

EL ARTE, UNA VÍA PARA INTRODUCIR LAS EMOCIONES EN LA EDUCACIÓN DEL CONSUMO

Maia Querol y Josep Bonil
Universidad Autónoma de Barcelona

INTRODUCCIÓN

Entro en el supermercado para hacer la compra semanal y me detengo frente la sección de yogures. Puedo escoger entre yogures desnatados, yogures que me aportan la cantidad de calcio que necesito para evitar futuros problemas de osteoporosis, yogures con sabores que nunca he imaginado y hasta yogures que no necesitan conservarse en la nevera. Entre tantas opciones no sé qué yogur comprar. ¿Me atrevo a probar algo nuevo? ¿Es demasiado caro? ¿Lo habrán probado los demás? ¿Es cierta la información de la etiqueta?

La diversidad de posibilidades que ofrece el mercado hace que cada acto de consumo se convierta en una gran decisión. ¿Qué hará que mi compra se decante por un producto u otro? ¿Únicamente el precio? En el libro *El viaje a la felicidad*, Eduard Punset resalta la importancia de las emociones en la toma de decisiones. Señala que, si bien una decisión tiene una dimensión racional y otra emocional, la dimensión emocional es la que acaba teniendo la última palabra. Esto lleva a plantearnos los actos de consumo como un diálogo entre la razón y la emoción, haciendo hincapié en la dimensión emocional.

En un estudio reciente realizado por la *Agència Catalana del Consum de la Generalitat de Catalunya* (DDAA, 2007) se analizaron los criterios que utilizan los adolescentes en la compra de ropa y complementos. En el momento de escoger qué ropa comprar, existen criterios asociados a la dimensión emocional (el color, la marca, el estilo...) y criterios asociados a la razón (el precio, la talla, la calidad...). El estudio pone en evidencia que los jóvenes anteponen los criterios emocionales (un 64%) sobre los racionales (un 36%) cuando se trata de escoger la ropa y los complementos.

El consumo se presenta, pues, como un fenómeno con un elevado contenido emocional. Consumimos emociones cuando compramos una camiseta de recuerdo de nuestras vacaciones, cuando vamos al cine a ver una película o cuando utilizamos el vale de descuento de la última oferta en detergentes. Parece pues relevante que la educación del consumo se plantee la importancia de las emociones y sensaciones que nos generan las influencias que nos llegan del entorno y cómo dichas emociones influyen en los actos de consumo (Bonil, et al 2006).

INTEGRAR LAS EMOCIONES EN LA EDUCACIÓN DEL CONSUMO

La gestión de las emociones se convierte en una nueva competencia a considerar desde la educación del consumo. Ya no sirve únicamente descodificar los mensajes para separar la dimensión racional de la emocional y enfatizar en la primera. Ahora se hace necesario entender que los individuos somos racionales y emocionales, y profundizar en las dos dimensiones para favorecer la reflexión en la toma de decisiones.

Una de las posibles vías para incorporar las emociones en la práctica educativa puede ser ofrecer al alumnado herramientas para conocer algunos de los lenguajes con los que se expresan los sentimientos.

Explorar en distintos lenguajes para representar el fenómeno del consumo implica establecer espacios de diálogo entre disciplinas (Bonil et al, 2004). El diálogo disciplinar puede resultar un instrumento óptimo para investigar e indagar en la forma de expresión y comunicación de las emociones, ya que permite integrar diversidad de puntos de vista, e interpretar un fenómeno desde diversas dimensiones disciplinares, posibilitando la construcción de los modelos propios de cada disciplina y estableciendo relaciones entre ellos (Bonil et al, 2006).

Entender la educación del consumo como un diálogo entre disciplinas significa abordar el fenómeno del consumo desde diversos puntos de vista y buscar relaciones entre ellos. De ese modo, educar para un consumo responsable supone, por ejemplo, integrar la visión de la economía, de las ciencias sociales, de las ciencias experimentales, de las disciplinas artísticas, y de otras miradas que pueden enriquecer la forma de ver el fenómeno escogido. Entendemos que una educación por el consumo responsable es aquella que puede favorecer la conexión no excluyente entre diversidad de miradas, con la finalidad de favorecer en el individuo una visión compleja de los fenómenos. Aprender a conectar diversidad de factores delante de un acto de consumo puede ayudar fundamentar sólidamente las propias decisiones.

