



La extranjería ha penetrado en nuestros huesos como ese primer frío de otoño que sorprende la inercia de la ventana abierta. Cuando El Cordobés, el torero de los años sesenta, torea, lo hace básicamente para la extranjería...

LOS FELICES SESENTA

Por MANUEL VAZQUEZ MONTALBAN

*Entre todos la mataron
y ella sola se murió.*

(Aleluya popular)

Por necesidades de compaginación hemos dividido en dos el último capítulo de «Crónica sentimental de España». Esperamos que el lector comprenderá este obligado fraccionamiento.

Dentro de cien años, cuando España sea un atolón, cuando las tierras del centro hayan sido enviadas a la Luna para el desarrollo de la agricultura espacial y los mares hayan ocupado el espacio vacío para duplicar el número de costas; den-

tro de cien años, cuando los centros de Formación Profesional Acelerada produzcan a un ritmo mensual de cien camareros, cinco flamencos de litoral y cincuenta profesionales playeros varios; dentro de cien años, cuando la arqueología submarina busque y rebusque bajo el mar interior español el monumento al pastor de Avila, al maestro nacional, a la mujer gallega, a Sancho Panza y el burro manchego; dentro de cien años, cuando los presentadores de televisión inicien el programa diciendo: Hello, people.

How are you? Y a continuación traduzcan para las clases pasivas: Hola, señores y señoras. A conservarse; dentro de cien años, cuando en Venus, Marte, Vulcano, comiencen a aparecer ciudades de plástico llamadas Nueva Galicia, Nueva Cuenca, Nueva Reus; dentro de cien años, cuando la URSS y USA lleguen a un acuerdo para dejar de encañonar la Tierra desde el espacio todos los días festivos y en otras jornadas de especial significación; dentro de cien años, cuando entre las ruinas arqueológicas

del Rastro, los hispanistas norteamericanos de la Universidad de Columbia se sonrían ante la precaria supervivencia de un cancionero popular iniciado por la canción

*Tres cosas hay en la vida:
salud, dinero y amor,
y el que tenga estas tres cosas
que le dé gracias a Dios;*

dentro de cien años, cuando Robert John Kennedy III el Benevolente decida un empadronamiento total de los ciudadanos de su im-

perio para conmemorar la era de paz instaurada, y en los jardines de la Casa Blanca el niño de Belmez estrene la primera versión del «Valverde, ¡ay mi Valverde!, quién estuviera en Valverde», en correcto americano de St. Louis; dentro de cien años, cuando, según el «New York Times», se aprecien evidentes síntomas de distensión entre Cuba y Estados Unidos; dentro de cien años se habrá llegado a la evidencia de que no hay que luchar por lo que es evidente y de que aquel verso de canción popular:

Recuérdame, que recordar es volver a vivir

no era otra cosa que un signo más de la ley de la incongruencia lógica que presidió la vida de la Humanidad hasta poco después del año 2000. Y tal vez entonces la sección de la Universidad de Yale, especializada en Historia Bio-Química de España, descubra que el germen de los nuevos tiempos dentro de la antigua área de España sea el plan de estabilización de 1958.

Los felices sesenta

El hermético rostro de Ullastres, las escasas sonrisas que dejaba escapar en los discursos inaugurales de la Feria de Muestras de Barcelona o de la Feria de Bilbao parecían introducir otro talante en la cosa pública. A su vera estaba don Pedro Gual Villalbí. Hablaba más y lo hacía con un estilo mixto de profesor de Escuela de Comercio y de prohombre político de otros tiempos. Los otros tiempos de don Pedro Gual Villalbí eran Cambó y Ventosa Calvell. Desde aquellos preclaros cerebros económicos es un mito nacional instituido que los catalanes son los más idóneos dirigentes de las cuestiones económicas. La *rentrée* de don Pedro Gual Villalbí iniciaría el proceso de lo que algunos exagerados de Madrid han llamado la catalanización de España, pálida compensación a la castellanización de Cataluña. Ullastres prometió la reactivación, y a su favor se pusieron una serie de factores que los economistas ya han glosado en buena medida: el turismo, el más importante; el automatismo de la selección laboral a base de emigración interior y exterior, el segundo en importancia. En los años sesenta, la reactivación ha creado una doble cara de España. La situada en primer plano es una cara grave, con tendencia a la obesidad, aunque no excesiva; además es una obesidad atezada por el sol de vacaciones pagadas o, en último extremo, el sol que traspasa el parabrisas. El rostro va auxiliado por dos brazos enfundados en blancas mangas de camisa blanca. Los puños correspondientes a esos brazos atazan con egoísmo la rueda del volante. Ese rostro consume dieciséis variedades comerciales de «foie-gras» nacional, tiene a su disposición ciento diecisiete modelos de camisas blancas elaboradas con fibras sintéticas, tiene a su alcance algo que hace cincuenta años sólo degustaban los errantes arrieros: queso de Burgos, miel de la Alcarria, callos en lata y «peu de porc», también en lata. Cincuenta fabricantes de televisión se disputan la magnificencia de su derecho al crédito, cin-

cuenta fabricantes de pastillas le tienen casi convencido de que puede ser inmortal. Este supermán del consumo nada tiene que ver con el cejijunto, emboinado hombre de la maleta de madera que a partir de 1960 descubriera Alemania. Pero parte de la prosperidad del supermán consumista se la debe al exilio laboral del cejijunto, de ese hombre que se quitó la boina en Alemania, como los toreros se cortaban la coleta, y que, al quitársela, empezó a ver las cosas mucho más claras; tan claras, que le daban miedo y angustia. Ese proletariado emigrante hacia la Europa que hizo la revolución industrial a tiempo ha puesto en cuestión una de las más bellas máximas de San Antonio Machado: en su soledad ha visto cosas muy claras que sí son verdad.

