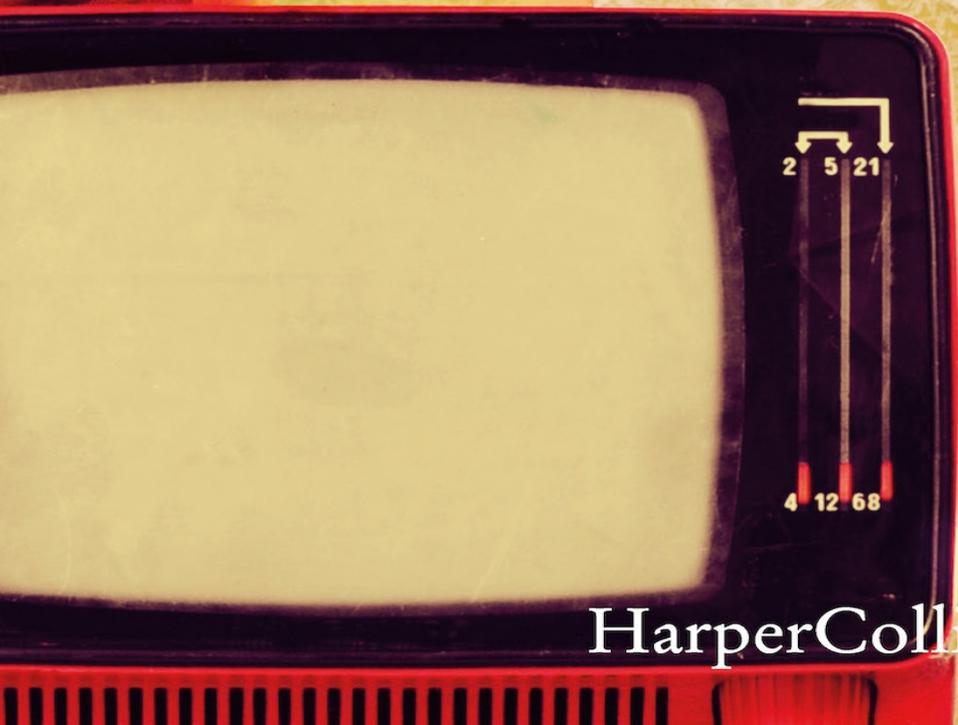




# VIDAS BARATAS

Alberto Olmos

# ELOGIO DE LO CUTRE



HarperCollins

# VIDAS BARATAS

Alberto Olmos

# ELOGIO DE LO CUTRE

HarperCollins

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Diríjase a CEDRO si necesita reproducir algún fragmento de esta obra.

[www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com) - Tels.: 91 702 19 70 / 93 272 04 47

Editado por HarperCollins Ibérica, S. A.

Núñez de Balboa, 56

28001 Madrid

Citas en las páginas 156, 157 y 159 extraídas de Ordesa (Alfaguara 2018)

© 2018 Manuel Vilas.

Las menciones a Bizcochos Noël y Galletas Jesús Angulo Ortega S. L. y las imágenes de las páginas 125 y 127 han sido autorizadas por las propias marcas.

Las imágenes de las páginas 131, 132 y 135 han sido facilitadas por el autor.

Vidas baratas: elogio de lo cutre.

© 2021, Alberto Olmos

© 2021, para esta edición HarperCollins Ibérica, S. A.

Todos los derechos están reservados, incluidos los de reproducción total o parcial en cualquier formato o soporte.

Diseño de cubierta: LookatCia

Imágenes de cubierta: Shutterstock y LookatCia.

I.S.B.N.: 978-84-9139-681-9

Conversión a ebook: MT Color & Diseño, S.L.

# Índice

[Créditos](#)

[Prólogo](#)

[Primera parte: Filología cutre](#)

[Capítulo 1](#)

[Capítulo 2](#)

[Capítulo 3](#)

[Segunda parte: Vidas baratas](#)

[Capítulo 4](#)

[Capítulo 5](#)

[Capítulo 6](#)

[Capítulo 7](#)

[Capítulo 8](#)

[Tercera parte: Éxito cutre](#)

[Capítulo 9](#)

[Capítulo 10](#)

[Capítulo 11](#)

[Epílogo: Escrito a mano](#)

*Para Rafael Reig, un maestro*

# Prólogo

Hace tres años afirmé en un artículo que echaba de menos en las librerías un ensayo sobre lo cutre; ensayo que, recalqué entonces, yo no tenía ninguna intención de escribir. Resulta que es este que tienes en las manos.

¿Qué ha pasado para que finalmente me haya tocado escribirlo? Primero, que nadie me tomó la palabra, y lo cutre siguió sin decirse, huérfano de desarrollo en páginas suficientes como para hacer bulto en las bibliotecas del saber. Se han publicado muchos ensayos sobre el feminismo, las pandemias y diversos hitos históricos, pero nadie le ha dedicado el tiempo que merece a algo mucho más importante: el cutrerío. En España, el cutrerío es tan importante como la gastronomía o Buñuel.

Lo segundo que ha sucedido es que lo cutre se encuentra cada vez más presente en nuestras vidas, está casi de moda y sus adeptos no paran de crecer, muy orgullosos, además. Lo cutre asoma en las películas, en las canciones y en los anuncios; se hace política cutre y gusta, se hace comida cutre y también gusta. La tele cutre es la única que se ve. Hay cada vez más gente que encuentra en lo cutre una tabla de salvación para no ser simplemente pobre, o simplemente rico. Ser cutre está por encima del capitalismo y sus extremos. Es una opción de vida y, como tal, parece una buena idea.

Toda mi vida he sido testigo de lo cutre, lo he visto y lo he experimentado, me ha enternecido. Pero tuve que hacer un pequeño viaje para tomar conciencia de mi destino, que no era otro que acabar abordando sin complejos el asunto. La ciudad a la que viajé para caerme del caballo fue Barcelona, que será muchas cosas, pero no precisamente cutre.

Allí vivía un amigo de siempre. Era un compañero de colegio, pues ambos crecimos en el mismo pueblo de Segovia, un pueblo que nos alimentó y nos lo enseñó todo, especialmente — pensándolo después— a ser cutres. No lo nombro porque las pequeñas localidades españolas tienen más orgullo que el imperio de Japón, y a nada se cabrean y le ponen precio a tu cabeza y a la de tus hijos. ¡Con el cariño que pongo yo en este libro a todo lo cutre!

La visita era rutinaria, y no sabía yo que supondría para mí el primer aviso de que ser cutre no era tan sencillo como ser pobre o mezquino, según reza el diccionario. Mi amigo había vivido algún tiempo en Madrid, haciendo encuestas por la calle, y pasó también sus años en Inglaterra, fregando platos en hoteles. Como veis, su currículum cutre era realmente prometedor. Sin embargo, ahora estaba en Barcelona con un buen trabajo, en una empresa multinacional, e iba a la oficina cada día con traje y corbata, tenía reuniones con grandes firmas de lácteos o telefonía y la palabra «cliente» tintineaba en su cabeza como el dinero. Había encontrado su lugar mejor en el mundo, sin duda.

Sin embargo, vivía en El Clot, en un primero con una única ventana a la calle, justo encima de la terraza de un bar donde una decena larga de sillas y mesas metálicas orquestaban cada día un sinfín de sinfonías átonas y reiterativas, al compás de las demandas del pueblo sediento, llano. El piso ni siquiera era para él solo, pues lo compartía con un alemán, un tipo curioso en la medida en la que nunca estaba en la casa, le reclamaban negocios en África, pasaba semanas sin pisar suelo europeo, no digamos las baldosas de su propio cuarto. De modo que fue allí, en esa habitación que pagaba un alemán, donde me alojé un par de noches.

La casa la recuerdo oscura, desordenada, llena de cosas torcidas y a punto de caerse, y de botes a la mitad, siempre de marcas baratas, y varias televisiones panzonas apagadas. Veo aún las mantas y toallas sobre el sofá, serpenteantes desde el respaldo a los reposabrazos. Veo incluso libros de poco fuste literario, *best sellers* como de gente que pasó por allí, se quitó peso de encima y generó por sedimentación una pequeña biblioteca aleatoria. Veo todavía los DVD, cuando ya era decimonónico ver películas en DVD, todos de películas españolas que ni siquiera ganaron el Goya un año cualquiera del que nadie recordaba quién había ganado el Goya.

A lo mejor no había lámparas, o eran las que dejaron colgadas los padres del dueño de la casa desde que compraron la vivienda en 1978, muy retorcidas y góticas, con bombillas de vela, faltando dos de las cinco, fundida otra. Seguramente un casquillo raquíptico iluminaba alguna de las habitaciones, la mía, la del alemán. Todo daba un poco igual en aquel piso mientras las paredes no cedieran, el techo no claudicara, el suelo siguiera funcionando.

Pasé, como digo, dos días y medio en aquella casa, poniéndome al día de la vida de mi amigo, dándole noticia de mis trajines, hablando de Barcelona y, en fin, de lo que sea que estuviera de actualidad. Debió de ser a principios del presente siglo. En algún momento, debí comentarle algo sobre un objeto que estaba allí presente, en el salón de su casa, o sobre el dinero que ganaba o las vacaciones que podría o no permitirse. Mi amigo odiaba viajar, le parecía un gasto demencial. De este modo, criticando yo algo que, en realidad, me era muy propio —el ahorro, la desidia consumista, la indiferencia por el prestigio de los bienes materiales— le llamé cutre o consideré cutre algo —la lámpara, la tele, unas zapatillas; o todo en general—. Entonces él pronunció la frase que me puso en camino, las palabras que convertían la miseria en filosofía y la precariedad en conocimiento:

—Me gusta lo cutre.

Eso dijo. *Me gusta lo cutre*. Un club exclusivo pareció descender entonces sus cortinas ajadas y polvorientas ante mis ojos: el Club de los Cutres. Bienvenido.

