

La paranoia de la crisi

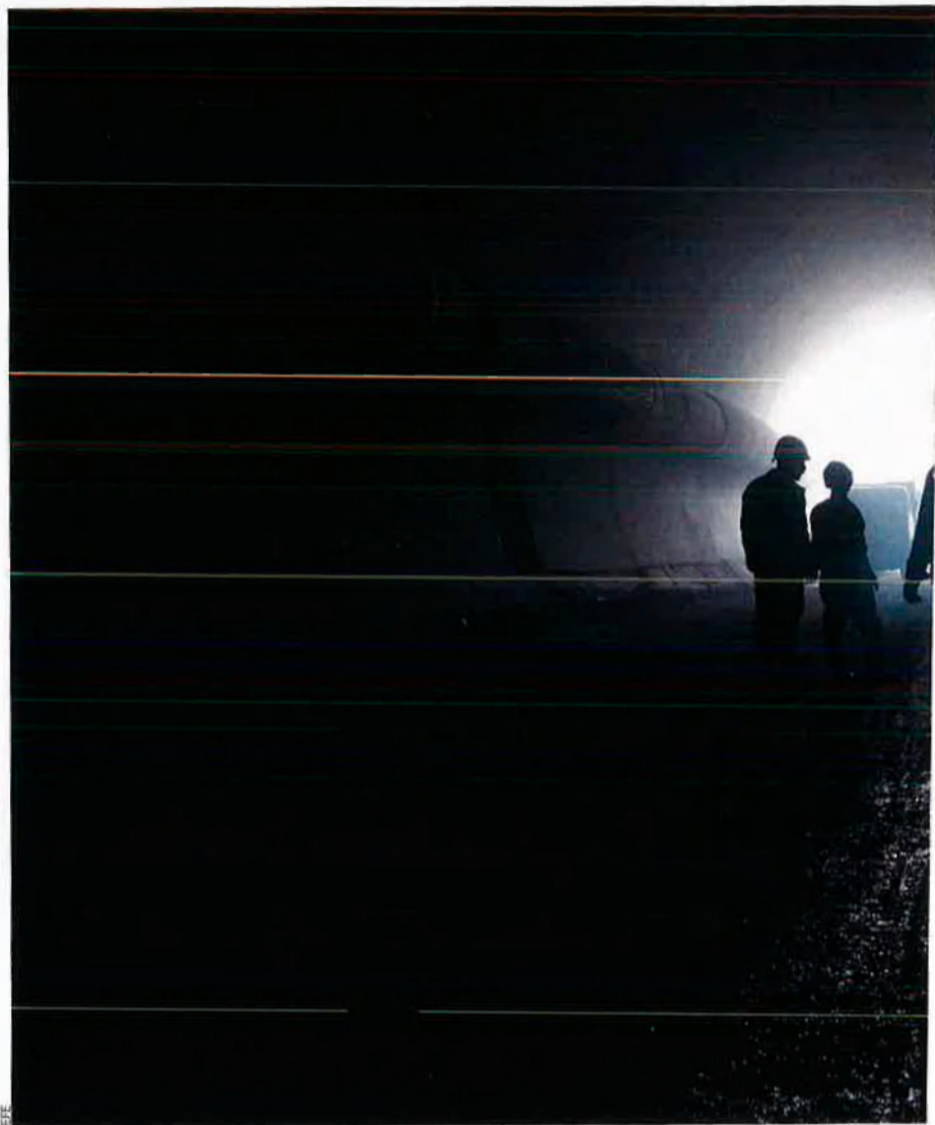
El món econòmic i financer ha viscut dues setmanes esquizofrèniques amb caigudes històriques de les borses, missatges polítics contradictoris i rescats 'in extremis' d'institucions bancàries.

EL TEMPS analitza els darrers esdeveniments, explica l'experiència de més bombolles especulatives i s'endinsa en la dimensió psicològica d'una crisi de què tots participem.

