

TAQUILLAS

Toni Prat*

Casi sin darnos cuenta hemos visto las calles de nuestras ciudades invadidas por los cientos de miles de repartidores de las grandes empresas de venta “on line” en el mundo, que ejercen este tipo de comercio por medio de internet. De esta manera nuestras avenidas se han convertido en los pasillos centrales de los almacenes de esta especialidad en el ámbito de los distribuidores.

Recientemente, por si fuera poco, empiezan a materializar sus estanterías repartiéndolas por toda el área urbana en forma de “taquillas”... Taquillas, sí, lo han entendido bien. Ya que los horarios de los receptores de los pedidos suelen ser muy dispares y a menudo incompatibles con los de los repartidores, y a fin de no provocar devoluciones ingratas y caras, se está implantando la instalación de las susodichas “taquillas” (como las consignas de las estaciones de tren, etc.) en las empresas donde trabajan los destinatarios, en zonas de paso (como estaciones de traspaso del metro) o en locales comerciales o de ocio que se presten a dar este servicio.

Ni que decir tiene que los “maquilladores” fotográficos desempeñan un gran papel en la cuestión de la presentación de un producto.

También cabe significar, debido a la progresión exponencial de este tipo de reparto, que algunos de los proveedores parece que subasten las entregas de paquetes al mejor postor, ignorando muchos controles de calidad y legalidad, lo cual provoca diariamente que se acumulen cientos de vehículos (muchos con aspecto familiar) delante de sus muelles de expedición. Estos coches no cargan los envíos por estrategia de zona geográfica de la ciudad sino por orden de urgencia solicitado por la persona que ha pagado por este tipo de servicio.

Aunque con este método “taquillero” se pretenda reducir los retornos, no cabe duda de que suele devolverse un cierto porcentaje de los envíos, ya que no es lo mismo poder palpar el artículo que queremos comprar en una tienda, que verlo fotografiado en una pantalla (frecuentemente tan pequeña como la de un móvil). Por esto el ingenio de la picaresca ha puesto en funcionamiento el sistema de sopesar el aspecto y calidad de un producto sobre el mostrador de un comercio para conseguir al mismo tiempo su modelo o referencia y encargarlo por internet a la tienda preferida.

Ni que decir tiene que los “maquilladores” fotográficos desempeñan un gran papel en la cuestión de la presentación de un producto. La facilidad que la informática nos da actualmente para poder jugar con los colores, luces, ángulos de visión, lupas graduales y movibles, perspectivas en 3D, etc., deviene un gran potencial de embelesamiento, capaz de impactar tanto en la mente del espectador como para condicionarle, para bien y para mal, la impre-

sión de beneplácito o de rechazo que pueda tener al recibir aquello que ha elegido de forma virtual en un momento dado.

También puede ser causa de devolución la llamada “compra compulsiva” ya que no es raro tomar decisiones efímeras y fáciles, sin la representación física que implica el hecho de tener que sacar la cartera o pasar la tarjeta por el datáfono, lo cual, alguna vez, nos advierte de la baja liquidez de nuestra cuenta o del billeteo.

Este sistema de “casilleros” creo firmemente que nos va a obligar a diferenciar de forma clara y manifiesta las llaves de la taquilla del club de tenis de las de la “recepción de mercancías” situada probablemente en la misma instalación, ya que no sería de extrañar que alguno se nos llevara la raqueta recién estrenada y el bote de pelotas que nos regalaron cuando la compramos.

