

Dues mirades

Ovidi

JOSEP MARIA **Fonalleras**

És difícil dir amb quin **Ovidi** et quedaries. Amb el sorneguer, amb el rotund, amb el radical, amb l'intimista, amb el gesticulador, amb l'actor hieràtic, amb el melancòlic, amb el que recorda l'origen obrer, amb el que reivindica una catalanitat digna en un entorn torturat, amb el que imposa el seu accent greu sobre les menudes cotilles de la cultura dominant, amb aquell que ja no s'accontenta amb les molles sinó que vol el pa sencer, amb el constructor d'històries mínimes –*Home natge a Teresa*– que inclouen el relat d'una època. Hi ha tants Ovidis... El que va ser menyspreat pel mercat i pel poder, el de la veu esquerdada de l'últim concert, el que ara se'ns apareix, vint anys després, amb una actualitat rabiosa i

lacerant, com si no haguessin passat vint anys.

Jo em quedo amb l'**Ovidi** que diu **Estellés**. Que el canta –*Els amants*– i que el recita. Poques coses s'han dit tan bé en aquest país com *Coral romput*, aquell fresc amorós i trist, magnànim i intimista, extens i intens, costumista i polític, poètic i narratiu. La contundència expressiva de l'**Ovidi** és al servei de la llarga combinació dels versos del de Burjassot. No és un disc, és clar, per passar el temps mentre fas altres coses. És una gravació on el temps passa i on t'has de fixar en aquest discórrer pausat. Paraules que provenen de la clarividència obrera, de la lluita per un país i un poble. Avui ho faré, «una petita pàtria entre dues clarors». ≡



Et pesa el cul

EMMA **Riverola**

Un viacrucis de dietes i retrets. De malnoms humiliants a l'escola i de mirades despectives la resta dels teus dies. Ets grassa. Ets gras. Com si els quilos fossin una cosa intrínseca de la teva personalitat. De la mateixa manera que ets simpàtic, optimista o intel·ligent. «Et pesa el cul», va increpar la professora a una nena de 8 anys que, avui adulta, encara sent el pes d'aquell menyspreu. El feridor reportatge de **María G. San Narciso** a EL PERIÓDICO de dissabte passat despullava el dolor de tants que pateixen diàriament discriminació pel seu aspecte físic. Presoners de les mirades alienes que veuen en el seu cos la història d'un fracàs.

Al mateix temps que l'ideal

de primor es consolida i s'imposa gairebé com un deure social, la grassofòbia creix associada a tot allò que la societat repudia. Es relacionen els quilos amb la deixadesa, la poca voluntat, la droperia i la repulsió física. Una ofensa per a una societat que ha decidit adorar uns cossos que de tan perfectes són, simplement, falsos. Venerem siluetes cisellades a cop de bisturi o de retoc de Photoshop, mentre menystenim persones pels seus cossos reals. Cossos que, massa vegades, són víctima dels abusos de la indústria alimentària. Les mateixes multinacionals que ofereixen menjars processats hipercalòrics són les que venen productes aprimadors. Mentre elles acumulen beneficis, nosaltres alimentem els estigmes. ≡

Petit observatori

JOSEP MARIA
Espinàs

Ara em toca presumir de gorra

Aquest hivern he decidit que quan sortís al carrer em posaria una bufanda i portaria gorra. Em va acabar de convèncer un metge amic que em va dir que el fred entra al cos principalment per les extremitats: les mans, els peus, el coll i el cap. Sembla que el pit i el ventre acumulen més greix i ofereixen més barrera a la penetració de l'aire fred.

En qualsevol cas, el que vull dir és que aquest hivern vaig amunt i avall, pel carrer, amb la barreira posada. Si al començament em feia un punt de vergonya –mai m'ha agradat distingir-me pel vestuari– he comprovat els avantatges i m'hi he acostumat. Un d'aquests dies he recordat la meva mare, que quan jo era nen i anava a l'escola em deia «apuja't més la bufanda i posa't bé la gorra».

Quan em vaig convertir en adult, és veritat que vaig abandonar la gorra. No era moda. I, naturalment, no tenia el fred d'ara. I ara que he decidit portar gorra,

Al principi em feia vergonya, però he vist els avantatges d'anar amb el cap tapat a l'hivern

he descobert que no sóc pas l'únic que en porta pel carrer. Aquest és un fenomen comprovat: si algú decideix portar bastó, descobreix el que no havia sabut veure: que hi ha bastanta gent que porta bastó. O sigui que no em sento exòtic. Camino un tros de carrer i sempre em trobo algú que porta gorra. Fins i tot en porten bastants joves, encara que el disseny no sigui el clàssic, però el fet és que porten alguna cosa al cap. I segurament no ho fan perquè tinguin fred, sinó perquè així complementen la seva identitat.