La Societat Americana de Dialectes ho va veure clar quan, com és tradició, va haver de triar la paraula de l'any 2007. *Subprime*, un terme que s'havia traslladat des de l'argot bancari a la conversa quotidiana i havia esdevingut el malson de financers i famílies, mereixia convertir-se en la paraula de l'any. I la *subprime*, indefectiblement, tenia adherit el terme *crisi*, un mot que, d'ençà que ens assabentàrem que a l'altre costat de l'Atlàntic tot el sistema financer se sustentava sobre hipoteques d'alt risc, ens ve al cap quasi com una cacofonia. "Crisi financera", "crisi hipotecària", "temps de crisi"... repeteixen dia a dia els responsables polítics, els mitjans de comunicació i el comú dels mortals, fins al punt que ara com ara resultaria difícil, si no impossible, de trobar ningú que no se sentira amoïnats per la situació econòmica.

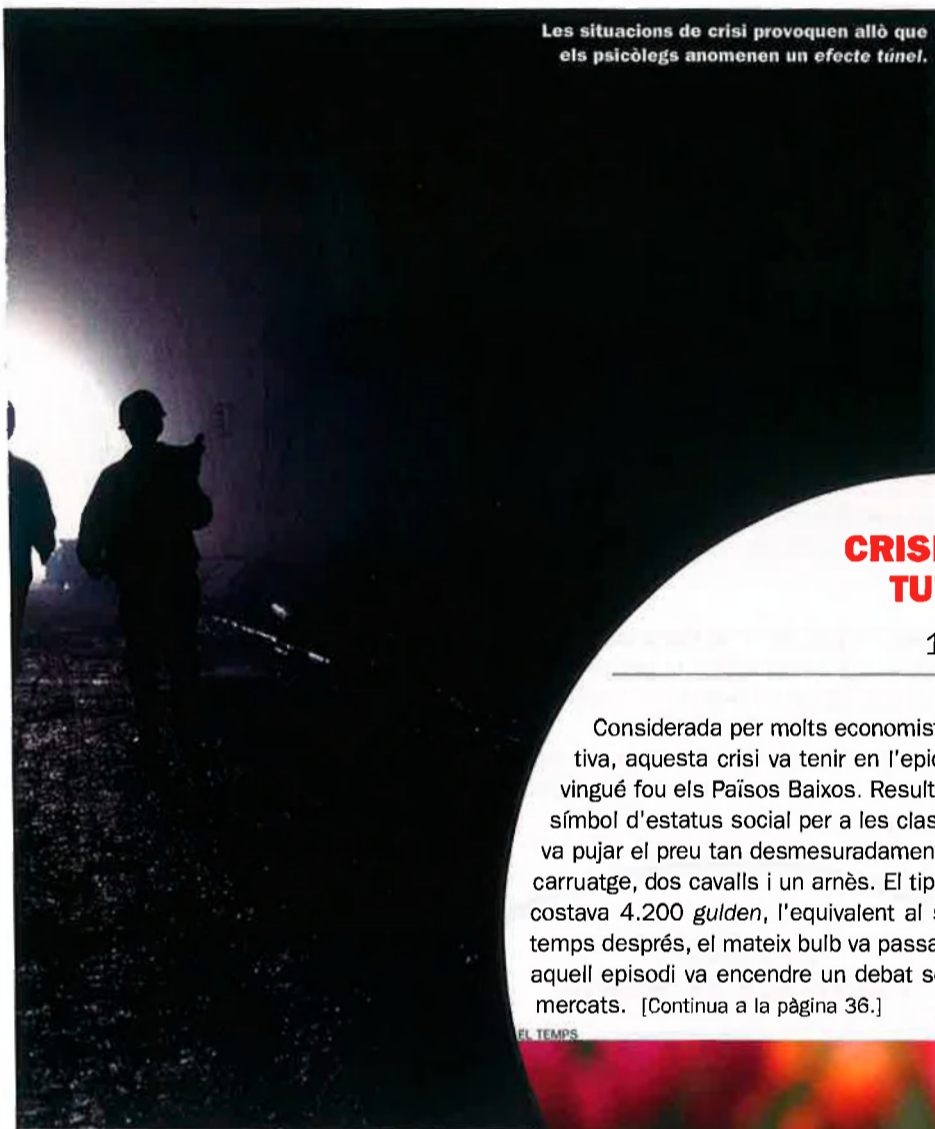
Però és tan greu la situació perquè alguns apel·len a Pearl Harbor o al crac del 29? Tot i la divisió d'opinions i la diferència de criteris, és clar que l'economia mundial no travessa un bon moment: el sistema financer americà s'ha esfondrat; les economies europees entren en recessió; les borses registren baixades històriques; les taxes de desocupació augmenten a ritmes no vistos de fa temps; i el consum, motor de l'economia, es retrau. Per acabar-ho d'adobar, ni els responsables polítics ni els econòmics no ajuden gaire, amb les seues declaracions, a aclarir la situació ni a resoldre els interrogants que s'obren als ciutadans. Ni les dades ni els fets no inviten, doncs, a l'optimisme, però no és menys cert que la reverberació del discurs catastrofista no fa sinó amplificar el veritable (i difícilment mesurable) abast de la crisi. Perquè, si com diuen els psicòlegs, parlar d'un problema serveix per a prendre'n consciència, no és pas menys cert que parlar-ne en excés porta a la paranoia. I si a aqueixa paranoia hi afegeixes manca d'informació, heus ací la histèria col·lectiva.

