



SRA./SR. O NÚMERO

Toni Prat*

Es obvio que la relación social y comercial está cambiando muy rápidamente. Cada vez se suele utilizar menos el teléfono o la conversación simultánea, al mismo tiempo que crece la que se podría calificar como “en diferido”, tipo WhatsApp, mail y otras similares que las redes sociales nos ofrecen con suma facilidad.

En contraposición crece la telemática o la informatizada a base de automatismos que nos permiten operar de forma autónoma para consultar precios, calidades, stocks y hasta pasar por caja para pagar y confeccionarnos el recibo pertinente sin tener que argumentar ninguna frase, solo clicando donde se nos indica que lo hagamos.

Como casi todo en la vida, todo esto tiene sus pros y sus contras, ya que a menudo nos ahorramos largas colas en los establecimientos de los almacenes que visitamos porque nosotros mismos nos hemos convertido en dependientes y cajeros a la vez. Teniendo en cuenta que nuestra interacción suele ser con máquinas puramente mecánicas o con robots computarizados no nos es posible entrar en conversación ni hacer preguntas que no sean las programadas ni llevar la contraria a la voz en “off” si no queremos perder el juicio.

Hasta ahora todo parece radicar en el ahorro de tiempo. Estamos en la sociedad de la productividad. Por eso habíamos llegado a condensar los comercios (uno pegado al otro) en grandes centros comerciales donde se nos facilitaba un aparcamiento cómodo y cercano a las tiendas, con cines, guarderías y parques para distraer a los niños a fin de que sus progenitores se pudieran dedicar exclusivamente a la compra (a menudo compulsiva o de recreo...).

Y digo “habíamos llegado” porque creo que afortunadamente ha sido una época fulminante, tanto por su intensa fugacidad como por su perversidad social... pero como en casi todos los desmanes, la naturaleza opta por “pararnos los pies” evidenciándonos los desequilibrios que podemos provocar si seguimos insistiendo en los excesos. Por no hablar del cambio climático.

Aunque es muy temprano para poder tener un criterio sobre su idoneidad, lo que sí es cierto es que ya se empieza a notar un incuestionable retorno a la humanización de la ciudad. Las “supermanzanas” (creadas recientemente en Barcelona) han venido para quedarse. Una de sus finalidades principales es la reducción de la movilidad motorizada. Las calles vuelven a ser de la gente que pasea, mira escaparates, se desplaza a pie, en patinete, bicicleta o se recrea gozando del aire libre en alguna de sus terrazas, en las que las conversaciones vuelven a tener el sentido de la “comunicación con sabor de hogar”... y el aire en principio tiene la voluntad de volver a albergar “aquellas oscuras golondrinas”... además de acariciar las oscuras (también) cavidades de los pulmones de los transeúntes que hasta el momento estaban respirando un cóctel tras otro de dióxido de nitrógeno con CO₂.

Otra de las particularidades a destacar es la salida de la UCI que están percibiendo las tiendas “multimarca”, propias de toda la vida en las ciudades europeas. Tanta uniformidad cansa y además atrofia el sentido de la creatividad. Por otra parte, creo que es tan gratificante poder cuestionar las diferentes calidades, prestaciones, características técnicas, recomendacio-

Concepto: Toni Prat.
Realización: Publica, S.L.

nes de uso y conservación y tantos interrogantes que se pueden plantear sobre un producto (no recogidos en el manual de instrucciones) que justifican la presencia de un profesional que nos pueda instruir y aconsejar.

Ni que decir tiene que, con la creación de estos espacios cerrados al tráfico, se fomenta la convivencia y se devuelve la vida al barrio. También cabe significar la competitividad que se vive entre barrios, lo cual genera un sinfín de ideas que acaban dinamizando la vida cotidiana, como pueden ser concursos de escaparates, fiestas vecinales, organizaciones de actos varios, conciertos y sobre todo, por lo que a mí me concierne... la competitividad comercial, no tan enfocada unidireccionalmente a reducir precios sino a tener clientes satisfechos.

