

El retorn del gust burgès

Els gourmets d'una crisi

Davant la crisi, l'individu benestant tria la seguretat del conegut abans que la incertesa de la novetat. S'atrinxera darrere la moderació grisa dels principis burgesos i bandeja l'extravagància avantguardista. Aquest individu és el "neoburgès".

Com si es tracta d'un record d'infància, o d'un vent d'altres temps, retornen amb força els valors d'ordre, tradició i harmonia, signes d'identitat d'una burgesia que fou amplament superada en el transcurs dels anys 80. Dècada, per cert, en què es respiraren aires d'optimisme i d'auge; d'eufòria col·lectiva, de color en la moda i d'aventura en les finances. Fets que s'han vist, ara, diluïts, al llarg d'un 1993 desconcertat i desconcertant, en la vaguetat d'un trastorn generalitzat, el qual, encara avui, no deixa veure la seua fi.

Davant un fenomen d'aquest caire, el jove universitari o el que acaba d'incorporar-se a la vida activa i la població de mitjana edat, diguem-ne benestants, es refugien, decididament en uns esquemes ben coneguts i amb reminiscències d'un passat que recorden, certament nostàlgics. S'atrinxeren darrere un aburgesament descontextualitzat i, sens dubte, anacrònic, però que s'oposa als capricis d'una societat en crisi de valors. Un aburgesament que sona a autenticitat i a original, enmig del *high-tech* o de l'elasticitat de la roba elaborada amb lycra i altres atreviments d'una postmodernitat incontestablement frívola. Un aburgesament que vol ser elitista, purista al capdavall, i que predica una renovació del conjunt social a tots els nivells. I aquest canvi de formes, provoca, de mica en mica, la mutació substancial del comportament dels seus incondicionals.

Tot i tenir elements de base que l'identifiquen com a tal, aquesta nova burgesia es defineix majoritàriament, de cara al gran públic, a través d'una imatge de moderació i discreció amb una certa tendència clàssica; i a través d'un presumpte distanciament de l'efimeritat i lleugeresa de la moda, crea al seu voltant una aurèola de distinció.

Però aquest fenomen que es va estenent



ràpidament per tot Europa cobra a nivell polític la dimensió hegemònica d'una dreta moderada que triomfa dins la demarcació del nostre continent. L'èxit generalitzat d'aquesta opció política, o millor, d'aquesta actitud de moderació, s'ha d'entendre com l'acceptació per part de la societat

d'un missatge raonable i desproveït d'il·lusions; i com l'emergència de noves aspiracions condicionades per la realitat de la situació actual. Però també com la caiguda definitiva d'un socialisme dessubstanciat dins una Europa que, ara com ara, no ofereix gaires garanties.

Potser el cas de l'estat espanyol és lleugerament diferent. Els 40 anys de dictadura franquista, encara presents en el pensament col·lectiu, provoquen una certa reticència entre la població a abonar una posició que es declara obertament de dreta. Dreta moderna, però dreta, al cap i a la fi. L'augment notori del Partit Popular, i sobretot, la clara victòria al País Valencià i a les Balears i, en menor grau, al Principat, el dia 6 de juny, en són una prova ben simptomàtica.

En aquest sentit, l'adhesió als principis burgesos, alliberats de la càrrega de classe, no respon a conviccions filosòfiques,

d'una col·lectivitat rural en un corpus de caràcter industrial. I tot perquè va actuar com una classe emprenedora, compromesa en l'economia i les finances assumint els riscos que comporta invertir. El neoburgès, en canvi, hereta únicament l'epidermis d'aquesta classe: és a dir, aquell aspecte de comoditat, de "salut", de benestar, en definitiva. L'epicentre de la seua filosofia és el plaer: satisfer les necessitats primeres que per a ell són menjar bé, viure bé, especialment, de manera estable en un lloc càlid i acollidor.