El fet és que ha desaparegut la meva petita vergonya inicial. Al contrari, ara *fardo* de la meva gorra típicament anglesa. Una gorra de petits quadrets, entre marró i gris. Si trobo algun conegut, pel carrer, i em parla de la gorra, tinc la petita vanitat de treure-me-la i d'ensenyar-li l'etiqueta: «Certificació. Feta amb llana des de les Illes Britàniques». A aquestes altures de la vida, ja no puc presumir de gaires coses. Em queda la gorra. ≡

El comerç tèxtil mundial

Maquiles globals i 'low cost'

L'estratègia de grans marques i la conscienciació del consumidor canvien la producció de roba barata

JOSEP-FRANCESC
Valls

He assistit a l'estrena de *Les costures de la pell*. Es tracta d'un vívid documental finançat a través de *crowdfunding*, opera prima de quatre joves nostres de sobres preparats. Descriu les condicions de vida de les dones índies dedicades a confeccionar peces de roba per dos dòlars diaris en jornades interminables i els seus esforços per convertir-se en treballadores normals. Com en els principis de l'obrerisme europeu a les fàbriques de Manchester o Liverpool, aquestes cosidores, que no s'assemblen gens a les edulcorades de la sèrie televisiva *Velvet*, treballen en naus tancades sense condicions laborals ni paternalisme que les empari. Els fets tenen lloc a Bangalore i les imatges han sigut filmades aquests últims mesos.

EN EL COL·LOQUI que es va fer a continuació de la presentació de l'obra van aparèixer dues qüestions fonamentals. La primera: ¿les multinacionals tèxtils i el *low cost* en general necessiten que en algun lloc del món (l'Índia, Bangla Desh, Xina, Malàisia, Mèxic...) es produeixi sempre a preus molt barats? I la segona: ¿el consum ètic, que avança ràpidament a Europa –racionalitat en la despesa i rebuig de les marques que fomenten l'explotació–, pot resol-

dre per si mateix les maquiles globals? Una cosa semblant s'està preguntant des d'un altre angle l'*Equipo de investigación* de La Sexta al perseguir alguns camins dels preus *low cost* tan barats.

Encara salten guspires de l'incendi a Rana Plaza, als afores de Dacca, a Bangla Desh (abril del 2013, amb 243 morts), i la ràpida resposta de les principals marques mundials firmant protocols contra l'explotació i afirmant els seus compromisos de responsabilitat social corporativa. La innovació que es requereix per produir a preus barats també compta amb la reducció dels costos laborals. Desgraciadament, molts contractants i moltes marques pressionen a la baixa el preu de la mà d'obra no especialitzada. Aquells països que s'especialitzen en això saben que s'enfronten a aconseguir els contractes futurs a preus cada vegada més reduïts. Aquest és el cercle de la misèria i de l'explotació: vicis i fatal. Altres països estan abandonant aquesta posició. El Marroc, el Brasil i alguns estats de Mèxic, per exemple, produeixen més car, i no obstant facturen més que abans a les multinacionals occidentals en aquesta nova posició.

¿Per què moltes de les primeres firmes tèxtils del món estan abandonant la Xina i els països de mà d'obra més barata? Les exigències de la seva marca les obliguen a millors atributs



NUJALART

de qualitat, que no són capaços d'ofrir-los els països menys preparats encara que més barats. D'aquesta manera, aquestes firmes prefereixen desemborsar més per l'hora de treball i buscar a través d'altres factors productius de l'empresa el mateix estalvi que abans obtenien exclusivament per aquella via. Aquesta és la clau de l'èxit de l'expansió de moltes companyies de roba de moda barata, la innovació holística.

Un altre tema és si els països més pobres de la Terra estan capacitats per si mateixos per trencar el cercle vicis dels costos laborals miserables. Serà impossible, per una part, si no es rearma la consciència política de cooperació i solidaritat dels organismes internacionals i dels Governos, molt minvada arran de la crisi del 2008, per desenvolupar polítiques inclusives a llarg termini, en la línia de les propostes d'**Amar-**

tya Sen, Paul Krugman, Joseph Stiglitz o Jeffrey Sachs. I, per una altra part, si hi segueix havent el munt de forats negres del mercat mundial, sistemes de venda o zones franques on s'ofereixen els mateixos productes a preus molt més barats, saltant-se totes les barres fiscals i imposant pràctiques mafioses o monopolístiques.

PEL QUE FA a la consciència dels consumidors occidentals, està virant cap a formes molt més racionals i exigents amb les marques. Encara que una part de la població es mou exclusivament pels productes més barats –la crisi continua–, dos terços dels consumidors estan adoptant noves pautes de consum i reclamen valor encara que a preus ajustats. El que exigeixen dins del valor als productes i als serveis és una sèrie d'atributs determinats que els satisfacin, un concepte cada vegada més col·laboratiu, una experiència a viure i una coherència en la traçabilitat dels processos productius. Aquests quatre elements obliguen les empreses a acordar una sèrie de compromisos amb el client, tals com la utilització de mà d'obra no explotada, l'ús de matèries primeres sostenibles i el detall sobre l'aportació de valor en cada fase de la cadena. A més d'altres mesures de tipus social, s'ha d'incloure també l'aplicació dels mateixos compromisos a les diferents fases de la subcontractació. ≡

Catedràtic de Màrqueting d'Esade Business and Law School.