La civilización automovilística española es la que mejor nos puede prestar su lenguaje para comprender la alternante situación de la riqueza nacional. Como buen conductor de «seiscientos», el español medio sabe que en el arte de conducir hay que acelerar de pronto y frenar en el momento menos esperado. Por eso no se sorprende tanto cuando le reactivan y parece que va a alcanzar el tren de vida de Paul Getty, o cuando le frenan la espuma del optimismo crediticio, como si se tratara de un ciudadano detergente con espuma controlada, ni poca ni mucha para su colada.

El coche ha sido la gran panacea de la prosperidad. Después de la guerra, las raquíticas patentes nacionales culminaron en el «biscooter» como coche democrático, y que, según «La Vanguardia» de Barcelona, dirigida por Luis de Galinsoga: «España resuelve el problema del coche utilitario». El «biscooter» fue el coche más transformable de la historia del automovilismo. Todo padre de familia intentó convertirlo en «Rolls Royce» gracias al remedio casero de la madera, la sierra y el martillo. Por lo alto, la solución española al coche de lujo era el «Pegaso», coche que tenía un costo equivalente al «Mercedes», «Alfa Romeo» y «Austin» juntos. Todo era improvisación. Lejanía de lo que sería «la gran revolución cultural».

La revolución cultural que realizaron los tecnócratas a partir de 1958 ya ha influido en la conciencia social. Las aceleraciones y los frenazos han magullado a los viajeros de «metro» o autobús, pero se les ha inculcado la sabiduría convencional de Rostow o Galbraith, y se intercambian miradas de inteligencia antes de musitar: Ya se sabe, pasamos una fugaz etapa de recesión. Y a continuación, el andaluz de Jaén, el ex aceitunero altoivo, que ya sabe de quién son esos olivos, comenta: Hay que esperar de nuevo el despegue reactivador. Mientras tanto, el supermán del consumo, el mini-burgués nacional, recorre, perplejo, una página de anuncios llena de estímulos. ¿Qué comprar? ¿Paisaje? Tal vez sea una buena inversión. Los papás de todo el asunto, Juan Jacobo Rousseau y los románticos seguidores, ya dijeron aquello del hombre libre en la Naturaleza libre. Este principio, que respaldaría la libertad de empresa, que ha engordado a la burguesía y que le ayudaría a ganar dinero gracias a la ciudad, se convierte ahora en la especulación del paisaje. Hay



El turismo masivo creó inmediatamente su mitología. Manolo Escobar ha dado en una reciente película testimonio cumplido del safari veraniego.



Los años sesenta no han encontrado un cómico como Gila, aquel hombre que dejó estupefacto al público al decir: «Cuando yo nací, mi madre no estaba en casa...».

