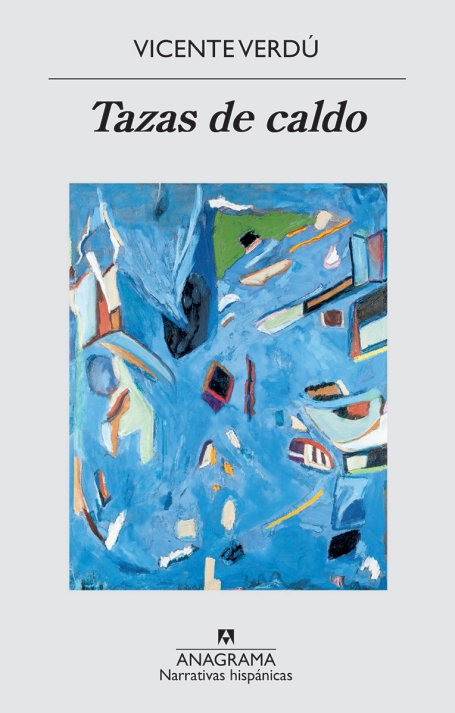

Vicente, Verdú
Doctor en Ciencias Sociales por la Universidad de París, ha desempeñado los cargos de Jefe de Opinión y Jefe de Cultura en el periódico El País, donde regularmente escribe una columna. Anteriormente, escribió en Cuadernos para el diálogo. A lo largo de su carrera, ha sido galardonado con diversos premios. En 1996 fue premiado con el Premio González Ruano de periodismo. Posteriormente recibiría el Premio Nacional de Periodismo Miguel Delibes por su artículo La vista sorda, publicado en El País el 30 de octubre de 1997. Es miembro de la Fundación Nieman para el Periodismo (Nieman Foundation for Journalism), de la Universidad Harvard.

Tazas de caldo

Autor: Vicente, Verdú

605, Narrativas hispánicas

Anagrama
ISBN: 978-84-339-9854-5 / Rústica / 200pp | 14 x 21 cm
Precio: $ 15.900,00

Cada vez es más amplio el consenso acerca de que el aforismo es el género más ajustado y representativo de nuestra época. Ajustado por su brevedad aprendida de la comunicación en las redes, por su necesidad de condensar incisivamente el pensamiento al modo del lenguaje publicitario, y representativo del momento en que la lectura debe copiar los tiempos breves que impone el imperio de la imagen.

Todo en la forma y propósito del aforismo parece coincidente con esta nueva naturaleza de la comunicación. Pero hay un factor más. Y es que, a pesar de todo, no es corriente que los jóvenes cultiven el aforismo y sí que lo hagan los autores en los que se han acumulado la vida y sus peripecias.

En el caso de estos últimos, cada sentencia aforística condensaría la esencia fundamental del pensamiento y caería sobre el papel, o la pantalla, como gotas depuradas por la experiencia. De hecho el aforismo recibió su primera influencia de la tradición gnóstica que reflejaron escritores como Esquilo o Píndaro, aparte del presocrático Heráclito de Éfeso. De modo que, curiosamente, en aparente paradoja, el aforismo o el proverbio vienen de muy lejos y son hoy, a todas luces, lo que más se aproxima a la manera expresiva de la época. Vicente Verdú, uno de los mejores ensayistas europeos a la hora de señalar las tendencias sociales y explorar El estilo del mundo (Anagrama, 2003), viene a ser con este libro el testimonio directo de lo que se lleva y adónde nos llevan las nuevas tendencias de la literatura.

Con su lucidez proverbial y la belleza de su estilo, Tazas de caldo es, así, de una parte, la obra más personal de su autor, y, de otra, una muestra de pensamiento filosófico y sociológico propagado mediante píldoras. O, en el mejor de los casos, mediante balas de plata. ¿Balas de plata que dan en el blanco y sosiegan como un caldo? ¿Tazas de caldo para consumir el texto a sorbos y no ya de un grosero tirón, como los bestsellers baratos? Efectivamente, cualquier acierto en la diana de la verdad, la emoción o el deseo procuran paz y compañía de espíritu. Pero también, como sin humor no se llega a ninguna parte, la «taza de caldo» evoca la «sopa de ganso». Marx regresa así desde el capital ardiente y

pesado de una vieja siderurgia a la irradiación correspondiente al presente «capitalismo de ficción», que seduce con el artero fulgor de una chispa.

Cada vez es más amplio el consenso acerca de que el aforismo es el género más ajustado y representativo de nuestra época. Ajustado por su brevedad aprendida de la comunicación en las redes, por su necesidad de condensar incisivamente el pensamiento al modo del lenguaje publicitario, y representativo del momento en que la lectura debe copiar los tiempos breves que impone el imperio de la imagen.