

*No s'admeten canvis ni devolucions* — Les persones estan des-  
aprenent el regalar. La vulneració del principi d'intercanvi com-  
porta quelcom d'absurd i inversemblant; fins i tot la mainada  
mira amb desconfiança la persona que els fa un regal, com si no  
fos més que un truc per vendre'ls raspalls o sabó. En lloc de  
regalar, es practica la *charity*, una beneficència planificada que  
tapa de manera sistemàtica les ferides obertes de la societat. En  
la seva activitat organitzada ja no hi ha lloc per a l'emoció hu-  
mana; és més, els donatius són necessàriament humiliants, per-  
què impliquen el repartiment de recursos, la ponderació pausa-  
da, en resum: el fet de tractar el receptor com un objecte. Fins i  
tot el regal privat s'ha degradat a una funció social que es duu a  
terme a contracor, respectant estrictament el pressupost assignat,  
ponderant amb rigor el valor de l'altre i fent el mínim es-  
forç possible. La felicitat del regal veritable era imaginar la feli-  
citat de qui el rebria. El regal veritable implicava triar, dedicar-hi  
una estona, sortir del camí propi, pensar l'altre com a subjecte:  
el contrari d'oblidar-lo. Però pràcticament ningú ja no és capaç  
de fer aquestes coses. En el millor dels casos un regala el que vol  
ell mateix... però una mica pitjor. La decadència del regalar es  
reflecteix en la penosa invenció dels articles de regal, pensats  
justament per als qui no saben què volen regalar perquè de fet  
no volen regalar res. Són productes mancats de vincles, com els  
seus compradors. Són aquella mena d'articles que els venedors  
no saben treure's de sobre. Per això la insistència en la possibi-  
litat que el regal es pugui canviar, cosa que ve a dir al seu recep-  
tor: té, fes-ne el que vulguis, d'aquesta rampoina; tant se me'n  
fa si no t'agrada; tria una altra cosa tu mateix. Amb tot, a diferència

de la incomoditat que provoquen els regals corrents, la seva  
intercanviabilitat perfecta és la solució més humana, perquè  
com a mínim permeten al receptor regalar-se alguna cosa a si  
mateix, cosa que d'altra banda és absolutament contrària al fet  
de regalar.

Davant l'abundància creixent de productes, a l'abast també  
dels pobres, podria semblar que la decadència del regal és irre-  
llevant i que només el sentimental s'hi pot encaboriar. Però per  
molt que en la sobreabundància actual el regal esdevingui super-  
flu —i això és mentida, tant en l'àmbit privat com en el social,  
perquè no hi ha ningú per a qui una imaginació fantasiosa no  
pogué trobar alguna cosa que l'omplís de joia—, els qui ja no fan  
regals encara en necessitarien. Aquestes persones veuen com  
se'ls atrofien unes capacitats insubstituïbles que no es poden  
desenvolupar en la cel·la aïllada de la interioritat pura, sinó sola-  
ment en contacte amb l'escalf de les coses. La fredor s'ensenyor-  
eix de tot el que fan: la paraula amistosa que no diuen, l'aten-  
ció que no tenen envers els altres. A la fi, però, aquesta fredor es  
gira contra aquells de qui parteix. Totes les relacions que no  
estan desfigurades, potser també tot el que té d'amable la vida  
mateixa, es basen en el regal. Qui per culpa de la lògica de les  
conseqüències perd la capacitat de regalar es converteix a si ma-  
teix en una cosa i es condemna a un fred glacial.