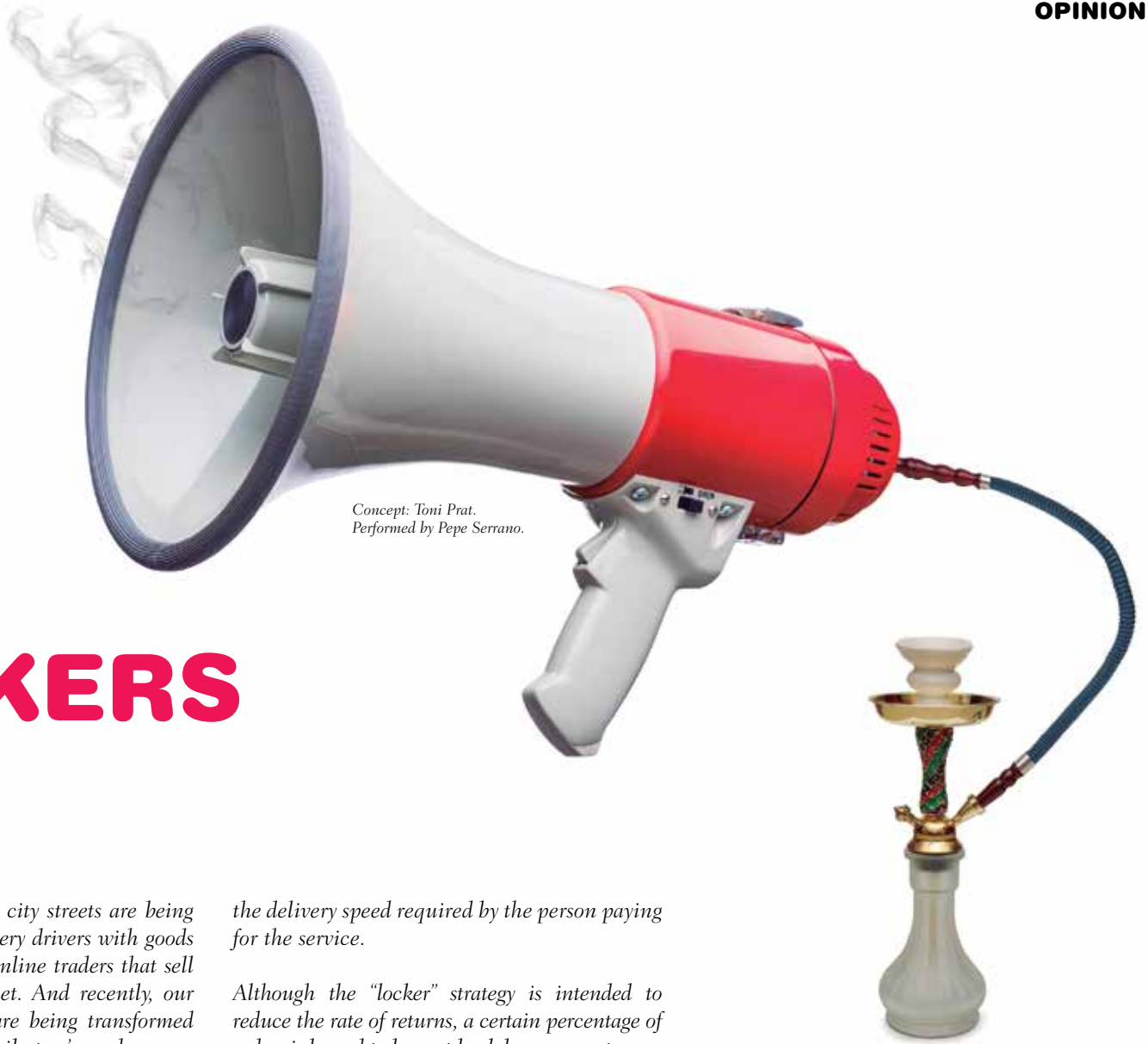
***Asesor textil.**

antonipratoriol@josoc.cat

Si desea comentar los poemas visuales puede dirigirse a poemesvisuales.com



Concepto: Toni Prat.
Realización: Pepe Serrano.



Concept: Toni Prat.
Performed by Pepe Serrano.

LOCKERS

Toni Prat*

Almost imperceptibly, our city streets are being invaded by hoards of delivery drivers with goods from the gigantic global online traders that sell their wares on the internet. And recently, our avenues and boulevards are being transformed into the aisles of these distributors' warehouses.

If that were not enough, they are starting to build 'shelves' all over town in the form of 'lockers'. Yes, you heard me correctly! Lockers! Because since customers are not always available to receive their orders, and their availability is often incompatible with that of couriers, and to avoid unwanted, expensive returns, 'lockers', rather like left-luggage lockers at train stations, are being installed in companies where these customers work, transit areas (such as metro stations) and in local shops and leisure venues that are willing to offer this service.

Not to forget the enormous role of 'photoshopping' in product presentation

It is also worth mentioning that due to huge boom in package deliveries, some suppliers seem to be auctioning this service to the lowest bidder, ignoring quality controls and legal provisions, causing hundreds of vehicles (many of which look the same) to line up outside their loading bays every day. These vehicles are not loaded by the geographic area of the city but by

the delivery speed required by the person paying for the service.

Although the "locker" strategy is intended to reduce the rate of returns, a certain percentage of orders is bound to be sent back because customers can't touch or 'feel' the items buy and have to take the decision based a photo on a screen (sometimes a tiny smartphone screen). This has given birth to the brilliant strategy of checking out the real appearance and quality of products in shops to get a real idea of the model or product before ordering it from the customer's favourite online store.

Not to forget the enormous role of 'photoshopping' in product presentation. These days, computer graphics can enhance colour, light, angles, gradual and have moveable zoom, 3D perspectives, etc., with enormous scope for embellishment, making an impact, for better or for worse, on the pleasure or disappointment the customer will experience when the online purchase eventually arrives.

"Impulse buys" are often returned, since it is much easier to make quick, rash decisions when you don't have to take out your purse and swipe your card, an act which may reminds you how little cash you have left in your account.

I sincerely believe that this 'locker' system is going to make us have to be careful with the keys to our tennis club lockers and the delivery lockers, which will probably both be on the same premises, because someone might just walk off with your new racket and the free pack of balls that came with it.



***Textile consultant
antonipratoriol@josoc.cat**
Comments about the visual poems?
Please send them to poemesvisuals.com