

El forat del pany del món

FERRAN MONEGAL

És molt probable que si aquella bestiota que es deia Neró hagués tingut una tele al seu abast no hauria hagut de cremar Roma per poder experimentar sensacions fortes i excitants. Amb Julián Lago o Nieves Herrero s'hauria trobat a gust i la ciutat s'hauria salvat. Ve't aquí, doncs, la cabdal importància de la tele: descoberta una mica abans, el curs de la història hauria canviat.

La veritat és que la tele és un dels invents bàsics de la humanitat. Des del meu punt de vista, molt superior a la màquina de vapor o la telefonia i equiparable a la invenció del llit, la roda i l'electricitat.

Per a les comunitats rupestres i silvestres, per a la bona gent de camp i de bosc, de pastura i d'aviram, l'arribada de la televisió ha significat un alliberament fonamental. Sovint des de posicions intel·lectualitzades, des de la foscor dels cervells malaltissos, carregats de manies, es defensa una actitud distant i àcida respecte al fenomen televisiu. Són gent que no està contenta amb si mateixa, gent que demana a la minúscula pantalla que els tregui de la foscor i els il·lumini; però com que estan de tornada de tot, els defrauda.

És molt usual veure gent aparentment assenyada que volen que la tele els proporcioni aquells cursos de la facultat que els falten, o que els cinèfils li demanin a tothora pel·lícules de Bergman o d'aquell suís de parla francesa, feixuc i despietat, que es diu Alain Tanner; o que fins i tot els bons ecologistes es queixin que no puguin veure sempre les facècies del

submarinista Jacques-Yves Cousteau o les batalles heròiques de Greenpeace. Són segments de població il·lustrada que difícilment es poden acontentar.

La gent de pagès, en canvi, celebra la televisió perquè li acosta una realitat que sempre li havia estat escamotejada. Pot ser molt bucòlic filosofar sobre la puresa de la muntanya, sobre la vida de conreu, neta i no contaminada, des d'un baret de Sarrià, prenent un cafè irlandès asseguts en una banqueteta dissenyada per Mariscal. Però qui, per força, s'ha de passar la vida al costat d'una cabra, que maleeix la naturalesa perquè hi ha sequera quan ha de ploure i pedrega quan convé que escampi, hi troba un aixopluc en la tele, una il·lusió que alguns diran que és falsa, però que en realitat porta fins a aquell mas, fins a aquell indret perdut de la muntanya, tot el món, tot el globus terraquí: des de les cuixes de Norma Duval o el pitram de Marta Sánchez, fins l'atemptat contra el candidat Colossio a la presidència mexicana, o la guerra del Golf o les matances salvatges a l'ex-Iugoslàvia.

No cal, si voleu, anar tan lluny. A les grans concentracions urbanes, hi ha immenses bosses de ciutadans que disfruten veient la tele quan –després d'una jornada de treball plena d'insatisfaccions, bronques i *jefes* malparits i ganduls– arriben a casa. No costa quasi cap diner aquest cataplasma relaxant que ens permet seguir l'evolució del món, veure una pel·lícula, seguir un concurs, trempar amb el Barça o fins i tot escalfar la bragueta seguint Jean-Patrick Narcisso i les seves cosines que surten en pilota picada. Només s'ha de prémer un botonet del comandament a distància i seure a la butaca. És ben barat.

Observeu, doncs, el caràcter de finestral que té la tele i no li demaneu coses estranyes. És com quan sortiu al balcó i passegeu la mirada per tota la vida que pel vostre carrer de

barri passa; com quan veieu realitats que us agraden, com la velleta que passa pel pas de vianants amb una bosseta de cigrons i un parell d'arengades de casco que acaba de comprar a la plaça; i com quan veieu també realitats que no us agraden, com ara l'automòbil que, sortint, rabent, de la cantonada, amb un foll al volant, envesteix la velleta i la factura a l'altre barri però deixa incomprendiblement intactes les arengades. Així, doncs, la tele és també el balconet de la humanitat, inhumana a vegades.