"Les crisis de qualsevol mena són successos imprevisibles i caòtics", explica Ismael Quintanilla, professor de la Universitat de València i un dels pocs experts en psicologia econòmica dels Països Catalans. "Una volta es presenta, no sabem cap a on va. I aleshores es produeix l'efecte túnel. És com quan



Hipnòtica crisi

"El món s'acaba!", "campi qui pugui!". Angoixa, vulnerabilitat, paràlisi, indefensió... són algunes de les sensacions que escampa la crisi financera entre els ciutadans del món occidental. Però on s'acaba la veritable crisi i on comença la paranoia? Analtzem en aquest reportatge la dimensió psicològica d'un daltabaix econòmic que es realimenta amb les pròpies pors.



Les situacions de crisi provoquen allò que els psicòlegs anomenen un efecte túnel.

supervivència depenen del fet de disposar de prou diners. I la major part de la nostra activitat diària té components econòmics: anar a treballar, comprar o pagar impostos, però també encendre la llum, circular per les carreteres o eixir a fer un beure. Amb la nostra conducta, en definitiva, influïm en l'economia i la situació econòmica condiciona la nostra conducta. L'una i l'altra es realimenten; l'optimisme de l'una depèn de l'altra i viceversa.

El comportament econòmic, en tant que comportament social, és molt encomanadís, i quan es tracta de crisi encara més. En una socie-

CRISI DE LES TULIPES

1637

Considerada per molts economistes com la primera bombolla especulativa, aquesta crisi va tenir en l'epicentre les tulipes i l'escenari on s'esdevingué fou els Països Baixos. Resulta que aquesta flor s'havia convertit en un símbol d'estatus social per a les classes altes. Els primers mesos del 1637 en va pujar el preu tan desmesuradament, que un bulb va arribar a canviar-se per un carruatge, dos cavalls i un arnès. El tipus de tulipa més cara, coneguda per Viceroy, costava 4.200 *gulden*, l'equivalent al salari anual d'un mariner experimentat. Poc temps després, el mateix bulb va passar a costar igual que una ceba. Fora com fora, aquell episodi va encendre un debat sobre el paper de l'estat en la regulació dels mercats. [Continua a la pàgina 36.]