Hay bastante diferencia entre ser cutre y que te guste lo cutre. Es la diferencia entre la fatalidad y un proyecto de vida. Como dar un paso adelante hacia un abismo de plástico. Que haya gente cuyo proyecto de vida sea la cutrez resulta muy impresionante. Pudimos verlo en la segunda temporada de *Lost*, en el capítulo titulado «Todo el mundo odia a Hugo». Hugo Hurley Reyes era ese personaje, interpretado por Jorge García, que representaba al americano fondón y desaseado que se deja llevar por la corriente oceánica de la cultura popular. Buena gente, en suma. Vivía con su madre en Los Ángeles y se pasaba el día viendo televisión y dando cuenta de bolsas de patatas fritas. En este capítulo, sueña que le toca la lotería, y del sofoco se cae al suelo. Su madre acude atraída por el golpetazo. Le pregunta qué le ha pasado y empieza a abroncarle por llevar ese tipo de vida, perezosa y miserable. «Tienes que cambiar de vida», le dice. Y Hugo contesta: «A lo mejor no quiero cambiar. A lo mejor me gusta mi vida».

De nuevo, la profesión de fe, la voluntariedad de lo cutre.

Sin embargo, pongámonos estupendos e irrefutables y afirmemos que lo cutre encuentra en

España un grado de pureza mayor que en otros países, respaldado tal vez por siglos de picaresca e hidalguía, de honra y de esperpento, respaldado incluso por los quinquis y, después, las chonis y los poligoneros. Lo cutre puede verse como una tradición en España, bien que desconocida y mal nombrada, y que con la Transición y el progreso recibió su barniz último, esa extraña condición de paraíso perdido, de vuelta a la infancia y al abrazo de tu abuela.

Para escribir este libro he tenido que seguir estas intuiciones, y un puñado de ideas desmadejadas que creía mucho más completas de lo que eran, pues documentarse sobre lo cutre ha significado descubrir su ubicuidad, sus diversas facetas, algunas en efecto ridículas y mezquinas y otras luminosas, la extensión increíble de esta filosofía o estética, de este ver la vida como una cosa buena y barata.

Ya dijo Josep Pla que cuando quería aprender sobre algo escribía un libro. Lo cutre bien puede ser también eso: hacer las cosas para saber por qué quieres hacerlas, divulgar un saber que en realidad no deseas tanto ofrecer a los otros como a ti mismo, preparar las clases el día antes. De hecho, yo siempre he pensado que un prólogo en un libro es una cosa cutre. Es por eso que este libro debía llevar uno.

A.O.

**Primera parte**

**Filología cutre**

## Capítulo 1

### Filología cutre

Algo fascinante en relación con lo cutre es que todo aquello que rodea este concepto se inclina por reforzar su significado, no está, no se sabe, se tambalea, cojea, fue un error o nadie se ha preocupado demasiado por ello. Si una cosa es cutre, será cutre hasta las raíces y en todas direcciones.

Yo mismo estoy escribiendo estas páginas en la cocina de mi casa, sobre un carrito metálico con dos bandejas oxidadas llenas de pinzas, filtros de cigarrillos, cajas vacías de secadores de pelo y esterillas. Tengo a un lado la lavadora y al otro el cubo de la fregona. Un gotelé de grano grueso es mi horizonte. Los conductos de gas natural, mi inspiración. Si escribiera sobre el teatro isabelino, me hubiera ido a un hotel del centro. Por eso no escribo sobre teatro isabelino.

Por idénticas inercias, al consultar el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua no podía suceder que la voz «cutre» nos la encontráramos perfectamente aseada y admitida, con su etimología indudable y su origen cierto.

1. *adj. coloq.* Tacaño, miserable. *U. t. c. s.* 2. *adj. coloq.* Pobre, descuidado, sucio o de mala calidad. *Un bar, una calle, una ropa cutre.*

Esto dice el DRAE sobre nuestro entrañable bisílabo. No hay, como vemos, ni un gramo de amor, respeto o complicidad en su descripción, que parece glosar la palabra más detestable de nuestro idioma. «Cutre» sirve como adjetivo y como sustantivo, su uso es eminentemente coloquial y, si en lo anímico hace referencia a espíritus rastreros y avarientos, en lo material designa todo aquello de lo que uno preferiría estar alejado: lo feo y lo barato. La Academia no parece haberse enterado de que hay gente a la que le gusta lo cutre, de que nos espera toda una filosofía detrás de esta palabra.

Pero ¿de dónde viene entonces este vocablo que suena tan cercano a cuchitril, catre, costra, crudo, curro, crujir o curtir, la familia *monster* del diccionario?

Una primera pesquisa a través de Google nos lleva a un lugar insospechado: Aragón. En concreto, a los arados de esta región. El buscador que nos sirve para honrar lo cutre con una investigación a su altura muestra varias referencias que ven el origen de la palabra en un peculiar arado, el *cuitre* o *cuytre*. Aparece en *Las palabras de moda*, simpático glosario de Antonio Hernández Guerrero; en *Nuevo diccionario chistabino-castellano*, no menos peculiar tesoro firmado por Brian Mott; y también en *Los nombres del arado en el Pirineo*, del reputado filólogo Manuel Alvar. Para Hernández Guerrero, «cutre» guarda relación con el símil «ser más bruto que un arado»; Mott aclara que esta herramienta se empleaba con la tierra más dura; y Alvar nos

lleva al *Foro general de Navarra*, del siglo XIII, donde ya se habla del *cuytre* tirado por los bueyes.

El viaje a los orígenes nos precipita finalmente en una posible etimología latina. Julio Caro Baroja incluye este arado en su libro *Tecnología popular española*, donde afirma que la voz latina que se esconde tras «cutre» es *culter*, «cuchillo» o «reja», es decir, la parte incisiva del arado, que pasa a denominar por sinécdoque toda la herramienta.

Intuitivamente, más arriba relacionábamos «cutre» con «catre» o «cuchitril», pero nunca con «cuchillo». Ciertamente este utensilio, también arma blanca, no parece guardar mucha cercanía con nuestro desaliñado concepto, pues hay que hacer un gran esfuerzo para convertir un simple cuchillo de cocina en algo cutre, y no está claro que haya siquiera formas cutres de acuchillar a alguien, para qué nos vamos a engañar.

Así las cosas, el breve viaje por los arados aragoneses nos ha llevado a una vía muerta.

La otra pista que da Google para localizar el origen de la palabra «cutre» parece más convincente, por mucho que su etimología no se dé por resuelta. Se trataría, según esta especulación lingüística, de un galicismo. La palabra francesa *croûte* estaría detrás de todo nuestro cutrerío. Es lo que defiende la web Etimologías de Chile, un diccionario etimológico amateur fundado por el ingeniero computacional Valentín Anders.

*Croûte* o *croute* (pues perdió el acento circunflejo obligatorio en la reforma lingüística de 1990) denomina en francés el cubrimiento exterior de un alimento o incluso de todo un planeta, pudiendo referirse a la corteza del pan, al borde duro del queso, a la cáscara de algo o también —ojo— a la costra. Es un filamento, una película o una cobertura natural normalmente desechable a la hora de ingerir un producto alimentario.

Su origen es el latín *crusta*, «cáscara», «caparazón», de donde proceden palabras españolas como «crustáceo» o «costra». En este último caso, se ha producido en nuestro idioma lo que se denomina metátesis, un cambio de lugar de un sonido dentro de una misma palabra, pasando la -r de la primera sílaba en el vocablo de origen, *crusta*, a la segunda sílaba en la palabra derivada, «costra».

Sería, de hecho, también metátesis lo que encontraríamos en el galicismo «cutre», cuya -r también ha saltado de la primera a la última sílaba respecto al original *croute*. Así, la palabra latina *crusta* dio lugar en francés a la palabra *croûte* y en español a la palabra «costra» y, en el siglo XVIII, la palabra francesa *croute* dio lugar a su vez a la palabra española «cutre», que venturosamente tiene mucho más que ver con «costra» que con cualquier tipo de arado aragonés.

Al principio de este capítulo especulábamos a voleo sobre otras palabras que podían guardar relación con «cutre», como «catre» o «cuchitril», y citábamos por pura casualidad «costra». No en vano, durante algunos años estuvo de moda en España hablar de lo «costroso», motejar a alguien como «un costra» o considerar que un ambiente era tan decadente y desastrado que había en él «mucho costra». El diccionario de la RAE admite desde 1992 como segunda acepción de «costroso», después del evidente «que tiene costras», el significado de «cochambroso, sucio, desaseado». Todas estas coincidencias, un tanto purulentas, deben llevarnos a pensar que en la voz francesa *croûte* se halla con mucha probabilidad el origen de nuestra querida palabra «cutre».

Fue la edición de 1870 de nuestro diccionario la que incorporó «cutre» por primera vez, con la descripción telegráfica: «Lo mismo que miserable», pero sin acertar a señalar su origen. Esta escueta descripción siguió inalterada hasta 1992, donde se añadió «tacaño» a miserable en la

primera acepción y se sumó una segunda que sigue vigente hoy día, como hemos visto: «2. Pobre, descuidado, sucio o de mala calidad». Así, «cutre» y «costroso» resulta que cayeron en desgracia semántica en el mismo año, y con Juegos Olímpicos y todo.

Sin embargo, ya en el siglo XIX *croûte* les daba bastante más juego a los franceses, pues la palabra también servía para definir a una persona a *l'esprit borné et imbécile* («estrecha de miras e imbécil») y, en el arte pictórico, para nombrar un cuadro chapucero o ridículo. A quien pintaba mamarrachadas o bodrios se le consideraba un *croûtier*. Hoy en día, *croûte* puede referirse asimismo a un cuadro viejo resquebrajado por el paso del tiempo y que carece de valor. La metáfora es eficaz, pero extraordinariamente cruel: como decir que alguien tiene las paredes de su casa llenas, no de cuadros de cetrería heredados de la abuela, sino de costras.