La tele no és el substitut de res. És senzillament la vida que passa, amb grandeses i misèries, amb rialles i ploralles.

Se li comencen a veure les banyes

Fet aquest preàmbul reivindicatiu de la tele com a forat del pany del món, que alguna cosa pot anar mirant sense modificar el que passa, cal reflexionar com aquest invent de l'ésser humà es transforma, molt més que en una eina, en una arma.

Sense perdre la bondat creativa, comunicativa i alliberadora abans esmentada, a la televisió, se li comencen a veure ara, com als dimonis disfressats de pastorets, les banyes.

Els primers a adonar-se'n han estat els publicitaris. Aquesta gent no està per romanços i va comprendre de seguida que era una meravella poder entrar cada dia a casa nostra sense haver de picar a la porta. Han fet i estan fent veritables filigranes amb productes que no valen res; al cap de pocs dies, però, aquests productes ja ens agraden. És com una màgia. A tall d'exemple, us en posaré un que potser recordareu. Un executiu d'una empresa publicitària es va adonar de la immensa capacitat de seducció que podia tenir qualsevol cosa que sortís per la pantalla, i amb una supèrbia incommensurable va imaginar que fins i tot podria crear una síndrome d'abstinència col·lectiva a

partir d'un producte que no existia i que no havia provat mai ningú. Es va inventar, doncs, el nom d'un nou vi de taula, el va embolicar d'una manera ben llampant i durant una setmana ens va bombardejar el cervell a domicili. El resultat va ser fantàstic: la gent anava al «super» i demanava aquest vi que no existia. El publicista en qüestió va crear un estat de necessitat a partir d'una enganyifa, és a dir, va esborrar la frontera divisòria entre la il·lusió i la realitat. Per dir-ho d'una manera pedant, va aconseguir la hipnosi col·lectiva perfecta sense adormir ningú. Al contrari, amb el personal ben despert, mirant la tele. Naturalment, després el xicot només va haver d'anar a les cooperatives vinícoles de les diverses comarques del país i proposar-los d'embotellar vi amb el nom ja ben arrelat en la societat. Era igual que un litre d'aquest vi comprat a La Bisbal fos de gust, mena i color completament diferent d'un altre litre comprat a Mequinensa. Tots dos tenien en comú el nom, l'etiqueta i el vidre de la botella. Per entendre'n, en un tancar i obrir d'ulls va engegar a fer punyetes anys i anys de profunds estudis sòcio-lingüístics i les teories sobre el significat i el significat del pobre Ferdinand de Saussure.

Immediatament, els pocs éssers humans que en aquest món detenen realment el poder, els innominables de la fe i els quartos, això és, la religió i la banca, es van adonar que l'invent era, més que prometedor, fonamental i fantàstic. I no el van deixar escapar.

L'home del comandament a distància

Si voleu, agafarem l'últim exemple del nervi d'aquesta màgia que trasbalsa els cors i els cervells humans i provoca canvis espectaculars en hàbits, costums i maneres de pensar. A Itàlia, hi ha un paio anomenat Silvio Berlusconi que acaba de

guanyar d'una manera aclaparadora les eleccions generals simplement pujant al terrat amb un vídeo i un comandament a distància. Aquest home singular ha fet pols en un instant segles d'història d'ideologia i partitocràcia. Fa tres mesos era un empresari multinacional que construïa habitatges, comprava clubs de futbol i posseïa diverses cadenes de televisió en les quals feia sortir un tendre personal amb *taparrabos*. Això és, feia amb mitjans àudio-visuals allò que, fa molts anys, ja havia fet el senyor Matias Colsada al Paral·lel amb uns mitjans més humils: *chicas alegres, buen humor i... marchando!* Doncs bé, avui, quan aquestes línies surtin a la llum, és molt probable que Berlusconi sigui ja president d'Itàlia i, si no és així, serà un dels que remenaran les cireres en la coalició governant. Sense cap corpus doctrinari a la manera clàssica, sense un partit consolidat, sense una àmplia base militant que li faci de coixí i el projecti com a líder, com aquell qui diu, en pilotes i sortint de la dutxa, s'ha ficat el país a la butxaca. Com s'ho ha fet? Doncs exactament com s'ho va fer l'executiu de qui parlàvem més amunt, el qual va obrar el miracle que la gent demanés un vi que no existia: utilitzant la tele i fent que la gent somniés desperta, cadascú a casa seva. Més que mai, els versos de Foix es fan realitat: «És quan dormo que hi veig clar...».