EL TEMPS



penses que estàs malalt i et fas unes anàlisis de sang. Des que te les fas fins que et donen els resultats tot és negre i no veus la llum. En aquesta situació es troba ara molta gent, que no saben si arribaran a final de mes i, per tant, no veuen la llum al final del túnel", diu Quintanilla per a explicar la situació de neguit i preocupació que travessa avui molta gent que sent l'alè de la crisi al clatell. Perquè la crisi, és clar, no s'ha aturat en les grans finances, sinó que molts fa temps que la senten com una amenaça per a les finances familiars. I encara que no hi haja una única manera de ballar-la magra, a ningú no li agrada d'acceptar que és hora de gratar-se la butxaca. Les reaccions dels afectats responen a allò que Quintanilla cataloga de

"processos ciclotímics", amb moments d'eufòria ("no serà tant!") i de neguit ("d'aquesta no me'n surto!"). La intensitat dels cicles dependrà dels riscos que en temps de bonança s'hagen assumit.

De la hipnosi a la hipocondria. Si alguna cosa posa de manifest el temps de crisi és que psicologia social i economia van molt més lligades que no sembla. Al cap i a la fi, els diners afecten indefectiblement les nostres vides. El benestar personal i familiar i la

tat hipercomunicada, en què el boca-orella es reforça per la instantaneïtat dels nous mitjans de comunicació, el contagi travessa fronteres i acaba esdevenint epidèmia. "L'altre dia era la cua del supermercat per a pagar i vaig mirar la cistella", explica una persona de mitjana edat, soltera, que treballa en una agència de publicitat; "de cop i volta em vaig adonar que en lloc d'agafar la xocolata que menge sempre, n'havia agafat d'Hacendado. I em vaig demanar: 'Però, què dimoni

L'economia, una ciència irracional?

Si hi ha una ciència no racional és l'economia. Per molt de misticisme i sofisticació amb què s'han embolcallat els gurus de l'economia, el ben cert és que, al contrari que en la resta de ciències, ningú no té la clau de volta que explique el comportament futur de l'economia. La irracionalitat de l'economia s'explica perquè hi intervé la conducta de milers de persones que prenen decisions d'acord amb moltes variables, com ara la confiança, les expectatives o l'egoisme. La psicologia econòmica pretén esbrinar què ocorre quan els ciutadans prenen decisions referides al consum i a l'estalvi. És a dir, què passa quan hi ha conductes relacionades amb transaccions econòmiques.

Entre els objectes d'estudi de la psicologia social hi ha la borsa, segurament un dels invents humans més difícils de

predir. Per a Oriol Amat, catedràtic d'economia i empresa de la Universitat Pompeu Fabra, "el comportament dels inversors és irracional. Aqueixa irracionalitat és conseqüència dels efectes perversos combinats que produeixen l'esperança, l'avarícia i el pànic que molts inversors senten quan inverteixen a la borsa. La irracionalitat, a causa de l'avarícia, fa que quan els preus comencen a pujar, pugen més enllà d'allò que valen realment les coses. Quan aquesta situació és envaïda pel pànic, la irracionalitat fa que els preus baixen molt més d'allò que valen realment les coses. A les pujades, alguns s'hi fan rics i els últims a comprar s'hi arruïnen. A les baixades, els primers de comprar s'hi arruïnen i els últims són els que poden enriquir-s'hi si saben esperar fins a la pròxima pujada".

faig? Si la casa la tinc pagada, tinc contracte indefinit... Per què agafo l'Hacendado? Perquè hi ha crisi? Però si a mi la crisi no m'afecta...". L'exemple, pres d'una conversa real, mostra allò que els psicòlegs anomenen *comportament hipnòtic*: en vista de certs esdeveniments tots comencem a comportar-nos de manera semblant, per bé que les nostres circumstàncies personals siguin molt diferents. L'anunci per part d'un veí que vol vendre el cotxe per a pagar l'escola als xiquets; la utilització de la crisi com a reclam publicitari; o el constant degoteig de males notícies econòmiques fa que moltes persones adaptin la conducta econòmica a una percepció esbiaixada de la seua situació.

