

DATOS DE LA EXPOSICIÓN 'MONZÓ'

Dos meses más

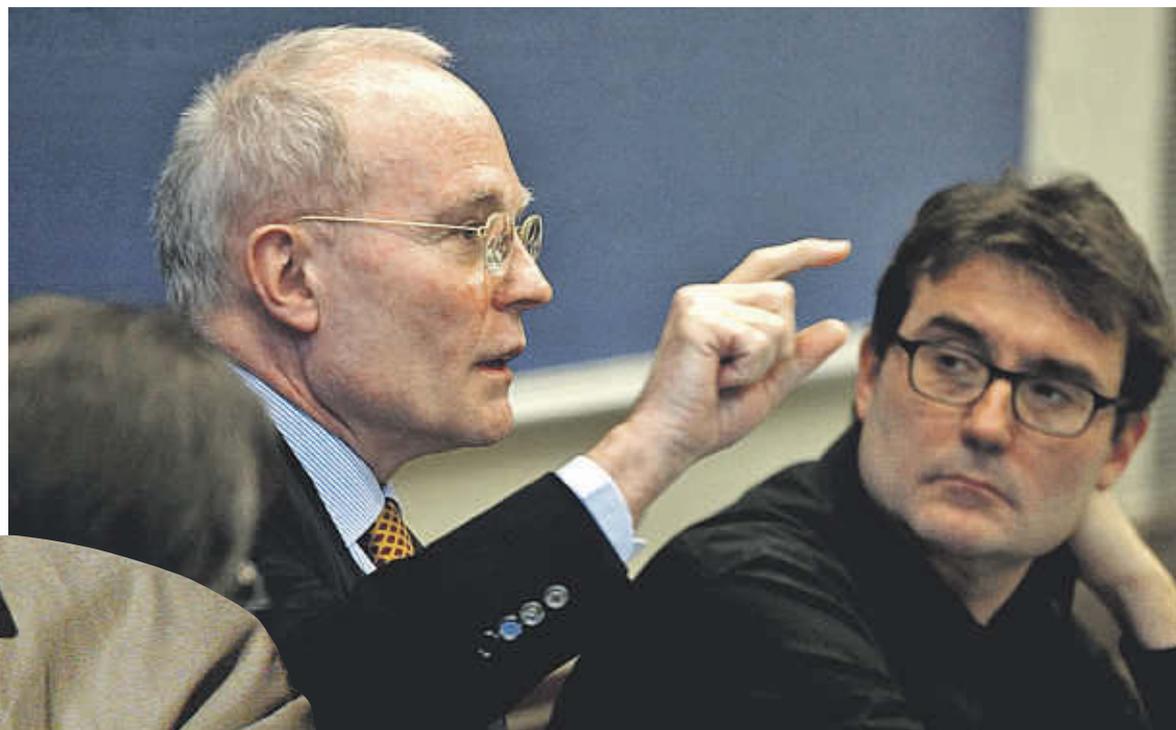
Coorganizada con la Institució de les Lletres, la muestra puede verse hasta el 11 de abril

Escenografías

La exhibición es gratuita y recrea ambientes de los cuentos de Monzó

Enfoques nuevos

El catálogo propone enfoques críticos sobre el autor nunca ensayados hasta ahora



MARC ARIAS

na, hablándonos de la soledad, el fracaso, el vacío, el fatalismo, o los fracasos en las relaciones entre hombre y mujer". Masoliver se detuvo especialmente en su forma de narrar el erotismo y en su visión "hiperbólica" del sexo.

Pasiones insatisfechas. También Manel Ollé analizó la "presencia del sexo, el deseo y las pasiones insatisfechas como uno de sus temas recurrentes" y explicó que *El perquè de tot plegat* es su libro más monográfico en este aspecto. "Monzó utiliza pretextos pequeños, materiales desprovistos de aura o prestigio intelectual y, a través de ellos, propone reflexiones globales". Por su parte, la profesora Margalida Pons defendió la hipótesis de que "hay continuidad entre los primeros escritos de Monzó y los últimos".

Libro de estilo. Los filólogos Magí Camps y Albert Pla glosaron aspectos lingüísticos de Monzó. Camps analizó su modelo de lengua, "elegido más allá del debate recurrente entre catalán *light* y catalán *heavy*" y que "intenta, como hizo Rodoreda, decir con la máxima simplicidad las cosas esenciales, evitando que la forma esconda el fondo, de modo que el lector esté pendiente de lo que dice, no de cómo lo dice". Por su par-

te, Pla analizó el Monzó articulista y en especial su visión catastrofista sobre el futuro del catalán.

