ELS ANUNCIS DE LA NOSTRA VIDA

FILOMATIC

Com és ‘gustirrinín’ en català?

Filomatic (1966-1972)

Exultació, joia, delit, alegrança, emoció, fruïció, complaença, delectació, gaudi, gaubança... Imagino paraules que s’hi acostin, que aconsegueixin matisos similars. Passejo pel camp semàntic per on orbita la paraula castellana *gustirrinín*. Però no en trobo cap que s’hi acosti, que acumuli l’eufonia i el joguineig que li són propis. El món de la publicitat, ho sap tothom que en sigui no ja erudit ni coneixedor sinó simplement aficionat, és un univers d’intangibles, d’ombres sovint més eloqüents que les presències, on els detalls puntuen alt. Filomatic, la famosa marca de fulles d’afaitar, serà per sempre més aquell *gustirrinín* que el gran Miguel Gila deixava anar a tots els anuncis de Filomatic entre el 1966 i el 1972.

El pare de la campanya és Lluís Bassat, que encara avui, tants anys i tants èxits després, sempre es posa content quan li demanen que torni a explicar els ets i els uts d’aquella troballa. De totes les marques per a les quals ha treballat, Filomatic és la que té en més estima. “Les grans marques sempre neixen d’un gran producte. No hi ha grans marques de productes dolents”. Potser és aquest el lema més destacat de la trajectòria de Bassat, el que defineix millor la seva manera de treballar, la manera com ha concebut la publicitat, la ideació de les innumerables campanyes que ha imaginat.

Afaitar-te dotze vegades

S’assegurava que et podies afaitar amb les fulles Filomatic deu, dotze, quinze vegades, mentre que les altres fulles només servien per a una afaitada. Més que guillotinar els pèls de la cara, t’acariciava. Quin encert de persuasió, oi? D’aquesta manera, si per accident et tallaves, t’adjudicaves la culpa a tu mateix i a la teva poca traça. Oli en un llum, publicitàriament parlant. És obvi que la campanya no hauria resultat igual de reeixida sense la presència i el carisma de Miguel Gila, que en un dels anuncis t’explicava les virtuts del producte en un rus macarrònic: “*Brakovanavitx gotigrado adrovesna fotovritxia Filomatikov krasna otxitxornia Filomatic*”. Bassat t’ho recita quan vulguis, de memòria i sense pestanyejar. Gillette, per cert, aclaparada per l’èxit del seu competidor, va acabar comprant-lo. ◆

TONI VALL

PERIODISTA