"Cada persona ha de prendre les mesures cautelars pròpies", explica Carme García Ribas, professora de comunicació estratègica a l'ESCI - Universitat Pompeu Fabra,

"però no pot deixar-se caure en la hipocondria: l'hipocondríac té por d'agafar totes les malalties i quan en coneix una de nova, ja es pensa que la té".

Més enllà de les conseqüències personals dels comportaments hipnòtics,

la imitació de conductes crea un efecte pervers en el conjunt de la societat: qui està en disposició de gastar -i per tant, d'activar l'economia- no ho fa per por d'allò que puga passar, però amb la seua conducta malmet el funcionament de l'economia. Resultat? Una crisi que es realimenta a si mateixa com una enorme gorga i una opinió pública encongida que té la impressió de viure constantment a la vora del precipici. Seria allò que, en paraules de Jaume Almenara, degà del Col·legi de Psicòlegs de Catalunya, s'anomena "ansietat flotant" i que pot manifestar-se en forma de tensió, agressivitat i, en els casos més extrems, en forma de violència.

De moment, l'"ansietat flotant" de què parla Almenara no ha motivat episodis tan dramàtics com els que es van viure durant el crac del 29. Cap home de finances no s'ha suïcidat llançant-se des de l'oficina entre tanta desespera-

JACKSON PROVOCA EL PÀNIC

1837

La dèria de desregular el mercat i deixar-lo al seu lliure albir no és nova. Ni tampoc no són cap novetat les conseqüències que se'n deriven. Si no, que ho pregunten al vuitè president dels Estats Units, Martin Van Buren. El seu predecessor, Andrew Jackson, va tenir la idea *brillant* de clausurar el Banc dels Estats Units per transferir els fons del govern als bancs federals. Però aquells bancs van utilitzar els fons per fer créixer una especulació que ja era prou preocupant. En pocs mesos es va demostrar que hi havia molts més diners circulant que les reserves reals que tenia cada banc. En només vint dies de l'abril del 1837 es van tancar 250 cases de negocis de Nova York; en dos mesos, les pèrdues en aquella ciutat van ser d'un milió de dòlars i alguns bancs federals van arribar fins i tot a declarar-se en bancarrota. Finalment, el 10 de maig del 1837 tots els bancs van deixar de lliurar monedes d'or i argent, fins aleshores l'única reserva solvent. Això va donar nom a l'anomenat *pànic del 1837*. Aquell episodi va anar seguit de cinc anys de crisi.

[Continua a la pàgina 39.]

EL TEMPS



ció, però no foren pas pocs els fotògrafs que el 19 de setembre passat es van apostar, sense èxit, al voltant de la seu de Lehman Brothers en cerca del primer disposat a protagonitzar la imatge de l'any. Ni tampoc no s'ha arribat a l'extrem de la crisi del 1987, que va acabar amb l'assassinat de diversos corredors de borsa a mans de clients colèrics.

Estrès, desorientació, tensió, malestar, desànim, irascibilitat, manca d'estímuls... són les maneres com la crisi econòmica pot traslladar-se a les consultes dels psicòlegs, si bé al Col·legi de Psicòlegs de Catalunya no han detectat cap augment de consultes en relació amb la conjuntura econòmica. "No crec que hi hagi gent que vagi a cal psicòleg i li digui: 'La crisi m'ha deixat fet una coca i necessito ajuda.' No. Però hi ha gent que va a la consulta sense saber que en l'arrel del seu problema hi ha la crisi", explica Quintanilla.