Agafar-se-la amb paper de fumar

Un cop entès aquest concepte armat de la televisió, giny de guerra més poderós que la bomba atòmica o la bomba H, la resta són cosetes sense importància. Ara està de moda agafar-se-la amb paper de fumar quan es parla dels *reality shows*, de la tele-basura, de la tele-caca. I n'hi ha que s'emboliquen amb aquesta xarxa inofensiva i despotropiquen perquè el pobre Julián Lago ens treu *chochitos* espavilats com Antonia dell'Ate o com

Bienvenida Pérez Blanco, que ens expliquen –com abans ens explicaven els dos grans Vittorio de la història del cinema, De Sica i Gassman– les trapelleries dels cacauets que busquen la càlida humanitat d’una vagina per calmar-se. N’hi ha d’altres que s’emprenyen perquè Paco Lobatón ens fa plorar cercant persones desconegudes, o perquè Nieves Herrero ens porta a casa el cas del metge de La Puebla de Alfindén a la consulta del qual va anar una dona per dir-li que tenia mal d’orella; per curar-l’hi, el metge li va fer un tacte per la part de dintre de les calces i la dona en va sortir cridant «¡Viva España!», com el famós acadèmic. Home, no fotem! Això és glòria comparat amb el que ens preparen. Tot el que, a l’amic Lobatón, se li pot dir és que vagi amb compte amb els que desapareixen per pròpia iniciativa, amb els que de sobte tenen un punt de lucidesa i diuen a la companya: «Baixo a comprar tabac, ara torno». Actituds herèdiques com aquesta, que només es poden donar en esperits molt tossuts i coratjosos, s’han de respectar. Hi estem d’acord. Però, en general, tota aquesta salsa no és res més que un allioli inofensiu que emmascara el cadàver que ens volen fer menjar: un conill que no és conill, que és gat mesquer, i això sí que ens pot emmetzinar.

Peter Pan i el Capità Garfi

54 Jo no vull que m’entrin cada dia a casa ensenyant-me en directe la guerra del Golf, com si els americans fossin Peter Pan i Saddam Hussein el Capità Garfi. El fòsfor del cervell humà necessita altres oxígens, potser igualment contaminats, però que en la seva diversificada procedència farien possible que les coses anessin fent el seu propi xup-xup mental i traguessin la impressió que, esbrinant d’ací i d’allà, podien arribar a formar una opinió pròpiament humana.

Podríem omplir moltes pàgines analitzant no ja les cadenes de televisió estrangeres, com ara la CNN, sinó les que tenim al nostre país en la vessant estrictament informativa. Els genèricament anomenats «telediarios», siguin de la cadena estatal, siguin de canal autonòmic o, fins i tot, de les emissores privades, fan meravelles en els moments clau. Les més evidents són les que fan quan s'acosten les pre-campanyes i campanyes electorals. Una mena de personatges equilibristes s'instal·len a les parrilles de les antenes, als terrats, i ens fan combregar amb rodes de molí. És veritat que fan servir encara recursos molt gruixuts i que li van fotent pel broc gros; però el personal, tot i aquesta grolleria mal girbada, s'ho empassa. Encara que més d'un ensenyi l'orella, la tasca televisiva qualla. Imagineu-vos, doncs, quan el nivell vagi pujant i els qui controlen el mitjà –ara nou i encara ignorant de les seves infinites possibilitats– el tinguin ben apamat: faran miracles.

No és pas que això no hagi passat ja, i passi, en la premsa escrita o en la ràdio. Però la capacitat d'enlluernament que provoca la tele és tan fantàstica que els altres mitjans queden una mica com les sobralles del festí, com les engrunes que cauen de la taula.

