

Por último examina una "tradición residual" que considera que la teología es constitutiva de lo real y que aborda la relación entre teología y economía desde las virtudes, lo verdadero, lo bueno y lo bello. En esta sección se estudia la aportación de la doctrina social de la Iglesia y de B. Dempsey; de algunos teólogos anglicanos; de MacIntyre (cuyo intento es filosófico) y de la "ortodoxia radical" de John Milbank. Lo común a estos autores –y al mismo Long– es la convicción de que la teología de santo Tomás proporciona una crítica útil de la economía política moderna y medios para reconstruir las relaciones económicas al servicio del hombre.

Con este trabajo Long contribuye desde una perspectiva

novedosa al diálogo entre teología y economía. Su visión es sumamente enriquecedora y justifica el interés por dar a conocer este libro al lector de habla hispana. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la visión de Long en lo que toca a la doctrina de la Iglesia católica es limitada. La nota del editor (el propio arzobispo de Granada) al comienzo del libro ya adelanta y explica algunas deficiencias. Además, sorprende que el análisis de la doctrina social de la Iglesia se limite a León XIII y a Pío XI. Y, en fin, ha olvidado la encíclica *Sollicitudo rei socialis* de Juan Pablo II, añadida por el editor en nota a pie y que, curiosamente, la tradición liberal suele esquivar por incómoda. **Gregorio Guitián.**



La última lección

Randy Pausch

Grijalbo. Barcelona (2008). 240 págs.
15,90 €. T.o.: *The Last Lecture*. Traducción:
Cruz Rodríguez Juiz.

Randy Pausch (1960-2008) fue profesor de Ciencias Informáticas en la Universidad norteamericana de Carnegie-Mellon. Como una actividad de la Universidad, suelen invitar a un profesor a que imparta una conferencia sobre qué es lo que más les importa en la vida.

Cuando invitaron a Randy Pausch a dictar esa conferencia, nadie sabía que al profesor le quedaban pocos meses de vida: le habían detectado un cáncer de páncreas incurable. Randy dio la conferencia, la grabó en vídeo y poco a poco se ha convertido en todo un fenómeno en Internet. Incluso este libro puede adquirirse con la grabación de la conferencia. Visto el éxito, Pausch, con la ayuda del periodista Jeffrey Zaslow, convirtió todo ese material y otras reflexiones similares en un libro muy leído en todo el mundo.

La obra pertenece al género de la literatura de autoayuda. En este sentido, para lo bueno y para lo malo, *La última lec-*

ción contiene los habituales ingredientes de este tipo de libros. Por un lado, abundan las anécdotas personales que encierran una redonda moraleja vital con un tono rebosante de optimismo, a veces un tanto espumoso; por otro, la dura situación personal que padece el autor añade al libro un plus de emoción y de dramatismo. Pausch, con gran sentido común, habla del ejemplo de sus padres, de su matrimonio, de su experiencia docente, del trabajo, del agradecimiento y la lealtad... Enfoca la convivencia con un tono positivo, nada lacrimógeno, con mucho sentido del humor.

En *La última lección* apenas se menciona la religión. Pero Pausch, protestante, lo hace de manera deliberada: "A mí me criaron unos padres que consideraban la fe algo muy personal. No saqué a relucir mi religión en mi última conferencia porque quería hablar de principios universales aplicables a cualquier fe, compartir cosas que había aprendido relacionándome con la gente".

Más que hablar sobre cómo morir, Pausch habla de cómo vivir. Y tiene como destinatarios especiales de estos comentarios a sus tres hijos; para Pausch, este libro es su testamento vital. **Adolfo Torrecilla.**



Deluxe. Cuando el lujo perdió su esplendor

Dana Thomas

Tendencias Editores. Barcelona (2008).
443 págs. 20 €. T.o.: *Deluxe. How Luxury
Lost Its Lustre*. Traducción: Javier
Fernández de Castro.

Las firmas más exclusivas como Louis Vuitton o Chanel tienen tiendas en todo el mundo y una variadísima gama de productos, desde los más asequibles a los más prohibitivos. El lujo ha cambiado la forma de vestir, el sistema económico de clases y la manera de interactuar entre las

personas. Pero el precio que ha pagado para conseguirlo ha sido muy alto: el lujo ha perdido su alma y su esplendor original para centrarse, únicamente, en la cuenta de resultados.

Basándose en esta tesis, la periodista Dana Thomas analiza en este libro el antes y el después de la industria del lujo a través de anécdotas y testimonios recopilados a lo largo de su carrera profesional. Introduce al lector en los talleres de fabricación de bolsos Hermès o Gucci, en redadas contra la falsificación en China, o en los despachos de altos directivos como Miuccia Prada o Bernard Arnault.

