

cosa, però: són aquesta gent els qui han aconseguit inculcar a la societat que menjar i beure bé no és exclusiu de dretans, carques o burgesos. Agraïment en aquest sentit.

El 1917 la difosa esperança de l'home passava per Moscou. Després va passant per Pekin, Praga, Belgrad, L'Havana. Avui, a la vista de tot això, la fe revolucionària s'ha quedat sense models concrets i potser per això triomfa la matèria més important de totes, la que esdevé pròpia còrpora i que podem pensar, mesurar, flairar, palpar. Del que és a l'abast d'un servidor, gosaria dir que la cosa moderna arrenca amb Simeon, i em deixo expressament Rabelais perquè no acabàriem. L'inspector Maigret és un gourmet de primera línia i madame Maigret una cuinera d'excepció. L'exemple —si l'exemple és aquest i podria ser que sí— ha fet escola, Maigret ha excitat glàndules salivals arreu: als herois de la crònica urbana, al propi James Bond (en quasi totes les pel·lícules demana Dom Pérignon), als detectius de sèries televisives, a inspectors gallecs, i al gran Nero Wolfe —entre molts altres, és clar.

No sé si lamentar-ho o no, però em veig obligat a admetre que avui desvetlla més bufera un llobarro amb moixernons que les teories d'Enrich Fromm sobre el tenir o l'ésser; ho constato a cada moment en un lloc on passo més d'un terç de la meua quotidianitat. Perdonin, encara una consideració «ad hoc», però aquest paper ha d'acabar forçosament així: qui ha menjat una polarda a la crema en un restaurant dels volts de Lyon, cuinada per una àvia del país, en parla com si l'arcàngel Gabriel l'hagués besat a les parpelles, en aquell temps que encara circulaven bones notícies en aquest món miserable.

BARCELÓ I MARISCAL

Sebastià Goday

Del 5 al 22 d'abril de 1914, Paul Klee, August Macke i Louis Moillet viatjaren a Tunísia i Kairuan. Per a Paul Klee aquest curt viatge fou una autèntica revelació artística constatada per tots els seus biògrafs i exegetes, i palesada per Klee en un canvi radical en la seva trajectòria (passà del dibuix a la pintura) i, a més, produí un munt d'aquarelles.

Any 1988. Al llarg de sis mesos, en Miquel Barceló de Felanitx i en Mariscal de València viatgen a Mali (capital: Bamako). El seu èxode fou anunciat escrupolosament per tots els mitjans de comunicació. El retorn a la seva vida quotidiana ha estat esplendorós; una ovació sense precedents, una preciositat publicitària.

Anem a pams. En M. Barceló i el seu «staff» (o és ell, només, part d'un «staff»?) presenta a Barcelona (galeria Dau al Set d'en Salvador Riera de Breda): «Barceló in Mali», recull d'una quarantena de «gouches» i un parell de llibres bloc (perdó, vull dir quaderns o apunts de viatge). De fet, obra menor que dona peu a un dels més grans desplegaments publicitaris mai coneguts a Barcelona. TVs, ràdios, diaris, revistes, crítics... tothom rendit, atropelladament, davant de la figura llegendària —ja— d'en Barceló. I jo em demano: és, són aquells «gouches» un prodigi de l'art dels vuitanta o una rutilant campanya de «marketing»? Crec que en primer lloc cal col·locar-hi les qüestions de mercat i després, bé, en Barceló que no està mal, però que podria

haver esperat i exhibir més tard obra de la grossa, de la qual fa impressió, la que es fa de cara a la galeria. El públic té paciència; els publicitaris, col·leccionistes i/o inversors, no. En M. Barceló ha fet paisatges africans, lànguids i apastelats, larvàtics, que en un futur cal veure traduïts en enormes teles barcelonianes. Barceló ha pecat d'indecorós i impúdic en una mena d'urgència històrica, una precipitació per ensenyar-ho tot: el personal i l'intransferible, entranyes, humors. En definitiva: ens ha mostrat el truc, o li han fet ensenyar-lo?

I d'en Mariscal? Entranyable, tendre, àgil i ràpid. És un gran ideador i un magnífic publicista. Cal que tothom se l'estimi, al gran il·lustrador neonaïf i neohumorista. Espectacular, barcelona de la barra, coca i navili. Cubista tenaç. Dissenyador de col·legues. Almirall de la idea. Mariscal de Barcelona. Iniciatives SA. No sé, bé, no sé.

Jo me l'estimo molt i tot el seu centenari, tant a València com al port de Barcelona ho trobo encantador. És el paradigma dels vuitanta, un resum de tot el que ha succeït en el món de l'art i de l'artesanía: bones idees, tècniques artístiques en devaluació, disseny damunt disseny, bons recolzaments institucionals, impecables campanyes publicitàries, eufòria econòmica, i diversió.

En resum: dos triomfadors provinents dels Països Catalans que, ara per ara, són paradigmes indiscutibles de la dècada dels vuitanta i que cal tenir-los presents a l'hora de fer l'anàlisi de l'època.