Signos

Un chapuzón para los sentidos

El escritor Guillermo Busutil se mueve entre el verano y la fuerza de los sentidos en un libro de relatos

Guillermo Busutil, en Málaga. / JULIAN ROJAS

JAVIER MARTÍN-ARROYO. **Málaga**

Llega el calor y el salón se cambia por la playa o el monte. Los sentidos se disparan. Fogonazos corporales y descanso, todo se potencia. No es necesario apartar los ojos del libro, y hay quien los combina, casi como si pasara las páginas mientras practica submarinismo. En su nuevo libro de relatos, Guillermo Busutil (Granada, 1961) pone sus personajes a remojo, a experimentar con el verano y los sentidos, con el compromiso de tener que disfrutar. *Nada sabe tan bien como la boca del verano*, que ha publicado Editorial e. d. a. libros, es el título de la obra.

"El verano sabe y tiene olor, es la fruta y la sensualidad, se abre, se huele y se derrama", explica. "Pero también es la mejor paleta de colores: verdes limón, azules zafiro, naranjas del litoral, grises de ciudades...". Son las atmósferas en las que sus personajes mudan de piel para afrontar el hedonismo, dejar atrás la rutina y reincorporar nuevos propósitos. A veces hasta darle la vuelta al *carpe diem*, para que parezca incluso que ni siquiera disfrutan, porque de hecho también sufren. Trazos que componen lo que el autor define como "un fresco con veranos de iniciación, de aventuras, pero también de prospecciones interiores".

En la obra están los temas que ya abordó Busutil en anteriores títulos como *Individuos S. A.*, en torno a la sociedad moderna y la cultura, y que le obsesionan: la incomunicación social, la arquitectura, la mitomanía. Por encima de todos está quizá la fragilidad humana, que impregna de dudas cada decisión que toman muchos de sus personajes.

En sus páginas hay continuas referencias a obras de arte y creadores. Atom Egoyan y Doris Day comparten página sin que quepa el pudor. Todo está impregnado por las pasiones de este periodista y crítico de arte, que confunde realidad y ficción sin tapujos. "Muchos personajes caminan por las calles de Málaga y me los cruzo a diario", confiesa. Los protagonistas deambulan por unos espejismos en los que el diálogo entre verdad y fábula se difumina y se hace "más atmosférico". El ambiente pesa o refresca las páginas de estas breves historias "leídas como pasajes entre el desayuno y el trabajo, que flotan y no pesan".

Los personajes que llevan el peso de historias como *Pop de la Costa Oeste* o *World Woman Love* son casi todas mujeres que ponen en práctica su inteligencia, mientras que los hombres sencillamente actúan de manera más directa, sin mucho planteamiento previo. El autor defiende el relato como género ("cápsulas de tiempo libre que dan destellos de vida", define) y se zambulle en él, porque es donde, dice, más cómodo se ha sentido. "Infravalorado, para mí está lleno de pequeñas historias, aventuras increíbles, fantásticas, y grandes clásicos. Ahora está saliendo del ostracismo", opina.

Todo son elogios para las historias breves, que compara con las vacaciones cortas. "Ya no se llevan las vacaciones largas, se parten y no dan para una novela, sino para fragmentos de vida, para un relato", concluye.

PUBLICIDAD

ASOCIACION DE EMPRESAS DE PRODUCCION AUDIOVISUAL DE ANDALUCIA

Aepaa-Apria

EN DEFENSA DEL HONOR Y LA INDEPENDENCIA DEL AUDIOVISUAL ANDALUZ

Ante la falta de rigor, la violación de derechos y la continua manipulación informativa de que hemos sido objeto las empresas y profesionales independientes del sector durante las últimas semanas:

1.- **RECLAMAMOS** el derecho al honor y a la verdad de todo cuanto concierna a la realidad de una industria integrada por más de 300 empresas, que da empleo a más de 4.000 profesionales, que fabrica productos de entretenimiento que alcanzan a millones de espectadores y que es un **sector fundamental, estratégico y de alto valor añadido** para el desarrollo tecnológico de Andalucía;

2. **DENUNCIAMOS** la insidiosa campaña impulsada por el Partido Popular de Andalucía y publicitada por el Diario EL MUNDO bajo el insultante y reiterado epíteto de ***las productoras pata negra,*** en la que a base de informaciones parciales, sesgadas o falsas se trata de poner en cuestión la limpieza de los procedimientos mercantiles de nuestras empresas en su relación con la radiotelevisión pública andaluza;

3. **EXPRESAMOS,** frente a tan manifiesta tergiversación, nuestro **reconocimiento público** a la RTVA por su constante apoyo al desarrollo del sector, cumpliendo así uno sus objetivos fundacionales. Asimismo, damos fe de la existencia de **procedimientos de contratación ajustados a derecho y aplicados de forma estricta** (Directiva 2004/18CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 31 de marzo de 2004). Sobre esa base la RTVA ha cimentado una oferta televisiva que ha cosechado los mejores resultados de su historia: líder absoluto entre las televisiones autonómicas y líder continuado durante los últimos cinco meses en el territorio de la Comunidad frente a las televisiones de ámbito nacional.

Por todo lo anterior **EXIGIMOS** a las fuerzas políticas andaluzas que se abstengan de utilizar al sector audiovisual como arma arrojadiza, y, en consecuencia, **DEMANDAMOS** el inmediato cese de la campaña que no sólo produce perjuicios directos a un grupo de empresarios, sino al destinatario final de nuestra actividad, la sociedad andaluza en su conjunto.

En contrapartida, desde AEPAA **PROPONEMOS** la apertura de un **diálogo** con los partidos políticos —comenzando por el mencionado Partido Popular de Andalucía—, así como de un **debate** público sobre la realidad y los retos del audiovisual andaluz cuyo primer paso será una JORNADA abierta a celebrar próximamente en la sede de la **Confederación de Empresarios de Andalucía** de la que formamos parte.

En Sevilla, a 10 de junio de 2005, **Junta Directiva de AEPAA-APRIA**