Permitidme que os presente ahora al jesuita Ángel Sánchez (1727-1803), hasta nueva orden, el primero que coló la palabra «cutre» en un libro impreso. Vallisoletano de nacimiento, ciudad donde tomó los hábitos, su larga vida de piedad y hambre estuvo dedicada a la traducción al castellano de los textos bíblicos, traducción que solo fue permitida por la Iglesia a finales del siglo XVIII. Antes había que saber latín para hablar con Dios. Su primera obra fue *Filosofía del espíritu y del corazón, enseñada en el Libro sagrado de los Proverbios traducido en rima castellana y aclarado con notas, que explica todo el sentido literal*, publicada en Madrid en 1785 en edición bilingüe, latín-castellano. Se trata de una traducción en versos muy inspirados, no solo del libro de los Proverbios, sino también del Eclesiastés, Sabiduría y Eclesiástico, los llamados «libros sapienciales». El padre Ángel era un poeta, y quizá para ocultarlo solo hizo versos con la excusa de difundir y popularizar lo sagrado. El libro aún puede conseguirse hoy día en Amazon, en versión facsimilar, por 21,47 euros; y en Carrefour, algo más caro, por 34,62 euros.

En este volumen, leemos en el capítulo XXIX, titulado *Sobre el emprestar, y fiar. Y sobre las incomodidades de los que viajan* y traducido del capítulo análogo del Eclesiástico, lo siguiente:

De tu dinero sacrifica sumas  
(que no las pierdes, aunque así presumas)  
a favor de tu amigo y de tu hermano,  
antes que, como cutre e inhumano,  
ponerlo entre ladrillos escondido:  
que entonces de verdad lo habrás perdido.

La levadura poética le ha permitido a Ángel Sánchez completar una impecable quintilla a partir del original latino, mucho menos extenso y florido: «*Perde pecuniam propter fratrem et amicum tuum: et non abscondas illam sub lapide in perditionem*». Es decir: «Gasta el dinero en la amistad y la familia: y no lo escondas bajo una piedra para que se pierda». El creativo jesuita ha puesto mucho de su cosecha en la traducción, incluido ese «cutre» que, en 1785, sí debía ser palabra de moda, y no precisamente en los periódicos y gacetas, ni en los libros o en los salones, sino en la calle y la taberna. El uso además resulta admirable por su exactitud, plenamente moderna, pues nos remite al sentido de «tacaño» que el diccionario solo reconoció, como hemos visto, más de un siglo y medio después.

Sin embargo, pocas huellas de la palabra encontraremos entre este piadoso manual de autoayuda divina de finales del siglo XVIII y algunas obras literarias menores de finales del siglo XIX. La Real Academia Española de la Lengua dispone de un corpus digitalizado al que se

accede a través de dos herramientas, CORDE y CREA, que suelen llevarte a sitios insospechados y pocas veces convenientes. Su interfaz parece hecha a propósito para buscar en ella «cutre».

Trasteando en la web de la RAE aterrizamos al menos en el epistolario de uno de los principales literatos españoles de comienzos del siglo XVIII, Leandro Fernández de Moratín, autor, entre otras piezas dramáticas, de *El sí de las niñas* (1806). El documento más antiguo que nos localiza esta herramienta, que incluya la palabra «cutre» es una carta de 1825.

Como resulta de lo más increíble que ningún escritor la haya incorporado a su obra literaria en todo el siglo XIX, y más después de que lo hiciera tan simpáticamente un cura en 1785, busco en Google uno por uno los pdf de las obras más afamadas de nuestras letras en aquel periodo, sobre todo las extensas y esas otras que por sus temáticas costosas podrían haber echado mano del término. La búsqueda resulta infructuosa: Larra no la emplea en ninguno de sus artículos, ni tampoco en su novela *El doncel de don Enrique el Doliente* (1834). Tampoco aprovecha la ocasión Espronceda en *El estudiante de Salamanca* (1839), que era bien propicia. No figura en *Don Juan Tenorio* (1844), de José Zorrilla, ni en *La gaviota* (1849), de Fernán Caballero (Cecilia Böhl de Faber). Gustavo Adolfo Bécquer no encontró sitio para esta voz en sus *Leyendas* (1858-1865), ni Emilia Pardo Bazán en *Los pazos de Ulloa* (1886), ni Clarín en *La regenta* (1884). Tampoco Galdós en *Fortunata y Jacinta* (1887), ni Blasco Ibáñez —al que le pegaba sobre manera— en *La barraca* (1898); o Ángel Ganivet en *Los trabajos del infatigable creador Pío Cid* (1898), por buscar ya a lo loco.

De hecho, el propio Moratín no emplea esta palabra en ninguna de sus cinco obras teatrales, a pesar de utilizarla con bastante gracia en la carta a la que nos ha llevado el CREA. ¿Cómo puede un vocablo que se introdujo en España en el siglo XVIII resultar tan esquivo e inencontrable a lo largo de todo el siglo XIX? Hasta he buscado, con muy mala intención, en *El arte de las putas* (1770), obra en verso de carácter erótico y tono obviamente barriobajero, escrita por el padre de Moratín, don Nicolás, a ver si había suerte; pero no. En este caso quizá era demasiado pronto.

La epístola de Leandro Fernández de Moratín, con todo, tiene bastante gracia. Fechada el 25 de julio de 1825, su condición de mensaje privado quizá permitió a Moratín tomarse la licencia de emplear una palabreja que debía sonar únicamente entre un pequeño grupo de afrancesados y bandoleros. Aun así, Moratín la utiliza en una única carta de los cientos que escribió, y además en una enviada desde Burdeos (Francia), lo que quizá explique el recurso al galicismo.

La misiva, cutremente, está dirigida a dos señoras, quizá por ahorrar papel o directamente palabras o incluso señoras. La primera es Francisca Muñoz, doña «Pacita», a la que Moratín relata la visita que ha recibido de una amiga común y a la que despide de esta manera: «Páselo usted bien, y no engorde más, y quiérame mucho, que Dios se lo pagará, y hasta otro día». Una carta a una señora que termine pidiéndole que no engorde más seguramente es tan difícil de encontrar como una novela antigua que emplee la palabra «cutre».

La otra señora destinataria, quizá más delgada, es doña María Trinidad Clavijo, a la que Moratín cuenta brevemente cómo una mujer ha ido a pedirle matrimonio y él la ha rechazado.

Me insinuó varias veces lo del consorcio; rogó, instó, lloró, me ofreció dinero y confites; pero yo la desengañé y la dije que, a no estar por medio doña Guillemina, de nadie sería mi blanca mano sino de la señora Trinidad. Esto la sobrecogió de tal manera, que, después de llamarme sacre, pirata, cutre, belitre y monstruo cuadrúpedo, cayó desmayada sobre una silla, y de la silla al suelo, y no volvió en sí en mucho tiempo, sino a beneficio de dos cantáridas y un sedal que le aplicaron los facultativos.

La despedida en este caso es menos original: «Me ofrezco en esta ocasión a sus órdenes de usted, y la deseo larga vida y salud».

Notemos que aquí «cutre» se emplea muy singularmente, pues viene a nombrar a un hombre que no quiere casarse, o no contigo. También debemos apreciar que en la ristra de denuestos que encadena Moratín abundan los galicismos: *sacre*, *cutre* y *belitre* lo son, aunque solo «sacre» (ladrón) y «belitre» (pícaro) se nos antojan empleados con alguna propiedad. «Cutre» quizá se le escapó a Moratín por la rima consonante, que hacía más ruidoso y francés su rechazo a pasar por el altar.

La otra aparición de nuestra fugitiva palabra en la obra de los escritores del siglo XIX tiene que esperar hasta 1883, cuando Emilia Pardo Bazán la incluye en un cuento titulado *La tribuna*. Como vimos, la escritora gallega no recurre a «cutre» en sus novelas más conocidas. En este relato leemos:

¡Buena gente son los Sobrados! Los conozco como si viviese con ellos [...]. Avaros, miserables como la sarna. La madre y el tío son capaces de llorarle a uno el agua que bebe; el padre no es tan cutre, pero es un infeliz; le tienen dominado y pide permiso a su mujer cuando corta pan del mollete.

Aquí el adjetivo «cutre» se emplea con total puntería, pues Pardo Bazán señala con él una «estrechez voluntaria», la de la familia Sobrados, que ahorran y pelean el gasto, aunque no anden mal de dinero.

Nuestra búsqueda vuelve a Google y a los azares que le son propios. Así nos encontramos con que justamente la autora de *Los pazos de Ulloa* escribió bastantes años después, en 1910, una pieza definitiva para nuestra investigación, la entrada triunfal de una palabra de origen extranjero, cuando no incierto, en la literatura española. Se trata de otro cuento, publicado en la revista *Blanco y negro* y que se titula directa y gloriosamente *Las «cutres»*. El uso del término es tan inaceptable que Pardo Bazán lo emplea siempre entre comillas (en el título) o en cursiva (en las diecisiete ocasiones en que aparece en el texto).

*Las «cutres»* narra la historia de tres hermanas cuya madre, muy coqueta y enamoradiza, muere de improviso y, de inmediato, ellas deciden recluirse en casa y sobrevivir con lo que malamente cultivan en su huerto, y haciendo el menor gasto posible, motivo por el cual en el pueblo donde viven acaba cayéndoles encima ese mote contundente. Pasados veinticinco años de encierro y avaricia, muchos ven en ellas «un buen partido», pues consideran que habrán amasado «millones».

El narrador del cuento se descuelga entonces afirmando que algún motivo honroso podía existir para tal enclaustramiento, y la vida enseguida le da la razón. Resultó que las tres hermanas tenían un hermano, seguramente hijo de otro hombre, y prometieron a la madre que lo mantendrían y le darían estudios universitarios, todo lo cual se descubre cuando este hermano vuelve al pueblo, y la casa empieza de pronto a llenarse de muebles de calidad y enseguida le conciertan al chaval un buen matrimonio, después de lo cual las tres hermanas se van a vivir al campo en iguales términos de cutrez en los que vivieron hasta ahora. Lo cutre en el relato de Pardo Bazán esconde sacrificio, nobleza, y obviamente una discriminación favorable al varón muy propia de su tiempo.

