



“Obviar la cultura porqueria és aïllar-se de la realitat”

Jordi Costa

(Barcelona, 1966)

és l'artífex d'un dels èxits expositius de la temporada, la mostra sobre cultura porqueria que fins el 31 d'agost s'exhibeix al CCCB.

Expert en l'estudi de l'univers porqueria, Costa descobreix per què ens pot agradar una mala pel·lícula, una mala cançó o un mal quadre. Un intent d'explicar, amb molta ironia i tocs de sociologia, la fascinació per allò que no toca.

No hi ha ningú. És Jordi Costa, que estiga fora de l'abast de la porqueria. Començant pel menjar, els contractes laborals, el llenguatge dels mòbils... Tot és porqueria. I, és clar, la cultura no sols no n'ha quedat exempta, sinó que capitalitza bona part de les seues conseqüències. Però el de la cultura porqueria no és, ni de lluny, un fenomen recent relacionat amb la televisió o els *culebrones*, sinó que des de molt abans que aparegueren Dínio i companyia a les petites pantalles, la cultura porqueria ja captivava molta gent. I encara ho fa, convertint en fascinants pel·lícules mal fetes, rostres grotescos, cançons desafinades i quadres monstruosos. Conceixedor a fons de tot aquest món de la cultura porqueria (ha publicat recentment el llibre *Vida mostrenca*), Costa ha convertit el Centre de Cultura Contemporània de Barcelona (CCCB), amb l'exposició “Cultura porqueria. Una espeleologia del gust”, en un excel·lent aparador de porqueria que reivindica el gust per les aberracions. Una aberració que comença amb els populars *freakshows* de principis del segle XX, on s'exhibien, davant de la fascinació del públic, monstres humans.

—No li sembla una mica pervers, tot això? Gent fascinada per éssers humans desfigurats, telespectadors captivats per les gràcies o desgràcies afectives d'una colla de *freaks* televisius...

—Pot semblar-ho, però al mateix temps és saludable. Diguem que en aquesta mirada de l'espectador cap al monstre es pot donar fins i tot una

torna d'atenció. El resultat és un procés d'admiració per la diferència. En el cas dels *freakshows* de principis del segle XX, es produeix en alguns d'aquells monstres un procés d'autoafirmació. Per a ells era una peculiar experiència de l'estrellat.

—Es a partir d'aquestes fires de monstres que comença el que avui dia s'anomena la cultura porqueria?

—Sí més no, és a partir d'aquí quan naix una mena d'atracció per allò lleig i quan aquestes fires esdevenen una vertadera indústria de l'espectacle, fins i tot amb un *star system* consolidat de *freaks*. Tot això, després, es desplaçarà cap a una atracció per l'art lleig, cap a unes estètiques que no són les que estableixen els cànons. Quan això esdevé un fenomen cultural, cap als anys 60, com a conseqüència de la contracultura, l'espectador esdevé l'autèntic protagonista, i és ell qui decideix atorgar a un determinat fenomen o obra d'art la categoria de cultura porqueria.

—És el que ha passat amb les pel·lícules d'Ed Wood, no?

—Efectivament. Quan ell feia les seves pel·lícules, esperava fer bones pel·lícules. Però li sortien malament. I no va ser fins uns anys després que els espectadors es van fascinar, precisament perquè ho feia tan malament.

—I dins d'aquesta fascinació per allò lleig, com s'explica que les obres d'art produïdes per assassins en sèrie siguin objecte de culte per a part de la societat?

—Doncs per la mateixa atracció pel monstre. Hi ha gent que porta aques-

**“Hotel Glam’
és una corrupció
de la cultura
porqueria. Però
això no vol dir que
sigui un símptoma
apocalíptic, sinó
que en realitat
compleix una
funció higiènica
si l’espectador
sap utilitzar-lo”**

ta atracció no sols a allò mal fet tècnicament, sinó a allò moralment atroç. I aquí entra aquest mercat, que és completament pervers i subterrani però que existeix. La cultura porqueria és una estratègia per a incomodar que no sempre ha de ser macabra i perversa, tot i que de vegades ho és.

—Això vol dir que qualsevol cosa és susceptible de convertir-se en cultura escombraria?

—No, ni de bon tros. Primer, perquè és l’espectador qui té l’última paraula, i segon, perquè tot producte porqueria ha de complir unes certes condicions d’intensitat, irrepetibilitat i genuïtat. A més, i això és potser el més important, els creadors de la cultura porqueria no són conscients que creen cultura porqueria. En realitat, no volen fer-ne.