Hasta bien entrado el siglo XX, el lujo era algo íntimo y elegante, reservado para unos pocos. Sin embargo, cuando los hombres de negocios, ajenos al mundo de la moda, arrebataron las empresas a sus fundadores o sus "incompetentes" herederos, cambiaron la visión del negocio. La aparición de figuras como la mujer ejecutiva soltera y el crecimiento de la clase media abrieron los ojos a estos empresarios, que vieron un filón para crear ese mercado de gama media que acercaría el lujo a un público más numeroso. Para ello, abrieron *boutiques* en las principales ciudades, *outlets*, tiendas *online* y *duty-free*; contrataron a *celebrities* para que promocionaran sus marcas y modernizaron los procesos de fabricación.

A medida que el lujo se hacía más accesible, incrementó la necesidad de la gente de poseer todos estos productos y la fantasía de pertenecer a un círculo exclusivo, que realmente ya no lo era. El mensaje estaba claro: "Compre nuestra marca y también luj". Así, la calidad o belleza de los productos ya no

era lo importante, sino lo que estos representan. El actual "culto al lujo" del que habla la autora es real e incluso peligroso. A la vista está en países como Japón, donde la mitad de la población posee un artículo Louis Vuitton y hasta hay jóvenes que se prostituyen para poder comprar bolsos de estas marcas.

Con un lenguaje sencillo y directo, *Deluxe* recoge los aspectos más importantes del nuevo lujo enlazándolo con fenómenos actuales como la globalización o la emergencia de los mercados asiáticos. Pero esta industria ¿es tan democrática como sostiene Thomas, ofreciendo como lujo productos que carecen de exclusividad? ¿No será que, en realidad, ha contribuido decisivamente al establecimiento de la sociedad de consumo, la cual, lejos de suprimir las barreras sociales (ahora quizás más tenues, pero igualmente presentes), ha conducido al ser humano hacia un consumismo ciego? **María Adiego.**



Homero

Jasper Griffin

Katz Editores (2008). 418 págs. 29 €. T.o.: *Der Philosophische Diskurs der Moderne*. Traducción: Manuel Jiménez Redondo.

Las *Ilíada* y la *Odisea* son dos obras maestras de la literatura occidental. Del autor apenas se sabe el nombre, Homero. Ya no suele decirse que se trata de un nombre colectivo, suma de anónimos cantores. Está muy claro que fue una sola persona, una genial sola persona cuya obra no ha dejado de leerse ininterrumpidamente desde hace veintinueve siglos.

Pero las dos obras son de esas, tan famosas, que muchos han oído hablar de ellas, pero pocos las han leído. Por eso, nada mejor que una excelente introducción, como la de Jasper Griffin, que abre el apetito para no perderse esas grandes historias y ese estilo brioso, directo y noble, que es de por sí una escuela de estilo y de gusto.

Griffin ha compuesto una introducción basada en que las obras de Homero son cercanas, inteligibles para todos, porque abordan sentimientos, pasiones, heroicidades y cobardías que son las de ahora y las de siempre.

Si la *Ilíada* es, genéricamente, la historia de unos años de la guerra de Troya, porque no se nos cuenta ni el principio ni el final, la *Odisea* es una novela de aventuras en la que la naturaleza humana aparece en todas sus vertientes. Hay personajes en la *Odisea*, como Nausicaa, la hija del rey de los feacios, que es la precursora de todas las hermosas, sencillas y nobles mujeres que pueblan la literatura occidental desde la Beatrice de Dante a la Ofelia de Shakespeare.

Se destaca en esta introducción la perennidad de casi todo el material humano que está presente en las dos obras de Homero. Penélope sigue siendo ejemplo de fidelidad; Ulises, de astucia y saber hacer; Telémaco, de amor filial; Aquiles, de perfección heroica; Héctor, de héroe desgraciado y por eso atractivo; Agamenón, de la arrogancia del poder.

En otros tiempos, cuando los niños y jóvenes dedicaban más tiempo a la lectura porque no existían las consolas que agostan la imaginación, aprendían, como cuenta Machado en un poema, de estos héroes. Aprendían lo grande en un gran poema. ¿Alguien desea hacerse un plan de lecturas? Que empiece por Homero. Y no le vendrá mal una introducción de este estilo. **Rafael Gómez Pérez.**

El discurso filosófico de la Modernidad

Jürgen Habermas

Katz Editores. Madrid (2008). 418 págs. 29 €. T.o.: *Der Philosophische Diskurs der Moderne*. Traducción: Manuel Jiménez Redondo.

Jürgen Habermas, uno de los filósofos más influyentes de la actualidad, reflexiona en este ensayo, de nuevo traducido al

castellano, sobre la llamada filosofía posmoderna desde un prisma crítico. No existe, ciertamente, un acuerdo sobre el significado de la posmodernidad, pero es posible identificar una corriente que viene de Nietzsche, pasa por Heidegger y llega hasta Foucault y Derrida; común a estos autores es, se-