La voz «cutre» no se vuelve particularmente habitual en las novelas de la primera mitad del siglo XX después de este relato de Pardo Bazán, aunque Valle-Inclán la emplea (porque Valle-Inclán empleó todas las palabras del mundo) en *La corte de los milagros* (1927). No figura en A

*sangre y fuego* (1937), de Manuel Chaves Nogales, ni en *Nada* (1945), de Carmen Laforet, ni en *La colmena* (1950), de Camilo José Cela, ni en *Las ratas* (1962), de Miguel Delibes, aunque en todas ellas hubiera motivos más que sobrados para lucir el concepto. Tampoco aparece en *Tiempo de silencio* (1962), de Luis Martín-Santos, donde se retrata toda la cutrez de la época franquista con especial prolijidad.

Podemos especular por tanto que durante el franquismo la palabra «cutre» se daba por hecho, no hacía falta decirla y escribirla resultaba redundante. O a lo mejor hasta escribirla era delito. Lo cutre es en realidad una noción democrática, liberadora, voluntaria y revisionista. Durante cuarenta años de cutre-dictadura no podía haber nada que fuera cutre porque era difícil hacer comparaciones. Solo a partir de los años 70 las cosas pueden ser cutres sin dejar de ser españolas, y ya en los 80 lo cutre empezó a alzar el vuelo hacia los alegres aires de la modernidad. Ser cutre será ser moderno, es decir, creativo a falta de dinero, perezoso a falta de castigo. Como veremos, no hay casi nada que valga la pena en aquellos primeros años de la Transición que no sea cutre, desde *La Movida* a las películas de Fernando Trueba o Pedro Almodóvar pasando por el propio *look* de Felipe González. Lo cutre necesita un contexto de bonanza para manifestarse, pues no se puede ser cutre si todo un país es cutre y todas las vidas que te rodean son igualmente cutres y nadie puede optar por el cutrerío frente al gusto convencional de su tiempo. Es importante comprender que la pobreza no es cutre. Lo cutre es el desprecio por la buena vida según la entienden los *spots* publicitarios.

Todo esto se percibe claramente en la literatura y el periodismo de aquellos años de apertura, donde cutre se volverá en principio parte de la identidad nacional, una forma de ser español en libertad, cuando pesan aún la miseria de la posguerra y la astracanada de la dictadura. A finales de los años 70 y durante casi todos los 80, «cutre» se empleará habitualmente para definir la marca propia, el *made in Spain*, una inclinación fatal hacia la chapuza en el intento de alcanzar las maneras y expresiones europeas. Decir que algo es cutre será como decir que está hecho «a la española».

En un número de la revista *Triunfo* de 1977, se dice de la película *El apolítico*, de Mariano Ozores: «Está mal rodada, también es cutre en el peor sentido de la palabra». ¿Había entonces un sentido *mejor* de la palabra? Desde luego. Nos orienta sobre él Albert Boadella en sus *Memorias de un bufón* (2001), cuando habla de sus días de niño emigrado en Francia, desde 1953. Para él el franquismo era espantoso, lógicamente, pero no la infancia ni los aparejos y costumbres que le son propios. Todo lo cutre se había convertido en nostalgia para Boadella.

Para varias generaciones de españoles, lo cutre era, en efecto, la infancia, contra la que uno nunca tiene nada que hacer. Además, muchos niños nacidos incluso en democracia, seguían conociendo lo cutre a través de las casas y las cosas de sus abuelos, por lo que este consorcio de cutrerío y niñez se prolongaría mucho más allá de los primeros años de la Transición, llegando sin mella alguna hasta nuestros días.

Algo de infancia (es decir, de primeros pasos, inocencia y balbuceo), tenía también la intención artística de aquellos años 70 y 80, donde la gente no sabía lo que hacía, pero lo hacía con todo entusiasmo, como los niños. Podemos pensar incluso que lo cutre fue una manera — seguramente la única— de quitarse de encima el complejo de inferioridad, atenzados por el cual nunca se llegaría a nada. «España tiene el encanto de lo cutre», se afirmó alegremente en el programa del segundo canal de TVE (el mítico VHF, hoy La 2) *Si yo fuera presidente*, en 1983.

Esta conciencia desinhibida de la cutrez propia, defendida como forma autóctona de enfrentarse a la vida, llegó a resultar alarmante para las autoridades, pues relacionaban con ella

tres lacras sociales: la droga, la prostitución y, finalmente, el SIDA. El ministro socialista Julián García Vargas advertía en 1987 contra la mitificación del «héroe toxicómano y marginal», y culpaba incluso a algunos personajes de cómic, como el Víbora o Makoki, que a su juicio transmitían un mensaje de «automarginación y destrucción, de cultura cutre» que estaba calando entre los jóvenes. (ABC). No hubo manera: el legado cultural de los 80 es precisamente un conjunto de películas (de *Arrebato*, de Iván Zulueta, en 1979, al primer Almodóvar, entre otros) y de canciones (las que hoy conforman lo que se conoce como Edad de Oro del Pop español) aplastantemente cochambrosas, sucias, mal hechas, improvisadas y felices. Seguramente la vitalidad e incorrección de estas películas y canciones, a pesar de las carencias técnicas, les permiten ser aún hoy, donde el salto de profesionalidad es evidente en la industria cinematográfica y musical, verdaderamente insuperables.

Los años 90 acabaron con esta mezcla de nostalgia y rebeldía, y con el orgullo de lo cutre, al completarse la transformación de España en un país más europeo, más olímpico y más corrupto. Nunca se había empleado tanto la palabra «cutre» como se empleó en aquella década final del siglo XX, donde todo el mundo quería ser rico, culto, elegante y viajado, cualquier cosa antes que cutre.

«Ser pijo es que todo te dé asco», escribió una vez el columnista David Gistau, y el modo de demostrar el asco que le daba a uno realmente todo en los años 90 fue calificarlo invariablemente como cutre. Hasta Pedro Almodóvar aprendió a colocar la cámara y los colores en sus películas, que ya nada tenían que ver con las que hacía en los años 80. Perdió frescura; ganó un Óscar. El país se volcó hacia fuera desde 1992, con los Juegos Olímpicos en Barcelona y la Exposición Universal en Sevilla y los grandes desarrollos urbanísticos para los turistas, mientras arrastraba la vergüenza de personajes populares de cuyos escándalos y payasadas deseaba librarse. Lo cutre pasó de venir encarnado en Alaska o Eusebio Poncela a resultar indisociable de figuras como las de Jesús Gil o José María Ruiz-Mateos; de manifestarse fecundamente en el cine, la música y los cómics a hacerlo con toda la grosería en un único medio: la televisión.

Aquella fue la década dorada de la telebasura, y muchos testimonios quedan de la palabra «cutre» motejando programas y hasta canales enteros. Obviamente, había muchos motivos para dedicar a la tele el calificativo de cutre en su acepción menos cariñosa: de *Esta noche cruzamos el Mississippi*, de Pepe Navarro, a *De tú a tú*, de Nieves Herrero, pasando por sus imitadores y competidores y herederos, como *Crónicas marcianas*, de Javier Sardá, y por todos esos programas del corazón cada vez más faltos y viscosos, como *Tómbola*. «El irrespirable avance de lo cutre», escribieron desde el *Faro de Vigo*.

Todo aquello que a uno no le gustara, que quisiera desacreditar o que representara al bando ideológico contrario era susceptible de considerarse cutre. Los toros; el cine español («La noche de los Goya, ese Hollywood cutre que se inventa España...»; *El Mundo*, 1994, Antonio Burgos); la estética («Los españoles hemos heredado el cutre look del tardo franquismo»; *Informe sobre la televisión en España 1989-1998*, 1999, Lorenzo Díaz); y hasta la playa, que para Alfonso Ussía era cutre de tan democrática. Eran cutres los bares, la comida, las tiendas y los establecimientos, a nada que resultaran reconocibles y no estuvieran a la última moda, pues no desprendían lujo o sofisticación.

Incluso la corrupción española tendía a observarse desde sus detalles más cochambrosos: «El método para llevar a cabo los pagos no podía ser más cutre: sobres repletos de billetes cerrados con papel celo entregados en mano a los interesados» (*El Mundo*, 10-5-1996). Luis Roldán, Jesús

Gil y Gil o José María Ruiz-Mateos no podían ser más cutres, más españoles.

Ser cutre ya no era divertido, incorrecto, peligroso, sino atrasado y cerril. La derecha era cutre para la izquierda y los progres eran cutres para la derecha, porque imitaban simplonamente los modelos extranjeros. «Pasó el tiempo en que ir a los toros era cutre y reaccionario. Ahora es la moda», escribía Raúl del Pozo en 1994, revelando todas las contradicciones del término.

Sin embargo, aún pueden localizarse usos de «cutre» que recuerdan la magia aparejada a esa palabra según se empleaba en los años 80, y que anticipan la pasión por lo cutre que se iría configurando a lo largo del siglo XXI. Así, el director de orquesta Cristóbal Halffter decía en una entrevista: «Ese mundo que se hizo en los 50 y 60, completamente cutre, cuando se hicieron películas con mucha gracia e ingenio y pocos medios. *Plácido, Esa pareja feliz*, el cine de Bardem» (*El Mundo*, 1994), y Pedro Almodóvar hablaba de un tugurio en Nueva York «maravillosamente cutre» mientras Javier Maqua decía de una película cubana que era «magníficamente cutre». Empezó a utilizarse el término en las traducciones literarias, y la música *grunge* y el movimiento cultural asociado a ella eran considerados por muchos como «cutre», aunque en realidad fueran la moda juvenil más exitosa de la década de los 90, con esas camisas de leñador combinadas con lo primero que se encontrara en el armario y ese desprecio por la formalidad y la etiqueta. Najwa Nimri declaraba en el 2001 sobre su incipiente carrera musical: «Trabajo en un estudio muy cutre con una grabadora pequeña y un productor», y no para pedir piedad hacia sus canciones o comprensión por la falta de medios, sino para subrayar lo mucho que molaba alguien que, en pleno arranque de siglo, hacía música con cuatro cacharros.

