

## Triste Navidad

Vicente Sánchez-Biosca

Decididamente, las Navidades ya no son lo que fueron. Nada hay más banal ni tampoco más cierto que esta constatación. Porque en estas fiestas reina la nostalgia, las observamos como congeladas ante el paso del tiempo: porque las sabemos, en el fondo, falsamente inmunes al tiempo, las vivimos con la mirada vuelta hacia atrás, fija en un instante del pasado que, tal vez por eso, jamás existió. Y, sin embargo, da la impresión de que estas paradojas no nos hacen demasiada mella. Sea como fuere, ese pasado, cierto o falso, ejerce su influencia, nos asola y entenece. Pues bien, hasta donde mi recuerdo se remonta, aquel aparatito en blanco y negro, con filtro para no dañar la vista y sin faltarle una pizquita de fasto ridículo fue el más fiel acompañante de estas hogareñas celebraciones. Que nadie se llame a engaño: no es la televisión de hoy de la que hablo. Yo, al menos en estos cálidos momentos, prefiero —la razón se recuperará sin duda muy pronto— aquella cajita imperfecta, artesanal, sensible a la suave tristeza que destilaban aquellos arbolitos sesgados y aquel lujo de revista barata.

Esto viene a cuento porque la televisión ha transformado la Navidad. Y, a buen seguro, ello ha sucedido porque también la televisión se ha transformado a sí misma. Esos juguetes mecanizados, ese despliegue tecnológico que convierte a cada niño en un astronauta consumado, con su mando a distancia y sus órdenes (en dialecto moderno, decir «comandos») preparadas desde la cápsula espacial, obedecen a un universo digital y extraño en el que ni siquiera el cuerpo del niño puede existir sin continuas prótesis maquinísticas. No cabe duda de que este rígido espectáculo de majestuosas pantallas, damas de maquilal sofisticación y metálica belleza y niños astronómicos es, desde algún punto de vista, fascinante, por su lógi-

ca del delirio. Pero no es menos cierto que la Navidad, por mucho que se haya modificado, lleva hendidas demasiadas huellas para comportarse de manera tan irresponsablemente «cool». Cada botella de champán lleva implícita, muy a pesar de su diseño vanguardista, una leve herida; cada máscara de San Silvestre, aunque las diseñe Francis Montesinos, una profunda simulación; cada serpentina, un callado llanto. Tal vez haya sido el cine o ese aparatito arcaizante de antaño el que nos lo hiciera ver así, y, no obstante, la Navidad no me es concebible sin cierta nostalgia y, por eso, sin cierta indefinible tristeza.

Y esto viene a convertirse, a la postre, en un problema de colorido, de diseño, de dibujo, de líneas, si queremos apurarlo. La estética imperante es mecanizada, cortante, virtuosa; su agresividad puede fascinar, pero nunca conmover. Aquella que se sume en el recuerdo y me gustaría evocar posee un tono ocre, una imagen bañada por una luz irreal, envolvente, emanada de la chimenea encendida. No me es posible concebir una Navidad soleada, precisamente porque la calidez de la que hablo es una metáfora, tópica, pero emotiva, del hogar. La publicidad de televisión ha arrinconado, quizá, esta estética. Por eso me llama la atención descubrir la asomando por algún rincón de la programación. Y —no podía ser de otro modo— se posa en dos anuncios de turrón: Suchard y El Almendro. Lo que en ellos me reconforta poco o nada tiene de objetivable y vano sería, entonces, hacer su apología. Ningún placer podría producirme el resurgir rotundo de esta imagen que algo tiene de tercermundista, con sabor a tarjeta postal de caja de ahorros o a propaganda opusdeísta de vuelta al hogar. Sin embargo, una humilde aparición, suave y cálida, acaso sirva para hacernos evocar aquellos pasados momentos que —siempre lo supimos— no volverán jamás.