Creo que es obvio que un exceso de artificialidad como el que se había creado en ciertas grandes áreas fuera de las ciudades, en las que los comercios estaban apiñados en varias plantas interconectadas por escaleras mecánicas y ascensores, cerradas por completo y reguladas térmicamente con aire acondicionado, iluminadas día y noche con luces trucadas y dispuestas deliberadamente para realzar de manera engañosa la belleza de los artículos y jugando con las estrategias de marketing más revolucionadas en las que con mensajes subliminales, donde hasta la música y la megafonía están pensadas para inculcar en las mentes de los clientes el deseo de compra... no eran sostenibles en el tiempo, pudiendo llegársenos a indigestar. Pero, así como el agua acaba encontrando siempre su camino, la naturaleza en general también se impone ante las opulencias de la humanidad. Como dice el poeta, revirtiendo las sentencias más neoliberales: Valen más ciento volando que pájaro en mano.

***Asesor textil**

antonipratorials@josoc.cat

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

MR/MRS OR NUMBER

Toni Prat*

Social and business relationships are certainly changing at a very fast pace. Telephone calls and real-time conversations are on the decline, while what some refer to as “deferred” methods of communication such as WhatsApp, email and others provided by social networks are on the rise.

In contrast, telematic and computerised communication based on automation is growing, enabling us to independently check prices, qualities, stocks and even to pay and create an invoice without having to utter a word, just by clicking where told to.

Like almost all facets of life, this has its advantages and drawbacks. It is often a way of avoiding long queues when visiting stores by taking the role of sales assistants and cashiers. Bearing in mind that we tend to interact with purely mechanical machines or with computerised robots, there's no possibility of conversation or of asking questions other than those pre-programmed or disagreeing out of earshot so as not to lose our wits.

So far, everything seems to stem from the desire to save time. This is the productivity society. That's why we have gone so far as to squash stores together (one on top of the other) in massive shopping centres with easy parking that contain cinemas, childcare facilities and playgrounds to amuse the kids and leave their parents unencumbered to focus on shopping (often compulsive or recreational).

And I say “go so far as to” because I believe that this is a fleeting trend... but that like almost all excesses, that nature will step in to “stop us in our tracks” by showing us the imbalance we will cause if we continue with this excessive behaviour. Not to mention climate change.

Although it's still too soon to pass judgement on its benefits, truth be told, the re-humanisation of the city is starting to show. The “superblocks” (created recently in Barcelona) are here to stay. One of their missions is to reduce motorised mobility. Streets will once again become

crowded with people walking, window shopping, strolling, using scooters and bikes to get about and enjoying some fresh air in a pavement café, taking pleasure in conversations that taste of home... and the air will once again be ready to welcome “those dark swallows”... as well as caressing the (also) dark cavities of the lungs of passers-by who were once breathing cocktail after cocktail of nitrogen dioxide with CO₂.

Another peculiarity to highlight is the departure from the UCI perceived by the ‘multi-brand’ stores that have always existed in European cities. This level of uniformity is tiresome and also atrophies all sense of creativity. Likewise, I believe it is so satisfying to be able to ask questions the different qualities, features, technical characteristics, user recommendations and storage and a host of other queries you may have about a product (which do not appear in the instruction manual) that it justifies the presence of an employee to instruct and advise.

It goes without saying that creating these pedestrian spaces boosts a sense of community and breathes new life into a neighbourhood. It also creates competition between areas, which generates endless ideas that eventually enliven everyday life, such as window dressing competitions, local festivals, events, concerts

and, above all, in my area of interest, commercial competition focused on customer satisfaction rather than merely low prices.

I think that it is obvious that the excessive artificiality created in certain large areas outside cities where shops are crammed onto several floors connected by escalators and lifts, indoors, regulated thermally and insulated with air conditioning, lit day and night with artificial light and deliberately enhancing the beauty of misleading articles and playing with marketing strategies revolutionised with subliminal messages, where even the music and the PA system are designed to instil desire in the minds of the customers... are not sustainable in time, and they have become unpalatable. But, just as the water just always finds its way, nature in general also defeats the opulence of humanity. As the poet muses, rebutting the most neo-liberal policies: Two birds in the bush are worth one in hand.

***Textile consultant**
antonipratorials@josoc.cat

Comments about the visual poems?

Please send them to poemesvisuals.com



Concept: Toni Prat.
Performed by Publica, S.L.