Como vemos, desde los endecasílabos de un jesuita a finales del siglo XVIII hasta la música hecha por una actriz con la tecnología básica en el mítico año 2001, lo cutre se ha ido abriendo camino en nuestro país en busca de redención, elevación o resignificación, ni costra ni arado, ni miserable ni tacaño, ser cutre tenía que representar algo más, algo mejor, y para ello había que esperar la época adecuada, el siglo XXI.

## Capítulo 2

### Goleada en Google: el siglo XXI y lo cutre

No fue fácil despertar de los sueños de grandeza de los años 90, donde, como hemos visto, la palabra «cutre» se descerrajaba a las primeras de cambio para denigrar cualquier cosa que a uno no le gustara, ya fuera un producto comercial, una obra artística o una persona; un programa de televisión, una actitud o un establecimiento. Después de la asunción generalizada de que el lujo y el progreso eran la misma cosa, se hizo necesario redescubrir una vida más sencilla y descuidada, un arte menos tecnológico y un discurso público más encariñado con lo popular. Solo entonces «cutre» podría volver a emplearse con ternura, como en los años 80, y suponer desde un halago o una virtud, hasta una filosofía; todo ello sin dejar obviamente de emplearse con carácter peyorativo. El test más inmediato y ecuánime sobre la relación de nuestro siglo con lo cutre quizá nos lo ofrezca una simple búsqueda en Google. Tecleemos por tanto «lo cutre» y el azar controlado de Google ejercerá como jurado imparcial, la voz de nuestro tiempo, la voz del pueblo, para determinar el estado exacto de una reputación, la del cutrerío<sup>[1]</sup>.

La primera entrada que nos propone Google es un artículo de Francisco Umbral publicado en *El País* en 1986 bajo el título «El español y lo cutre». La clarividencia del algoritmo de Google resulta extraordinaria: nada tan pertinente como iniciarse en la cuestión de la mano del gran cronista de la Transición. Lo cutre cristalizó como estética y disidencia en los años 80, después de ir macerándose durante décadas y de recibir el bagaje material definitivo durante la posguerra y la dictadura. ¿Lo veía así Umbral?

En su columna, publicada cuando Almodóvar acababa de estrenar *Matador* y Los Toreros Muertos cantaban *Mi agüita amarilla*, parece confirmar nuestra tesis, pues afirma que son los jóvenes, sobre todo, los que han revitalizado la palabra, mayormente en el ámbito creativo.

Umbral escribe en un momento ambiguo de lo cutre, cuando no se sabe si ser calificado como tal es lo más rancio o lo más moderno que puede pasarte. Todo lo improvisado y rebelde cabía dentro de lo cutre, pero también todo lo viejo y heredado de la dictadura. Como apunta Umbral, es la ironía, es decir, la plena conciencia de la propia cutrez, la que distingue a unos cutres de otros, a los jóvenes de los jubilados.

Umbral mismo navega entre dos aguas, quiere estar a la moda, pero le tira demasiado Francia y la ropa bonita, de Pierre Cardin, decía. Acorazado socialmente durante toda su vida bajo la armadura del dandi, no puede sumarse a lo cutre sin descabalar su propio postureo, el del dandismo, mucho más apolillado que el de lo cutre, si vamos a eso. Pero Umbral sabe que lo cutre, en su momento, es la marca de calidad de un arte y una actitud progresista, rompedora, desinhibida y, si me apuran, hasta clásica. Quizá todo lo que hoy consideramos clásico fue cutre

un día.

El columnista cita *El viaje a ninguna parte*, de Fernando Fernán Gómez, como película «llena de cutres», y empieza a tantear ídolos literarios en busca del abolengo adecuado para esta deriva. Nombra el *Lazarillo*, a Quevedo, a Baroja y a Galdós, a Aldecoa y a Ferlosio, todos ellos escritores de lo vivo y lo corriente. Y a Buñuel, el director más cutre entre los clásicos del cine. También al pintor Antonio López y su realismo de las cosas sin importancia, de los lavabos cutres. Y a Solana, el de la España negra.

Sin embargo, como haremos nosotros también aquí, Umbral busca las vecindades semánticas del vocablo, el sinónimo, y lo hace con trazo grueso para acabar asimilando «cutre» a «cursi», «porno» o «feo». «El feísmo nacional lo llamamos cutre», afirma. Como veremos, lo cutre ha terminado siendo muchas cosas, pero no una alternativa a las cosas feas, ni a las estampas obscenas ni, por supuesto, a la cursilería generalizada. No hay nada más opuesto a lo cutre que lo cursi.

Lo cutre son también los espacios, y Umbral habla de las calles degradadas del centro de la capital, Montera y Barco, y de la plaza Jacinto Benavente y su prostitución miserable, para saltar enseguida a la droga y la «canalla», al delincuente y los metales nocturnos, el navajeo. Aquí le puede al gran escritor la línea editorial de su época, la prosa del gobierno, que motejaba como cutre todo lo que fuera supervivencia y marginalidad. «Lo cutre es la clase media baja, que no da para más», sentencia, desde su chalet con piscina en Majadahonda.

Con todo, Umbral acierta en dos cosas importantes, dos pálpitos. Una es señalar que no debe confundirse lo cutre con lo proletario. «Lo proletario no es cutre», aclara. Aunque acabe de decir que lo cutre es propio de la clase media baja, aquí asoma una verdad fundamental para nuestro análisis, como es que lo pobre, proletario, precario o mileurista no es cutre por sí mismo. Hace falta querer ser cutre para ser cutre en el siglo XXI, o cutre al menos para bien. Nadie quiere ser pobre ni mileurista, y por eso ser pobre o mileurista no guarda relación alguna con ser cutre.

La otra intuición gloriosa de Umbral tiene que ver con la cita de Antonio Machado con la que cierra su artículo: «Se canta lo que se pierde». Nuestro autor ha situado a Antonio Machado, con sibilina crueldad, entre lo cutre, pero al recuperar este verso perfila el *pathos* esencial de lo cutre: la nostalgia. Lo cutre supone, en buena medida, un dolor también (etimológicamente nostalgia significa «dolor por el pasado»), el dolor por las cosas que desaparecen, los bares que cierran y las personas que cambian o crecen o mueren. Nada tan cutre como regalar a tus hijos en pleno siglo XXI un *Quién es quién* de los años 90, ese juego de caras con sombrero o sin sombrero que el niño tumba después de preguntar a su rival por los sombreros, en lugar de una consola de videojuegos o un iPhone; nada más bonito, también.

1-0.

Pongamos a Umbral, a pesar de sus remilgos, de parte de lo cutre, y pasemos a la segunda entrada de Google.

Se trata de la definición que de nuestra palabra da WordReference, el diccionario y traductor más popular de la Red. WordReference ubica, como primera acepción, «Pobre, sucio o de mala calidad», y como segunda: «Tacaño, miserable», un orden inverso al del diccionario de la Academia. Los ejemplos de uso que pone son curiosos: «Le llevó a un bar cutre después de ver una película aún más cutre». Y: «Nunca vivirá bien porque es una cutre». Sin piedad.

1-1.

La tercera entrada resulta sorprendente, casi delirante. Leemos: «El imperio de lo cutre: por qué la estética *amateur* y el *ugly advertising* venden». ¡El imperio de lo cutre, nada menos! La web para profesionales de la publicidad PuroMarketing ofrece un análisis sobre los anuncios que «buscan dar un acabado casero a sus mensajes porque se han dado cuenta de que eso funciona en Internet». Se trata de marcas tan poderosas como Taco Bell, Old Spice o (incluso) Gucci. Lejos de los spots épicos y preciosistas, hay una publicidad de tiradillo que ha encontrado una recepción muy positiva entre el público, con el consiguiente impacto incuestionable en las ventas del producto. En inglés lo han llamado *ugly advertising*, anuncios feos. La clave de estos anuncios es su factura casera, urgente e improvisada. Es decir, como los propios vídeos que los internautas suben a las redes sociales. El anuncio no debe parecer un anuncio, una pieza audiovisual hecha por profesionales, sino una chapuza realizada por gente que solo quiere divertirse.

En este sentido, es llamativa la relación entre lo cutre y el meme, esa imagen viral que resulta tanto más compartida cuanto menos trabajo ha llevado a su creador, al punto de que hay memes icónicos, reutilizados una y otra vez y que no por ello pierden efectividad, como el del chico que se gira para mirarle el culo a otra mujer mientras a su lado su novia se escandaliza.

Basta escribir un par de frases, normalmente una en la parte de arriba y otra al pie, para dar otro sentido a las tres personas que aparecen en la imagen, y que pueden representar opciones políticas, equipos de fútbol o emociones concretas. La fotografía original es de por sí bastante ramplona, inservible como portada de un libro y no digamos como póster en la pared de tu salón. Sin embargo, justo ahora, esa fotografía apastelada y mediocre podríamos encontrarla colgada en la pared del salón de alguien, y resultaría plenamente moderna, porque veríamos en ella todos los memes que nos han hecho reír en la Red.

El *ugly advertising* tiene un ejemplo destacado en la publicidad española, aunque son varios los productos que, antes de que el concepto fuera popularizado por el publicista Tim Leake, se anunciaban indefectiblemente con estética meme, es decir, siempre de la misma forma y sin el menor atractivo. Los detergentes de todo tipo, desde el bote de Colón al Fairy o la lejía, se han vendido en la televisión española con fórmulas repetitivas que, suponemos, no han dejado de traducirse en ventas. Así, alguien llega a una casa y reta a la señora que le abre la puerta a probar su producto de limpieza; o dos productos de limpieza, el que se anuncia, con su nombre a la vista, y otro al que se le tapa la marca, compiten por ver cuál de ellos da para lavar más platos, ganando el conocido con claridad, como es obvio; o una amiga recomienda a otra tal o cual detergente, y la otra mujer lo prueba y se vuelve loca de alegría. Básicamente, no ha habido manera de anunciar un detergente en España sin salirse de estos tres clichés tan cutres.