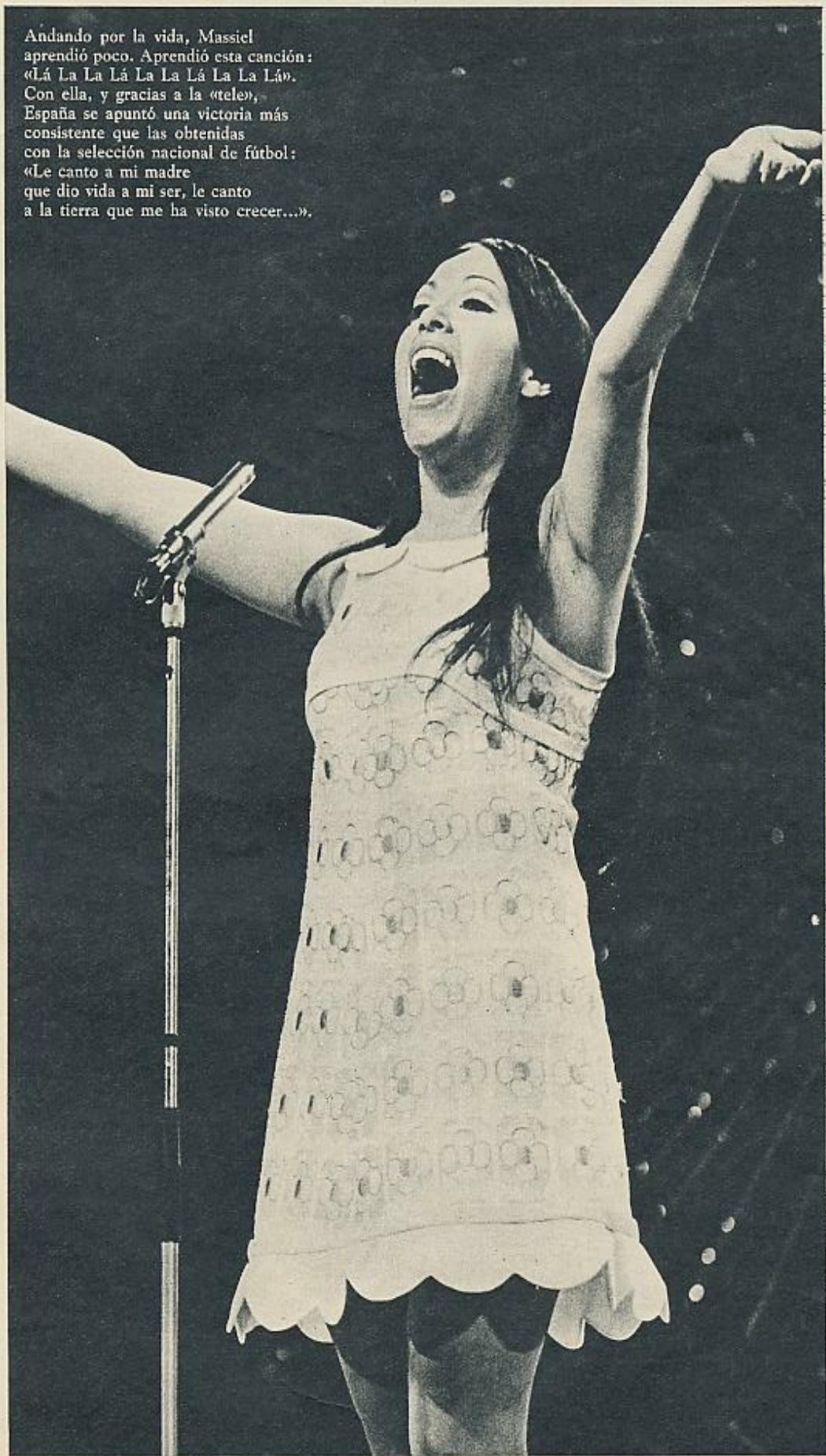
que comprar diez mil palmos cuadrados de paisaje para que el eficaz ejecutivo se oxigene cuarenta y ocho horas y vuelva engrasado a la ciudad, a seguir alimentando con ideas y decisiones la gran maquinaria del tingladito. ¿Qué comprar? Ya dicen los exégetas de la cultura del objeto, los exégetas del diseño industrial como máximo lenguaje cultural de nuestro tiempo, que la tradición de esta cultura es incipiente. Cuando se haya desarrollado, la imaginación programadora industrial inventará maravillas para satisfacer la perplejidad consumista del supermán nacional: submarinos convertibles en bocadillo de morcilla malagueña, jamones con chorreras convertibles en helicóptero, con o sin ametralladora, escafandra de buzo convertible en cama de matrimonio con mesitas de noche aplicadas, palacios neoclásicos de bolsillo susceptibles de ser hinchados con la mismísima boca del supermán, etc., etc. La relativa prosperidad nacional que se manifiesta a nivel proletario en la posibilidad de emigrar en tren con asientos tapizados de plástico y a nivel de supermán en la posibilidad de ir una vez a la semana a ver qué hace la vanguardia en Bocaccio Boite o en el Oliver madrileño, sirve de capa aislante en torno a la madriguera compartida. Ya se vio muy claro que pocas cosas afectaban a los allí refugiados cuando a raíz de los acontecimientos del Congo, recién inaugurados los felices sesenta, se propagó una canción tan poco solidaria como la que decía:

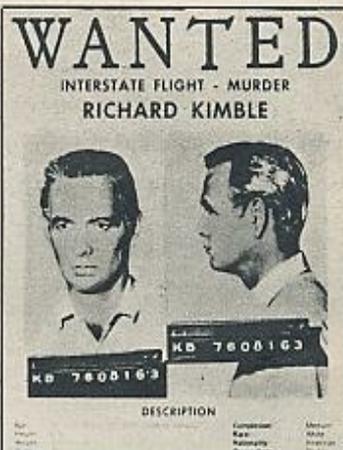
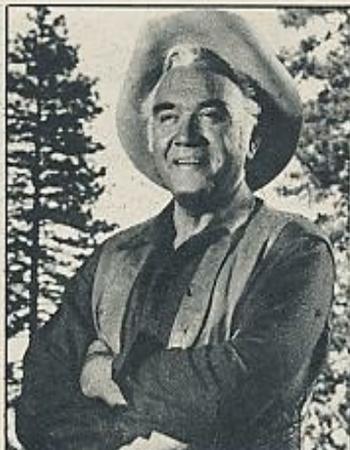
*¿Qué pasa en el Congo?
Que a blanco que cogen, le hacen
[mondongo.]*

A las ventajas del *american way of life* unimos el atributo de conservar la paz hasta el último vietnamita y, además, sin inversiones cruentas. Es extraño que a ningún intelectual superviviente del sitio de Numancia se le haya ocurrido proponer ante tal cúmulo de plenitud histórica que los americanos se vengán a vivir a España y dejen aquel grandote país, lleno de problemas, para los negros y los protestones. No hay que dudar de la supervivencia de estas mentalidades, pese a la curva de felicidad histórica que comparte su estómago colectivo. Ya en 1960, un centenar de ellos propusieron a cierta autoridad el irse como voluntarios al Congo para proteger la civilización occidental representada por la Unión Minera del alto Katanga y, en último extremo, por la *Société Générale de Belgique*.