Para introducir la dimensión emocional en la forma de mirar los fenómenos necesitamos buscar herramientas didácticas. Una posibilidad es la introducción de las disciplinas artísticas, ya que pueden ofrecer al alumnado recursos para conocer los lenguajes con los que se expresan los sentimientos. Los lenguajes reflejan y conectan al alumnado con un estilo de vida, una cultura o una identidad. Si bien las emociones son construcciones individuales y colectivas, únicamente se expresan mediante símbolos lingüísticos en un sentido amplio. Los lenguajes oral, escrito, musical, corporal o plástico se convierten en las “palabras” de nuestras emociones.

A continuación se presenta una experiencia de la *Escola del Consum de Catalunya (ECC)* de la *Agència Catalana del Consum* de la *Generalitat de Catalunya* (www.consum.cat), que tiene como una de sus líneas de innovación la integración de las emociones en su oferta educativa utilizando diversidad de lenguajes.

LA PROPUESTA EDUCATIVA DE LA ESCOLA DEL CONSUM DE CATALUNYA

La *Escola del Consum de Catalunya (ECC)* nace en octubre del 2003 con la intención de favorecer la presencia de la educación del consumo en el ámbito educativo catalán y constituir un espacio permanente de trabajo para dotar de herramientas a la ciudadanía para consumir de una forma reflexiva y responsable.

Consumir de forma responsable pasa por cuestionarse como las emociones intervienen en el actos de consumo y por entender la vida desde una visión creativa y activa donde se integran nuevas formas de abordar los fenómenos, desde la construcción colectiva de nuevas formas de sentir, pensar y actuar (Pujol, 2003). Desde esta perspectiva, la ECC se plantea el reto de crear contextos de enseñanza-aprendizaje estimuladores de la imaginación y la creatividad a partir del diálogo entre lo racional y lo emocional y la exploración de diversidad de lenguajes.

La propuesta educativa de la *Escola del Consum de Catalunya* presenta, pues, algunos ejemplos de diálogo con diversidad de lenguajes para abordar la educación para un consumo responsable. La pintura, la expresión corporal y la música se muestran como una oportunidad para avanzar hacia el consumo responsable:

- *Incorporar la pintura:* En una actividad que aborda el bienestar personal se toma la pintura como forma de representar la propia felicidad. Se entiende la felicidad como una mezcla de matices por lo que la mezcla de pinturas aparece como la representación más aproximada de

aquello que hace felices a los individuos. En el taller se tratan distintos aspectos que pueden influir en la felicidad: los bienes materiales, las obligaciones (como el estudio o el trabajo), la relación con los demás o con uno mismo. Después de valorar cómo cada uno de estos aspectos contribuye a la felicidad de cada persona se asigna un color a cada aspecto y se representa en un cuadro la relación entre ellos.

Figura 1

Representación de la felicidad de un grupo de alumnos de Educación Secundaria Obligatoria



Por ejemplo la figura 1 representa la felicidad de un grupo de adolescentes en los que se valora altamente la relación con los demás (rojo, color de la pasión). La relación con los demás se entremezcla con la relación con uno mismo (amarillo). ¿No es verdad que para vivir necesitamos a los demás, pero que no podemos estar bien con los demás si no estamos bien con nosotros mismos? Aparecen con menor importancia las obligaciones (azul), las cuales cortan la relación con los demás. ¿Será que a veces no podemos quedar con los amigos porque tenemos que estudiar/trabajar? Finalmente, los elementos materiales (verdes) no aparecen demasiado presentes, salpican con leves manchas el color amarillo y en un extremo con el azul. ¿Será que no se valoran las cosas materiales o que como vivimos en la sociedad del bienestar ya lo tenemos todo? La interpretación del cuadro se realiza oralmente con el grupo de adolescentes y permite hablar abiertamente de los componentes de nuestra felicidad.

- *Vivir la expresión corporal:* En un taller sobre el consumo sostenible de agua se utiliza como analogía el equilibrio postural del cuerpo humano puesto que se entiende que estudiar la sostenibilidad no es más que plantearse un problema de equilibrio dinámico a nivel global. La expresión corporal puede ayudar a entender el concepto de equilibrio y la reflexión que se hace en el taller posibilita conectar dicho concepto con una escala global. El taller toma como punto de partida el análisis de distintos aspectos que pueden contribuir a que el consumo del agua sea más o menos sostenible (la distancia entre el punto de venta y del consumo, el material del envase, la cantidad de agua usada....), y se representa la sostenibilidad del agua mediante distintas construcciones humanas.