Papers de **Cultura**



L'arquitectura i la història

## Cultura

### Director:

Juan Manuel Játiva Sevilla

### Director Adjunt:

Jorge García

### Directora d'Art i Edició:

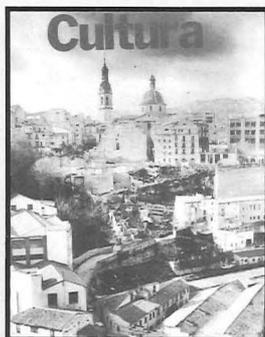
Rosa Albero Soriano

### Fotografia:

Andrés Castillo

### Col.laboradors:

Joan Alvarez, Fernando Arias, Gonzalo Badenes, Enrique Benavent, Vicent Berenguer, Manuel Caballero, Juan Campos, Alfons Cervera, Elena Costa, Nel Diago, Manuel García, Inma Garín, Vicente Jarque, Encarna Jiménez, Víctor Mansanet, Rafa Marí, Sigfrid Monleón, Josep Vicent Monzó, Abelardo Muñoz, Ricardo Muñoz Suay, Jorge Navarro, Pilar Pedraza, Carlos Pérez, Toni Picazo, Criso Renovell, Josep Ruvira, Roger Salas, Vicente Sánchez-Biosca, Nicolás Sánchez-Durá, José Vicente Selma, Rodolf Sirera, Ferran Torrent, Xulio Ricardo Trigo.



### Edita:

Conselleria de Cultura, Educació i Ciència de la Generalitat Valenciana. Avda. Campanar, 32. Tels: 386 65 00 - 386 30 21 - 386 30 57. 46015 València.

### Publicitat:

Avda. de Campanar, 32. Tel. 386 30 21. Equipo ZERO: Passeig de L'Albereda, 15, 1.ª. Tel. (96) 360 00 12.

### Fotocomposició, muntatge i impressió:

Federico Doménech, S. A.

### Dipòsit Legal:

V. 1893-1984.

PAPERS de CULTURA no s'identifica necessàriament amb els articles dels seus col.laboradors, ni torna ni manté correspondència amb originals no sol.licitats.



## Reportaje

11

Juan M. Játiva

La intervención de un grupo de destacados arquitectos sobre el casco antiguo de la ciudad de **Alcoi** es uno de los retos decisivos de la restauración en la Comunidad Valenciana para los años 90.



18

Abelardo Muñoz

Cuando la industria del audiovisual adquiere más auge que nunca, gracias a las televisiones autonómicas y los canales privados, la figura del **guionista** comienza tímidamente a abrirse camino. Pero todavía es pronto para el optimismo.

## Entrevista

16

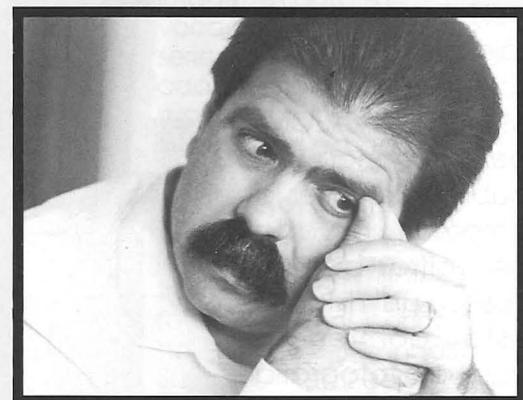
Ignacio Blanco

**Francisco Venezia**, uno de los más importantes arquitectos italianos, participa en el proyecto ARA (Arquitectura i Rehabilitació d'Alcoi). La entrevista plantea algunos de los problemas básicos de rehabilitación del patrimonio artístico.

22

R. Ballester Añón

**Cremades i Arlandis**, cuya primera novela acaba de reeditarse, se ha convertido en un clásico precoz de la literatura valenciana. Su trayectoria vital, bastante



animada, desemboca estos últimos años en una pasión por el Magreb.

32

Jorge García

En diciembre de 1989 se han cumplido diez años del nacimiento del **Colectivo de Promoción del Jazz**. Esta empresa valenciana, dirigida por **Julio Martí**, es responsable de casi todas las giras españolas de los grandes del jazz.