Es innegable que la característica de esos años sesenta es la lucha por la vida. ¿Por qué vida? Por una vida que permita continuar la lucha por la vida. Esta pescadilla nacional que se muerde la cola es la reducción a escala de la ballena norteamericana que se muerde la cola, o del rape británico con sus correspondientes «cheeps». Y toda la gesticulación de los supermanes resulta una reducción a escala de los supermanes exteriores, ya que los pecados históricos se pagan, e insisto, ellos hicieron a tiempo la revolución liberal. En cambio, entre nosotros, es 1958 el año en que termina definitivamente la prehistoria autárquica, el año en que, puestos a superar, superamos el mismísimo liberalismo y pasamos a ser neoliberales en economía. Se plantea

Andando por la vida, Massiel aprendió poco. Aprendió esta canción: «Lá La Lá Lá La Lá La Lá». Con ella, y gracias a la «tele», España se apuntó una victoria más consistente que las obtenidas con la selección nacional de fútbol: «Le canto a mi madre que dio vida a mí ser, le canto a la tierra que me ha visto crecer...».





En España, Perry Mason era el triunfador dentro de la órbita legal. El patriarca de «Bonanza» enseñó un estilo de comportamiento a los patriarcas de la familia española; «Bonanza» vino a ser el más importante auxilio doctrinal que desde fuera haya recibido el presupuesto nacional de la familia. «Los Intocables» o el mito de la integridad de cualquier forma de autoridad. «El Fugitivo» era el mito de la capacidad del individuo para ser dueño de su destino.

contradicción de que los neoliberales políticos no coinciden con los económicos. El antiguo axioma de que «el pensamiento no delinque» se había convertido en el de «la economía no delinque». Y a este principio se ha acogido un buen arrastre de peces gordos y chicos, incluso de peces de signo opuesto, como Tamames, el hombre que ha convertido la información económica en «best-seller» libresco, y Villá Reyes, cabeza visible o aparente del asunto Matesa.

La televisión pronto llegará

Una canción había profetizado el hecho: La televisión pronto llegará. Y llegó. Primero, reducida al radio madrileño; después, se extendió hasta Barcelona. La «tele» tuvo una imposición popular más rápida que la radio. Cuando no alcanzó el nivel del «per cápita» nacional, se metió en los bares, y cuando no se metió en los bares, el Ministerio de Información y Turismo creó tele-clubs. A partir de esta generalización, la madurez del Mass Communications ya estaba asegurada. El Instituto de la Opinión Pública se dedicó a hacer encuestas sobre programas predilectos de radio y televisión para decirlo en lenguaje de Televisión Española; se daba un paso de gigante en el campo de las ciencias sociales. La cultura del dato empezaba a fascinar hasta a las chicas de servicio, muy quejosas de que no hubiera estadísticas serias del consumo de bicarbonato en el acto concreto de ablandar garbanos a remojo. La queja nacional de no hay estadísticas se ha expresado con valentía, sin concesiones, como una muestra, quizá la más determinante, de la fase de liberalización que caracteriza los años sesenta. Pero la «tele» siempre ha tenido estadísticas, y su programación se ha ajustado, más o menos, a las consecuencias de esa estadística. De ahí que sea imprescindible ver la televisión para comprender con quiénes nos jugamos los cuartos, en qué país vivimos. Y en la televisión aparecen básicamente telefilms americanos, retransmisio-

nes deportivas, publicidad, cantantes andalucistas estilo New Orleans y cantantes de protesta controlada, ni poca ni mucha para su colada.

