

## EL MILAGRO OCURRIÓ EN EL METRO

El pasado miércoles una mujer con las manos enrojecidas, rostro grande, atávico, cansado, no levantaba su mirada de un libro, no le importábamos nada los demás pasajeros de un vagón del metro de Madrid. Esa mujer juro que volaba, sí, muy alto, como apartando nubes con sus pies, que explotaban de carne por el hueco que dejaban unos zapatos negros con tacones ya oblicuos de tanto restregarse contra el suelo. Pude ver la portada de la obra que la subyugaba, que encendía sus ojos cansados: era un bestseller de una escritora norteamericana despreciada, anatemizada por los brahmanes de la Literatura y por mí mismo sin serlo: Danielle Steel. La miré condescendiente mientras se activaban en mi interior todos esos discursos-tipo sobre la degradación de nuestra cultura y los soeces gustos de la masa, que es quien sostiene la cultura de consumo: esa laguna invisible a la que acudimos masivamente los seres humanos para satisfacer una sed que parece insaciable: la de sentir, la de soñar, la de sobrecogerse, la de amar sin riesgo, la de guerrear sin salpicarse de sangre, la de ser muy malo sin serlo, la de participar en ominosas experiencias sexuales sin participar en ellas y, en general, y como diría Sthendal en una cita cazada por Savater: la de conmoverse.

Aquella señora estaba ahora en un edén de mansiones, joyas de precio inimaginable, galanes con sonrisa de diseño y arrebatos pasionales que estarían ocurriendo sin duda en jardines de salpicados de soles rojos y lunas azules. **Danielle Steel** la había hechizado, como a otros 350 millones de personas: había sido capaz de acelerar hasta el paroxismo los motores de creación de mundos de su lectora. ¿Cuáles son los principios morales que vamos a invocar para condenar a la lectora del metro?

