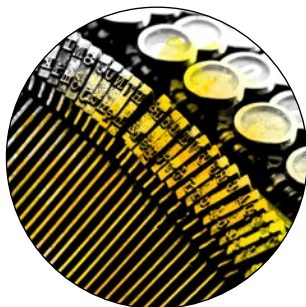


J OAN FUSTER EL MÓN DE CADA DIA

I ALTRES RESTRICCIONS MENTALS

A cura de J. A. Fluixà



• Biblioteca joan fuster •

bromera

A LA RIBERA DEL XÚQUER

FIGURES SOBRE EL PAPER

En un principi, el tema quedà centrat en les *cover-girls*, i, si no m'enganyo, el nom s'aplicava, bàsicament, a les senyoretes d'afable anatomia i més o menys vestides que solen ocupar les portades de les publicacions periòdiques de gran tiratge. Sembla que, per extensió, l'etiqueta ja designa, ara, no solament les protagonistes de *cover* —o siga, de «portada»—, sinó també qualssevol altres cossos femenins especialitzats a exhibir-se en planes de revista, bé en anuncis, bé en seccions d'allò que en diuen «fotos d'art». D'un temps ençà, però, els comentaris comencen a incloure el sector masculí d'aquesta mateixa funció: els *cover-boys*. La publicitat gràfica, sobretot, havia de recórrer necessàriament a cossos d'home, quan li calia fer propaganda de productes destinats al consum d'homes. Una loció *before-shave* o *after-shave*, un nou model de vestit de bany, una marca de mitjons, de camises, de bermudes, de calçotets, no podien ser promocionats sense la presència directa dels seus possibles usuaris. Ben sovint, els anuncis en qüestió descansaven sobre la participació d'una dona atractiva, perquè el criteri que els inspira és que els objectes a vendre —a comprar— constitueixen un irresistible ganxo eròtic. Tanmateix, la cosa havia

d'acabar com ha acabat: en un sistema de *cover-boys*, simètric al de les *cover-girls*. De moment, el material masculí encara no ha arribat a l'extrem d'abundància i d'astúcia que ofereix el femení. La nostra societat, fundada en la supremacia de l'home, manifesta una òbvia preferència per la utilització del cos de la dona a efectes publicitaris. Només molt de tard en tard una manufactura pensada per a les dones és llançada al mercat amb la mediació d'un *spot* o d'un cartell en el qual intervinga un home com a element «atractiu». I si el client previst ha de ser un home, la cosa es prestaria a interpretacions equívokes... Siga com siga, el *cover-boy* tenia el camí fet. L'actor de cine, el cantant de moda, l'esportista eixerit, eren i són habituals a les tapes de revista. La publicitat no havia de fer més que seguir-ne la traça. El problema del decòrum indumentari, aleshores, esdevenia susceptible de ser reduït al mínim, i els lectors –no cal dir les lectores– de *Le Nouvel Observateur*, per exemple, han pogut trobar-se, més d'un cop, amb la imatge d'un xicot *in puris naturalibus* que anunciava roba interior. Aquest ciutadà, un grec anomenat Protopapas, s'hi «ensenyava» amb una posa relativament púdica, però no per això menys estupefaent. Trencat el gel, ja tot és possible. Al costat de les venus, els apol·los: les urgències del negoci ho determinen... El tema, doncs, seria el de les *cover-girls* i el dels *cover-boys* plegats: el d'una modalitat nova, sense precedents històrics potser, de l'explotació del cos humà. Un tema

greu. I en última instància, la seua gravetat no resideix tant en l'impacte damunt el públic, com en l'estrany «ofici» que la situació crea. El «públic», en la pràctica, i malgrat els escarafalls farisaics que pugua esbossar, no s'escandalitza gaire per la quantitat de superfície corporal, femenina o masculina, desproveïda de vestit, que l'obliguen a admirar. El «públic» acostuma a agradar-se d'aquestes contemplacions, encara que no ho confesse. D'altra banda, un qualsevol fragment de platja estival, un espectacle qualsevol de cinematografia o de cabaret, i, és clar, qualsevol museu insigne, li brinden estampes igualment desimboltes, o més. Infinitament més. L'«ofici», en canvi, mereixeria una major i més escrupolosa atenció. Les revistes il·lustrades *more neo-capitalista*, per elles mateixes, «negoci» pur, i per la quantitat d'anuncis que vehiculen, «negoci» doble o triple, van suggerint una professió inèdita: la dels models de fotògraf. Models publicitaris, vull dir. O comercialitzables, en tot cas. Hi ha una gent, senyoretetes cal·lipígies, efebus tendres, *machorros* conspicus, tant se val, que es venen el cos per diners: se'l «venen», o el «lloguen», i tant se val així mateix. La pobra duquessa d'Alba, que es deixà retratar en pèl pel pinzells de Goya, ha estat víctima de sinuoses brometes, sarcàstiques o obscenes per part de molts visitants del Prado. Les i els models de la fotografia publicitària no arriben al grau de negligència que, quant al propi cos, degué mantenir l'aristocràtica model de Goya, però la seua situació