El primer telefilm americano de gran arraigo popular fue Perry Mason. Para un americano, Perry Mason es un mito muy diferente que para un español. En Estados Unidos, el abogado es una guía en la selva del miedo colectivo, un guarda-lobos, como el psiquiatra. En España, Perry Mason era el triunfador, un triunfador dentro de la órbita legal, pero no menos triunfador que Joe Di Maggio, o Tony Trabert, o el general Curtis Le May. Después, Bonanza vino a ser el más importante auxilio doctrinal que, desde fuera, haya recibido el presupuesto nacional de la familia, el sindicato y el municipio. El patriarca de «Bonanza» ha enseñado un estilo de comportamiento a los patriarcas de la familia española, que desearían ser canosos, fuertes, llenos de serenidad, pero de justa furia en defensa de los límites del cercado del rancho. Cada telefilm ha creado un tele-mito: Los Intocables, o el mito de la integridad de cualquier forma de autoridad; El Fugitivo, o el mito de la capacidad del individuo para ser dueño de su destino; Los Invasores, o el mito del peligro latente, conspiratorio contra la paz y la seguridad de un mundo ya bien repartido. Estos dos últimos telefilms son reveladores del cambio profundo de la estructura mental burguesa. Desde el Robinson Crusoe como exaltación ascendente, combativa, revolucionaria del hombre burgués lleno de iniciativa (frente al hombre del anclen régimen lleno de suspicacia, de conservadurismo, de espíritu represivo) hasta el médico de El Fugitivo, la burguesía ha recorrido la noche de los tiempos de su mala y de su falsa conciencia. La libertad del Robinson le servía para sobrevivir mediante la transformación de la Naturaleza, era una dialéctica constructiva, llena de optimismo y de progreso. La libertad de ese Robinson fugitivo, rodeado de seres humanos hostiles, de leyes hostiles, de situaciones hostiles, es una libertad desesperada ejercida en contra de todo un sistema que ayudó a cons-

truir la parábola de De Foe, entre otras parábolas.

En cuanto a Los Invasores, también son el resultado de una escalada, de la escalada de la lógica de una sociedad en situación de alerta. Los marcianos de Los Invasores son el Fu Manchú anticolonial británico de los años cuarenta, o los malencarados soviéticos de Camarada X, o los chinos de James Bond contra Goldfinger. Estos enemigos metafísicos del hombre tienen la ventaja de ser, además, una referencia constante de los enemigos históricos del hombre: el peligro amarillo o Fu Manchú, los comunistas soviéticos, los comunistas chinos. De una y otra serie de telefilms se deduce un propósito filosófico traducido en una propuesta de moralidad de masas: la moral de la defensa y el recelo, pero no como sentimientos colectivos, sino como sentimientos individuales que, a lo sumo, pueden compartirse de dos en dos o de tres en tres. Los héroes de El Fugitivo o Los Invasores son seres solitarios, individualizados, como el espectador enfrentado de uno en uno a la pequeña pantalla. Estas actitudes morales traducen una actitud real del pueblo norteamericano que a nosotros nos viene ancha. Y, sin embargo, esta cultura de masas de importación está uniformando la conciencia popular en todo Occidente, porque en el mercado del telefilm son los americanos los que cortan el bacalao, como en su día lo cortaron en el cinematográfico.

El deporte ha pasado a ser un tema nacional gracias a la televisión. Al frente de sus destinos estuvo, primero, un hombre ligado a la idea deporte-política, Elola Olaso. Su sustitución por Samaranch significó, en realidad, el paso a la idea deporte-inversión social. Si una influyente personalidad española, tras una visita al Museo de Pintura de Cuenca, y a la vista de los cuadros y de un melendro encargado, dice: «El Plan de Desarrollo acabará con todo esto», los rectores del «Contamos Contigo» conocen la buena inversión social que representa una juventud educada en las reglas de la competición y no en las del conflicto. Ya lo había dicho Salas Pombo en un célebre discurso a fines de la década del cincuen-

ta: «Prefiero una juventud forjada en los campos deportivos que en la lectura de Alberti». La publicidad del deporte es, además, una demostración de los progresos que hace entre nosotros un sistema de comunicar e imponer verdades por encima y por debajo de la capacidad de reflexión; un método que empieza a ser no sólo un sistema de vender espuma controlada, ni poca ni mucha para su colada, sino también de imponer evidencias doctrinales e históricas.

Y en cuanto al abastecimiento más inmediato de la sentimentalidad, las canciones, la «tele» se ha hecho eco de la dictadura del mercado del disco, pero, a su vez, ha sido la inventora de la canción de protesta castellana, como una réplica a la canción de protesta catalana. La canción de protesta castellana la iniciaron, recién estrenados los felices sesenta, los andaluces tipo Manolo Escobar, con su canción:

Ni se compra ni se vende el cariño verdadero. No hay en el mundo dinero para comprar los quereres.

No han superado apenas este grado de compromiso las futuras canciones de protesta. Los Sirex empezaron bien:

Si yo tuviera una escoba, si yo tuviera un escoba, cuántas cosas barrería.

¿Qué barrerían Los Sirex? El dinero, la maldad... La canción de protesta castellana ha seguido barrriendo lo mismo y pidiendo lo mismo: verdad, libertad... Tan abstractas que no parecen de este mundo, las verdades y libertades de nuestra canción de protesta sólo han servido para exportar la propaganda de un liberalismo musical. En la periferia, los catalanes habían iniciado el tema, pero más o menos en serio. La protesta pequeño-burguesa de Els Setze Jutges, la protesta radical de Raimon e incluso la protesta biológica de Serrat en «Ara que tinc vint anys» iban en serio.

