

cinema | «quemar después de leer»



Clooney, en un moment del film. / EL PUNT

Un «divertimento» sobre l'estupidesa

► **Títol original:** *Burn After Reading*. EUA, 2008.

Directors: Joel i Ethan Coen.

Intèrprets: George Clooney, Brad Pitt, Frances McDermont, Tilda Swinton, John Malkovich, J.K. Simmons.

IMMA MERINO

Fa temps, potser des de *Fargo*, que em sembla que un dels temes que deuen inquietar més els germans Coen és la cobdícia. O, dit d'una altra manera: què es pot arribar a fer per diners? En tot cas, bona part dels seus personatges tenen problemes amb els diners, sigui perquè en tenen o perquè intenten aconseguir-ne, i em remeto a *El gran Lebowski*, *O'Brother*, *El hombre que no estuvo allí*. A partir d'aquí, com ho exemplifiquen dues pel·lícules tan esplèndides com l'esmentada *Fargo* i la més recent *No es país para viejos*, aporten una visió poc complaent i amb un punt de cinisme sobre la corrupció moral de la societat nord-americana. Possiblement, sense oblidar que la violència sempre s'hi fa present com una manera d'aconseguir precisament diners, un altre tema recurrent dels Coen és l'estupidesa. I és així que, barrejant la cobdícia i l'estupidesa humanes, han servit un dels seus *cocktails* refrescants, encara que tingui la seva malícia. Després de la intensitat, tot i que sense renunciar al seu habitual humor negre, amb què van adaptar Cornac McCarthy en la seva anterior pel·lícula, els germans Coen han tornat a pactar amb la gran indústria per realitzar un *divertimento* i reunir-se amb el seu amic George Clooney, la gran Frances McDermont (esposa d'Ethan) i altres actors pròxims. Fa la impressió que s'ho han passat bé. També és possible que l'espectador s'ho passi bé. Una altra cosa, però, és si és això el que només se n'espera dels també autors de *Muerte entre las flores* i *Barton Fink*. A través d'un disquet que, oblidat en un gimnàs, conté informació confidencial de la CIA, l'argument de *Quemar después de leer* construeix una intriga (o un absurd) a l'entorn de diversos personatges: un agent de la CIA que, acabat d'acomodar, extrema la seva afició a la beguda i un cabreig que excita John Malkovich; la seva esposa, una frega advocada (Tilda Swinton) que té com a amant un policia vividor aficionat al sexe i als jocs, que George Clooney encarna amb la seva ironia habitual; una treballadora d'un gimnàs disposada a tot per fer-se unes operacions de cirurgia estètica i que interpreta Frances McDermont, una altra irònica, i un massatgista amb poc cervell que Brad Pitt sembla assumir amb alegria. Per tal de treure diners, recuperar o posseir el disquet, una mena de *macguffin*, aquests personatges (i d'altres) actuaran de manera que demostraran la seva estupidesa, és a dir, aquesta incapacitat humana que causa molts de problemes i danys irreparables, fins i tot a un mateix. Com diu un altre treballador del gimnàs, en relació amb el profit que volen treure els seus companys del disquet perdut: «No pot sortir-ne res de bo d'això.» De la cobdícia, i encara menys si es barreja amb l'estupidesa, no en pot sortir res de bo. Amb tot, els Coen se'n surten prou bé. En fem prou, però?

Celebritats filtrades pel disseny

Un llibre recopila un miler de peces gràfiques sobre famosos de tota mena

X.A. / Barcelona

● Fa quasi un mes, el Museu Nacional d'Art i Disseny de Londres, també conegut com Victoria and Albert Museum, va adquirir un senzill dibuix d'una boca per 92.500 dòlars (uns 63.825 euros). Un preu exagerat en comparació amb els 60 que va rebre'n el seu autor, John Pasche, quan el va realitzar el 1970, però més assenyat si es té en compte que es tractava del disseny original del logo dels Rolling Stones. Aquests llavis amb la llengua fora, inspirats en la boca de Mick Jagger, són tota una icona del disseny i també un bon exemple de fins a quin punt una senzilla imatge pot triomfar i vincular-se per sempre més amb un univers creatiu paral·lel.

Els dissenyadors gràfics i els especialistes en creació d'identitat de marca ho saben prou bé, i Pedro Guitton, un brasiler establert a Barcelona i vinculat amb aquestes dues professions, s'ha dedicat a recopilar per a un llibre gairebé un miler de peces gràfiques que reten homenatge a personalitats de fama mundial en disciplines tan variades com ara el cinema, l'art, la televisió, el còmic, la música i l'esport.

A *tribute to celebrities* (Index Books) és un homenatge del món de disseny a famosos tan dispars com ara Joan Miró, Paris Hilton, Steve McQueen, Cervantes, Gisele Bündchen, Homer Simpson, Joan Pau II, Orson Welles, David Hasselhoff, Frank Sinatra, Elvis Presley, Björk, Randalino i molts altres. Hi ha celebritats indiscutibles per mèrits propis i d'altres que han esdevingut icones



Sis creacions d'*A tribute to celebrities* dedicades a Woody Allen, Salvador Dalí i John Lennon.

de la cultura de masses o referents del món del disseny sense saber gaire per què. En qualsevol cas, aquest volum permet connectar amb l'obra de gairebé 500 dissenyadors i agències de tot el món amb un estil pro-

pi. Akihiro Sai, Cocobongo Artworks, Jeff Fisher, Gianni Rossi, Hausgrafik, Nick/Leyp i Tracy Sabin són alguns dels creadors presents en l'obra. En alguns casos hi ha treballs que semblen anar poc més

enllà de la caricatura, però en d'altres s'han espremut el cervell per, com en el cas dels llavis dels Stones, concentrar l'essència en un disseny brillant que pugui representar algú per sempre.

Cultura i el Club Super 3 s'uneixen per promoure la lectura entre els més petits

EL PUNT/ Barcelona

● El Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació i el Club Super 3 han engegat el projecte *M'encanta llegir* per promoure la lectura entre els nens i les nenes de Catalunya. «La campanya té per objectiu encomanar als nens i nenes el gust per la lectura per tal que aquest hàbit els acompanyi al llarg de la seva vida», va dir ahir el

conseller Joan Manuel Tresserras.

La campanya, que s'inscriu dins el marc del pla de foment de la lectura, està protagonitzat pels mateixos súpors i els personatges de la família del Club, encapçalats per la Lila, la filla petita. Inclou gags televisius, un concurs a través de la web del programa, una cançó, un videoclip i un espai especial a la

Festa dels Súpors.

En la 12a Festa dels Súpors que es farà els dies 25 i 26 d'octubre a l'Anella Olímpica de Montjuïc, hi haurà un estand propi de la campanya de 200 metres quadrats. Amb la idea de fomentar l'interès entre els mainatges d'entre 8 i 12 anys, es disposarà de dos taulells de jocs amb la forma d'un llibre obert, bauls amb materials per a

activitats, un espai de lectura i una biblioteca. Els infants podran jugar a un ball de lletres o a una oca de lectura, amb preguntes relacionades sobre els èxits juvenils i infantils, com ara *Harry Potter* i *El zoo d'en Pitus*.

La campanya s'allargarà fins al desembre i el Departament de Cultura hi ha destinat una aportació de 190.240 euros.