

PRECIOS POPULARES...

¿PARA QUIEN?

SI IN ruido y con esperanza, Maritza Caballero acaba de jugar en el Cómico de Madrid, con «La casa de Bernarda Alba», una papeleta teatral inusitada. Se trataba de ofrecer, a «precios populares», la misma obra y el mismo reparto que, durante muchas semanas, se han sostenido a los altos precios de costumbre. Ya sabemos que los «precios populares» son, con frecuencia, un socorrido y caritativo recurso para cubrir los días últimos de una temporada de «precios altos», a la que empieza a fallar la asistencia del público. Pero, y por esto vale la pena comentar el caso, en esta ocasión el objetivo ha sido, según se ve claramente, distinto. Recordemos que la obra había sido estrenada en el Goya y que pasó al Cómico con el exclusivo propósito de afrontar la temporada popular.

Realmente, a poco que se piense en ello, «La casa de Bernarda Alba», a 45 pesetas la localidad más cara, montada por Bardem e interpretada por un grupo de excelentes actores, ha sido una posibilidad que, dentro del contexto teatral madrileño, casi parece una utopía.

Los resultados han sido los siguientes: público numeroso, pero insuficiente, durante los días laborables, y llenos completos los sábados y domingos.

Era lógico que fuese así. Con la particularidad de que, dados los costes de un espectáculo de este orden, para mantenerlo al precio que regía en el Cómico, era necesario abarrotar la sala en todas las representaciones.

Creo que la experiencia —y de ahí su interés, al margen del valor que en sí misma ha tenido— nos remite al problema clave del teatro español: su público.

Nuestro teatro está hecho para un público concreto, de unas posibilidades de tiempo y dinero concretas, y con unos gustos concretos. Si, como ha intentado Maritza Caballero, se pretende instalar la temporada sobre condicionamientos distintos, las dificultades se acumulan.

¿Qué importa, por ejemplo, reducirle el precio a un espectador cuyo horario de trabajo es incompatible con el horario teatral? Nos encontramos ante un hombre sin tiempo disponible —ni puede estar a las siete de la tarde en un teatro, ni acostarse después de medianoche— que, paradójicamente, convive con un régimen teatral de ¡14 espectáculos por semana! Si, como demuestran los hechos, sólo cuentan para él las funciones del sábado y la del domingo por la tarde, esto significa que las otras once representaciones se hacen para un público en su mayor parte desocupado y, por tanto, con mentalidad de público desocupado.

Supongamos ahora por un momento que exista una «masa de público», que pueda ir al teatro a las 7 y a las 11, a condición de que sea más barato. Supongamos que existan diariamente, en Madrid, un número de trabajadores circunstancialmente desocupados que puedan, con creces, llenar varios aforos del Teatro Cómico. ¿Qué posibilidad real existe de que empleen ese tiempo viendo una obra dramática? ¿Hasta qué punto es utópico esperar que vayan a ver «La casa de Bernarda Alba», conscientes de que tienen una oportunidad ante sí? ¿Desde dónde se les presiona y orienta para que prefieran aquello a otra cosa? ¿Qué hacemos, usted, yo, el otro, para desmontar las corrientes publicitarias que empujan a este hombre a un teatro de revista —¡que es mucho más caro!— o a ver una película del montón?

Alfonso Paso escribía que el público de un autor «centenario» es ridículamente corto con respecto a la población total de Madrid. También ha escrito que nuestro público teatral —caracterizado por su «moral ocultadora, su susceptibilidad enfermiza, y la negativa a enfrentarse con los problemas reales de su tiempo, su patria y su propia casa»— era el que «hacía a los autores». Y cito a Paso, porque integrado plenamente en nuestro mundo teatral, es presumible que ha de señalarle defectos muy evidentes.

¿Qué hacer para ir más allá de ese público escaso, desocupado y de «moral ocultadora»?

Los mejores hombres del teatro español se han enfrentado con el problema. Lo hizo ya Benavente, cuando pensó, ingenuamente, que un «teatro para los niños» cumpliría una misión pedagógica. Lo han hecho las compañías que han buscado su público entre universitarios y productores...

Los resultados no pueden nunca ser, prácticamente, satisfactorios. Porque el mal es social y profundo, y el teatro no puede, por su cuenta, cambiar las cosas.