Por otra parte, los medios audiovisuales han contribuido al desarrollo de la degeneración andalucesca con bailarines taconcentes que más

parecen deportistas y cantantes que han reducido la originalidad andalucista de Quintero León y Quiroga o de Ochaíta, Valerio y Solano, a la caída de la d en posición intervocálica o el seseo. También han contribuido al desarrollo de una «pop-song» nacional, una «pop-song» llena de vocales relajadas para que el idioma se parezca al inglés, una «pop-song» constituida a base de traducciones o de letras aborígenes tan inspiradas como la del: No te quieras enterar, ye yé. También ha puesto un especial empeño en la resurrección de la zarzuela a base de costosas superproducciones dirigidas por Juan de Orduña, o bien en la resurrección indirecta de la sentimentalidad zarzuelera a través de las canciones de Raphael. Y si bien, gracias a la «tele», España se ha apuntado victorias más consistentes que las que ha conseguido a través de la selección nacional de fútbol, no es menos cierto que lo ha conseguido lanzando canciones como:

*Le canto a mi madre
que dio vida a mi ser,
le canto a la tierra
que me ha visto crecer.*

Andando por la vida, Massiel aprendió poco. Aprendió esta canción: «Lá, lá, lá, lá, lá, lá, lá, lá», tonada muy familiar para los catalanes de siempre, que desde pe-

queñitos la empleaban para subrayar la canción tradicional:

*Que li darem al noi de la mare?
que li darem que li sapiga bo?
Panses i figues i nous i olives,
panses i figues i mel i mató.*

(«¿Qué le daremos al Niño de la Madre? ¿Qué le daremos que le sepa bien? Pasas e higos, nueces y aceitunas. Pasas e higos y miel y requesón».)

Turismo y libertad

Los escolares que habían aprendido que Suiza vivía del turismo, se las prometieron muy felices cuando el índice de entrada de turistas iba subiendo sin previsiones de techo final. Durante los años cuarenta y cincuenta, los turistas infundían respeto, un respeto mitológico. En los años sesenta, los turistas son seres instrumentalizados. La gente de la calle los ve pasar e inmediatamente recuerda la última gaceta leída sobre el ingreso de divisas que supuso la invasión turística del año anterior. Un turista es un factor del equilibrio nacional y el hombre de la calle coexiste con él con el complejo con que coexiste una planta saprofitas. Del tinglado económico sólo le ha llegado el lenguaje convencional y

no acaba de entender del todo cómo ese dinero turístico le llega a su «cápitaa».

El turismo masivo creó inmediatamente su mitología. Las suecas al alcance del español medio, por ejemplo. Las alemanas. En algún reportaje de revista ilustrada se había insinuado la liberalidad de las costumbres nórdicas y centro-europeas. A partir de esta base, los españoles machos se atribuyeron un safari de hembras veraniegas lleno de complacencias. De hecho, en las costas se creó una vida portátil, portátil como el verano. Una moralidad portátil que al llegar el otoño se sustituía otra vez por los calzoncillos de felpa y la contención. Allí era posible contemplar al peón albañil bajito en compañía de una dama holandesa zanjularga y pechicada, o al oficinista bonito con la «teen-ager» inglesa. No hace mucho se estrenó una película de Manolo Escobar que daba un cumplido testimonio de la cuestión. Las peripecias sentimentales de un mozo de gasolinera, motorizado, con «scooter», enamorado galán de las extranjeras, encarcelado repentinamente por su tendencia a recibirlas a besos. La película se llamaba *Un beso en el puerto*. Una película llena de hoteles de lujo, de gorras de plato, de urbanizaciones cúbito-acristaladas. El enamorado Don Juan Turístico, tras sus veleidades mundanales, terminará casado con una extranjera, porque ya se

EL GOL DE ZARRA

(A "Manolo" Vázquez Montalbán)

Pues chico, resulta que cuando iba a ponerme a escribir sobre la paz nixoniana para empezar con la seriedad que procede mi colaboración en *TRIUNFO*, tu «Crónica sentimental de España», toda ella en *technicolor*, chafó mis nobles propósitos. Y es que ocurrió algo pasmoso y supinamente irresistible: en el «crescendo» imparabable de tu crónica llegó, también imparabable, el gol de Zarra.

Verás, yo tenía algo así como diecinueve años (¡ay!). Tú aún tenías menos (¡ay! dos veces). Era verano, ¿no?, y daba el sol en la terraza del café el día aquel, la tarde aquella, el minuto aquel de Maracanã. (El sol, por otra parte, era un elemento inseparable del asunto, como se había de demostrar más adelante.) En fin, para no andarnos con rodeos, lo que quería decirte era esto: el gol de Maracanã me sacudió de pies a cabeza con tal fuerza que, a dieciocho años vista, aún ando medio estremecido. Así como suena, amigo, mi paso por el pragmatismo anglosajón y la razonable locura francesa no ha servido de «na». Toda la terapéutica europeísta se ha estrellado contra este virus vital y vitalicio: el gol de Zarra, la épica (o la mística, tanto marca) del gol de Zarra.