resulta bastant més trista. La presumpta duquessa –era o no era donya Cayetana?– es feia pintar com Goya la pintà, per «raons» privades, gratuïtes i somrients. Les i els models d'avui consenteixen una maniobra similar, fins i tot més discreta, per cèntims. Cobren. Poc o molt, no ho sé: cobren. Cal admetre que la referència a donya Cayetana és capciosa: les duquesses són riques, i els Protopapas, no... Hi ha, avui, una multitud de persones que es guanyen la vida amb l'explotació «visual» del seu cos. I sort si només és visual! Però, en el fons, el tràmit representa una equivalència prou exacta de la... Prostitució?... No soc partidari del vocabulari escolàstic i fiscal, que hem heretat i que fem sense massa justícia. Ara: el cas té un perfil una mica sinistre. Per la paga, més que res. A mi, particularment, no em sap gens greu de trobar-me en una pàgina de *magazine* un cos fora de sèrie, ni que siga per fer l'article d'una pasta dentífrica, d'una fibra sintètica inèdita, d'una beguda alcohòlica cara o barata, d'un detergent. El nostre destí «social» és, ai!, comprar, comprar indefinidament –tant si podem com si no podem–, i sempre serà més agradable que ens hi estimulen d'alguna manera encantadora. Però hem de pensar també en els qui en són l'esca: l'esca del nostre candor. La fugaç mitologia de les *cover-girls*, dels primerencs i prematurs *cover-boys*, i de tota la trepa de *covers*, fa pena. En realitat, tothom fa pena, i seria idiota de pretendre adoptar una actitud puritana respecte a res. Qui gosarà posar en marxa la

proverbial «primera pedra»? Al capdavant, viure és «fer pena» als altres... La singularitat de la gent que ompli amb el seu cos les cobertes i l'interior de les revistes populars –*Play-Boy* i *Le Nouvel Adam* compresos– és que «fa pena» i «fan goig», alhora. És el truc del sistema, o el drama del sistema, una de les moltes, estranyes, inquietants «prostitucions» del sistema...

1968

MÀQUINES PER A PENSAR

Trobe, en una lectura, aquesta definició: «El llibre és una màquina per a pensar». I, d'entrada, em fa gràcia. A mi, realment, mai no se m'hauria acudit d'establir una tal equivalència: «llibre» = «màquina». La idea de «màquina per a pensar», en canvi, potser ja resulta una mica més assequible, perquè les elucubracions de la *fantascienza* ens tenen ben acostumats a qualsevol expectativa, i els progressos de la manufactura humana tendeixen a confirmar-les. Però, de tota manera, ¿què podria ser, al capdavant, una «màquina per a pensar»?... La frase citada era, al seu torn, una citació, i el paper d'on la copie no la comenta ni l'explicita. És possible que per això mateix siga més suggestiva. Sovint, una fórmula com ara aquesta, augmenta en seducció si ens ve oferta fora del seu context originari, aïllada. De fet, ignore què volia dir-hi «exactament» el senyor que confeccionà l'expressió. I, als efectes de passar l'estona —els lectors i jo hi coincidim, ací—, tant se val. Les paraules en qüestió se'ns presenten amb un perfil equívoc, polivalent, que no tenien, sens dubte, en la pàgina on inicialment van ser escrites. La culpa no és nostra. Ens n'aprofitarem, doncs, i hi divagarem pel nostre compte... Per exemple: això de «màquina per a

