

L'«after-crack»

Entre l'endevinalla i la premonició, els mitjans de comunicació americans juguen ja de fa mesos a imaginar com serà el «seu» món després de l'intuïda «gran crisi» de 1989.

R. Aymerich i Fúlvia Nicolàs

Tornaran els *yuppies* de debò, adictes als diners de plàstic, les *Adidas* de luxe i les emocions *light*, a fer bondat després del primer avís de crisi a Wall Street? Diaris, novel·les, pel·lícules i cançons especulen ja de fa temps, allà a la metròpoli, sobre què passaria si l'anunciada gran crisi del 89 resultés no ser una broma. És la cultura de l'*after-crack*, encara només un joc divertit entre l'endevinalla i la premonició.

Ningú no dubta, però, que ha acabat l'era de l'*easy money*. Punt final a l'economia fàcil, el regnat del crèdit i la pela llarga, doncs. Els economistes ho avisaven de fa estona, però ara, que sembla que pot anar de bo, ni el *body building* ni el millor dentista evitaran, a la cinquena avinguda, la tremolor de ventres ni l'espetec de dents.

La tarda del 19 d'octubre els teletips d'agències confirmaven allò que tothom s'esperava. L'última Setmana Tràgica de Wall Street acabava amb una davallada de 508,32 punts a la borsa de Nova York. Mentre el fantasma del crac del 29 tornava a planar sobre la societat americana, més d'un somriure quirúrgicament irreprotxable esdevenia ganyota sense remei.

La notícia, sigui quina sigui la profunditat dels seus efectes sobre l'economia americana, marca el principi de la fi de l'era Reagan. Per primera vegada en la història del seu mandat, quan el president —amb cara de no entendre res però de tenir-ho tot molt clar— explicava davant les càmeres de televisió que no calia exagerar, i que l'economia anava perfectament bé, els americans començaren a pensar que potser tocava posar-se a buscar un altre sector. I una nova ètica, de pas.

Reagan, sembla, ha estat vençut pels seus propis arguments. Els d'un sensacionalisme periodístic àvid de catàstrofes. Allò que ha fet arrufar el nas dels economistes oficials no ha estat tant la victòria, tardana i moral, dels hereus de Galbraith, com tota la col·lecció de «gurus» metodistes —com Ravi Batra, autor de *La Gran Depressió de 1990*,



Reagan fa cara de no entendre res, mentre els símbols més flagrants de la seva era se'n vénen a terra.



best-seller de la temporada— i pensadors de províncies que no tenen altra cosa en comú que una encomiable capacitat per a produir llibres de l'estil d'*El pànic del 89*, *El deute nacional* o *Sang als carrers*, pura tremolor de consum.

Però han estat els mitjans de comunicació, sempre atents als canvis en la sensibilitat cultural, els que han decretat la mort dels *furious eighties*, els furiosos vuitanta dels diners fàcils. La indústria cinematogràfica ja té a punt un parell de pel·lícules que en parlen. *Wall Street*, d'Oliver Stone, voldria ser una denúncia —amb aire quasi documental— de la corrupció que regna a les altes finances de Nova York, on, com tothom recorda quan trona, no hi ha un pam de net. L'altra, *Big Business*, si bé amb els mètodes i les intencions habituals a la Factoria Disney, d'on ha sortit, també ve a dir allò que la cursa per l'èxit acaba portant sense remei a la follia. El penediment, diuen, sempre segueix els excessos.

Ambdues històries no passen, sembla, de ser la versió moralista i comercial —més comercial, diguem-ne— d'un ampli corrent crític i realista que sembla haver-se apoderat del cinema independent o quasi independent americana. Jim Jarmush —*Strangers than*