L'impacte psicològic de la crisi resulta més greu quan es manifesta en forma d'acomiadament. Estar sense feina és, en la majoria dels casos, una situació sobrevinguda i no desitjada que pot desestabilitzar psicològicament i emocionalment. Els experts en psicologia de la desocupació recomanen, en aquests casos, prendre mesures que poden fer més suportable el tràmit. Establir per endavant un sou mensual per poder valorar el temps màxim de supervivència si no es troba una altra feina; marcar horaris i objectius diaris; ser realistes a l'hora de pretendre llocs de treball assequibles; o dedicar un temps prudential però no excessiu a la recerca d'una nova ocupació són consells que poden resultar útils.

La por com a argument. La cadència de males notícies als mitjans de comunicació i el descontrol polític i econòmic sobre la crisi van convertint la preocupació social inicial en psicosis col·lectiva. Als Estats Units, i especialment a l'anomenada Amèrica profunda, on el creacionisme bíblic té milers d'adeptes i Lucifer pot sortir de qualsevol cantonada, prenen cos tota mena de teories conspiratives. Per exemple, hi ha qui assegura que a l'epicentre d'aquesta crisi hi ha el fet que George Bush és en realitat un comunista. Per a uns altres, la crisi hipotecària és l'anunci de l'ar-



La confiança dels consumidors és bàsica per a la bona marxa de l'economia.



George Bush, durant el missatge a la nació del 25 de setembre passat, en què demanava suport als ciutadans per al seu pla de rescat del sector financer.

ribada de l'Apocalipsi. La paranoia a l'altre costat de l'Atlàntic és tan gran que recorda l'alarma que, els mesos posteriors a l'11 de setembre del 2001, va produir la tramesa massiva de cartes amb àntrax. Si aleshores les causants del pànic van ser unes diminutes espores enviades per part d'un microbiòleg desequilibrat, ara són uns índexs econòmics desgavellats i intel·ligibles per a la majoria dels mortals. Molta la gent té por de l'economia, o, si més no, molt de respecte.

George Bush ha contribuït de manera intencionada a generar aquest clima. En lloc de mirar de calmar els conciu-

tadans, el president nord-americà ha aprofitat les intervencions per alimentar la por en benefici dels interessos polítics propis. De fet, Bush ha mirat de justificar el seu pla de rescat de les finances nord-americanes davant l'opinió pública amb arguments molt semblants als que ja va fer servir abans de la guerra a l'Afganistan i a l'Iraq. Bush, fins i tot, ha utilitzat la mateixa escenificació: un missatge televisat a la nació en horari de màxima audiència, amb rostre sever i to transcendental. La por pot utilitzar-se com a ressort per a governar, tant si es tracta de terrorisme com d'economia. L'amenaça, que ahir



es va dir Bin Laden, avui rep el nom de crac financer.

Amèrica "pot caure en el pànic financer", va dir Bush, i a continuació dibuixava un panorama apocalíptic: "Molts altres bancs poden caure, fins i tot el de la vostra comunitat. [...] La borsa continuarà caient. Si teniu un negoci o una granja, els bancs no us donaran crèdits i haureu de tancar o vendre; si teniu un pla de pensions, la borsa es desplomará i la pensió se us reduirà; si voleu enviar el fill a la universitat, no hi haurà préstecs; si teniu una hipoteca, el valor de casa vostra s'afonarà." "El vostre país -va concloure- podria patir una llarga i dolorosa recessió. Benvolguts conciutadans, no hauríem permetre que açò passara." I tot seguit demanava el suport ciutadà a un

pla que havia de servir per a redimir els pecats d'un sistema financer desbocat.