¿L'àmbit laboral? És una feina. Un lloc

El neoburgès reflecteix un *modus vivendi*, i, especialment, una manera garantida de sobreviure. No es nodreix d'utopies, perquè ja no s'estila. Tracta de preservar allò que posseeix en un estat més o menys pur i que encara no ha estat contagiats pel mal endèmic d'aquest lustre. Acumula en ell mateix totes les desil·lusions que s'han anat forjant al llarg de la dècada anterior. Tampoc no entén ni el panorama internacional ni la situació econòmica ni la impotència científica en la lluita contra la sida, que és la pesta dels nostres dies. I, ¿què me'n diuen, del creixement incontrolat de l'atur? Tem, de la mateixa manera, l'augment de la violència i la inseguretat ciutadana. Ha perdut les referències contra les quals va lluitar en un moment del seu passat, però que avui, vist l'estat de difuminació ideològica, li manquen. No clama en el desert, milita en les files d'una indiferència pel dret a l'aïllament en els metres quadrats del seu espai privat, acondiciat a tall de refugi. No hi manca cap detall, ni cap element que permeta de distanciar-se d'aquella situació insana, mantenint-ne alhora el contacte: televisió, ràdio, ordinador, modem, fax, etc. Han passat els temps d'ostentar i és preferible esborrar-se. Ara, els automòbils Turbo o els vestits d'una extravagància sublim deixen pas a la grisor de la discreció i la distància. Distanciar-se és distingir-se, diuen, i aquest és el seu lema.

El neoburgès no accepta la moda, que, com que és massa efímera, ha caigut únicament en novetat, sense cap altre sentit. I el màrqueting ja no enganya; la publicitat, per la seua banda, viu hores de deficiència i el mercat del consum desborda de productes atractius de qualitat mediocre. En aquest escenari en què regna el *trompe-l'œil* barroc, el neoburgès, més assenyat, se sent desplaçat o, fins i tot, en el pitjor dels casos, estafat. Per aquesta raó busca de tornar als seus orígens que es vesteixen de qualificatius com ara "vertader", "sincer" o "autèntic". I, com qualsevol moviment que naix d'una contestació de l'anterior, aquesta trilogia significa el refús dels valors –si és que existeixen– de l'estil precedent.

Però el retorn als principis burgesos quant a higiene de vida respon a una necessitat de seguretat de l'individu perdut enmig d'un maremàgnum social. Curiosament, quan el divorci ha estat admès i normalitzat com un acte de desunió sense cap més transcendència, o quan viure en parella sense haver rebut el vist-i-plau

sinó que més aviat es presenta com una resposta "pre-fabricada" ja per generacions anteriors a la manca de valors de finals de la dècada anterior. Tanmateix cal remarcar que la burgesia original representà en el seu moment el motor d'una societat, el factor de transformació

segur, ben remunerat i amb el prestigi que li pertoca. El neoburgès no és aventurer; la seua feina no és una finalitat, sinó un mitjà que li permetrà d'evadir-se, com més millor, d'una societat que, des de la seua òptica, pateix d'una malaltia degenerativa.



de l'església o del jutjat és a l'ordre del dia, s'imposa de manera notòria la unitat familiar, entesa des d'una dimensió amb color tradicional. El nucli familiar esdevé un nucli de resistència, de solidaritat social en el qual els fills romanen més temps a casa dels progenitors per tal de poder continuar els estudis esquivant problemes econòmics reals. O per por d'afrontar l'atur, que fa dia a dia i de manera indiscriminada més i més adeptes. O, també per comoditat: perquè viure amb els pares significa, a més d'estalviar-se el lloguer d'un pis, tenir el menjar a punt en arribar a casa, o els pantalons nets a l'armari. I, concretament, a través d'aquesta actitud conformista del fill, la unitat familiar retroba la seua raó de ser, que s'havia anat esborrant en el transcurs de les dues darreres dècades. Una raó de ser modelada i actualitzada, en la qual el fill gaudeix d'unes llibertats que no es donaven en el passat, però que són les pròpies dels nostres dies i que li permeten, per tant, d'entrar i eixir de casa a l'hora desitjada. ¿Què més vol?