En los últimos años, un anuncio en concreto se ha llevado la palma de la cutrez absoluta en la publicidad española. Se trata de la serie de *spots Compramos tu coche* (2017), donde varios personajes de aspecto nada sofisticado repiten machaconamente la consigna: «compramos tu coche punto es» con una transparencia al fondo donde se ve la sede de esta empresa de compraventa de automóviles usados. Los personajes parecen —porque quizá lo son— personas normales y corrientes, tu primo de Alcorcón, tu suegro jubilado, esas amigas a las que acabas de despedir en el metro o el cercanías. Ni siquiera el entusiasmo con el que gritan «compramos tu coche punto es» y levantan el pulgar evita que el espectador note las pocas veces que han estado delante de una cámara. Su propia felicidad al clamar «compramos tu coche punto es» parece justamente la de alguien que ya sabe que va a salir en televisión, en un anuncio, y graba el propio

anuncio con esa ilusión anticipatoria.

El éxito de este *spot* fue fascinante, y recuerdo que yo mismo, las primeras veces que lo vi, no daba crédito a la producción como de tele municipal que tenía ante los ojos, pero que se estaba emitiendo en los principales canales del país. Junto a anuncios de millones de euros llenos de modelos guapísimas, actores míticos, paisajes idílicos y efectos digitales nivel *Avatar 4*, se colaba esta publicidad poligonera donde no dejaban de repetirte que compraban tu coche. El único anuncio del que te acordabas al acabar la pausa publicitaria era precisamente del de *Compramos tu coche*, incluso si, como era mi caso, no tenías coche.

2-1.

Después de «imperio», la cuarta entrada que nos ofrece la búsqueda de Google da a nuestro asunto un atributo aún más inesperado: exquisitez. «Carlos Pérez Merinero: La exquisitez de lo cutre» (*Público*, 2016) se tituló un artículo de Ion Arretxe sobre este escritor y guionista, poco conocido, que falleció en el año 2012.

Arretxe abunda en lo poco estudiado que está lo cutre, y señala una evidencia: que basta mirar la realidad desde la óptica de lo cutre para descubrir que está por todas partes. Todos somos capaces de detectarlo a pesar de no tener muy claro qué es. Hasta podemos diferenciarlo fácilmente, dice nuestro autor, de «lo sórdido, lo ridículo, o incluso de lo grotesco». Recordemos, justamente, que treinta años antes Francisco Umbral era incapaz de estas sutilezas, y equiparaba cutre y cursi, cutre y sórdido.

«El cutrerío es cutáneo», sentencia con feliz aliteración Ion Arretxe, soñando una etimología compartida que, como sabemos, no es cierta. Arretxe habla del «pellejo», y no la piel, como campo de trabajo de lo cutre, de la superficie de la vida, y no es inconveniente citar aquí las famosas palabras de Paul Valéry: «lo más profundo que hay en el hombre es la piel», para intuir por qué lo cutre, a veces, se vuelve tan expresivo y fundamental.

Carlos Pérez Merinero se integraba a sí mismo en el «mester de cutrería», pues su obra, desde el guion de *Amantes* hasta sus novelas de género negro, están llenas de sexo, amoralidad, violencia y exceso. Su apologista se pregunta sobre los sentimientos que genera lo cutre, y cita dos: el rechazo y la pena («un poco de pena»), único momento en el que me permito discrepar de su excelente panegírico. Lo cutre provoca rechazo, en efecto, pero también —y sobre todo, diría yo en estos tiempos— ternura y risa. No debemos olvidar lo gracioso que nos parece muchas veces un comportamiento cutre.

3-1.

La quinta referencia que aparece en Google nos lleva por derroteros menos intelectuales, pero no por ello menos discutibles. Se trata de una entrada en la web de opiniones de viaje TripAdvisor, sitio donde los bares y restaurantes deben resignarse a que su prestigio se salde en manos de cualquier espíritu vengativo al que no le llenaron lo suficiente la copa de vino o al que pusieron la tapa menos apetitosa del local. «El encanto de lo cutre» se tituló una opinión que en 2018 depositó allí alguien bajo el *nickname* Joyaele para hablar del Palentino, el popular bar madrileño que cerró en 2019, después de cuarenta años abierto en el barrio de Malasaña. Por supuesto, basta ese título para saber lo que viene a continuación.

Viene, en fin, el elogio de lo cutre que uno hace de oídas, por moda y postureo, insensiblemente y respaldado por cientos de referencias en prensa al mito del Palentino, a los famosos que lo visitaron, las películas en las que aparece (*El bar*, de Álex de la Iglesia, se rodó

allí) o las canciones donde se cita. Por supuesto, hay cientos de bares en Madrid y en cualquier ciudad española exactamente iguales al Palentino, pero que no gozan de ninguna fama porque nadie moderno va a ellos, dado que se encuentran en zonas de la ciudad donde tampoco acude nadie nunca. Así, la singularidad del Palentino nada tiene que ver con lo cutre, sino con su opuesto exacto: lo *cool*, lo *trendy* o lo *hipster*, según el año y los bautismos efímeros de las tendencias, y con el hecho concreto de que se hallara en la calle del Pez y, por tanto, fuera un bar-de-toda-la-vida entre propuestas de restauración y ocio más vanguardistas.

La elevación de este bar a icono de lo cutre tiene que ver con las dinámicas del moderneo y su búsqueda constante de la distinción. Estar a la última en música o cine te lleva a un sitio donde hay demasiada gente, pues no resulta tan difícil conocer a todos los directores de moda o a todas las bandas que se suponen más novedosas; así, se incurre de pronto en desconcertantes giros del gusto o en señalamientos inauditos, como valorar una película comercial o declararse fan de cualquier cantante recurrente en las radiofórmulas, para generar de inmediato un espacio propio donde se pueda prolongar esa imagen de sofisticación inalcanzable. Del mismo modo, el Palentino acaba siendo atractivo para los valores juveniles de diferencia y anticipación en la medida en la que nunca imaginarías allí a una persona joven y moderna, motivo por el cual se llena de jóvenes y modernos, dispuestos a ganar algunos puntos más en la competición interminable de la impostura y la propia estima.

Así, el Palentino no representa lo cutre, sino algo mucho peor: la superioridad moral, la manumisión posmoderna o, incluso, cierta piedad cultural expiatoria. En efecto, se salva este bar entre todos los bares cutres de Madrid como se salva a un esclavo en concreto entre todos los esclavos condenados, o se libera un preso por Navidad o se perdona la vida a un toro de lidia. Se trata de un indulto cultural humillante, pues, una vez dado, ese espacio indultado pasa indefectiblemente a ser el bufón de los espacios de ocio de la ciudad, donde acuden mecánica, monótonamente todos los forasteros con ínfulas y ganas de *selfies*, que luego expresarán en TripAdvisor su epifanía supuestamente cutre en un bar que, por si acaso, estaba lleno de famosos del cine, la tele y la música.

Como es obvio, el 90 por ciento de los asiduos al Palentino nunca acudirían a un bar auténticamente cutre en Usera o Tetuán, pues necesitan la garantía de que ese cutrerío no lo es realmente, sino una expedición inocua en lo cochambroso verificado, en la normalidad claramente acotada por las líneas rojas de lo aún impecablemente selecto: Malasaña. Se trata, en fin, de lo folclórico en su acepción más circense, más turística, más banal.

No en vano, el Palentino cerró por el mismo motivo por el que cierran todos los bares y cafeterías cutres de la ciudad: porque trabajar durante toda la vida detrás de una barra no es el sueño de nadie. La llegada de la jubilación o, más definitivo aún, del fallecimiento del dueño o de la dueña supone instantáneamente el cierre del local, pues la subsistencia es el único motivo por el que sigue abierto. Según parece, no se lo pasan igual de bien los clientes de un bar como el Palentino que los que tienen que atenderlos desde detrás de la barra, circunstancia que, lógicamente, se ignoró alegremente en las manifestaciones de duelo y pesar por su desaparición. Mientras unos seguían habitando la nube del mito y la diversión, otros simplemente daban por acabada para siempre su jornada laboral. No en vano, los dueños del Palentino, Dolores y Casto, tenían tres hijos cada uno, y ni uno solo de ellos aspiró nunca a heredar el bar más conocido de Madrid. Seis personas rechazaron capitanear lo que parecía un negocio redondo y una marca legendaria. Es algo que debería darnos que pensar, desde luego.

«Lo cutre es cool», leemos en la siguiente escala de nuestro recorrido por el catálogo de referencias que Google nos ha ofrecido. Así se titula un pequeño ensayo que Asunción Hernández Martínez, de la Universidad de Zaragoza, desarrolló en el marco de un simposio titulado *Reflexiones sobre el gusto* (2010). En él nos habla de las nuevas tendencias en restauración de patrimonio. Lo cutre tocando ya a las puertas del cielo de la alta cultura, amigos.

El análisis de Hernández Martínez se centra en aquellos grandes espacios industriales que han sido adaptados para centro artísticos, y en las catedrales y demás estructuras arquitectónicas seculares que precisan de restauración. En ambos casos, la tendencia actual es la «mínima intervención», de modo que, si una antigua fábrica de gas o de cerveza tiene unos muros de ladrillo desgastado y unas vigas de hierro o madera a la vista, el rediseño tiende a conservar y hasta subrayar esas imperfecciones y texturas, en lugar de reemplazarlas o actualizarlas.

La autora emplea «tripas» para denominar lo que queda a la vista en estas operaciones de urbanismo contemporáneo, palabra que sintoniza a las mil maravillas con cutre, en su sentido más visceral: lo auténtico, lo innegable, lo que antes no podía mirarse y se trataba de mantener oculto.

En «Lo cutre es cool» se ponen varios ejemplos de centros artísticos reformulados de esta manera, como la Fundación Pinault, en Venecia, o Matadero, en Madrid. Sin embargo, también es habitual ver este tipo de acabado en muchos bares abiertos recientemente, que toman un comercio tradicional —una carnicería, una peluquería— y tratan de ocuparlo sin sentenciar su actividad original, dejando herramientas, utensilios, mostradores y mesas, y también los suelos de terrazo donde en el pasado se cortaba el pelo o se despachaban chuletas.

