

ALCAIN

«POP»
A
LA ESPAÑOLA



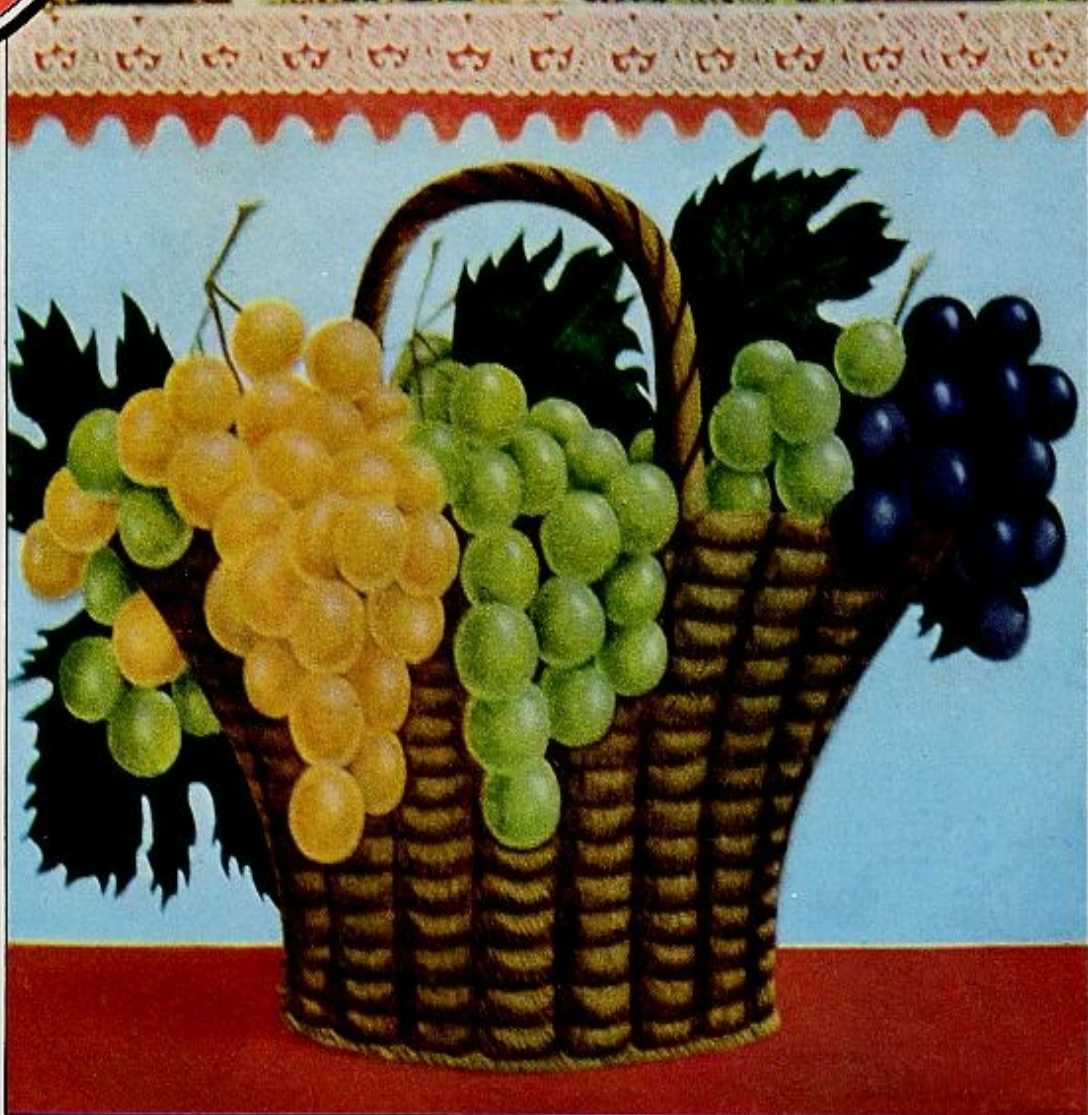
Hace todavía tres o cuatro años
vi yo, como suele decirse,
con mis propios ojos,
un cartel que me hizo meditar
de alguna manera
acerca de la actitud española
frente a las influencias extranjeras.

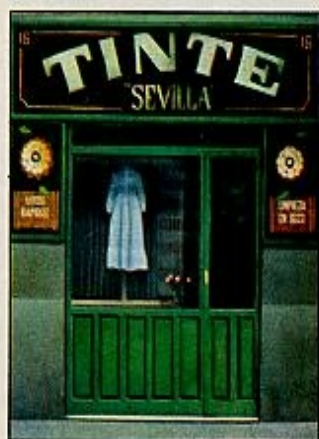
Me vino a la memoria
el cartel el otro día,
por una extraña asociación
de ideas, mientras estaba
en el estudio del pintor Alfredo
Alcaín y él me enseñaba
sus cuadros.

En la carretera de acceso
al aeropuerto de Barajas había
un indicador en forma
de flecha que decía: «Vuelos
nacionales», y al lado,
señalando en distinta dirección,
otro en el que podía
leerse: «Al extranjero».