—Vol dir que *Crónicas marcianas* no és conscient de crear cultura porqueria?

—És que en televisió el mecanisme espontani d’un creador de cultura porqueria desapareix, perquè sempre hi ha la figura d’un presentador que fa de filtre entre el creador i l’espectador. I per això mateix, perquè hi ha aquest filtre, la cultura porqueria televisiva perd la innocència i conver-

teix l’espectador en un element passiu, consumidor de porqueria generada incessantment.

—A pesar d’això, l’espectador també impulsa fenòmens de culte a través de la televisió.

—El que passa és que la relació entre la televisió i l’espectador és complexa. Pot passar que aquest tipus de programes porqueria perdin el respecte a l’espectador, però també pot passar que l’espectador aconsegueixi conèixer en aquesta situació i fins i tot arribi a detectar els seus propis fetitxes. I en última instància, i això és molt important, l’espectador fins i tot pot arribar a venjar-se de la televisió.

—Com?

—Doncs extirpant trossos de teletextos i penjant-los a Internet. D’aquesta manera, per exemple, es poden posar en evidència els moments ridículs i manipuladors de la cobertura informativa de la guerra de l’Iraq.

—L’èxit de públic i de crítica de l’exposició del CCCB reflecteix d’alguna manera que comencen a desaparèixer els complexos per reconèixer el gust cap a aquest tipus de cultura?

—Sí, i de fet aquest és un dels objectius de l’exposició: superar certs prejudicis i sentiments de culpa.

—Tot i que l’exposició tampoc no deixa de banda els perills que això amaga...

—És clar que, sobretot la televisió, fa un mal ús de la cultura porqueria, quan converteix les coses imperfectes, mal fetes i mal acabades en el seu discurs institucional. No obstant això, la cultura porqueria està tan present en el nostre dia a dia que obviar-la és aïllar-se de la realitat. L’actitud positiva és intentar ser crític, però permeable.

—Jose María Aznar, si més no, no ho entén així. Què li semblen les crítiques del president espanyol cap a la televisió escombraria?

—Com a mínim, em sembla pintoresc, perquè, possiblement sense saber-ho, Aznar és un gran generador de cultura porqueria.

—Entre la cultura *freak* de fa cent anys i la d’ara hi ha un bon tros. Què és el que ha canviat fonamentalment?

—Doncs el terme mateix. Al principi, els *freaks* eren aquesta mena de

persones-monstre que s’exhibien als circs. Després, cap als seixanta, comunitats com la hippy, per exemple, es van apropiat de la paraula per afirmar-se, per deixar clar que no volien formar part de la societat establerta. A partir d’aquí, el terme ha ampliat el seu significat i avui dia s’utilitza constantment, per parlar d’un amic allunyat, per exemple. Fins i tot pot arribar a tenir un component entranyable.

—Qui creu que és el personatge més *freak* actualment?

—Uf! [S’ho pensa molt.] No sabria dir cap nom... Bé, n’hi ha un que té bastants números per convertir-se en l’ésser més extravagant que ha saltat a la popularitat: Pocholo.

—Qui li sembla més representant de la cultura porqueria, Pocholo Martínez-Bordiú o Ed Wood?

—Són dos modalitats molt diferents. Per a mi és més representatiu Ed Wood, perquè és una vertadera joia. En la seva figura es dona tot: era absolutament transgressor per a la moral de la seva època. I a banda, transvestit i extravagant. Tot un element! I al mateix temps creia en el seu talent i en la seva capacitat per fer gran cinema, tot i que no li va sortir molt bé perquè ha passat a la història com el pitjor director. No obstant això, ha tingut molta influència en altres directors que són tan poc representatius de la cultura porqueria com David Lynch. Pocholo... Pocholo és diferent. Ell és, també sense adonar-se’n, una mena de *performer* que la televisió aprofita per fer espectacle.

—Fins a quin punt aquests personatges són conscients que són *freaks*?

—Això és difícil de saber. Uns no ho saben i altres se n’adonen i es dediquen a explotar conscientment aquesta faceta.

—Se n’aprofiten?