Per a Carme Garcia Ribas, que, a més de professora de comunicació estratègica, és autora del llibre *Tengo miedo* (Granica), és "una estratègia de màrqueting polític que fa pudor i és contraproduent", i que té per objectiu "manipular emocionalment la gent, per acovardir-la i paraitzar-la". La por de quedar-se sense feina; de no disposar dels béns que ens agradaria tenir; de no poder subministrar un cert benestar a la família; de no poder anar de vacances; la por de fer visible davant la resta de la societat la nostra fragilitat, aflora en èpoques de xoc econòmic com l'actual. Per a Garcia Ribas, la por en si mateixa no és cap problema, perquè es tracta

d'un sentiment natural de l'ésser humà. Ara bé, quan la por ens paralitza és que passa alguna cosa greu. "En moments de crisi encara és més important saber gestionar la por. I això vol dir ser capaços d'identificar i de diferenciar les pors que genera la nostra fantasia i les autèntiques amenaces", explica. En cas contrari, es crea un "clima de por indefinida" que esdevé el brou de cultiu més propici per a nodrir conspiracions, rumors i desconfiança.

Ara posem-nos a l'altra banda, al costat dels qui s'entesten a veure-ho (o fer veure que ho veuen) tot de manera optimista, com ha fet durant molts mesos el president espanyol, José Luís Rodríguez Zapatero. Per què no és igual de contraproduent llançar missatges alarmistes que diluir la gravetat de la crisi? En aquest sentit, entre les persones consultades, sembla haver-hi un cert consens que els polítics tenen la responsabilitat de ser honestos amb la informació de què disposen i han d'utilitzar les tribunes públiques per transmetre confiança, i evitar tant l'alarmisme com la refiança. "En casos com aquest, els polítics haurien d'estar-se de fer campanya i atacar l'adversari", opina Garcia Ribas. "El seu objectiu hauria de ser el benestar dels ciutadans. Caldria que donessin recursos per a informar correctament de la crisi, perquè sense una bona informació és impossible de destriar les veritables amenaces", addueix.

La crisi com a espectacle mediàtic. El desig de Garcia Ribas, a primera vista plausible, no deixa de ser una quimera. Aquesta crisi ha posat de manifest que l'única cosa previsible de l'economia és la imprevisibilitat. Ni agents de borsa ni banquers ni personalitats del món de les altes finances ni el món acadèmic no van ser capaços de pronosticar ni d'advertir una crisi que no ha deixat canya dreta. De fet, les entitats que fins ara havien estat observades amb reverència i admiració (Lehman Brothers, Bear Stearns...) han estat les primeres a sucumbir al tsunami. Les grans finances, fins ara reservades a gurus d'argot incomprensible i salaris incommensurables, són ara per ara una jungla d'incerteses. Els governs, per una altra part, planifiquen, redissenyen i inventen plans de xoc de dubtosa eficàcia, cosa

que evidencia que la magnitud de la crisi els sobrepassa. El principi d'autoritat inherents als mandataris polítics i econòmics, segons el qual aquells que menys en saben actuen seguint el consell dels qui més en saben, s'ha fet miques, i això fa créixer la sensació de desemparança i vulnerabilitat dels ciutadans. "El ciutadà mitjà rep informació molt contradictòria", explica Jaume Almenara, degà del Col·legi de Psicòlegs de Catalunya, "i això propicia confusió mental i dificultat per a crear expectatives".

La reiteració de notícies vinculades a la crisi tampoc no ajuda a suavitzar el clima de preocupació. La profunditat de la desfeta afavoreix que els mitjans de comunicació centren l'atenció en la crisi i acaben essent víctimes del seu desconcert. L'efecte hipnòtic afecta la informació tant com als ciutadans. Per a Garcia Ribas, tenen un paper fonamental per a entendre l'abast actual del desgavell. Sense informació fiable és impossible de saber quines són les amenaces que veritablement afronta cadascú. "Els mitjans haurien d'informar, formar i entretenir, i crec que molts es limiten a entretenir. El rigor de les audiències ha fet que molts aspectes de la política, l'economia i el medi hagin esdevingut espectacle. I a la crisi li passa això. Caldria un compromís amb el rigor", assegura.