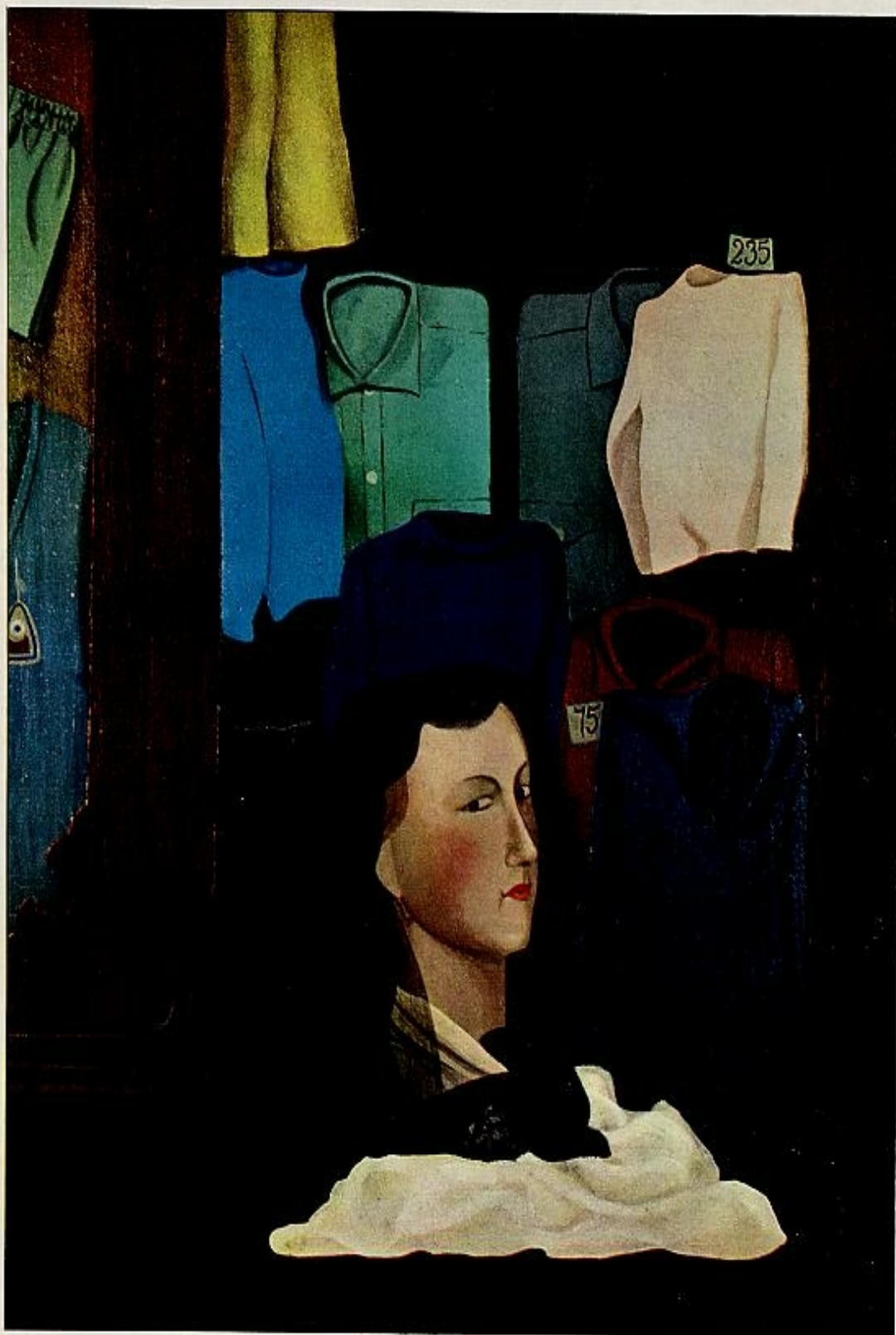
Con el tiempo, las autoridades
debieron darse cuenta
de lo enormemente paleta
que resultaba
aquello de «Al extranjero»
y mandaron quitar
el indicador, sustituyéndolo
por otro de «Vuelos
Internacionales» o algo parecido.

Pero a mí me hacía
mucha gracia el cartel
y me recordaba, curiosamente,
la época de la autarquía, la época
en que se pensó
que España podía nutrirse,
material y espiritualmente, con
lo que daba la tierra. ▶





Alfredo Alcain Parteearroyo, natural de Madrid (capital), conmemora con esta lápida mortuoria la efemérides de su nacimiento. El luctuoso suceso, ilustrado con ringorrangos de un arte «pop», no ha impedido que Alcain haya creado un mundo hondamente popular al recoger en sus lienzos las fachadas de tiendas humildes, el tinte, la fontanería, la taberna, o la preciosa estampa de la cesta de frutas, o el torpe escaparate en que resplandece la vida de un pueblo sumergido bajo una modernidad extraterrestre.