Figura 2

Figura humana en equilibrio dinámico realizada por alumnado de Educación Secundaria obligatoria



En la figura 2 cada uno de los participantes representa una combinación de agua (de un lugar de origen, de un envase determinado, con una cantidad determinada...) de modo que aquel que representa la combinación más sostenible es el que tiene menos posibilidades de caer. Ahora bien, no siempre el que tiene la combinación más sostenible es el que aguanta más, ya que entran en juego otros factores como el equilibrio de cada persona o su resistencia física. Comentar colectivamente las diferentes figuras realizadas permite reflexionar sobre la sostenibilidad entendida como el resultado de una estrategia.

- *Escuchar música:* En la presentación y en el cierre global de una visita a la *Escola del Consum* se utilizan canciones para representar las características del consumo. Las canciones permiten aproximarse al fenómeno del consumo desde una perspectiva sensorial que acerca al alumnado al lenguaje de la publicidad, de los establecimientos comerciales, de productos que les son de interés como los video juegos... Se dispone de dos canciones “*Jo puc triar!*” (Yo puedo escoger) del grupo musical *Macedonia* (Anexo 1) para el alumnado de Educación Primaria. Para el alumnado de Educación Secundaria la propuesta es la canción de estilo Hip Hop “*Tic Tac*” de Gato- el-Quiman (Anexo 2).

Las distintas disciplinas artísticas se presentan como una buena vía para crear contextos educativos que incorporen la dimensión emocional en la educación del consumo. Su introducción facilita que el alumnado exprese y debata sobre sus emociones respecto al consumo de forma abierta, favoreciendo el intercambio de puntos de vista y la construcción de significados compartidos. A continuación se expone más detalladamente el ejemplo del uso de canciones en la dinámica general de la escuela.

PRESENTACIÓN DE UNA EXPERIENCIA: DOS CANCIONES PARA LA EDUCACIÓN DEL CONSUMO

La música está presente de forma significativa en el mundo del consumo: en la publicidad, en la ambientación de los comercios e incluso como producto de consumo. Al mismo tiempo conecta con la realidad del alumnado que ve en la música un medio para construir su identidad tanto en la dimensión individual como en la colectiva. Por estas razones se pensó que la música podía ser un buen elemento a introducir en los talleres de consumo.

Introducir la música en la educación del consumo significa reflexionar sobre el diálogo disciplinar a dos niveles. En la acción educativa como un diálogo entre la educación del consumo y la

música. En el proceso de elaboración de las piezas musicales como un diálogo entre los agentes que participan: músicos y equipo educativo.

Acción didáctica:

Las canciones forman parte de las actividades que se realizan durante los talleres de la ECC. Los talleres se componen de una secuencia de actividades estructuradas según el ciclo de enseñanza-aprendizaje (Pujol, 2003). La primera actividad de la secuencia sirve para explorar los conocimientos del alumnado respecto a los contenidos a trabajar, seguidamente se realiza una actividad para introducir nuevos contenidos, a continuación se presenta una actividad para estructurar los modelos explicativos sobre el fenómeno y finalmente se clausura el taller con una actividad para aplicar los contenidos aprendidos en una acción sobre el medio. Tanto en Educación Primaria como en Educación Secundaria las canciones se integran en distintos momentos del ciclo de aprendizaje.

En Educación Primaria, la canción “*Jo puc triar*” se utiliza como actividad de aplicación de los contenidos trabajados durante el taller. Después de realizar el taller, la canción se utiliza como actividad de clausura, en la que el alumnado tiene que identificar aspectos que se han ido trabajando a lo largo del taller. Contenidos como por ejemplo que los actos de consumo son fenómenos dinámicos que reflejan la diversidad social, que cambian a lo largo del tiempo y que a menudo nos sorprenden. Tomando como eje la expresión “*Jo puc triar*” (Yo puedo escoger) la canción se presenta como una invitación a realizar los actos de consumo de un modo consciente, escogiendo con criterio entre las opciones que ofrece el mercado.

La canción despierta emociones entre el alumnado pues conecta con sus intereses y sus códigos culturales a partir de ritmos que les son familiares, ya que Macedonia es un grupo ampliamente conocido por alumnado entre 6 y 12 años del ámbito catalán. La canción permite que se genere un espacio de confianza, compartido entre el alumnado y el equipo educativo. El clima que genera la canción favorece que el alumnado pueda expresarse libremente sobre las ideas que le sugiere la canción.

