

No existir

Si no et veuen, no existeixes”, diu l’eslògan publicitari d’una d’aquestes empreses que produeixen anuncis per passar a les sales de cinema abans que comenci la pel·lícula. La gent t’ha de veure per saber que hi ets, i, si la imatge que projectes és prou atractiva, aniran a comprar a la teva botiga, vindran a sopar al teu restaurant o pagaran per fer servir les teves instal·lacions. Se m’acut, però, que aquest eslògan és vàlid no tan sols per a empreses que volen anunciar-se, sinó que actualment defineix la filosofia vital de molts humans. El cas és que l’entrada de la globalització digital en les nostres vides i, especialment, l’arribada i generalització de les xarxes socials, ens ha convertit a tots plegats en una colla d’exhibicionistes desfermats, en uns virtuoses del postureig, en fi: en un producte que s’exhibeix per vendre’s a canvi de *likes*. És del tot evident que, quan parlem d’algú que ha de vendre un producte comercial, un servei o unes instal·lacions, cal que projecti una bona imatge perquè el vegin atractiu, però el cas és que aquesta obsessió per visibilitzar en positiu la pròpia imatge s’ha convertit en un imperatiu quotidià per a molts particulars: exhibir-se per sentir que s’existeix.

Així, l’excursionista puja una muntanya (tant és que sigui un cim de tres mil metres com un turó de

cinc-cents) i al final del dia sent la necessitat de penjar un recull d’imatges a Instagram i a Facebook, a banda d’una piulada a X, on fa una crònica de l’experiència inigualable que suposa la comunió entre l’home i la natura; el gourmet exhibeix la fotografia de cada plat que li han servit en un restaurant on ha fet el menú degustació; l’atleta explica, amb suport gràfic, el recorregut de la cursa en què ha participat; el presumit, mentre fa morrets, presumeix de la roba extremada que acaba d’estrenar; el melòman penja proves del concert que ha anat a veure i que demostren que ell hi era; el lector fa una ressenya i reproduïx la coberta del darrer llibre que s’ha llegit...

El que projectem a les xarxes socials sovint s’assembla a un autoanunci. Què venem, però? Fum? És per això que cada cop es mereixen més la nostra admiració aquells adults que han aconseguit completar el gairebé primer quart de segle del tercer mil·lenni sense comptes a les xarxes socials, sense una vida virtual feta d’impostura; aquells que tenen una flor com a foto de perfil a WhatsApp, i de qui, si poses el seu nom a Google, no n’apareix cap imatge i amb prou feines trobaràs alguna informació circumstantial (la participació en una cursa, el nomenament en una mesa electoral o el nom en una llista de morosos); gent que ha estat capaç de preservar la seva intimitat i poden dir, amb el cap ben alt, que només existeixen en la realitat.