Es significativo que en Londres, París o Roma se haga —salvo uno o dos días— una representación diaria. Aparte las consecuencias de mejora artística que comporta este régimen, su base parece evidente: hay un nivel de vida muy semejante para la gran mayoría y el teatro busca, en esa mayoría, su público. Y, por tanto, ha de levantar el telón a la hora en que la mayoría ha terminado su jornada de trabajo.

Nuestro teatro mejorará poco y difícilmente, mientras no evolucionen las bases sociales de su público.

JOSE MONLEON

EL CINE COMICO

Y

LOS HERMANOS MARX

LA reposición de «Una tarde en el circo» suscita nuevamente la cuestión de la decadencia del cine cómico americano. Es un hecho que en los últimos años no ha logrado alcanzarse la enorme vitalidad y el alto sentido cómico que poseían los films americanos de la década de los años 20. Un serial transmitido por TVE —del que dimos cuenta hace dos semanas en esta misma sección— nos ha puesto de nuevo en contacto con la gloriosa época de Mack Sennet y sus aventajados discípulos. Este fue el momento en que el cine cómico llegó a su más elevada expresión, produciendo numerosos creadores de considerable riqueza inventiva. Con la aparición del sonoro, el cine cómico iría, poco a poco, degenerando, sustituyendo la genuina concepción del «gag» cinematográfico por los recursos coloquiales del teatro. Los hermanos Marx consiguieron revitalizar el género y, más recientemente, Frank Tashlin y Jerry Lewis, retomando la estupenda tradición de Sennet, Keaton, Chaplin, Lloyd, Langdon, Turpin...

En el fondo de toda expresión cómica hay una especie de irracionalismo que, paradójicamente, es una búsqueda racional normativa. Sin llegar al absurdo, forma mayor del irracionalismo, el disparate, la extorsión de lo real para obtener un disloque continuo, puede ser un buen vehículo expresivo para lograr ese «racionalismo irracional», o viceversa. En un magnífico viejo film de Chaplin, «One A. M.», existía una vivacidad de los objetos, un duelo angustioso entre el hombre y los muebles del hogar, que adquirían un carácter particularmente maligno y agresivo. Siempre ha estado en la mejor tradición del cine cómico americano esta irremediable rebeldía de los objetos. Desde el viejo Sennet hasta Jerry Lewis, pasando por los Marx, ha sido una constante esta vitalización de los objetos para oponerlos al hombre en una lucha sorda de la que se extraía como consecuencia una suerte de frustración humana. Para Chaplin, el objeto era reductible por la fuerza de la persuasión; para Keaton, puede ser dominado por la inteligencia; pero con los Marx no caben los esquemas. Si en los casos anteriores eran los objetos quienes hostilizaban al hombre, puede decirse que son los Marx quienes provocan a los objetos... y a todo lo que se les ponga por delante. Groucho, Chico y Harpo son elementos turbadores en un mundo no demasiado tranquilo. Su aparición desencadena inmediatamente una serie de situaciones paroxísticas, incontrolables. Recuérdense la famosa escena del camarote en «Una noche en la Opera», o la de la clínica en «Un día en las carreras», o la de la habitación del enano en «Una tarde en el circo»... Los hermanos Marx tienen como norma tácita la provocación y la destrucción de todo convencionalismo. Muy lejos del vago humanismo de un Chaplin o de la calculadora inteligencia de un Keaton, los Marx se comportan con arrollador optimismo. Su malicia es absolutamente infantil y totalmente efectiva. Ni los «malos» ni las vampiresas podrán contra ellos. Siempre saldrán triunfadores de todas sus hazañas.

Existe un prejuicio en nuestro país contra el cine ablemente cómico. Se pretende que la auténtica comicidad ha de provocar la sonrisa y que la carcajada es patrimonio de la astracanada. Es curioso que tal criterio haya prosperado precisamente entre nosotros cuando el humor español se ha caracterizado siempre por su vigor y ausencia de «delicadeza». Uno de nuestros mejores autores cómicos contemporáneos, Enrique Jardiel Poncela, definía precisamente la comicidad española más genuina como violenta, agresiva y acusadamente coloquial. Y son estas, por cierto, las características más señaladas de los hermanos Marx. Con ello quiero indicar la proximidad de este tipo de humor a nuestro temperamento y a nuestras tradiciones literarias cómicas y, por otra parte, desdeñar ese prejuicio tan extendido de valorar la «sonrisa» por encima de la carcajada. Al fin y al cabo, la pretensión del film cómico es hacernos reír, y si sólo consigue que nos sonriamos, habrá cumplido su función a medias.

JESUS GARCIA DE DUEÑAS