ALCAIN



En el escaparate de las lanas, el modesto comerciante ha demostrado un gran sentido artístico en la disposición de los colores. ¿Qué extrañas normas plotóricas habrá seguido de una vieja tradición olvidada? De la mano de Alcaín vamos descubriendo un mundo en el que no repararíamos de otra manera. La vitrina de los guantes, la de los calcetines, la de los zapatos... o la estupenda estampa de la naranja, que sirve de envoltorio a la caja de frutas confitadas...



«El extranjero» era el lugar común que compendia todos los peligros que acechaban a los españoles, y durante aquella época no faltaron teóricos que quisieran atribuir al aislamiento español con respecto «al extranjero» la preservación de la salud espiritual de la población civil e incluso el hecho de que el llamado «índice de condenación» se estuviera manteniendo a un nivel excepcionalmente bajo.

Pero la situación de la autarquía, sostenida durante algún tiempo gracias a la falsificación de licencias de importación y a la entrada de libros prohibidos que se vendían en librerías de piso, no podía prolongarse sin violentar el desarrollo normal del país. La autarquía no había traído nada que fuera realmente español, nada de verdadero arraigo popular, sino que había montado su endeble fábrica ideológica espigando aquí y allá en lo más retórico de la tradición clásica. La gente española abrazó sin reservas «lo extranjero». Durante algún tiempo estuvo prohibido poner nombres ingleses o franceses a las tiendas o establecimientos públicos. Cuando se abrió la mano, ninguno de los Estados de la Unión norteamericana se quedó sin representar en la lista de las cafeterías. Con los bares sucedió algo parecido, y la decoración y los nombres de los llamados Mesones, que parecían representar una reacción a favor de lo raigal, se concibieron en un estilo tan «typical» y retórico que parecía más bien una caricatura de la tradición española. Esta situación no sorprenderá hoy a nadie y solamente un desafortunado nacionalista podría quejarse de ella por motivos patrióticos. Lo divertido, casi estoy por decir lo hilarante, de todo el asunto es que haya tenido que ser precisamente una generación nacionalista la que ha llenado España de carteles en inglés y de escaparates de estilo extranjero, de urbanizaciones que a lo mejor eran apropiadas para Centroeuropa, pero que están en total contradicción con la arquitectura, con el clima, con el paisaje y con las costumbres de España. No hay más que ver en los parques y jardines los cartelitos de «Prohibido pisar el césped» para darse cuenta del absurdo que aquí se ha cometido. El césped es, en

Inglaterra, por ejemplo, una alfombra natural que tiene la tierra y que sirve para pasear, para tumbarse a descansar o para que jueguen en él los niños. En España, el césped es enormemente caro. En verano necesita una permanente irrigación. Prohibir que se pise el césped es como prohibir que se beba el vino y dejarlo reducido a una función puramente decorativa. El jardín español no tiene césped. Tiene las plantas que brotan con naturalidad en España. Con la decoración sucede algo parecido. Una boutique decorada al estilo de la Carnaby Street de Londres no tiene aquí en rigor otro sentido que el de hacer negocio con los «snobs». Esa decoración es, o era, popular en Carnaby. No lo es aquí. No tiene nada que ver con la tradición popular española. Yo no sé si existe la posibilidad de crear una decoración española que, sin ser retórica, sea verdaderamente popular. Los elementos existen, indudablemente. Mi interés al reproducir aquí algunos de los cuadros de Alfredo Alcáin no es el de presentar a este pintor madrileño a quien muchos conocen. La cosa está en que Alcáin se ha dedicado durante mucho tiempo a trasladar a sus lienzos fachadas de tiendas, de tabernas, de pequeños negocios, a fin de perpetuar de alguna manera un arte popular en vías de extinción. Las tiendas que aparecen en estas páginas existen en la realidad, están en las calles de Madrid o de otras ciudades. Pero no repararíamos en ellas si Alcáin no las hubiera pintado dándoles el patetismo de arte popular que ahora tienen. La búsqueda de Alcáin no es la de un coleccionista, para lo cual podía haberle bastado conservar una fotografía. El dice sencillamente que le gusta pintar estos escaparates, estas tiendas, estas tabernas, estos papeles que anuncian peras confitadas, o los envoltorios de las magdalenas de San Martín de Porres, el Santo que todo lo puede. Creo que el «inventario» de Alcáin puede hacernos comprender la necesidad que tenemos del arte popular en esta España progresivamente despersonalizada, donde un nacionalismo autárquico y casi xenófobo ha podido convertirse, con el tiempo, en el más increíble papanatismo ante todo «lo extranjero». ■ LUIS CARANDELL.



En la peluquería es fácil imaginar el continuo trasiego de los clientes («Se corta el pelo a navaja») en horas de trabajo; pero, ¿cómo será el caballero que finalmente alquilará el cuarto que se anuncia en la verdulería? La cesta de huevos «frescos de Castilla» es un prodigioso bodegón de la mejor escuela española. Alcáin lo titula: «Homenaje a un homenaje anónimo a Zurbarán».