Trets al cor



Per EloiA el ds., 15/09/2007 - 09:00

Obrint Pas

-

Terra

Lletra original

Ofegat per les mentides que sempre ens han assetjat. Instal·lats en la desgràcia que hem intentat oblidar. Reconstruir, reconstruir és el camí a seguir, l'ultima bala que em queda la reserve per a mi.I són...Trets al corSent el fred dins els pulmons, la cremor que m'està ofegant. Sent els ulls i les agulles que els dies em van clavant. Quan la pressió guanya els combats els sentiments es van glaçant. L'última bala que els queda fa temps que t'està esperant.I són...Trets al corTrets, paraules que van al cor... Reconstruir l'esperança

Lletra traduïda

enganys que maten

Quan la bíblia ha de parlar de la figura del "dimoni" l'anomena "el pare de la mentira", qui seduí als primers homes (Gn 3, 13) i al món sencer (Ap 12, 9). Les mentires, els enganys, són trets al cor que maten la veritat en nosaltres perquè maten les nostres confiances, les nostres relacions.Avui també estem subjectes a mentires qüotidianes que, poc a po, tret a tret, van matant el nostre cor. A voltes la mentira és un anunci publicitari que ens promet coses que no ens pot donar per tal de vendre un producte.A voltes la mentira va disfressada de tolerància i pluralisme quan, de fet, està amagant a les vçíctimes del món.**Tocant el nas**Para't a pensar i apunta tot els enganys que t'ofereix la societat de consum, els enganys que la història dels vencedors ha anat tapant i silenciant... però, més encara, els enganys amb els que nosaltres mateixos ens enredem i apartem dels altres.

Starbucks: Un café que enganya i mata el cor

"Un tercer lloc còmode" és la frase que Starbucks usa per a promocionar-se. No es tracta d'un espai d'absència, com Wal-Mart i McDonald's, sinó d'un racó íntim on les presones elegants poden compartir "un café... companyonia, amistat...". Tot en les cadenes Starbuks està pensat per assegurar-nos que són quelcom diferent de les franquicies impersonals del passat. (...) Starbuks no construeix enormes botigues a les afores de les poblacions, sinó que la seva política consisteix en crear "conjunts" de comerços en les zones urbanes que ja estan plenes de cafés i bars. (...) Es una estrategia extremadament agressiva, que implica quelcom que la mateixa companyia anomena "canibalització".La idea consisteix en en saturar una zona amb botigues fins que la competència del ram del café esdevingui tan ferotge que les ventes baixin, àdhuc en les pròpies botigues Starbucks. (...) Fins que la pràctica començà a ser contestada fa uns anys, la seva estrategia per a l'adquisició de immobles consistia en detectar algun bar popular i independent d'un carrer concorregut i treure-li el contracte de lloguer. Hi ha molts propietaris d'aquest tipus de bars que diuen que Starbucks va negociar directament amb els amos dels immobles, oferint-los per lloguers superiors pels mateixos espais o per d'altres propers a aquests.(traducció de "**NOLOGO**" de Naomi Klein, pags 172-174)