

Pensar es conversar. Diálogo entre dos filósofos.

Manuel Cruz, Emilio Lledó

RBA, Barcelona, 2015, 144 págs.

ISBN: 978-84-905-6634-3

Desde Platón el diálogo ha sido una de las formas de expresión en las que más vivamente se ejercita el pensamiento, como lo demuestran en este libro dos grandes pensadores españoles, Manuel Cruz y Emilio Lledó, en un diálogo que primero fue oral antes de ser transcrito. Mediante la conversación, los dos filósofos intercambian ideas, opiniones y recuerdos, al mismo tiempo que reflexionan sobre la educación, el amor, la felicidad y el uso de las nuevas tecnologías, porque pensar es también conversar desde la amistad y con el amor por la verdad. Es un libro que nos puede despertar la pasión por pensar.



Rainer Maria Rilke (El vidente y lo oculto)

Mauricio Wiesenthal

El Acanalado, Barcelona, 2015, 1.168 págs.

ISBN: 978-84-16011-78-0

Diez años después de su *Libro de réquiems*, en el que Mauricio Wiesenthal nos presentaba su memoria de lector a través de una serie de personajes “fetiche” que han marcado su trayectoria vital y literaria, ahora nos ofrece una visión personal y rigurosa de uno de los grandes poetas del siglo, Rainer María Rilke. El lector está ante una obra enorme y ambiciosa, hecha desde la pasión que se puede tener en la madurez, llena de erudición pero al servicio de una narración que nos ofrece el fresco de una época fascinante, ese “mundo de ayer” que tan bien conoce Wiesenthal, uno de los escritores actuales más portentosos e inclassificables.



Diez años después de su *Libro de réquiems*, en el que Mauricio Wiesenthal nos presentaba su memoria de lector a través de una serie de personajes “fetiche” que han marcado su trayectoria vital y literaria, ahora nos ofrece una visión personal y rigurosa de uno de los grandes poetas del siglo, Rainer María Rilke. El lector está ante una obra enorme y ambiciosa, hecha desde la pasión que se puede tener en la madurez, llena de erudición pero al servicio de una narración que nos ofrece el fresco de una época fascinante, ese “mundo de ayer” que tan bien conoce Wiesenthal, uno de los escritores actuales más portentosos e inclassificables.

CONTRASEÑAS Gabriel Rodríguez

Una idea de la belleza

Una de las muchas cosas curiosas de la visión humana es que nuestros ojos, mientras estamos despiertos, parpadean continuamente, cada 15 segundos aproximadamente, aunque hay gente que parpadea incluso más veces. Sin embargo, no tenemos la sensación de que nuestra vista, aunque sea una fracción de segundo, haga como en el cine un “fundido en negro”, esos cortes que separaban las secuencias. Y eso es así porque nuestro cerebro reconstruye en esa fracción de segundo todo lo que ha visto. Puede que se pierda algún detalle, pero no nos damos cuenta.

Con esto quiero decir que lo que percibimos con los ojos no deja de ser un “engaño visual”, como la técnica pictórica del *trompe-l'œil* (literalmente «engaña al ojo»), que crea ilusiones ópticas para dar la sensación de realidad. Cuatro veces por minuto, “vemos” lo que recordamos haber visto. Esto debería ser un jarro de agua fría para los que creen que existe una “realidad” ahí fuera, clara, nítida, una y solo una, que nosotros pasivamente recogemos. El acto de ver engloba muchas más cosas que un mero reflejo fotográfico.

“Nada hay más hermoso que una flor”, dice un poeta. ¿Dice bien? No. Porque está dotando de valor a la naturaleza, jerarquizando, organizando, enjuiciando. Y en la naturaleza no existen los valores ni los juicios. La naturaleza no se puede explicar: o si se prefiere, se explica por sí misma. “Una rosa es una rosa es una rosa” (Gertrude Stein), pero una rosa no es más bella que un árbol, porque no es un árbol. O que una piedra, o que un pájaro, o que un rostro de mujer. Nos equivocamos al hacer esta valoración, algo específicamente humano, que en realidad tiene un sentido fundamentalmente

práctico: es bello lo que nos es útil, y más bello todavía lo que es escaso.

“Stat rosa pristina nomine, nomina nuda tenemus”. De la rosa primitiva queda el nombre, tenemos los nombres desnudos. La belleza de la rosa empieza en su nombre. Hay quien dice, creo que Chateaubriand, que no podríamos sentirnos enamorados si no conociéramos el significado de la palabra “amor”, porque el idioma también es forjador del carácter, y las palabras encierran nuestra visión de la realidad. Lo curioso de esa frase –para añadir más error a la confusión–, que dio título a la famosa novela de Umberto Eco *El nombre de la rosa*, es que procede de un equívoco o error. Se trata del verso, un hexámetro, de un poeta menor del siglo XII, Bernardo de Morlas, que en su obra *De contemptu mundi*, reflexionaba sobre la caducidad

del poder y la fama de la Roma antigua. Alguien se debió de equivocar al copiar y cambió “Roma pristina” por “rosa pristina”.

La American beauty es una variedad de rosa cultivada artificialmente, mediante injertos, para tener una apariencia perfecta. Es hermosa y fragante, pero banal, como las frutas de los supermercados, que son aparentes a la vista, pero que

luego no tiene sabor. Es una rosa cultivada para ser vendida en serie, a gran escala; la belleza que surge de la sociedad capitalista industrial. Sin embargo, la belleza no es algo dado exteriormente ni se puede fabricar. La belleza se descubre. Y lo mismo ocurre con la belleza humana, cuando decimos “esta mujer es más guapa que aquella” le estamos hurtando a la belleza el carácter de lo singular, lo único, lo gratuito, y le damos un valor, una utilidad, que es justo lo más ajeno que se pueda imaginar a la naturaleza.

“LA 'AMERICAN BEAUTY'
ES UNA VARIEDAD
DE ROSA CULTIVADA
ARTIFICIALMENTE,
MEDIANTE INJERTOS, PARA
TENER UNA APARIENCIA
PERFECTA. ES HERMOSA Y
FRAGANTE, PERO BANAL,
COMO LAS FRUTAS DE LOS
SUPERMERCADOS, QUE
SON APARENTES, PERO
QUE NO TIENEN SABOR”