El factor humà. Ai las! Era veritat! Els botiguers, com a capital humà irrenunciable! Aquelles persones que es troben darrera un taulell, que de vegades són regents del propi negoci i de vegades no deixen d'ésser depenents putejats tant per l'encarregat com pel client. Aquest factor humà és el que l'Ajuntament de Barcelona vol promocionar.

És molt lloable aquesta proposta. És veritat que Barcelona és una gran ciutat i que això li permet funcionar fins i tot com si fos una marca comercial: [la marca Barcelona](#). De fet, tota Barcelona seria consumible sota aquesta idea de la ciutat com una marca promocionable.

Emperò, caldrà pensar en el missatge d'aquest anunci. Quina és la idea que se'ns vols transmetre? Senzillament l'Ajuntament ens diu: «Confieu en els nostres botiguers de barri, la seva professionalitat és inqüestionable. Aquestes dates tan destacables us aconsellaran millor que cap altre sobre les virtuts dels productes que venen». D'acord, fins aquí tot molt bé; caldrà atendre millor al missatge ocult o poc meticulós de l'espot. L'Ajuntament de Barcelona no és està presentant el millor peixater de la ciutat que ens aconsella —des de la seva formació com a professionals—, de les virtuts del producte que tenen a les mans. Realment l'espot ens mostra una petita representació. Una obra teatral infinita. De l'anunci he pogut recollir els diversos actors que hi intervenen i els diversos papers que hi representen:

—Una *Nutricionista* fa de *peixatera*.

—Un *Entrenador* de futbol fa de *barman*.

—Un *Filòsof* fa de *confeccionista* i *venedor* alhora.

—Una *Professora d'idiomes* fa de *depenenta* a una herbolisteria.

—Una *Psicòloga* que *regenta* una joieria.

Arribats en aquest punt: no ens hi equivoquem pas! Tot això —aquesta representació de papers creuats—, és el reflexe més descarat del fracàs de la formació acadèmica i la seva utilitat a la vida real. Res més idoni que aquest espot; ara que els [estudiants es revolten contra l'Espai Europeu d'Ensenyament Superior](#). Més conegut com a [Pla Bolonya](#). I ara, l'Ajuntament de Barcelona resulta que vol potenciar el fracàs de l'ensenyament. Sí senyors, això s'explica d'aquesta manera: fas un EGB (o Primària), fas un BUP (o Batxillerat), un COU i Proves d'Accés a la Universitat, estudies una Llicenciatura (o Grau); àdhuc un Màster per complementar; arribat en aquest punt, com tens poca experiència laboral i a més a més ets jove, és molt difícil entrar a treballar d'allò que has estudiat. Quina solució tens llavors? Doncs llencar-te a vendre peix, com fa la nutricionista de l'anunci, o fer drapets i intentar vendre'ls com fa el filòsof, o dissenyar joies i no morir a l'intent com fa la psicòloga. Per acabar d'amanir-ho dir que totes aquestes feines de botiguer les faràs cobrant un sou irrisori. Un [mil·leurat](#) més.

Veiem de forma negativa que l'Ajuntament de Barcelona faci divulgació d'aquesta situació, tot promovent-la. No promociona coneixements propis de cada ofici: el peixater amb coneixements de peixateria, o el joier en orfebreria; sinó una mistificació no reconeguda *de facto* i, que per altra banda, tampoc no s'expressa en un sou d'acord amb allò que el dependent ha estudiat realment —una Llicenciatura que s'hauria de cotitzar com a tal.

La nostra pròpia ciutat i l'actual clima de Crisi econòmica (nota pel lector desinformat: alguns, fa anys que vivim amb el dogal d'aquesta sentència), promocien aquestes males pràctiques d'entendre l'interrelació de coneixement.

L'Ajuntament de Barcelona s'equivoca donant aquesta imatge poc correcta dels seus Llicenciats —pensem ara no amb la Barcelona que es promociona com a marca, sinó amb la Ciutat del coneixement que haurà d'ésser. Uns Llicenciats que té arraconats darrera un taulell, darrera una trinxera que molts hem viscut de molt a prop després d'haver passat a recollir el títol de Llicenciatura.