DOS TONS D'UN MATEIX GRIS

Potser és massa agosarat trobar semblances en dos extrems suposadament antagònics. Però el neoburgès s'aïlla de la societat o almenys no hi participa com a ciutadà compromès; redescobreix el bagul de família i aquells elements i valors que avui s'han esborrat en favor d'altres interessos; fa un pas enrere a la recerca d'una felicitat viscuda, ara com ara absent. Paral·lelament, el jove *grunge*, aquell que s'amaga sota la roba usada dels anys de joventut dels seus pares, reacciona d'una manera molt similar. Tots dos busquen una realitat més saludable; tots dos tenen en ment un moment passat en què la vida era més fàcil i ordenada, en què cada cosa tenia el seu lloc. Tots dos fugen d'aquesta amalgama informe, d'aquesta manca de referències i d'aparent llibertat sota la qual es camufla una intenció mediatitzant. No s'identifiquen amb una societat a la baixa que no els ofereix res a canvi. Prefereixen aleshores desaparèixer sota la inexpressivitat d'una grisor, exempta de responsabilitats i de càrregues imposades pel medi en què subsisteixen. La diferència és que un, el jove *grunge*, pel fet de trobar-se més directament amenaçat per la crisi laboral —entre altres— renega de tot i, angoixat, opta per una fugida cap a la decadència, reflex del seu entorn. El neoburgès, contràriament, prefereix el retrocés, en-



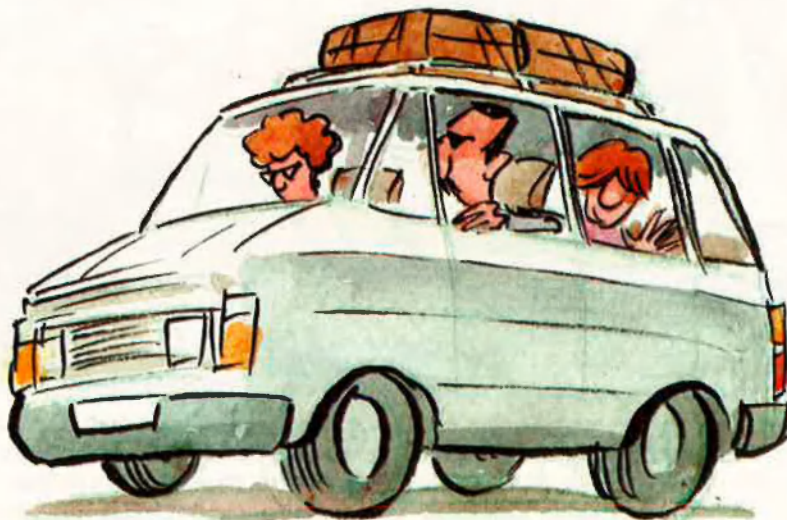
voltar-se d'elements del passat o no, però almenys fabricats amb materials "nobles", els quals recorden l'autenticitat de la seua infància. No per això, el neoburgès s'identifica amb un aspecte *retro*; simplement refusa les imitacions en pro de l'autenticitat de materials, formes i maneres de viure. Raó per la qual, des de fa uns anys, diferents sectors del mercat del consum, com ara el mobiliari, l'automòbil o la moda han anat adaptant les seues línies a les noves preferències d'aquesta clientela.

PETIT REPERTORI DE LA NOVA BURGÉSIA

Mobiliari i objectes de la llar. La fus-

ta torna. Ressuscita després d'un lapse en què acer, vidre, alumini, metacrilat i altres resultats de la química, de tots colors, eren la nota postmoderna en l'ambientació de la llar. No vol dir això que la fusta s'haguera deixat d'utilitzar, no. Es combinava amb la resta de materials, però camuflada sota capes de laca blanca i, preferentment, negra. Ara, l'han rescatada de sota la pintura. Torna a exhibir aquell to natural, autèntic, i que confeireix a l'habitatge la calidesa que havia tingut en un passat. La fredor metàl·lica o química dels materials esmentats s'ha reservat per a ambients més impersonals. I aquesta és l'actitud de Roche-Bobois, que s'ha inclinat aquests últims temps per la fabricació d'un moble d'estil antic, vist l'augment de la demanda en el mercat de consum. I també d'Habitat, que pretén retrobar l'aspecte acollidor de la llar del passat. De capital francès, aquesta cadena de comerços per a la llar i l'interiorisme, proposa articles en què predomina la fusta, en les seues diferents versions, per a qualsevol racó de la casa. Segueix fidel a aquest vessant "natural" en la resta de productes, la qual cosa fa que acabe recreant una atmosfera amb alguns tocs rurals. El cotó natural per a tovalloles, llençols o draps de cuina, lliços o estampats amb quadres combina amb el vímet de les cadires, cistelles o paneres i dona les darreres pinzellades a aquesta decoració d'interior.