En Educación Secundaria, la canción se propone como actividad de exploración. La audición y su posterior comentario pretende hacer reflexionar entorno al fenómeno del consumo y sus características, y favorece que el alumnado exprese su visión del fenómeno del consumo. A la vez favorece que vea el consumo como un fenómeno complejo donde converge diversidad de factores mediados por un componente de azar.

Tic tac es una canción de estilo hip hop, que nos aporta las características de la cultura urbana que comparte gran parte del alumnado de Educación Secundaria: velocidad, estrés, oferta desmesurada, desigualdades, rebeldía y libertad... El “Tic tac” conecta con la identidad y la cultura de los jóvenes y con su modelo de consumo, siendo una representación cultural significativa para ellos. La canción aporta una dosis de rebeldía e inconformidad urbana que conecta con la identidad adolescente del alumnado de Educación Secundaria.

El uso de canciones en el aula se constituye como un espacio compartido entre equipo educativo y alumnado que permite canalizar, comunicar, expresar y representar las emociones entorno a aspectos significativos del consumo. Para ello, es conveniente buscar un estilo de música que sea significativo para el alumnado y unos mensajes que conecten con su vida cotidiana aportando un plus de funcionalidad a la reflexión que se hace entorno a la pieza musical.

Elaboración de las canciones:

El proceso de elaboración de las dos canciones ha generado un diálogo muy enriquecedor entre el equipo educativo de la ECC y los músicos que han compuesto las piezas.

Las canciones se enmarcan en la dinámica de un taller de educación del consumo. El equipo educativo pretende con la canción favorecer el desarrollo de un modelo de consumo con unos contenidos a resaltar y una opción de educación del consumo muy clara. Esta opción didáctica dialoga con el conocimiento y la experiencia de los músicos, que tienen su propio estilo musical: un ritmo, una métrica, un léxico, etc. Se hace pues necesario buscar puntos de encuentro entre las dos perspectivas. Sin perder los contenidos estructurantes que orientan la actividad educativa, se busca potenciar las posibilidades del formato de canción con el que el músico está habituado a trabajar.

Los músicos contextualizan la canción desde su propia visión del mundo y los educadores buscan que sea un contexto acorde con las actividades educativas realizadas y las características del alumnado. Para que estos contextos lleguen a puntos de encuentro es esencial una actitud abierta. Tanto el equipo educativo como los profesionales de la música han de buscar espacios comunes, en los que confluya la dimensión educativa de la canción con los elementos que dan identidad a cada uno de los grupos musicales. Tomando como ejemplo la elaboración de la canción *Jo puc triar* el encuentro entre el equipo educativo y los músicos comportó discutir colectivamente sobre el léxico de la letra, los aspectos que se debían enfatizar y reiterar en los estribillos, el ritmo musical, el mensaje de fondo, las posibilidades expresivas de la pieza musical, las recomendaciones respecto a la relación entre voces e instrumentos... En definitiva se puso en evidencia la necesidad de una actitud abierta por las dos partes para llegar a unos resultados favorables.

CONCLUSIONES

Desde un punto de vista didáctico, utilizar diversidad de lenguajes, nos permite buscar formas de integración de la singularidad y diversidad del propio alumnado. Ayuda a representar sus formas de sentir, e incorporar la diversidad de emociones que generan los fenómenos como punto de partida para explorar en ellos.

Una canción es un lenguaje que conecta fácilmente con las emociones del alumnado, con sus pensamientos, con su estilo de vida y con su identidad. Es preciso, pues, buscar un estilo musical significativo en función de la edad y la tipología de alumnado. La actividad docente se convierte sustenta así, en un código significativo para el alumnado, facilitando la reflexión conjunta alumnado-profesorado. Todo ello sin perder de vista la dimensión educativa de la canción ya que su objetivo final es favorecer un modelo de ciudadanía que se ampara en el proyecto educativo de la *Escola del Consum de Catalunya*.

El proceso de elaboración de las canciones ha supuesto un proceso de diálogo entre especialista. Dicha acción requiere un posicionamiento abierto a otros modos de ver y entender el mundo, y buscar puentes que permitan construir conjuntamente un recurso educativo que aporte riqueza desde la diversidad de visiones.

