



LA LLUFA



SOM D'AQUÍ. I...?

Màrqueting nacionalsocialista

La indústria publicitària ha trobat un nou eslògan pels productes o empreses o caganers catalans. Som d'aquí! O les seves derivades: Som de casa, som proximitat... De conya. I què?

És o era d'aquí la Caixa (amb seu a València des del procés). És d'aquí el Sr Millet, prohóm de la cultura catalana empresonat. És d'aquí la Sra Camacho política de renom. És d'aquí Jordi Fernández, emèrit polític... En fi, que jo no em sento massa cofoi per ser compatriota de tots aquests.

Estem acostumats a que la publicitat busqui els nostres



instints bàsics. Sexe per anunciar begudes, hipoteques per comprar una casa luxosa, cotxes d'alta gamma que demostra poder o dentífrics per poder ensenyar un somriure. La publicitat té la seva feina. Enganyar. Però hi ha una línia. Sempre hi ha una línia, encara que no la volem veure.

Ser d'aquí, pot fer que t'estimis el que és d'aquí, però això és amor i l'amor no resulta precisament objectiu. Hi ha una altra manera de veure les coses. Ser d'aquí no és amor sinó animadversió contra els altres. Pressuposa un prejudici contra el que no és d'aquí. I, em sembla que no estem per depreciar ningú. Ni és bo fer-ho.



La finalitat publicitària és fer mercat, crear tendència. Hitler va crear tendència antisemita, Franco anti-tot el que no fos ell. No són exemples a seguir.

Utilitzar la terra pròpia per menystenir a les altres, és un concepte feixista. Catalunya, bonicon a ella, petitona ella, té totes les mancances que té el món i entre la seva població hi ha un fotimer de fills de puta. No pots refiar-te que una empresa no t'estafarà perquè és catalana. Voleu la llista?

Perillós, molt perillós aquesta línia de vendre uns cacauets perquè són de proximitat, o de casa. La tendència no hauria de ser fer-se talibà. El món no està per més antis, sobre tot quan els prepotents som molt poqueta cosa.

LLUFA PELS QUE VENEN A QUALESVOL PREU

