

EDITORIAL

La paraula «via» suggereix moltes coses relacionades amb la idea de camí, de direcció o fins i tot de ruta. En el cas concret de la revista que el lector té a les mans, però, el sentit vol ser força més concret. Com s'indica a la mateixa coberta, VIA es diu com es diu perquè vol fer-se ressò de valors, idees i actituds. En el primer número de la publicació, el març de 2006, Jordi Pujol, especificava en aquesta mateixa plana, la de l'editorial, el sentit precís d'aquesta focalització. *«Els països van endavant amb una bona política, amb una bona economia, amb bona tecnologia, amb bona organització. Però, a més, els cal tenir idees clares, valors sòlids i actituds positives»*, afegia l'ex president de la Generalitat. Aquesta darrera postilla no és precisament supèrflua; ben al contrari, convé subratllar-la. No hi pot haver una idea de país veritablement estructurada ni un horitzó nacional ambiciós si perdem de vista la importància de determinades idees, valors i actituds. Una col·lectivitat, sigui del tipus que sigui, que no comparteix un mínim de valors ni se sent adherida a determinades idees i actituds no és ben bé una col·lectivitat, sinó una mera agregació de persones que no tenen res més en comú que la seva proximitat física.

Aquell març de 2006, les paraules de Pujol podien semblar una mica estranyes: eren temps de vaques grasses –grassíssimes!– i parlar de coses com el valor de la responsabilitat resultava vagament intempestiu. Eren temps de crèdits hipotecaris al 120% d'un preu ridículament sobrevalorat, per exemple. Responsabilitat?. Quina paraula més rara, llavors! L'any 2009 les coses han canviat molt. Moltíssim. La crisi econòmica global ja no res a veure amb la típica ensopagada d'una divisa important, o amb l'en-

dèmic esternut borsari, o amb l'arrítmia de determinats indicadors econòmics, o amb la fallida d'empreses molt grans. És una cosa infinitament més greu. Aquesta fou, si més no la diagnosi, del 44è president dels Estats Units, Barack Obama, en el seu primer discurs: el món ha canviat i ens hi hem d'adaptar amb la intenció de transformar-lo positivament. Obama no va llegir un text polític convencional i previsible, sinó que es va centrar, precisament, en determinats valors, idees i actituds que en els darrers temps alguns –sigui a la dreta o a l'esquerra de l'espectre polític– s'havien menystingut o ignorat. Parlem de tres coses molt concretes, no de cap abstracció axiològica. Obama va proposar un valor: la responsabilitat; va apostar per una actitud: la confiança; i, finalment, va reiterar la idea central de la seva campanya: la possibilitat d'un canvi real i efectiu, tant a nivell intern (amb una modulació intel·ligent de les iniciatives públiques i les privades) com en l'esfera internacional (amb una clara convicció sobre les possibilitats inèdites del multilateralisme del segle XXI).

Doncs sí: el polític més popular i carismàtic de les darreres dècades als Estats Units, l'home que s'haurà d'enfrontar a una de les situacions més crítiques que ha viscut el món des de la Segona Guerra Mundial, va encetar el seu mandat parlant justament de valors, d'idees i d'actituds. La resta del seu argumentari –social, polític, econòmic, cultural, etc.– es basava en l'aprofundiment en aquests tres referents. Aquests són els nous vents que bufen al món. Des d'una revista com VIA constatem, doncs, que la nostra tasca té ara més sentit que mai.

Ferran Sáez