

## **“Lo popular” i la dèria de la contemporaneïtat**

Bienve Moya

L'aparat propagandístic dels mitjans de comunicació controlats per les grans corporacions mediàtiques promouen de continu el consum compulsiu de revisions modernitzants al servei de l'anomenada indústria de l'oci i tenen el seu fi en originar contínuament productes de consum immediat, productes que necessàriament hagin de caducar. Fora contradictori que unes empreses dedicades a “manufacturar” imaginari, ginys, modes, formes i maneres per donar solució a la suposada “necessitat” d'oci immediat, oferissin als seus productes perdurables o simplement de llarga durada. És de tota lògica que, pel contrari, aquestes empreses “facin inventar” contínuament novetats fugaces, modernitats i originalitats efímeres. En aquests valors de contínua revisió i curta temporalitat resideix l'èxit de la empresa. Els cal, doncs, a aquestes empreses difondre una filosofia que convenci de la bondat freturosa de les novetats, i la perversitat que significa la perdurabilitat dels productes de “tota la vida”. En la divulgació d'aquesta filosofia del consum compulsiu resideix la base de seu l'èxit comercial.

En les últimes dècades de finals de segle, aquest estat d'opinió aparentment avançat, ha estat divulgat a cor que vols, per l'aparat propagandístic a que ens hem referit. Divulgació interessada que, al meu parer, ha contaminat forces sectors de les arts plàstiques, de les arts visuals, i també, paradoxalment, s'ha introduït en espais que en principi s'haurien de considerar-se resistents a aquesta evangelització consumista modernitzadora, em refereixo a les activitats, artístiques i festives, anomenades tradicionals.

Avui és comú que una part dels participants en aquesta mena d'activitats tradicionals, en un moment ho altra es preguntin, i en facin motiu de debat (cosa que els honora) si l'activitat que duen a terme és prou moderna, i contemporània. I el dubte em neix, a mi, de pensar si els valors amb que, molt honestament, pretenen comparar-se per qüestionar-se la seva modernitat i contemporanietat, no deuen ser precisament els que s'han detallat al principi, els quals, insistim, tan sols es basen en una iniciativa comercial consumista i uniformitzadora feta passar per ideologia moderna? De totes maneres no són només els participants d'aquestes activitats qui polemitzen la seva pròpia activitat, sinó que en el qüestionament hi participen antropòlegs, etnòlegs, artistes, polítics, etc.

Per quina raó, però, em pregunto, caldria enfrontar (pensar que pot haver-hi una contradicció irreconciliable entre ells) qualsevol producte dels anomenats tradicionals (també el pessebrisme) amb la

contemporaneïtat i amb la modernitat? De qualsevol diccionari extraurem que contemporaneïtat és senzillament l'existència en un mateix moment de varies coses: idees, fets, objectes, persones. Sembla, doncs un abús conceptual qüestionar que les produccions tradicionals hagin de ser contradictòries amb la contemporaneïtat: si una producció tradicional continua existint, sembla de tota lògica que és contemporània a una altre amb la categoria que se li vulgui classificar. A més, mentre que la producció tradicional té demostrada la seva eficàcia (només em refereixo a l'eficàcia no pas a la qualitat, que sempre estarà en funció de la capacitat i genialitat del creador), al producte nou li caldrà esdevenir tradicional per demostrar-la. Insisteixo, la contemporaneïtat no és cap valor considerable, és un simple estat casual.

Em guardaré molt d'assegurar que una fira de pessebres pot esdevenir un motiu d'atracció turística per a una ciutat. Però voldria apuntar dues consideracions: a/ el museu del Louvre no conté res que sigui avui ens sigui contemporani, i no em diran que no és un gran motiu d'atracció de forasters per a París. b/ la representació de la passió d'Esparreguera tampoc es basa precisament en un relat contemporani, ni la seva posada en escena dedica un excessiu esforç a utilitzar els recursos dramaturgics de teatre "modern", però és evidentment un gran motiu d'atracció de forasters per a la vila d'Esparreguera.

Que tenen, doncs, aquestes dues produccions, que sense basar-se en la contemporaneïtat ni la modernitat, en els dos casos són d'una demostrada eficàcia. Doncs passa que (amb les degudes distàncies) ambdues produccions es basen en la qualitat del producte. La qualitat del producte que s'hi exposa en un cas, i representa en l'altre, els fa moderns i actuals, i contemporanis dels habitants del planeta terra a principis del segle XXI.

I per aquests camí anem a parar al vell anunciat: només hi ha una dues menes de productes artístics (o de moviments societaris), els bons i els dolents. El bo (que no es tracta d'estil sinó de qualitat) sempre és modern, avançat i crida l'atenció perquè es capaç de reflectir qualsevol contemporaneïtat. Ara bé, la qüestió és qui, i sota quina autoritat, ens arrisquem a qualificar i destriar i encara patrocinar la qualitat, i refusar la poca o nula qualitat d'un producte? Però, d'altra banda, una actitud assenyada ens il·lustra que qualsevol manifestació on no s'ha acceptat el risc d'utilitzar la qualitat com element definidor, tard o d'hora es paga amb l'atur de l'activitat o l'entrada en un conflicte del qual se'n sol sortir amb gran mancança per l'esdeveniment.

Bienve Moya