Insatisfacción vital. El escritor Toni Sala realizó un retrato indirecto de Monzó imitando su discurso en la Feria de Frankfurt. El filólogo Jordi Cornudella rastreó la presencia de autores clásicos en la obra de Monzó y aportó unas notas de la censura relativas a los libros primerizos del autor, que serán incluidas en un libro que prepara Quim Torra en la editorial Contravent. El crítico Jordi Galves analizó la insatisfacción vital y la desconfianza en dos series de artículos de Monzó, *Turista en Barcelona*, publicada en *La Vanguardia*, y *De aeropuerto en aeropuerto*, de *El Periódico*.

Del posmodernismo al 'trash'. El escritor alicantino Antoni Mestre, autor de una tesis sobre el periodismo literario de Monzó, analizó las estrategias posmodernistas y del nuevo periodismo en sus relatos y artículos. Y el profesor Eloy Fernández Porta estudió el uso literario del *kitsch* y el *trash*, "los estilos tradicionalmente considerados de *mal gusto*", en los cuentos del escritor. c



VEA EL VIDEO DE LA EXPOSICIÓN EN NUESTRA WEB
www.lavanguardia.es/videos

Sergi Pàmies



La coca

Veo un anuncio argentino de Coca-cola light que utiliza, tuneándolo con la habitual falta de escrúpulos del sector, un poema de Rodolfo Fogwill. Escrito en el año 2002, el poema es un torrencial manifiesto a favor de la poesía defectuosa. Contiene, además, referencias vehementes a España y al español. Si entran en ese luminoso cuarto oscuro que es YouTube, encontrarán un vídeo del propio autor leyéndolo con su impresionante voz (menos impresionante, sin embargo, que cuando era más joven y le bastaba abrir la boca para seducir al más pintado). El poema se titula *Llamado por los malos poetas* y empieza así: "Se necesitan malos poetas / buenas personas pero poetas / malos. Dos, cien, mil malos poetas / se necesitan más para que estallen / las diez mil flores del poema".

El anuncio reinterpreta la fuerza de los versos y su lado más provocador, pero, por exigencias del guión, lo reduce a su conveniencia comercial, logrando otro ejemplo de -bravo- excelencia publicitaria. Por un lado, aprovecha la popularidad de Fogwill, pero también su ramalazo más peleón. Sociólogo, poeta, ensayista, novelista, ex publicista, periodista, cuentista, autor de una novela sobre la guerra de las Malvinas (*Los Pichiciegos*, escrita en una semana bajo los efectos, dicen, de unos cuantos gramos de cocaína), Fogwill es de esos escritores que no dudan en hablar de sus vicios o de sus múltiples matrimonios ("yo no me divorcio, son ellas las que me echan", contó en una entrevista televisiva), y en utilizar los resortes más exhibicionistas del sistema para expandir un discurso personalísimo sobre la libertad individual. Eso, sin embargo, no le quita interés y credibilidad a su obra, que cuenta con pági-

La promiscuidad entre publicidad y literatura les sienta bien a ambas

nas memorables y en las que, a menudo, asoma la sombra de la cocaína. Este es el aspecto más transgresor del anuncio argentino de Coca-cola light: elegir a un ex cocainómano para uno

de sus spots, como si la empresa quisiera rememorar los tiempos fundacionales del refresco y, al mismo tiempo, conectar con una sociedad que, en lugar de convertir los pecados en intransigencias inquisitoriales, los recicla en rentable lubricante mercadotécnico.

Habría quien crea que esas operaciones atentan contra el venerable prestigio y buen nombre de la poesía. Pero, curiosamente, el anuncio ha reactivado el interés por la obra poética de Fogwill, igual que en otro momento se logró que la voz de Julio Cortázar aplicada a un anuncio de coches suscitara más interés por su obra. Por cierto: Fogwill está un poco harto de que siempre le recuerden que escribió *Los Pichiciegos* bajo los efectos de la cocaína. Cuando insisten en preguntarle hasta qué punto la droga le ayudó a trabajar deprisa, responde que cuando más deprisa escribió fue precisamente cuando se le acabó la droga. Tenía tantas ganas de volver a contactar con su camello para ponerse ciego que aceleró la escritura para acabar el libro cuanto antes. Conclusión: no sé si estas estrategias sirven para vender más refrescos o más coches, pero ayudan a vender más libros.