Automòbils. Des de fa algun temps, proliferen els tot terreny que permeten l'escapada, almenys en somnis, d'una civilització que, ara com ara, s'ha fet difi-



cil de suportar. Però aquest gènere de vehicle ha vist nàixer, arreu d'Europa, un nou competidor: els automòbils unifamiliars, vehicles que responen a les noves necessitats d'una família reagrupada, refeta després d'un moment d'emancipació "precoç" dels fills. A primera vista, diries que és una furgoneta, amb pretensions aerodinàmiques. Però es tracta més aviat d'un híbrid: un giny amb les prestacions i el motor de cotxe, diesel o gasolina, que asseguren als passatgers comoditat i rapidesa en els desplaçaments. De la furgoneta té un espai interior generós i una habitabilitat. A Europa, la primera a ser construïda i, també, a cobrar molts adeptes, fou la Renault *Espace*. Les firmes americanes Chrysler i Pontiac també van presentar els seus models homòlegs a l'altra banda de l'oceà. La Chrysler *Voyager* conjugava bellesa i comoditat en un espai bastant més ampli que el de la seua rival francesa. Fa uns mesos, la marca nipona Nissan llançava al mercat la *Serena*, el vehicle més menut d'aquesta gamma, però que no per això deixa de ser interessant. Però, del parc mòbil, allò que més atrau el neoburgès és la qualitat del producte. La velocitat, segons com, queda relegada a un segon terme, contra detalls de l'estil de l'entapissat de cuir o del tauler de comandament xapat de fusta que confeixen al vehicle un posat gairebé britànic. La marca britànica Austin, per cert, ha ressuscitat l'encant del Mini amb el característic color verd fosc i la corresponent dosi de cuir i de fusta per a fer-ne, d'aquest model concret, el *Woodbury*, una rèplica del model original del 1959.

Moda. L'extravagància i altres subtileses del *prêt-à-porter* s'han vist seriosament amenaçades pel retorn d'un estil més confortable, en què la comoditat és el principi bàsic. De línia discreta, el vestuari del nou burgès predica elegància i feina ben feta. I això significa un disseny i un acabament que aquests darrers anys s'havien vist bandejats per l'obsessió del color o de la forma d'una butxaca. Ara en canvi, s'aposta per un producte de qualitat en el qual entren en joc, oblidats ja els teixits sintètics i acrí-

lics, una gamma de matèries naturals com el llenç, la seda o el caixmir. Uns materials que adopta l'alta costura per als seus dissenys, però que igualment penetren amb força en el mercat de la moda assequible. Des de noms o marques amb un cert refinament —Armani— a firmes centrades en un públic majoritari, més jove, com és el cas de Naf-Naf o Mango, que per a aquesta temporada de primavera estiu, llança un catàleg de productes fabricats amb teixits naturals, tots s'inclinen per la versió "natural" del vestir. To-

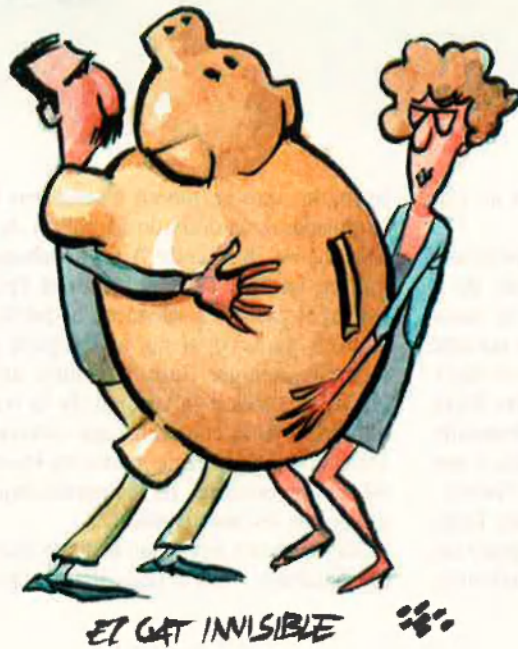
tes, les firmes elitistes i les més populars, aposten per una línia suposadament senzilla, uns models bàsics, aparentment irrelevants que, a primera vista, passen desapercebuts. Un *look*, en definitiva, poc cridaner i que és el signe distintiu del burgès del nostre temps.