Lo cutre en restauración invita a disfrutar de lo deteriorado y, por tanto, de la historia del edificio. Esto puede incluir, como en el Neues Museum de Berlín, incluso daños producto de acciones bélicas. La nostalgia, nuevamente, ese deseo incontrolado de vivir en un tiempo que ya pasó, conecta de nuevo estas fábricas viejas y catedrales en ruinas con lo cutre como reposición moral.

Asunción Hernández abre además otra puerta a nuestra curiosidad en relación a lo cutre, que tiene que ver con su presencia en otros países o culturas. ¿Cuál es el origen concreto de la reforma pobretona de los edificios, que tanto se lleva en la actualidad? La respuesta nos lleva al año 1976 en Queens, Nueva York, a un proyecto denominado PS1, Public School 1, que fue pionero en estos cutreríos estilizados y que hoy forma parte del MoMA (Museum of Modern Art). También es muy interesante el desdén con que la autora trata dos justificaciones para esta forma de recuperar el patrimonio, como sería, por un lado, el reciclaje en aras de conservar el medio ambiente y, por otro, el «manido» concepto de sostenibilidad.

En efecto, si a uno le gusta y practica lo cutre no es por ecologismo de ningún tipo. En absoluto.

5-1.

En el puesto número siete aparece *Al filo de lo cutre*, un grupo de Facebook sobre montañismo, senderismo y otros esfuerzos verticales. Obviamente parodia el nombre del programa de televisión sobre el mismo asunto llamado *Al filo de lo imposible* (La 2).

6-1.

Muy relacionado con el tono chapucero, satírico o improvisado que domina buena parte de

Internet, encontramos a continuación un reportaje del diario *El Confidencial* publicado en 2018: «La revolución de lo cutre: las webs más feas de España mueven un negocio de 137 millones de euros». Al igual que el *ugly advertising* ha inclinado la publicidad hacia lo cutre, el propio diseño web se ha visto afectado por estas simpatías del internauta hacia las cosas exentas de toda sofisticación. Como no podía ser de otra manera, la web de Compramos tu coche se encuentra entre «las más feas de España», insistente cutrerío que les hace facturar unos 75 millones de euros al año. También se cita la web de Milanuncios y la de los talleres Aurgi y, Forocoche, «el mayor vertedero que ha dado el Internet español en mucho tiempo», un vertedero de opiniones y contenidos, en concreto; y algunas páginas de apuestas.

Como vemos, el diseño cutre en la red siempre apunta a lo popular, al extrarradio y, sintomáticamente, a los coches. «Cutre» guarda una curiosa relación con «quinqui», «choni», «poligonero» y otras voces que designan grupos sociales poco cultivados, empobrecidos y un tanto descontrolados. Su diseño, como nos dice el artículo, sugiere enseguida que lo que hay dentro no puede ser muy caro. Pero también viene a indicar, como sucede con los anuncios de leche, queso o fabada, que algunos productos o servicios —como la reparación de automóviles— dan más confianza si quien los acomete tiene un aspecto menestral, manchado, alejado de todo atildamiento, como si su trabajo se fundiera con su apariencia. No nos creemos que un señor muy guapo vestido de Armani sepa nada sobre sustituir la correa del ventilador.

¡7-1!

La goleada de lo cutre en Google, es decir, su condición de tendencia en el siglo XXI, resulta incuestionable. La novena entrada del buscador es una reseña de la serie de televisión *Glow*, de su segunda temporada, en concreto, bajo el título: «Cómo glamourosear lo cutre». Se trata de una serie sobre *wrestling* femenino, la lucha libre americana, ambientada en los años 80. De nuevo, tenemos un asunto popular, la lucha libre, casi marginal, y una época que evoca todas nuestras nostalgias de forma singularmente intensa, los años 80. Lo cutre no puede manifestarse sin ese sentimiento central de pérdida y recuperación, y sin que señale algo que, en realidad, estaba delante de tus propios ojos, en su condición de actividad u objeto vulgar, muy común, propio del pueblo.

8-1.

La décima entrada maquilla, como dicen en el fútbol, el marcador. Es un artículo del año 2014, publicado en *La Gaceta de Salamanca*, donde su autor despotrica contra la política española, nuestra democracia y nuestro tiempo devolviendo a lo cutre sus tonalidades de los años 90, implacables y un tanto atrabiliarias.

Final del partido: 8-2.

En efecto, ocho de las diez primeras webs que nos ofrece Google cuando buscamos «lo cutre» resultan favorecedoras para nuestra palabra, la miman, la ensalzan o la analizan con simpatía. Solo dos se refieren a ella de forma despectiva, pero ni siquiera lo hacen en webs de gran resonancia o desde una autoridad intelectual o periodística abrumadora. Por si fuera poco, por el rabillo del ojo podemos ver el cauce infinito de menciones que se hacen al cutrerío en el buscador, y la gran mayoría parecen seguir la misma línea, mezclando humor, transgresión y cultura. El grupo musical Pony Bravo afirma: «La lucha entre lo cutre y lo cateto y lo mejor de

nuestra cultura siempre estará ahí». Luego aparece una serie de vídeos en YouTube titulada: «Lo cutre mola».

---

[1]. Búsqueda realizada el 25 de junio de 2020.

## Capítulo 3

### Cutre no hay más que uno

En mi recorrido por el uso de la palabra «cutre» en textos y conversaciones he notado que muchas veces la gente no se queda a gusto después de utilizarla, sino que se ve necesitada de añadir otras palabras, normalmente adjetivos, que dejen claro lo que quería decir. En sentido peyorativo no suele aparecer sola, sino en las peores compañías y conformando andanadas muy ruidosas e inmisericordes: algo es cutre y cochambroso y sucio y cañí. O cutre y rancio y provinciano. Casi nada es cutre solamente, todo es cutre y...

Esto se debe, precisamente, a que «cutre» no condena del todo algo, no acaba de hundirlo, pues incluso usado desde la mayor de las inquinas, conserva siempre para el lector o el oyente ese eco tierno, ese punto nostálgico y hasta divertido que ya vamos entreviendo. Llamar a algo cutre, sin más, es como decir que no está del todo mal, en realidad.

Suele ser necesario por tanto dejar claro al receptor que algo es cutre, pero de verdad, sin salvación, funestamente cutre, cutre de lo peor. La gente se vuelve muy loca en cuanto dice «cutre» y se da cuenta de que no consigue transmitirnos su auténtica aversión hacia una cosa.

«La derecha durante estos catorce años ha hecho de Madrid una ciudad cutre, cabizbaja, deshumanizada, facha, fea, guarra, genocida», leemos en «Otro Madrid es posible», un manifiesto de movilización del voto de 2003. Es como si el emisor se arrepintiera de haber empezado por «cutre» y tuviera que supervitaminar su discurso de desprecio, poniendo distancia cuanto antes con esa palabra; una distancia de, por lo menos, cinco improprios más.

En cierta declaración del novelista Álvaro Pombo encontramos un ejemplo de cómo decir que algo es cutre y que no haya dudas del desprecio con el que lo decimos. La clave es poner «cutre» al final. En el año 2003, se le concedió al escritor la Medalla de Plata de Santander, su ciudad natal, y él rechazó la distinción porque había, de hecho, una Medalla de Oro. ¿Merezco la plata, pero no el oro?, se preguntó con singular sinceridad Pombo en una carta pública, donde concluía que la concesión del premio era «lamentable, pretenciosa, provinciana, arbitraria y cutre».

Las insatisfacciones en el uso de la palabra «cutre» nos llevan a suponer que no siempre tenemos claro qué damos a entender cuando calificamos algo como tal. ¿Será simpático o será horrible? ¿Una condena o un elogio? ¿Bueno y barato, pero con encanto? ¿Malo y caro? De ahí que al adjetivo cutre le sigan por lo general otros vocablos que van inclinando la balanza, inflando y contextualizando su sentido, lo que genera una redundancia abusiva, pues acaban por considerarse sinónimos de «cutre» palabras que nada tienen que ver con nuestro galicismo.

*Cañí, cursi, hortera, costroso, rancio, rústico o kitsch* son las dudosas compañías habituales

de la palabra «cutre». Hay que hilar muy fino para comprender que el significado de cutre no coincide exactamente con el de ninguno de ellas.

### **Cañí**

Según el diccionario, significa directamente «de etnia gitana», pero se emplea habitualmente para referirse al punto folklórico, es decir, aflamencado, de un espacio o de una indumentaria. Cañí sería inmejorablemente un bar preparado con toda intención para los turistas, y también las ropas con las que los camareros recibirían a esos turistas o las que esos mismos turistas se pondrían para hacerse fotos que acreditaran su paso por la auténtica España. Un *fake*, en suma. Como esos carteles de toros con la cara recortada para que pongas la tuya. Cuando un japonés o un estadounidense viene a España, busca ese exceso, el topicazo, mucho color local, como suele decirse, el arcoíris entero de la vida de un país, que normalmente funciona —como cualquier otro— en el gris de sus simples rutinas. Lo cañí es un esfuerzo por hacer comercial la hondura de unas tradiciones, poniendo a la gente a bailar mal las sevillanas porque el turista no va a notar la diferencia. Lo cañí ha acabado siendo una caricatura, una paella precocinada, un tablao flamenco donde nunca acuden los flamencos.

Por supuesto, a mucha gente los Cantores de Híspalis que amenizaron los Juegos Olímpicos de Barcelona le pudieron parecer cutres. Ese despliegue tribal de bigotes y melenas y chaquetas coloridas, y decenas de mujeres saliendo al escenario con vestidos de lunares, chorreando faralaes, sumando rojo al rojo y verde al verde, poniéndolo todo perdido de alegría y plástico. Pero era cañí, escaparate español. Como lo son Los del Río cuando cantan *Macarena*. Porque también se les puede antojar cutre incluso a muchos más la actuación de Remedios Amaya en 1983 en Eurovisión, donde interpretó la canción *Quién maneja mi barca*. Iba descalza, actuaba sola, lucía de pobretona y descolorida, sin aspavientos comerciales. Quedó última en el concurso con cero puntos legendarios. Pero aquello era flamenco puro, obligadamente cutre, que nadie entendió en toda Europa, ni en buena parte de España. Lo cutre es escaso, falto, despreocupado, simple; la camisita que tengo. Cuanto más cutre es el flamenco, mejor. Se puede decir que Camarón es cutre y acertar bastante.

