

# Imatges amb doble sentit

Què bonics són els anuncis que fan a televisió. Què boniques les músiques, ai lairet-lairet-lairet. Així començava una coneguda cançó de La Trinca. Feia referència a la qualitat i quantitat de publicitat televisiva que envaeix les nostres llars quan encenem l'aparell. A fè que tenien prou raó. Hi ha anuncis, o *spots*, com es diu en el llenguatge publicitari, que mostren no només el producte a vendre, sinó també actituds, valors i trets característics de la societat occidental del segle XX. M'agrada matisar això d'occidental perquè sovint, quan es parla de com va el món, es té en compte únicament el nostre model de societat. D'acord que és el nostre i que és en el que ens desenvolupem, però no hem de caure en l'infantil error d'oblidar que hi ha milions de persones als que els nostres afanys ni els van ni els venen. Senzillament els ignoren o en prescindeixen. Vegem, doncs, algun exemple d'això que acabo de dir.

Hi ha unes nines americanes que s'han convertit per a moltes nenes en mirall on cercar el físic ideal. Són primes (per al meu gust exageradament estilitzades),

boniques i amb un munt de complements, vestits i sofisticacions. Alguns entesos han advertit que s'estan donant casos de noies que pateixen d'anorèxia per culpa, en part, de voler ser com elles. No cal arribar a l'extrem de prohibir-ne la venda com han fet en alguns països islàmics, però crec que caldria fer veure a la mainada que es pot no ser tan esprimatxada ni rossa com la nina famosa i no per això deixar de ser bonica.

Fa uns mesos que ha sortit al mercat el nou model de tot terreny d'una coneguda casa nipona. Aquests tipus de vehicles són útils i atractius, però ja se sap (o potser encara no) el problema que es deriva del seu mal ús o abús, sobretot quan es fan *raids* per pistes enfangades o camp a través: els camins queden intransitables i es generen greus processos d'erosió, alguns del tot imparables i molt impactants. Un dels anuncis que mostra les meravelles del 4x4 en qüestió ens l'ensenya superant tota mena de dificultats naturals, fent així una demostració del poder que es creu que l'home té sobre els elements (dic que es creu perquè guaitau que va passar a Ko-

be en només uns minuts). El marc, però, no és un qualsevol: al darrera del vehicle es veu la silueta inconfusible dels Encantats. Trobo francament desafortunat fer propaganda d'un tot terreny campant per l'únic Parc Nacional que tenim a Catalunya. No lliga gaire.

Continuant en el món del motor, hi ha un anunci de cotxes francesos que ens ensenya uns nens que a l'escola dibuixen la seva casa. Totes les il·lustracions tenen tres coses en comú: la grandària del cotxe, el de la casa i el de la família. N'hi ha un que fa el cotxe més petit i la casa més gran que els altres, però la família no canvia, només tres membres. És clar que això dels fills és una qüestió molt personal de cada matrimoni, però segons com, sembla que el concepte actual de família inclogui només un sol fill.

N'hi ha un d'entrepans espanyols que per dir que *estàn molt bons* fa que uns amb prou feines adolescents es mirin unes noies amb ulls potser massa *gormands* per la seva edat. És aquesta la manera de fer que la mal nutrida jove nalla que puja trobi un al·licient més per a comprar el tampoc no



Jordi Dalmau i Ausàs

gens nutritiu entrepà?

Per acabar, només cal fixar-se en la quantitat d'anuncis que encara utilitzen la dona com un reclam publicitari del tot deshumanitzat i materialista. És una publicitat profundament masculista, encara que n'hi hagi que els cost d'admetre-ho.

Val a dir, però, que hi ha spots realment ben fets i que compleixen únicament la funció de donar a conèixer el producte que anuncien. També n'hi ha molts, però, que tot i complir només aquesta funció, són d'una vulgaritat, manca d'imaginació i mal gust terribles.

Que cadascú pensi en els que menys li agradin i encertará.