Assegurar-se el futur.

És una reacció lògica a un panorama de crisi que l'individu de la societat occidental s'assegure un futur, preserve la seua economia i prepare la vellesa. En aquests darrers anys, la proliferació de plans de pensions i plans de jubilació són ja una assignatura pendent de qui vol passar per neoburgès. Però aquestes planificacions a llarg terme capten cada vegada un públic

més i més jove, previsor i que tem un esdevenidor que s'anuncia incert. Un públic que s'aferra a allò que li proporciona un mínim de seguretat, a allò que coneix. Un públic que, certament, més s'estima conservar que no innovar.

Però corren temps de recessió econòmica i invertir s'ha convertit en un joc d'atzar. El nou burgès opta aleshores per conservar intacte el seu patrimoni en comptes de posar-lo a mercè dels alts i baixos de les finances. Els sistemes d'estalvis i la mentalitat economitadora es posen de nou a l'ordre del dia. No obstant això, l'increment dels SICAV, carteres de valors híbrides que contenen una part fixa com ara obligacions, i una de variable, les accions, és un fenomen que guanya cada dia més adeptes. El perquè: el SICAV permet d'invertir i conservar alhora una part de seguretat proporcionada per les obligacions. És, per dir-ho





d'alguna manera, una activitat de risc controlat.

Vacances. Fora dels circuits turístics i turistitzats que aglutinen el gruix de la demanda d'agències de viatges, va emergint un turisme alternatiu. Un turisme que, a més de proposar, per als més desafiadors, activitats esportives a l'aire lliure, presenta igualment, per als més tranquils, la possibilitat d'estades en granges o masies. Un retrobament amb una Natura i amb un món rural que, poc o molt, l'individu de mitjana edat va poder conèixer, aleshores intactes, en la seua infantesa.

Les cases rurals, que es lloguen amb família o sense, i que tenen cabuda per a 4 a 8 persones, ofereixen la tranquil·litat del medi rural, que difícilment es pot aconseguir a través d'operadors turístics. Tot i que a la resta d'Europa aquesta opció turística ha proliferat amb èxit, en les nostres demarcacions no existeix encara una reglamentació específica aplicada a aquest nou estil turístic.

A certs punts del Principat o d'Eivissa, es poden llogar cases rurals i masies. I al País Valencià, l'ITVA (Institut de Turisme Valencià) de la Generalitat abona actualment alguns projectes, elitistes sens dubte: dos petits hotels de luxe i amb places

limitades que permeten d'assaborir les exquisideses naturals de Morella i de la Tinença de Benifassà. Això no obstant, gairebé un 80% de la població de l'estat espanyol passa les vacances al poble, a casa els pares; o, si no, a la segona residència, sempre lluny del nucli urbà. Unes vacances a la recerca de la tranquil·litat i de la comoditat que ofereix la residència pròpia i que manca en les instal·lacions hoteleres de les paradisíaques platges de les mars tropicals.

Des de fa uns anys, han tornat a nàixer els balnearis com a llocs de descans i

liaritat, tranquil·la i discreta de la seua terra, que el colorit exuberant dels països exòtics.

Música. La música clàssica s'ha vist reconsiderada pel neoburgès que, segons com, i en quines circumstàncies, es diu melòman. Aquest estil, alguns pensaran que és desfasat, però, a diferència de les produccions actuals, la música clàssica ha perviscut al llarg de segles. Música atemporal, que supera llargament les traves diacròniques i que no està subjecta, en l'actualitat, als signes d'una moda.

Potser sí que hi va estar en un moment donat del passat, quan va sorgir com a producte del seu temps, però ara, a les acaballes del segle XX, ha esdevingut part del patrimoni cultural de la humanitat. Més minoritària, la música de cambra també es ressitua en el panorama de la música. Els gustos han canviat i l'augment de la clàssica és considerable. Relaxant, la viola de gamba de l'igualadí Jordi Savall, amb la interpretació i direcció de la música de la pel·lícula *Tous les matins du monde*, conquesta els ambients discogràfics francesos: més de 300.000 són els exemplars venuts del disc que porta el mateix nom que el film.



Eliseu T. Climent