

Cultura a la contra

## El mercadillo

La vida en esta ciudad se pone difícil para todos. Por ello, algunos han encontrado una forma de subsistencia precaria en los arrabales de la cultura: al paso, venden productos más o menos culturales —civilizados, siempre— en las calles o en los pasillos del Metro: tebeos, libros liquidados por editoriales en quiebra, chapas de los más distintos partidos políticos o de ninguno, banderas de cualquier bandería. Las calles se llenan de mercaderes a quienes sólo las Fuerzas Grises se atreven a echar de ese templo abierto que es Madrid, templo de un Dios represivo y ciego que a todos aplasta por igual.

Algunos se refugian en los subterráneos, en los transitados pasillos del ferrocarril urbano. Hay músicos ambulantes: miembros de grupos de "rock", como Cucharada, que no tienen dónde ensayar y se van allí para aprovecharse de la gratuidad y la buena acústica del lugar, y también —¿por qué no?— para ganarse algunas pesetas de la caridad pública. O estudiantes recién salidos del Conservatorio, que se colocan en la confluencia de las líneas Goya-Ventas-Argüelles, es un suponer, con su atril, sus partituras y su flauta, y nos deleitan con breves segundos —los que tardamos en pasar frente a ellos— de un concierto o una sonatina de Mozart. Hay también cantautores atrevidos, afectados por la crisis pseudodemocrática, que ha acabado con los recitales antaño multitudinarios. Y también unos pocos gitanos que tocan —guitarra y palmas— la improvisada y triste bulería del desempleo. Unos cuantos de estos músicos enarbolan carteles patéticos: "Estoy en paro. Busco piso. Darta clases de guitarra a domicilio". Otros, no: se limitan a mostrar la evidencia de su trabajo en la calle.

Poco más allá, mercaderes de "posters" nos venden por el mismo precio gigantescos retratos de Pablo Iglesias o de Oscar Wilde, de James Dean o de un caballo. No lo hacen por iniciativa propia: dependen de una empresa que ha juzgado más rentable ese tipo de salida comercial para los productos que fabrican. Y junto a ellos están los naufragados del "hippismo" muerto; tratan de colocarnos sus collares de cuentas, sus pulseras de latón, sus pelos de elefante y demás zarandajas; el año pasado se pusieron de moda los dientes y mandíbulas de tiburón, al amparo del éxito de la famosa película. Esta artesanía pobretona es, a veces, manufacturada por sus mismos vendedores; otras, producto de las peregrinaciones de esos mozos que recorren el mundo creyendo haber pasado de todo, pero que no han sabido o no han podido pasar de las leyes del comercio; resultan patéticos en su pretensión de enfrentarse de manera individual, con su artesanía mal acabada, a una industria inmensa capaz de fabricar y vender miles y miles de, por ejemplo, collaritos hindúes, cuando ellos sólo pueden fabricar y vender diez.

El mercadillo urbano, inmenso zoco oriental multicolor y sin gritos —aunque, eso sí, con música de fondo—, resulta a veces algo triste: atestigua que estamos viviendo en una época de terrible crisis económica, de mendicidad tolerada y disfrazada; estos vendedores son los mismos que un día pueden abordar diciendo: "Oye, tío, pásame cinco duros para un bocata", o "¿Tienes dónde dormir esta noche?". Nuevos mendigos varipintos, multicolores, pero mendigos al fin. Pero también sirven para algo, no piden algo por nada: dan color. Convierten el Metro y la calle —lugares de tránsito deshumanizado, grises— en zonas de encuentro ciudadano, de discusión, de música, de vocerío... La ciudad se vuelve de pronto mediterránea, abandona su adustez mesetera y parece de golpe orillada por el mar. Tal vez se trate de vestigios tercermundizado y africanos, recuerdos de un pasado mercantil y pequeño, de ese "pequeño reino afortunado" del que nos hablaba Jaime Gil de Biedma. Son, sobre todo, estos mercaderes de la cultura popular, manifestaciones de la vida última de una cultura en crisis. ■ E. HARO IBARS.

sus personajes —esos mendigos llamados a la fiesta de los fuertes— y su esperpentismo, numerosos puntos de contacto.

El hecho de que tanto Colombia, como Venezuela, como Guatemala, de donde proceden los materiales de las dos obras que hemos visto a los de Rajatabla, sean tres países con sendas Constituciones democráticas —es decir, en los que se celebran periódicas elecciones generales— y profundos desniveles sociales explica la tendencia a corromperse de su vida política. El dinero es más fuerte que el voto, sin que el hecho de que el poder dimane teóricamente de la mayoría suponga que defiende los intereses de esta última. De ahí este encuentro de un autor colombiano y otro guatemalteco en el repertorio de una compañía venezolana.

La denuncia de Buenaventura es, por lo demás, muy sencilla y muy directa. El título de su comedia —"El mend"— aludía al banquete en que se "lanza" un candidato presidencial; banquete con mendigos contratados, damas de la alta sociedad, secretarios con gesto hitleriano, vigilantes implacables y un candidato sonriente y dispuesto a proteger a sus bienhechores. Si Lary Herrera le cambia el título es quizá para hacer más evidente el tema del drama. Pero, a fin de cuentas, todo esto son cosas sabidas, viejos discursos de la izquierda, en especial si se emplea el tono tajante y un tanto maniqueo de



"El candidato", por Rajatabla.

las farsas políticas. Lo interesante será, pues, la poética, el modo de decir lo que casi se hace obvio, los caminos por donde el lenguaje teatral consiga exceder el breve y nada original mensaje político.

En realidad, "El candidato", al menos ante nuestro público, avanza con dificultades en su primera mitad. Ni la estructura dramática consigue mantener nuestra atención en ese período, ni entendemos bien el texto, ni nos sorprenden las imágenes; están muy claras las dos o tres ideas de la tesis y lo que vemos no las ensancha... Así hasta que, mediada la obra, se ponen en pie las gigantescas mesas del banquete. A partir de entonces, la vertebración de los distintos elementos es ya un hecho. La representación cobra un estilo, el espacio deja de ser puramente físico para transformarse en un espacio dramático, la palabra se integra en un conjunto de sorprendentes imágenes, la acción teatral, en fin, que estaba un tanto perdida en los gritos y carreras de los personajes, se hace compacta y eficazmente comunicativa. Como era de prever, los discursos de las "señoritas" del Círculo —que corresponden en la parábola de Buenaventura, como los demás personajes, a un estamento social del país— consistirán en una serie de recomendaciones encajinadas a hacer del futuro Presidente un instrumento de la oligarquía, y como también debía esperar, el candidato empleará esa fraseología retórica, en la que se habla de los buenos sen-