Apostar para la elaboración de recursos didácticos que integren diversidad de lenguajes requiere un esfuerzo de creatividad e imaginación para construir puentes de encuentro, pero requiere también un esfuerzo de rigor y reflexión para que cada disciplina mantenga su propia identidad.

Vivimos en una sociedad en la que cada acto de consumo es el reflejo de multitud de factores. Donde la perspectiva de razón dialoga permanentemente con la dimensión emocional. Parece pues oportuno, desde la educación del consumo, plantearse el esfuerzo de crear recursos educativos que integren diversidad de lenguajes con la finalidad de ofrecer herramientas al alumnado para reflexionar sobre las emociones que confluyen en el momento de consumir. Todo ello para que, como miembros de la ciudadanía, tengan recursos que les permitan tomar, de forma argumentada, sus propias decisiones delante de los actos de consumo.

BIBLIOGRAFÍA

- DDAA (AGÈNCIA CATALANA DEL CONSUM), (2007). *El consum de productes de vestir. Estudi dels criteris que tenen en compte els joves de Catalunya a l'hora de comprar productes de vestir*. En prensa.
- BONIL, J et al. (2004). “El diálogo disciplinar, un camino necesario para avanzar hacia la complejidad” dentro de *Investigación en la escuela*. Pp 83-97. Díada. Sevilla.
- BONIL, I CALAFELL (2007) “Introducir las emociones en la educación para el consumo” dentro de *Saudiña*. Número 13. Pp 64 -67. Xunta de Galicia.
- BONIL, J; CALFELL, G (2007) “Dialogar entre disciplinas en la formación inicial de maestros” dentro de LA TORRE S. (Coord.) *Transdisciplinariedad una nueva mirada sobre la educación..* En prensa.
- PUJOL, R.M. (2003): *Didáctica de las ciencias en la educación primaria*. Síntesis Educación. Madrid.
- PUNSET, E. (2005). *El viaje a la felicidad*. Destino. Barcelona

ANEXO 1: Jo puc triar! (Macedònia)

*Vaig creixent i vaig canviant,
no sóc com era abans.
Ara em sé repartir més bé els calés.
Agafaré el porquet que tinc a l'habitació,
Diners que tothom sap que són meus.*

*Gelats dels gustos més al·lucinants,
amb colors i regals.
Gominoles per a les dents,
roba que et queda bé,
estris súper intel·ligents.*

*Veig anuncis que m'empaiten
perquè els faci cas.
Coloraines, gent famosa
que diu que és el millor que hi ha.*

*Jo puc triar que em vull posar,
que vull comprar o que em vull cruspír.
Si és tan dolent, ser diferent,
o siestic bé contra corrent.*

*Tiquets de tots els centres comercials,
mercats i bulevards.
Descansar sota un arbre al mig d'un parc.
M'apunto a activitats,
jugo a fora al carrer
potser perquè he vist que ho fa la gent.*

*Faig encàrrecs pels meus pares
des de molt petit.
Dos per un, i em quedo el canvi
i li demano al porquet que el guardi.*

Xiclets , Gelats, Regals

*Veig anuncis que m'empaiten perquè els
faci cas.
Coloraines, gent famosa que diu que és el
millor que hi ha.*

*Jo puc triar que em vull posar,
que vull comprar o que em vull cruspír.
Si és tan dolent, ser diferent,
o siestic bé a contracorrent.*

Voy creciendo y voy cambiando,
No soy como era antes,
Ahora sé administrar mejor mi dinero
Cogeré el cerdito que tengo en la habitación
Dinero que todos saben que es mío

Helados de los sabores más alucinantes,
Con colores y regalos,
Chucherías para los dientes,
Ropa que me queda bien,
Aparatos súper inteligentes.

Veo anuncios que me persiguen
Para que les haga caso,
Colores, gente famosa
Que dice que es lo mejor que hay

Puedo escoger qué me quiero poner,
Qué quiero comprarme o qué quiero comerme
Si es tan malo ser diferente,
O si estoy bien contracorriente.

Tíquets de todos los centros comerciales,
Mercados y bulevares,
Descansar bajo un árbol en medio de un parque,
Me apunto a actividades,
Juego fuera la calle,
A lo mejor porque lo hace la gente.