Quan ara es parla de la nova pedra filosofal, el grup multi-mèdia, això de «multi» és per dir alguna cosa. En realitat, es tracta de lligar ben lligat un bon feix televisiu i, com a les bones costellades, el que compta es el cadàver animal, no la amanida que l'acompanya. Així doncs, la lletra es va fent vella i se l'ha d'ajudar amb un bastó –és a dir, se l'ha d'apuntalar– com es fa amb els avis, quan el gest, la imatge, arrassa i guanya índexs d'audiència.

Hi ha tota una tasca introductòria, persistent, que ja comença a la infància. Per si l'atractiu que per si mateix té la

petita pantalla no fos prou, a la mainada se li fa tastar ben aviat, en forma de programes infantils, aquesta mona de Pasqua. I com els agrada! La síndrome d'abstinència és una demostració palpable de la força amb la qual la tele ha entrat en les petites persones humanes. Proveu-ho a casa, amb els vostres fills, amb els vostres germanets: prohibiu-los de mirar la tele i ja veureu el sidral que s'organitza. Això vol dir que la llavor s'ha sembrat bé.

Quan espàvem a les mosses a la platja

Però seria injust i aberrant creure que, en general, la tele és com una disciplinada companyia de GEOS, o com els homes de Harrelson, que a toc de xiulet es dirigeixen com un sol cos allà on els manen. No hi hem arribat a això, encara. No discuteixo que els poderosos voldrien que la tele fos així. Tenen a favor seu la pròpia idiosincràsia del mitjà: la força i els diners. Un escriptor boig i marginal, tancat a la penombra de casa seva, pot escriure oportunes animalades, pot posar en qüestió el sistema, i no costa gaire que trobi un altre ésser ensimismat, anomenat editor, posi a la venda el fruit del seu treball amb quatre quartos i en faci una tirada de deu mil exemplars. És fàcil, doncs, d'explicar el que passa. Però aquesta mateixa facilitat fa que el seu ressò social sigui més aviat feble: deu mil exemplars que s'han d'anar a comprar, un per un, a les llibreries, davant de set o vuit milions d'espectadors de qualsevol programa de la tele que es sintonitza de franc des de casa. Es acollonidor només de pensar-ho. Curiosament, les noves tècniques, els nous invents, s'alien sempre amb els poderosos a causa de la seva complexitat tècnica i, per tant, monetària. Una cadena de televisió, un simple programa, necessita una inversió tan important que només la poden fer els

éssers arrelats als poders clàssics esmentats més amunt. Empresaris plens de solitud i artesanía no tindran lloc en aquesta nova ordenació televisiva. De fet, tota la xarxa de satèl·lits i de concentracions encadenades que es prepara, actua en aquest sentit: no deixar que un mitjà tan poderós pugui ser utilitzat per qualsevol heretge que capgiri l'ordre establert, o que, si convé capgirar-lo, l'intenti apuntalar. Segons els peti.

Aquest és el problema, i alhora la gràcia. Quan de petits espíavem pel forat del pany a les mosses que es despullaven a les casetes de bany de la platja, vèiem només el que passava en l'horitzontal del foradet. És a dir, dintre d'aquella gàbia hi podien estar passant coses fantàstiques de les quals nosaltres només teníem la visió d'un centímetre quadrat. I si donava la casualitat que tot passava als costadets de la barraca, crèiem que no passava res, quan en realitat passava tot. Amb la tele, doncs, essent el forat del pany del món, ens passa el mateix que amb les casetes de la platja: veiem una realitat que pot estar perfectament falsejada, i nosaltres, tan contents, creiem que el que hem vist és el que passa.

No sembla que el futur s'escrigui en el sentit de fer més forats a la carcassa, a fi de deixar-la com un formatge de Gruyère i de veure la realitat des de tots els angles. Tot indica que anem cap a la concentració: un únic forat per a les coses amb les quals no convé que el personal hi jugui gaire i, després, si voleu, molts canalets plens de trapelleries per a les coses sense importància.

Potser sí que hauríem de tornar a la tendra amiatat de les cabres.