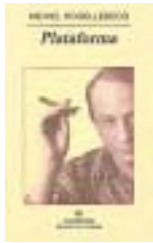


MICHEL HOUELLEBECCO

PLATAFORMA

Anagrama. Barcelona, 2003. 316 págs.
ISBN 84-339-6972-2



Esta última novela del autor francés pone el punto de mira en el cinismo erótico de la sociedad de consumo. Su publicación ha supuesto una conmoción mayor si cabe que la de sus novelas anteriores (*Ampliación del campo de batalla* y *Las partículas elementales*). En

ésta, Michel, parisino de 40 años, funcionario en un ministerio, apocado y apático, está aburrido de todo y se siente incapaz de experimentar ninguna emoción. Pero emprende unas vacaciones en Tailandia y se sumerge en ese oasis de turismo sexual, donde conoce a Valérie. Con ella y un amigo, ya de vuelta a París, emprende una aventura empresarial: crear una red mundial de colonias turísticas en las que el sexo es el reclamo. Hasta que sobreviene la tragedia.

LA PREFERENCIA POR LO PRIMITIVO

E. H. GOMBRICH

Debate. Barcelona, 2003. 324 págs.
ISBN 84-8306-539-8



Esta obra póstuma del maestro de historiadores del arte es un estudio sobre un fenómeno recurrente en la historia de las artes visuales: la sensación de que las obras más antiguas y menos sofisticadas son, de algún modo, moral y estéticamente superiores a las

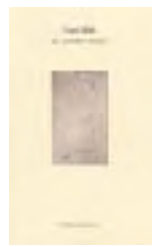
obras posteriores. Gombrich rastrea aquí esta idea desde la antigüedad clásica vinculándola con la influyente metáfora que compara la evolución del arte con el desarrollo de un organismo vivo. La obra, que resume más de 40 años de estudio y reflexión sobre el tema, se apoya en abundantes citas que documentan con precisión el papel de escritores, críticos y artistas en el cambio de las ideas estéticas.

LOS CUADERNOS CATALANES

JOAN MIRÓ

Arquitectura. COAATRM. Murcia, 2002. 213 págs.
ISBN 84-482-3175-9

La colección de Arquitectura del Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de la Región de Murcia, en la que se publica esta obra, es un magnífico exponente de la tarea editorial bien hecha y de la vocación artística de una profesión con un gran contenido técnico. En el casi medio centenar de obras publicadas se han dado a conocer escritos y cuadernos íntimos de destacados artistas (desde Saura a Michaux), reflexiones sobre arte de escritores (desde Paul Valéry a Baudelaire), escritos y anotaciones de prestigiosos arquitectos (desde Gaudí a Le Corbusier) y, en fin, escritos diversos, en su mayoría poco conocidos, de grandes artistas. Este es el caso de los cuadernos de Joan Miró, que sorprenden por su carácter íntimo y poético.



CONTRASEÑAS GABRIEL RODRÍGUEZ

Capitalismo de inodoro

Cuenta Suetonio que el emperador Vespasiano fue recriminado por su hijo Tito al gravar con un impuesto el uso de las letrinas públicas de Roma. Cuando recaudó las primeras tasas, el emperador le pidió a su hijo que oliera las monedas, a lo que éste comentó "non olet" (no huelen), y el padre le replicó "y sin embargo, son producto de la orina". En efecto, el dinero no huele a orina ni a bosque calcinado. No deja, en ocasiones, rastro del narcotráfico ni de la especulación inmobiliaria; es indiferente a la explotación de los inmigrantes o al lucro escandaloso de las *stock options*, puede ser fruto del trabajo concienzudo de un técnico o ganancia fácil de la obscena muchachada de Gran Hermano. El dinero tiene color es inodoro.

La publicación de un ensayo de Rafael Sánchez Ferlosio es siempre un acontecimiento intelectual de primer orden, desde el título del trabajo hasta su última palabra. En *Non olet* (Ediciones Destino, 2003), Ferlosio encuentra una anécdota que se eleva a categoría de nuestra sociedad: el dinero no huele. Con su habitual destreza y la paciencia de un carpintero del lenguaje, Ferlosio hilvana algunas de las claves del funcionamiento económico de nuestra sociedad. Analiza y disecciona conceptos como la ética del trabajo, la publicidad como "industria productora de consumidores", la adicción al consumo, el feminismo y el papel de las mujeres como consumidoras o el valor del ocio como un negocio rentable. Para ilustrar sus argumentos, ana-

liza temas como la libertad de horarios comerciales, el prestigio de las marcas, los dictados de la moda y la comercialización de la belleza, la publicidad y los niños rubios, etc.

Nada escapa a la pluma escudriñadora de Ferlosio, con una inagotable erudición y al mismo tiempo unas dotes de observación de aquellas cosas que, de puro tópicos y habituales, se nos escapan muchas veces. Así por ejemplo, en los anuncios de compresas se nos presenta a adolescentes "que no acaban de salir de su asombro ante los increíbles y cada vez más portentosos milagros que va alcanzando la ciencia en cuanto a la delgadez de las compresas", para concluir que tales anuncios están destinados a un público joven dócil, obediente y pasivo, y que "el papel adoptado por las figurantes bordea la oligofrenia, probablemente porque ese es el nivel de inteligencia o la disposición mental que el anunciante estima más idóneos para lograr la máxima eficacia en su tarea de producir consumidores".

Con su prosa precisa, clásica, de frase larga que se despliega como las velas de un barco, siempre al servicio del contenido y de la argumentación, Ferlosio compone una obra lúcida, erudita, corrosiva, desaliñada y malhumorada, pero llena de socarronería y de ingenuidad. En definitiva, pone el dedo en el ojo de un capitalismo de inodoro con el que nunca hubieran soñado ni los clásicos del liberalismo como Adam Smith o el más marxista de los marxistas como el propio Carlos Marx.