Hago encargos para mis padres,
Desde muy pequeño,
Dos por uno y me quedo el cambio
Y le pido al cerdito que me lo guarde

Chicles, helados, regalos

Veo anuncios que me persiguen
Para que les haga caso,
Colores, gente famosa
Que dice que es lo mejor que hay

Puedo escoger qué me quiero poner,
Qué quiero comprarme o qué quiero comerme
Si es tan malo ser diferente,
O si estoy bien contracorriente.

Anexo 2: Tic Tac (Gato-el-Quiman)

***Cinc amb el tic deu amb el tac
el temps va fugint forat sota el sac
tot és bonic rampells a l'atac
món de milions engolint com un drac***

Deu haver-hi algun altre forat a les meves butxaques és estrany mentre clapes es van buidant que per quan t'has tu cordat les sabates ja estàs pagant tota una nit de mòbil carregant em llevo i m'assec en una taula d'estil suec cafè guatemaltec em frego els ulls i me'l bec avui arribo tard crec m'estresso noto el batec de la pressa mama dóna'm pasta surto com un llampec cap a l'institut no sé què passa amb els meus cascocs moments nefastos de l'evolució dels trastos walkman discman minidisc mp3 però encara m'atabalo amb el nus del cable estic espès per mi que ja no arribo a la primera classe quasi que em quedo al bar del davant menjant-me un croissant gegant malgrat que sé que he d'aprendre a calcular amb els euros és el cap, no és la mà la que ha de liquidar la mà ja se sap només viu el present si demà no queda cap duro ja anirem fent *trapis* cansat de demanar pasta als papis cansat d'anar a gorrejear als altres a l'hora del pati el moment en què tothom està més esverat i la gent es deixa peles en gran quantitat dins el bar o a la màquina comprem dolços de fàbrica mengem pastes *a manta* i aquesta és la dinàmica i la qüestió consisteix a tenir quelcom entre els dits i aquests matins de neguits porten nits de pits embotits i el sucre, són uns dies tan dolços pels que saben que el sucre buida *bolsos*

***Vint amb el tic trenta amb el tac
el temps va fugint forat sota el sac
tot és bonic rampells a l'atac
món de milions engolint com un drac***

Em veig amb la tarda per davant m'avorreixo molt i alhora estic nerviós tot inquiet i neguitós tinc ganes de tocar el dos de tocar el dos i anar-me'n a passejar per un mar d'aparadors com una tonyina en llauna em fico dins el bus que pel centre anar a voltar una mica em ve de gust senyor conductor no li vull donar un disgust

però aquests dies són durs i els seus preus són un abús vostè sap quanta pasta em deixo a l'any en transport que se'm trenca el cor que m'arrenca el plor mala sort pensar que pel mateix import tinc unes vambes d'esport com el *tio* bo de tercer tothom diu que està de mort d'acord potser també és un preu desorbitat pagar tant per unes vambes de la marca supertal anunciades pel senyor qual a canvi d'un dineral però cosides per un xaval a l'altre extrem del món mundial un xaval que a l'igual té la meua edat i en comptes d'estar fent el pardal treballa tancat en un fàbrica indonèsia per un euro al dia suat i que no sap el que és menjar-se dues llesques en un plat i malgrat les consideracions malgrat les raons malgrat que els reis enguany només em portaran carbons jo vull aquestes vambes mama compra-me-les per favor són el que desitjo i el que vull amb més passió no sé ni com ni quan ni qui me les ha fet voler però deu estar ben lluny d'aquí forrant-se de bitllets perquè en el moment que algú gasta en algun altre lloc deu anar a parar tota la pasta

***Cent amb el tic dos-cents amb el tac
de compres estic forat sota el sac
tot és bonic rampells a l'atac
món de milions endrapant com un drac***

Un truc dos trucs això no té fre sóc jo t'he trucat però no sé perquè torno a mirar el saldo pensava que estava ple sóc jo bado perquè ja no queda res qui som? on anem? d'on venim? en aquest univers pervers si els rumors són certs estàs sol sense saldo ni cobertura la vida és dura i si hi havia *algo* tu t'ho perds aquesta nit el pressupost és menor que zero respirar és un cost i jo m'he llevat sense saber-ho que voler-ho no és poder-ho ni poder-ho voler-ho que no es pot afluixar tan fàcilment sense abans haver-ho pensat dos cops en tens prou al pot? pots o no pots? i si per un cas pots ho vols de debò? és això? potser però demà serà allò i llavors com se't quedarà el cos quan vegis que no en tens prou?