Ya sé que es grave, pero sería más grave intentar disimularlo. No se puede, además. Tú mismo, sin ir más lejos, estás santificado por la mística de Maracanã. Tu crónica, que se bebe como agua de limón (azucarada para que pase bien, pero con el vitamínico acidillo operante), sufre el impacto del histórico balonazo. En medio del inspirado cachondeo que te traías con el asunto (casi llegaste a decir que Zarra e Igoa remataron un centro de Matias Prats bombeado desde la posición teórica del locutor izquierdo), en medio de ese entrañable regodeo, digo, he aquí que las hispánicas musas se desmelenan sobre tu máquina de escribir y la mística del gol de Zarra se superpone al bromazo para fundirse genialmente con él e inspirar el momento más feliz de tu crónica. ¡Ay, querido Manuel Vázquez, hijo y nieto de Camborios, permíteme que te llame Manolo!

Y es que el hecho, sencillo y apabullante, es éste: el gol de Zarra lo llevamos metido todos hasta el tuétano, y no hay hijo de árbitro capaz de anularlo. Ni aunque fuera un árbitro mismamente socialista lo podría. Socializaría el gol, que es lo que está haciendo Fidel Castro, pero el gol seguiría allí, incrustado en las mallas de nuestra sacrosanta hispanidad.

Un intelectual bien nacido diría seguramente que la cosa nos viene de Rojas por lo menos, para desembocar en Massiel y El Cordobés, pasando por Quevedo, San Juan de la Cruz, el Hidalgo aquel... y el gol de Zarra, naturalmente.

Partiendo, pues, de la base de que hay que apechugar con él, yo creo que convendría canalizar razonablemente sus efectos de modo que, en vez de paralizarnos, nos deje seguir jugando. A ver si por lo menos empatamos.

PABLO DE LA HIGUERA

París, septiembre de 1969



A nivel de supermán, la prosperidad se manifiesta en la posibilidad de ir una vez a la semana a Bocaccio, en Barcelona, o a Oliver, en Madrid, para ver qué hacía la vanguardia. Pero pocas cosas afectaban a los allí refugiados...



PULIDO S/A

viste una camisa
imPKble!

VISTA UNA CAMISA



* Esta es la línea de una camisa que ha merecido, con exclusividad, el calificativo de IMPKBLE, gracias a la unión de grandes fabricantes y confeccionistas de primera línea que le otorgan el diseño de plena actualidad, calidad ininterrumpida y controlada a un precio prácticamente sin competencia...

PK crea moda para los IMPKBLES

sabe: *Spain is different*. Pero eso no le priva pregonar su rebeldía a voz en grito en una nueva versión de las emocionadas carceleras de Cádiz de otros tiempos:

*Por un beso que le di en el puerto a una dama que no conocía.
Por un beso que le di en el puerto han querido matar mi alegría.
Por un beso que le di en el puerto me veo metido en prisión.
Si lo llegan a saber mis huesos, la lleno de besos hasta el corazón.*

Y más adelante, el recio mozo de Celtiberia adopta un compromiso para con las mejores virtudes de la raza:

*Requiebraré a españolas y ex-
[tranjeras,
y si me dejan también las besaré,
porque los hombres de España
somos así de galantes,
y aunque nos partan el alma...
(etc., etcétera.*

Si España ha llegado al «seiscientos» a través de la «Vespa» y de aquel zapato con color de avión que se llamó «biscooter», hoy ha llegado al parcelismo, expresión terrenal del turismo interior, a base de la influencia del turismo exterior. La guerra, el «biscooter», tuvieron su cómico liberal en el genial Gila de los años cincuenta. Aquel Gila que dejó estupefacto al público el día en que apareció por primera vez en la compañía de Virginia Matos y dijo:

*Cuando yo nací, mi madre no
[estaba en casa.
Se había ido a Toledo a curarse
[un orzuelo.*

Gila ha sido el gran testigo del quiero y no puedo nacional. Su talento crítico sólo puede compararse al talento de identificación sentimental de una Conchita Piquer. Gila fue el hombre que quiso comprarse un «biscooter» sin capota, porque le bastaba la boina. Fue el hombre que satirizó a toda la flamenca con su célebre monólogo sobre la folklórica, que dice: «A este público que tanto me quiere y al que tanto quiero». Fue el hombre que realizó una reducción al absurdo de todas las guerras civiles: el lunes, miércoles y viernes teníamos el avión nosotros; los martes, jueves y sábados, el enemigo. Y los domingos pagábamos un torero a medias.

Pues bien. Los años sesenta no han acabado de encontrar su humorista. Tal vez lo haya sido Joan Capri, pero con una comicidad muy ligada al talante catalán. Capri tiene un monólogo triunfal sobre el turismo interior de nuestra pequeña burguesía. La mujer y la suegra del protagonista le dicen que es preciso viajar... que no tenim conversa... («No sabemos de qué hablar»)..., y el caldeo se embarca para ver si más allá de su horizonte aún queda mundo. Pero el barco se hunde, la suegra se ahoga... He aquí la catarsis mini-heroica de un supermán turistizado. El caldeo llega a una isla donde se va comiendo todos los micos que que-

dan. Itaca. La isla del Pacífico. La huida.

Turismo y libertad.