pensar», en principi, ¿no invita a distingir entre «pensar a mà» i «pensar a màquina»? Ben mirat, el paral·lisme amb les formes del treball material s'hi imposa. «Pensar a mà», naturalment, seria –i me n'excuse, si la correlació sembla irrisòria– una mena d'«artesania», mentre que «pensar a màquina»... Les «màquines», en general, solen tenir una certa mala premsa entre els intel·lectuals, i la inimaginable noció de «pensar a màquina» ha d'horroritzar-los més encara. En el fons, tothom veu l'operació de «pensar» com una «artesania»: feina individuada, creadora, irreductiblement pròpia. ¿I el «llibre»...? La comparança que esbosse no és tan absurda com algú podria creure. Examinem-ho. Hi ha un parell d'aspectes del «llibre», almenys, que permeten de reconèixer-hi la funció de «màquina per a pensar». Un: el llibre pensa pel lector. Vull dir: el lector no ha de pensar perquè ja el llibre pensa per ell. És la hipòtesi del lector incondicional i adhesiu, ingenu o fidel, que busca, i habitualment troba, en els seus llibres «preferits», la «manera de pensar» i fins i tot el «pensament» que necessita. Per a ell, la lectura serà, sobretot, doctrina i autoritat: lliçó. El llibre li ho dona tot ja «pensat»: a punt de pair. Llegeix, i assimila el que llegeix. És molt probable que, després, si pensa, pense «maquinalment». L'altre aspecte a considerar és el caràcter «industrial» del llibre. L'«obra» intel·lectual serà tan «única» i «original» com es vulga, però quan es converteix en llibre «imprès», esdevé un producte més o menys vastament

multiplicat, segons les dimensions del tiratge. En la pràctica, és ja un producte fabricat «en sèrie», i d'això ha de derivar també algun dret d'identificació amb el signe de la «màquina». Per fortuna, en aquest punt. Els detractors de la «màquina» –gairebé sempre vergonyants– n'obliden els bondadosos avantatges, i un d'ells és la difusió del llibre... M'incline a suposar que el sociòleg o el crític literari que ha inventat –si és que això és «inventar»– el concepte «el llibre és una màquina per a pensar», no ha pretès d'encomanar-nos cap recel de cara al llibre. Ell deu ser, fatalment, home de llibres, autor i consumidor: no cal afegir-hi res més. Siga com siga, hi ha una nova «accepció» de la seua troballa que convé precisar. El «llibre-màquina-per-a-pensar» és, en definitiva, la missió del llibre. «Màquina», ací, hauria de ser sinònim d'«instrument». Podem pensar sense llibres, evidentment. Milions i milions, increïbles quantitats de milions de persones, han passat per la superfície d'aquest planeta sense tenir contacte amb els llibres, i han «pensat» tant com han sabut. Avui mateix, encara n'hi ha no pocs milions, i continuarà havent-n'hi en el futur. No solament hem de computar-hi els analfabets, sinó també els alfabetitzats que no acostumen a llegir o que, si llegeixen, no és precisament «per pensar». Fins i tot cabria invocar algun cas de «pensador» autèntic i vigorós, que ha «pensat» a partir d'una biblioteca insignificant. Però és indiscutible que el llibre –l'escrit, en primer terme: abans, i molt més, prodigiosament molt

més, després de Gutenberg— constitueix una eina «per a pensar». Insubstituïble. El llibre, al cap i a la fi, ha de complir aquesta missió primera: l'estímul a pensar. Si no «ens fa pensar», ¿quin interès tindrà un llibre? No cal dir-ho: un llibre que no «fa pensar» no és ja un llibre; és un barbitúric, una pessigolla o un xiclet. Cada dia surten de les impremtes milers de quintars mètrics de paper editorial, en format de «llibre». No ens n'hem pas d'enganyar: no es tracta de «llibres». No són «màquines per a pensar», sinó barbitúrics, pessigolles i xiclets. El «llibre» de debò planteja problemes, informa de problemes, intenta exposar solucions a problemes. En la mesura que s'avé a ser vehicle de problemes, és «instrument», «màquina», que «fa pensar»... Hi ha lectors per a tot, sí. Tanmateix, llegir «per no pensar», «per estalviar-se de pensar», no és llegir. És una altra cosa, que encara no té nom... I que conste que, quan parle de «pensar», no em referisc a cap aptitud heroica o conspícua: no tracte de fomentar vocacions d'Aristòtils, de Descartes, de Keynes o de Gramscis. Tant de bo hi foren. Però no és això. Basta que el lector siga un simple lector, un ciutadà anònim, vulgar i corrent, gris. I que «pense». En termes d'eficàcia col·lectiva, potser és més útil, més important, que abunden les multituds que «pensen». El llibre és la seua «màquina» —el seu instrument. «Per a pensar» sobre el Vietnam o sobre les dificultats de l'agricultura, sobre la fissió nuclear o sobre la poesia lírica, sobre els faraons antics i mo-

derns o sobre l'engranatge del sexe, sobre la revolució o sobre la reacció, sobre les malalties o sobre la salut, sobre *l'être* o sobre *le néant*, sobre un mateix, el llibre fa el servei bàsic, elemental i enèrgic, d'obligar-nos-hi i d'ajudar-nos-hi. No existeix res, de moment, que pugui substituir-lo en aquest exercici. ¿«Màquina»? Sí. O no. Com vostès vulguen...

1969