Fardor

NOVETATS en LLIBRES

<p>edicions 62 s a</p> <p>COOPERATIVISME Albert Pérez-Baró L'Escorpí/Idees, 65. 96 pàgines. Un recull indispensable per als interessats en el cooperativisme o en qualsevol forma d'economia humanitzada, escrit pel millor especialista sobre el tema del nostre país.</p>	<p> Editorial Laia</p> <p>PISTOLES FARCIDES DE PLOM Marcel Miralles Col·lecció El nus, núm. 67. 132 pàgines. Un trencacolls d'espionatge internacional que s'enceta en un restaurant francès, continua amb un grapat d'incidents fidels a la tradició de les novel·les de ladres i serenos, i es desenvolupa i culmina amb un clímax de suspens.</p>
<p>Edicions BROMERA</p> <p>FESTA Mètode de Pre-escritura Equip de Mestres del C.P. L'Alcocera 57 fitxes que, seguint una metodologia atractiva i efectiva, procuren al xiquet un començament segur i gratificant del procés escriptor.</p>	<p>EDITORIAL EMPÚRIES</p> <p>INCIDENTS Roland Barthes. Traducció de Biel Mesquida. Col. Tros de Paper, 26. El llibre pòstum d'un dels més grans escriptors francesos de postguerra: Un diari personal patètic i «escandalós».</p>
<p> GREGAL LLIBRES consorci d'editors valencians s.a.</p> <p>COTÓ EN PÈL Sòcio-naturals 4t. d'EGB, cicle mitjà Col·lectiu Cavanilles Il·lustracions: Antoni Laveda</p>	<p> LA GALERA, S. A., EDITORIAL</p> <p>CRONOS Novel·les del segle XX per a la butxaca de la gent jove. Volums d'11 x 18 cm. Enquadernació rústica plastificada. 16 títols publicats.</p>
<p> EDITORIAL TRES I QUATRE</p> <p>FUNCIÓ DE GALA Rodolf Sirera Col·lecció Teatre, 18 Una història d'amor i aventures, d'assassinats polítics i d'intriga, dins la millor tradició del vodevil.</p>	<p> curial</p> <p>DICCIONARI ETIMOLÒGIC I COMPLEMENTARI DE LA LLENGUA CATALANA Vol. 7 (R-SOF) Joan Coromines.</p>
<p> ENCICLOPÈDIA CATALANA</p> <p>DICCIONARI JURIDIC CATALA Un volum de 14 x 21, 480 pàgines De venda a llibreries. «Els diccionaris de l'Enciclopèdia».</p>	<p> edicions del bullent</p> <p>IN ARTICULO MORTIS Víctor Mansanet. Col·lecció 13/19 núm. 4. Novel·la urbana i negra.</p>

Paradise, Down by law—, David Byrne —*True Stories*— o els germans Cohen —*Arizona baby*— mostren l'altra cara del somni reaganià, l'Amèrica que s'ha anat covant a l'esquena del triomfalisme i de l'èxit oficial. També tiren de la mateixa veta els narradors del *Dirty realism*, d'arrels llunyanes i comercialitat immediata. L'Amèrica de la nova misèria urbana, de les autopistes i benzineres solitàries, dels drames sòrdids en campaments de *mobil homes* i de paisatges abandonats, per on s'arrossegueu personatges individualistes i desesperançats, tot tractant d'arreplegar alguna cosa d'aquells valors tradicionals que s'havien començat a perdre de vista.

Una Amèrica —ells en diuen així, si més no— que cada vegada els sona més propera a uns ciutadans cada volta més convençuts que ni «Ollie» North podrà fer-los recuperar els estalvis invertits en borsa, ni els tornarà un lloc de treball, una subvenció o una assegurança d'atur ben improbable.

Si el militarisme i la rambomania comencen a batre's en retirada —sobretot ara que la croada del Golf Pèrsic amenaça allargassar-se— tampoc no es pot dir que l'altre emblema de l'època, els *yuppies*, n'hagin sortit massa millor parats. Paradigma de l'èxit, els *yuppies* de Nova York i les seves versions menys reeixides de comarques, a la perifèria, han vist com trontollava la seva confiança després de fer-se d'or en els últims cinc anys. On i com es vendran els flamants Rolex d'or que porten com a emblema de classe és un dels temes predilectes de les bromes que fan ara els vells agents de Wall Street, sempre escèptics sobre aquells nadons de l'economia fàcil que semblaven anar a menjar-se el món i que tant han fet trobar i ploure a la perifèria.