El día en que Manolo del Arco entrevistó a Adolfo Muñoz Alonso, a la sazón director general de Prensa, y le dijo que entre él, periodista, y el público había un intermediario que tomaba cartas en la relación, Muñoz Alonso, filósofo agustiano, según *El Español*, contestó que entre Del Arco y el público estaba el filtro de la verdad. Pero ya aquel planteamiento presagiaba la llegada de la libertad, acelerada a partir de los cambios ministeriales de 1962. Era una neolibertad, curiosamente programada por gentes políticas que no eran neoliberales políticos ni neoliberales económicos. Hubo que inventar un nuevo término: evolucionistas, sin que tampoco tuviera nada que ver la palabra con el darwinismo. España es uno de los países que más riqueza semántica ha elaborado en estos treinta años últimos.

La liberalización ha ido impregnando la conciencia pública. Sobre todo, a partir de la Ley de Prensa de 1966. La gente ha ido captando las sutilezas de los duelos periodísticos; sobre todo, de los duelos periodísticos madrileños, porque en provincias no acaban de creerse que es posible jugar con las palabras, ya que no con otra cosa. Es una inútil batalla por la evidencia escrita, en unos tiempos en que no hay otra evidencia dominante que la de la imagen. Sobre la base de que a la mayoría del pueblo la política no le importa, o quiere creer que no le importa, son casi nulas las posibles interpretaciones del talante político popular. Los españoles se han acostumbrado a medir la libertad por el tamaño de las faldas de sus chicas, por el límite de destrozo de una plaza de toros donde actúan los ídolos musicales de los chicos sin que intervenga la fuerza pública, por los avances del «strip-tease» a la española en las «boites», por los permisos de apertura de nuevas catacumbas del electrosonido, por los límites de edad para asistir a los bailes... Es decir: la reivindicación de la libertad de ocio y de las posibles libertades que uno puede permitirse durante el letargo del ocio. La sensibilización política se detuvo para los hoy ya maduros o viejos en 1939 y para los jóvenes se limita a un eco contradictorio de quiero y no puedo doctrinal heredado de la autarquía o a un eco de las verdades de sus mayores o a deducciones personales extraídas de sus propias relaciones con la realidad.

La cultura popular, con la excepción de Dodó Escolá, que tomó posición ante los hechos del Congo, ya no sabe dar respuestas autóctonas a los estímulos políticos del mundo. La extranjerización de esa cultura popular es evidente; una de las evidencias regaladas por las que no ha habido que luchar. Y ha sido esa cultura de masas extranjera la que nos ha impuesto su juego: *A ver si es verdad que Mao/ es el que corta el bacalao*, la can-

ción más política de estos últimos años. Incluso los estudiantes, el sector social más politizado y más actuante a partir de 1956-1957, se encontraron sin cultura popular que llevarse a la boca cuando trataron de cantar canciones que expresaran su estado de ánimo. Recurrieron a un himno universitario secular: *Gaudemus igitur, tuvenes dum sumus...* Algunos poetas de trastienda redactaron urgentes versiones de canciones antiguas:

*Los hijos del tío León
se fueron a repartir
¡ay, ay!
se fueron a repartir*

cantaban en Madrid a fines de los cincuenta con la música de los *Mozos de Monteleón*. Cuando los más enterados iniciaban cierto himno, la cosa terminaba en el «... familia legión», porque nadie sabía más.

En Barcelona, el máximo consenso canoro-revolucionario se consiguió en torno de una versión catalana del *we shall overcome*. La expresión que más se oía era no *serem moguts*, que, más o menos, quiere decir: *nadie nos moverá*, e indirectamente lo quiere decir todo. Otras canciones con principio y fin y sobre temática política nacional ni siquiera se consumen en los sótanos o en los desvanes del, a fin de cuentas, monolítico edificio nacional. Han quedado como *typical spanish*, que escucha el todo Milán, con la misma complacencia con que leen una entrevista a El Cordobés por Oriana Fallaci, o comentan entusiasmados el elevado empleo de cilicios por parte de los españoles.

La extranjería ha penetrado en nuestros huesos como ese primer frío de otoño que sorprende la inercia de la ventana abierta. Cuando *El Cordobés*, el torero de los años sesenta, despliega el capote, lo hace, básicamente, para la extranjería. Ellos piden y nosotros damos. Y la extranjería europea sólo nos deja la falsa impresión de una equivalencia falsa. A ellos les interesa esta España turística, con paella y cordero a la chilindrón, con sol y paisaje destrozado por los rascacielos del verano. Y para excitarse quieren toreros que se arrimen, poetas que se arrimen, obreros que se arrimen..., pero estos últimos que se arrimen en invierno; el verano que se lo dejen limpio y en paz. Bastante miedo pasan ellos en sus países respectivos, sobre todo después del mayo francés, que les quitó del rostro la sonrisa de la insuficiencia democrática.

Turismo y libertad.
¿Serán sinónimos?

■ M. V. M. Fotos: ARCHIVO.

Próximo número:

CRONICA SENTIMENTAL DE ESPAÑA (y 5)
AMERICAN WAY OF LIFE