—No exactament, però sí que és veritat que es produeix una curiosa suma de comportaments en què a la innocència s’afegeix la perversió d’adonar-se que allò que fa gràcia és precisament aquesta extravagància. I en aquest sentit hi ha casos molt interessants. Per exemple, Raphael, un artis-

ta d'èxit que sempre ha tingut el seu públic natural i de sobte s'adona que els seus gestos, el seu amanerament provoca certa gràcia i decideix exagerar-ho encara més. Fins i tot més que els seus imitadors.

—I aquesta consciència no empobreix el resultat final?

—Quan hi ha vertadera fusta porqueria, no.

—Quina relació es pot establir entre l'èxit de personatges com Raphael o Tamara i el món gai, que els ha convertit en autèntics fetitxes de la seua pròpia cultura?

—Tot això té a veure amb la creació dels fenòmens de culte. No es tracta de supervendes, sinó de gent que necessita ser legitimada a través d'una sofisticada operació que consisteix a convertir-se en fetitxe gràcies a un reduït grup d'espectadors que ho interpreten i en gaudeixen a la seva manera a través d'una mena de codis privats i propis. Aquí, la cultura homosexual, que durant molts anys ha estat una cultura de gueto, ha après a desenvolupar aquesta creació de religions estètiques i de mitologies privades. Podríem dir que els homosexuals tenen una mena de radar molt afinat per llegir entre línies i per veure coses que teòricament no hi són. Aquesta capacitat tan sofisticada per crear figures de culte, crec, és paradigmàtica.

—Tamara és, potser, el cas més clar.

—Efectivament, perquè la comunitat homosexual va decidir convertir-la en una icona de la modernitat. Sense això, avui dia Tamara no seria nin-gú.

—Programes com *Hotel Glam*, *Gran Hermano* i *Operación triunfo* són tots cultura porqueria?

—Són casos completament diferents... *Gran Hermano* té a veure amb la difusió de la intimitat com a espectacle, fent creure a l'espectador una realitat que és pura manipulació; *Operación triunfo* parteix de la creació artificial d'estrelles i és un d'aquests programes que converteixen tot allò que teòricament hauria de ser una experiència real en un simulacre. I *Hotel Glam*... Aquest sí que és típicament porqueria, però fet des de la



"En el futur podem arribar a veure espectacles d'una impudícia absoluta, més que ara, o, si fem cas de la llei del pèndol, veurem una televisió cultural molt seriosa i pudorosa."

premeditació i la intel·ligència dels seus creadors. L'espectacle, aquí, parteix de la distància que separa el que els hostes creuen que els passa (per a ells és un honor participar-hi) i el que l'espectador percep, que és com una mena de camp de concentració.

—Crec que ells no són conscients que la gent se'n riu?

—Jo crec que allò que Dinio i Tamara tenen al cap no té molt a veure amb el que els espectadors pensen. Ells viuen en el seu propi món feliç.

—Després de *Crónicas marcianas* o *Hotel Glam*, quin és el pas següent?

—Poden passar dues coses: que es produeixi una fugida endavant cap a allò grotesc, amb la qual cosa podem arribar a veure espectacles d'una impudícia absoluta, més que ara; o, si hem de fer cas a la llei del pèndol, ens espera un futur d'una televisió cultural molt seriosa i molt pudorosa.

—La societat en què vivim es mereix aquest tipus de cultura?

—No és qüestió de merèixer o desmerèixer. És simplement una conseqüència de la saturació cultural i creativa. Ara estem en un moment en què la perfecció i la creació estan a l'abast de molta gent. Hi ha tallers de

perfeccionament musical, de creació literària, de tècniques pictòriques, de guions, etc. I precisament tanta perfecció acaba creant una necessitat d'imperfecció. Per això dic que no és que aquesta societat es mereixi la cultura porqueria, sinó que quan vivim envoltats de perfecció, la cultura porqueria sorgeix com una mena de reacció.

—Quines conclusions trau després de tots aquests anys dedicat a l'estudi de la cultura porqueria?

—Que no és més que un símptoma d'alguna cosa. I que, com tots els fenòmens, no és ni positiu ni negatiu. Per exemple, *Hotel Glam* és fruit d'una corrupció del fenomen de la cultura porqueria. Però això no vol dir que sigui un símptoma apocalíptic, sinó que és un programa que compleix una funció higiènica si l'espectador sap utilitzar-lo.

—Higiènica?

—Sí, si serveix per alliberar-nos de tensions, si ens permet gaudir del plaer de veure patir o de riure'ns de persones grotesques. Ara bé, sempre en petites dosis.

Rosanna Melià