Ara els comencen a venir mal dades i no són cap secret els problemes que esperen a aquests imitadors del Mickey Rourke de *Nou setmanes i mitja* que s'han anat empenyorant fins a les cel·les per tal d'acomodar-se l'àtic a Harlem —el nou barri de moda, sobretot cap als seus límits—, pagar el cotxe últim model, les ratlles reglamentàries de coca, el gimnàs i la sauna, i la bona roba europea, amanida amb detalls de disseny decadent a la *fin-de-siècle*. L'empresa Salomon Bros, una de les més sòlides en el camp de la inversió, ha enviat ja a les oficines d'ocupació prop de sis-cents exemplars de jove emprenedor, encara ahir imbatiblement optimista.

Però, per si de cas la modernitat se sent desorientada i no sap com fer-s'ho



Els imitadors del Micky Rourke de «9 setmanes i mitja» comencen a tenir-ho difícil.

per arribar sense models a fi de segle, els *media* no han trigat massa a parar atenció en una nova figura social, els *achiever*. Això, que podria traduir-se com *realitzats*, ja estaria més d'acord amb els temps que corren, perquè, sense perdre encara un bon pes a la butxaca, comencen a tenir escrúpols morals i intueixen, ja, una mena d'ètica de l'*after-crack*. *Yuppies* reciclats amb afany culturalistes i morals, «progres» consumistes de cultura d'èlit amb un sermó ètic ben preparat. I disposats, a

més, a entendre uns fills que s'han apuntat a la moda *neobolxevic*, l'estètica de la granota de mecànic i el puny clos, amb alguna que altra nota futurista a la Marinetti i la cara de Lenin als calçotets importats de Londres.

Adolescents i no tant, que connecten amb l'estètica visual de l'apocalipsi postindustrial: un abocador de pantalles d'ordinador, cintes magnètiques, aparells de vídeo i la resta d'enginyers d'ús de la modernitat, sembla que en franca crisi. Uns quants obrers negres

alçant el puny des d'una mena de gatge llardós —vegeu l'últim clip de Boy George— completen el panorama.

Per als menys selectes, o potser més arrauxats, pugem les accions de *chicanos* i altres minories ètniques —els grans magatzems amplien a correu la secció de discos ètnics. *La Bamba*, èxit de la temporada, no vindrà sola. També ha vingut, de moment, la moda de les patilles poblades, els texans brodats i llampants, la bota campera i d'altres elements típics del *look chicano*, que ara ja no sembla ser considerat, per les èlits culturals, tan xava com abans. Això sí: una mica depurat. Com les falces i els martells, els estels rojos i les figures dels líders soviètics, ja de mesos ençà als més selectes aparadors de moda i col·locades sobre les peces més inversemblants. El constructivisme en la vessant estètica, torna a ser moda. Una de les més modernes firmes de disseny angleses —de les més cares, per tant— porta el nom de *Workers for Freedom (Treballadors per la llibertat)*, i sembla que, també als Estats Units, ser o dir-se «roig» comença a ser més aviat ben vist en àmbits elegants. Potser no tan ben vist, però també de pujada, va alguna mena de *hippisme* de nou encuny, amb floretes i retorn a la naturalesa inclosos, entre l'ecologisme de luxe i els encants més romàntics dels eixelebrats seixanta, no sense un deix individualista, entotsolat.

Suzanne Vega, la cantant del moment, no va gaire més enllà, en la forma, d'arribar a una Joan Baez de segona fila, intimista i desesperançada, però tot i ser anunciada com a sùmmum de la més moderna modernitat. També els grups de roc i ex-pop, en diverses gradacions, han anat en els darrers mesos tibant de la veta protestatària, amb més freqüència i radicalisme verbal que mai. El perfeccionisme, la línia freda i el sentiment *light* avorriren ja en quasi tots els àmbits, amb gran il·lusió dels aficionats a les decaències.

Podria ser només una moda. Ja s'ha vist, però, que tot sovint es comença creient-se el que es diu més que dient el que es creu, i el *look* de l'*after-crack*, d'estètica entre bigarrada i atrotinada, intensa i un tant catastrofista, podria acabar sent la premonició d'alguna cosa. L'era de la prosperitat caurà, si més no, per avorriment, i no està de més, encara que sigui per si de cas, anar excitant-se amb marros com el de la nova misèria urbana. Els *yuppies*, tan netets i primmirats, començaven a fer fàstic. □