



HAY QUE REALIZARSE

EN materia de ideología existe un principio general: no se puede ser de izquierdas sin ser rico. Porque un señor de izquierdas, aparte de dar dinero a su mujer para la compra, tiene el sagrado deber de realizarse. Y realizarse es un verbo que hoy cuesta un dinero largo. Punto redondo.

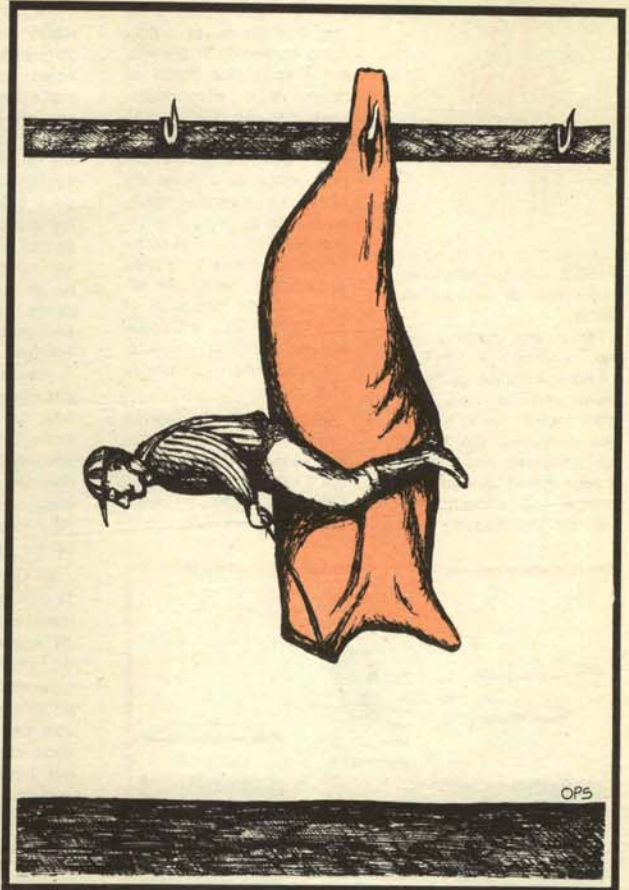
En cambio, la derecha, sea porque compra en el economato, sea porque le regalán cestas de Navidad, sea porque come carne de venado de carcería benéfica, sea porque le traen chorizos del pueblo, la vida sube, sube, se pone alta como un «hippy» al tercer chupetón de marihuana en ayunas o como San Juan de la Cruz cuando quería dar a la caza alcance; la vida sube y la derecha ni se entera. Pero, sobre todo, porque a un señor de derechas le importa un rábano realizarse: para eso le basta con asistir una vez a una pieza podada de Bertold Brecht, comprar una serigrafía de Canogar que tenga puño, felicitar las pascuas al aparcero de su finca o regalar un conejo a los ojeadores.

La concienciación es cara: viene en unos libros que hay que comprar lo más cerca en Biarritz o en Perpiñán. Después de leerlos hay que ir a Oliver para hablar de ellos delante de medio «whisky» con aceitunas sevillanas; hay que invitar al poeta Carlos Oroza para que suelte la lengua ante el corro y lo purifique con una visión negra del panorama; hay que darse masajes de poemas ingleses para hacerse rubio por dentro; hay que montar una comuna en un piso por Arapiles; hay que ir a Holanda porque la última novedad en erotismo es la calidad de las tetas rubias y blandas de las vacas europeas; hay que comprarse un morral de lona con sus pertinencias: cigarrillos Gitanes, píldoras para la depresión, un boca-

dillo de mortadela, un colmillo de jabalí plastificado, un collar de cuentas de olivo no de Jaén, sino de la Palestina no liberada, un pito de barro cocido de Ibiza. Y, naturalmente, todo eso cuesta una «pasta». Porque ya no basta con ser de izquierdas y, además, zurdo; estar situado estéticamente entre el corazón de Mao y los peñascales del Tibet, criticar a Breznev como si fuera don Cándido Nocedal y fijar la filosofía roja en una acera de Calcuta, donde hay un señor cetrino y huesudo tocando una flauta para que se levante, como si oyera una diana floreada, la serpiente con pilas «made in Japan».

Mientras tanto, las fábricas de laminado se abren a las siete de la mañana y la sirena de aviso perfora la niebla. Los izquierdistas zurdos lo saben muy bien, porque lo han visto en una película de Antonioni donde la amante incomunicada del dueño mira a través del vaso de martini las chimeneas sacando azufre

VICENT



II CAMPAÑA DE ERRADICACION DE LA ZARZUELA

TELEVISION Española, en vista del éxito logrado en su I Campaña de Erradicación de la Zarzuela, que se desarrolló durante varios meses del pasado año, anuncia el comienzo de la segunda, a la que se augura un éxito parejo a la primera. Como se recordará, Televisión Española, noticiosa de que sobrevivían en diferentes partes del territorio nacional grupos de recalcitrantes aficionados al mal llamado género chico, decidió acabar con ellos sin acudir a medidas rudas, sino por la vía de la persuasión, que es la oportuna en un país civilizado y Estado de Derecho (¡servidor!).

A tal fin, previo informe de las comisiones pertinentes (entre ellas la de Guerra Psicológica), se programaron zarzuelas a lo largo de un tiempo suficientemente largo y con una duración por programa que acabara con los entusiasmos que, como dijimos, alentaban por la zarzuela en determinados grupos, sordos a sugerencias de música «pop» que a diario les llegaban por todos los frentes timpánicos. Los resultados no pudieron ser más halagadores: al doscientos programa de hora y media (incluidos anuncios), se produjeron crisis de hastío en varias peñas zarzueleras, algunas tan significadas como Amigos del maestro Serrano, que pidieron una tregua para recoger a sus aburridos de los veladores y atenderles debidamente. El doscientos veinticinco programa fue clave en la primera campaña: diez peñas mañanas, siete andaluzas y la mitad de las de Lavapiés, La Arganzuela y La Latina, así como dos del Vallés, se rindieron sin condiciones y entregaron sus pendones en una emotiva ceremonia celebrada en Prado del Rey. Si numéricamente ese programa fue el más señalado, quizá lo más significativo fuera el acto en el cual la empresa del cine Coliseum firmó un tratado por el que se comprometía a suprimir la música zarzuelera en los entreactos.

Interrogados algunos de los vencidos que ballaban el «How do you do» en New Sunset, coincidirón, sin ponerse previamente de acuerdo, en recordar aquel cuento de: «Es que todos los días perdiz...». No podemos por menos, en consecuencia, de aplaudir la penetración psicológica de Televisión y manifestar nuestra creencia de que esta II Campaña acabe definitivamente con los aficionados a la zarzuela (q. e. p. d.).

GOLIAT