Josep Maria Ureta, redactor en cap d'economia d'*El Periódico*, refusa les crítiques de soca-rel i assegura que quan s'utilitzen termes com *pànic*, *eufòria*... és perquè "l'economia és, al cap i a la fi, una ciència basada en la psicologia". A més, recorda, "nosaltres feia temps que advertíem de l'endeutament de les famílies i ningú no ens va fer cas. I mira ara!". D'una opinió molt semblant és Toni Canyís, responsable d'economia al Telenotícies de TV3 i col·laborador d'EL TEMPS. Segons Canyís, la responsabilitat dels mitjans

**CRISI DE LA
COMPANYIA DE LES
MARS DEL SUD**

1720

Té l'honor d'haver donat carta de naixement al terme *bombolla* especulativa. Tot va començar arran de la necessitat de la Companyia de les Mars del Sud britànica d'aconseguir el monopoli sobre el comerç de les colònies espanyoles a Amèrica. Per a fer-ho, van comprar bons del tresor del govern britànic. Tanmateix, la Companyia de les Mars del Sud es va trobar que els beneficis procedents del comerç no eren tan grans com havia previst. El 1720, el rumor que Espanya acceptaria de liberalitzar el comerç colonial va afavorir l'especulació. Les accions de la companyia van passar de 128 lliures el gener del 1720 a 550 a final de maig. L'augment del valor de les accions va provocar un frenesí especulatiu que el govern britànic va mirar frenar amb la promulgació de la Bubble Act ('acta de la bombolla') que prohibia aquesta mena d'operacions. No va servir de res. Més bombolles van esclatar a Amsterdam i a París i tot plegat va fer afonar les accions fins a 120 lliures. El govern, els bancs i fins Isaac Newton (va perdre-hi 20.000 lliures i va arribar a dir: "Puc predir el moviment dels cossos celestes, però no la bogeria de la gent") van tastar la mel d'aquell ensorrament.

**EL PÀNIC DELS
BANQUERS**

1907

L'anomenat *pànic del 1907*, que va tenir lloc durant l'etapa en què Teodor Roosevelt va ser president dels Estats Units, va succeir per la retirada massiva de diners i la consegüent fallida d'una mena de banc sotmès a poques reglamentacions, que desenvolupaven activitats de fideïcomís (herències, llegats...). Aquests bancs, que rebien el nom de *trusts*, són l'equivalent dels actuals *hedge funds* o fons d'inversió lliure. La crisi va començar al març i va arribar al punt culminant a l'octubre, quan el Tresor nord-americà es va trobar forçat a intervenir-hi -juntament amb un grup de bancs capitanejats per JP Morgan (un dels pocs bancs d'inversió que han sobreviscut a l'actual crisi, al preu de convertir-se en banc comercial)- per rescatar el sistema financer d'un col·lapse imminent. La conseqüència d'aquesta crisi fou la creació, sis anys més tard, de la Reserva Federal, que exerceix de banc central als Estats Units. [Continua a la pàgina 43.]

exigeix de "ser rigorós". "A principi d'any vam fer un reportatge al 30 minuts arran de la crisi immobiliària als Estats Units i vam demanar també a experts, constructors... d'aquí. I tots deien que era impossible que baixaren els preus.

Per aquell reportatge ens va caure una pluja de crítiques i ens van acusar d'intoxicar la gent. Això és com allò dels conte del rei despullat. No podem deixar de donar una notícia perquè a algú no li agradi que la donem".

I mentre els mitjans informen; els polítics es decideixen a fer alguna cosa; els economistes recuperen la moral; i els índexs econòmics continuen en una muntanya russa particular, què ens queda al comú dels mortals? Mantenen la calma i evitar de fer un mal pensament potser és una bona recepta per a encarar la crisi. "Les meues conferències les acabo amb un eslògan -explica Garcia Ribas-: respira i somriu. Si hi ha la possibilitat d'abordar els riscos, endavant; si no, respira i somriu. Perquè, si no pots fer res, no té cap sentit que t'angoixis per allò que pugui passar."

Violeta Tena