### **Cursi y hortera**

Ya vimos cómo Francisco Umbral avecindaba «cutre» y «cursi», y cómo apelaba a un ensayo sobre esta segunda noción publicado por Ramón Gómez de la Serna en 1941. Lo cursi preocupaba mucho en España entre finales del siglo XIX y principios del XX, y ya Francisco Silvela y Santiago Linier trataron el asunto en *La Filocalia, o el arte de distinguir a los cursis de los que no lo son* (1868). Distinguir a los cutres de los cursis es sin duda mucho más fácil, pues «cursi» y «cutre» solo tienen en común lo endiablado de su etimología (tampoco se sabe a ciencia cierta de dónde procede «cursi»).

Me niego a ver la menor similitud entre cutres y cursis, la verdad. Es imposible parecer al mismo tiempo una cosa y la otra, pues lo cutre es una suerte de ascesis, está lleno de renunciaciones y no se muestra muy preocupado por el juicio ajeno. Lo cursi, en cuanto a comportamiento, es justamente lo contrario: siempre tiene en cuenta el qué dirán, está muy trabajado y anhela imponer su sensibilidad por sobre todas las cosas. Las palabras cursis, los gestos cursis y las actitudes cursis muestran una sentimentalidad infantiloides, de amores rosas y plastilinos, de emociones estrictamente teatrales, eternamente inolvidables durante la próxima media hora.

El diccionario nos dice que «curisi» es una elegancia mal conseguida, un atildamiento «pretencioso y de mal gusto». Por este mal gusto puede que se confunda «cutre» con «curisi» (y con «hortera», por cierto), cuando el cutre ni siquiera tiene conciencia de lucir estilo o gusto alguno, sino que suele ponerse la ropa que le sale al paso por la casa. Sería además todo un reto encontrar en una casa cutre o en un bar cutre un solo objeto curisi, es decir, puesto ahí para crear un efecto. Lo curisi en los espacios y las decoraciones es siempre intencionado, excesivo, superpuesto, otra capa más de empapelado, y otro bibelot y otro marco alrededor del marco. Lo cutre, lógicamente, opera en sentido opuesto: no hay nada, y eso es cutre.

### **Costroso**

«Costroso» y «rancio» son dos adjetivos orgánicos, de podredumbre y supuraciones. Lo costroso, tan cercano a lo cutre por su laberíntico origen común (el *crusta* latino, recordemos), guarda en efecto mucha cercanía con lo cutre, pero diríamos que es la versión porno de nuestro concepto. Una de las primeras veces que oí el adjetivo «costroso» fue cuando un amigo junto al que pasaba unos días en San Francisco, California, recibió en casa a otro amigo que venía de Tijuana, México. Mientras este amigo recién llegado contaba sus aventuras, mi anfitrión le dijo: «Es que a ti te gusta lo costroso». Lo costroso era lo marginal, barriobajero y hasta horrible; la prostitución y las drogas, la miseria máxima, la sangre seca, la perversión y el peligro, de todo lo cual había bastantes muestras en aquella ciudad fronteriza mexicana. Lo cutre, realmente, es un tanto neutro, carece de riesgo y no hace falta ir a buscarlo a otros países. Debemos preguntarnos, incluso, si existe en otros países. En todo caso, nada cutre supone tener que apartar la mirada o acabar en comisaría o en una reyerta por las calles menos recomendables de una ciudad. Lo costroso sí, pues es el barroco de lo cutre, su depravación.

### **Rancio**

«Rancio» figura de manera habitual junto a «cutre» en las descargas de improperios que dedicamos a algo. Rancio hace referencia a la comida pasada de fecha y a las costumbres pasadas de moda, así como al carácter difícil, poco simpático, de alguien. Aunque una persona cutre no tendrá nunca grandes reparos en hacerse comidas no muy sanas (la comida basura es el *buffet* ideal del cutre), lo cierto es que rancio solo toca semánticamente el campo exclusivo de lo cutre en lo relativo a maneras y actitudes procedentes del pasado, y ya superadas. Así, es rancio gran parte de lo que guarda relación con el catolicismo: las comuniones, las confirmaciones, el ambiente del convento, las sacristías, y también algunas inercias sociales propias de la nobleza. Como lo cutre es nostálgico, se asumen ambos pretéritos como, cuando la nostalgia en realidad no comparece en lo rancio, que es un presente descolocado, una negación del progreso. Lo cutre necesita del progreso para revelarse; lo rancio lo ignora. Lo cutre no está «chapado a la antigua», sino tan desencantado de lo moderno que puede llegar a parecer lo más moderno de todo.

### **Rústico**

Obviamente «rústico» es uno de los adjetivos cuya relación con «cutre» resulta más insostenible, por mucho que figuren juntos en numerosas jeremiadas. Rústico suena a cavernícola, y ya sabemos que lo cutre según lo entendemos hoy no va más allá del ecuador del siglo XX. Si fuera más atrás, sería simplemente esnob. Lo rústico en las cosas señala sobre todo las propias de los pueblos, los aperos del campo, los útiles de cocina, y aquellas vidas muy apegadas al terreno, que

llevan la tierra en las líneas de las manos. Lo cutre, sin embargo, es mayormente capitalino, urbanita; es incluso el modo de vida que adopta un joven de pueblo cuando se va a la ciudad, para estudiar o trabajar. Por eso mismo es ridículo considerar que rústico y provinciano tienen algo que ver con cutre. Del pueblo y de la provincia se desprende uno muchas veces siendo cutre, militando en el modo de vida más accesible que ofrece la capital. Los chicos de pueblo quieren dejar de ser de pueblo cuando llegan a Madrid o Sevilla, pero no acaban de conseguirlo en sus primeros años. Sin embargo, tampoco los reconocen en sus municipios cuando vuelven en verano. En ese término medio viven, y es un limbo vital perfecto para ser cutre, os lo aseguro.

### **Kitsch**

El único concepto que puede competir en complejidad con «cutre», y con el que se le relaciona mucho, al punto de formar a menudo pareja de baile en las conversaciones culturales, es *kitsch*. «Me gusta lo cutre, lo *kitsch*», oímos a veces; «es una película cutre, muy *kitsch*», nos sueltan. Se trata de otra palabra importada, y muy de moda en el tardofranquismo y en la Transición, que ha recibido atención por parte de intelectuales de referencia en el siglo XX, desde Walter Benjamin a Susan Sontag. En España se ha usado indistintamente con *camp*.

*Kitsch* se nos define como de mal gusto, antiguo, cursi, adocenado, pueril y pretencioso. Su origen es muy similar al de «cutre» o «cursi», pues carece de etimología fiable y se cree que surgió en la segunda mitad del siglo XIX, en Alemania, en el ámbito de la pintura. *Kitschen* sería su hipotético origen, término del alemán meridional que significa, entre otras cosas, «barrer mugre de la calle». La mugre, la costra, *kitsch*, cutre. Sin embargo, a partir de ahí, ambas nociones se distancian. En resumen, *kitsch* nos habla de la adopción falsa de un estatus, de una conciencia errónea de que esos bienes que compras y exhibes te hacen parecer más elegante o importante, o a la moda, mientras que lo cutre nunca te proyecta hacia arriba socialmente, sino justamente hacia el fondo de la comunidad, hacia lo popular. Nada cutre es pretencioso.

La multiplicación del apelativo *kitsch* tiene que ver con el nacimiento de las vanguardias a principios del siglo XX, con la concentración de talento alrededor del arte visto como ruptura e innovación, frente a la mediocridad en la que se estancó la pintura o la arquitectura entendidas a la manera tradicional. Simplemente, no había mucho más que hacer allí, era un camino sin salida. Quienes seguían considerando imprescindible que un cuadro se entendiera, pareciera una fotografía y fuera —como decía Marcel Duchamp— *retiniano*, o que una casa desprendiera lujo y abolengo por cada uno de sus rincones, no tenían otra opción que encargar obras a artistas menores, imitativos y anquilosados. Lógicamente, lo *kitsch* fue una estética eminentemente burguesa, derrochona, con mucho detalle y añadido; *Ornamento y delito*, como tituló premonitoriamente Adolf Loos en 1910 su dura recriminación hacia el gusto burgués por el exceso y los objetos recargados, mientras defendía una vuelta a las líneas sencillas y a un diseño que no pasara de moda, que no se «degenerara».

Esta acepción inicial de *kitsch*, que corresponde a la primera mitad del siglo XX, no tiene a lo cutre como su contemporáneo y, por tanto, es improcedente la equiparación. Lo *kitsch* recibiría el impulso definitivo con la llegada de la producción industrial y la cultura de masas, en un momento en el que lo cutre, en España, aún estaba configurándose, estaba desplegando su catálogo.

En efecto, como señala el filósofo Theodor Adorno, es la producción a gran escala de todo tipo de bienes y la utilización de materiales baratos —preferentemente, el plástico— lo que hace

de lo *kitsch* un fenómeno mundial, transversal e imparable. Todo el mundo podía ser *kitsch* hacia 1970, cuando el arte figurativo no salía del pincel de un profesional de tercera fila (pero de precios elevados), sino de una máquina impresora que producía millares de copias muy asequibles y hasta las columnas dóricas, jónicas o corintias para tu salón podían fabricarse en polietileno, que imitaba casi perfectamente el mármol o el granito. Los motivos eran los mismos, entre Grecia y cualquier estética aristocrática nacional, pero si antes los imitaban manualmente numerosos artistas que no iban a pasar a la historia, ahora se fabricaban masivamente en un polígono de las afueras.

Lo *kitsch* se identifica aún hoy con lo rosa y lo dorado, las cortinas dobles con crespones y filigranas, las sillas que parecen parodiar las que ocupó la nobleza en sus palacios perdidos, el vidrio reciclado que se transforma en vigas y muebles que imitan madera vieja, las franquicias de restaurantes con las paredes recubiertas por ladrillo visto falso en vinilo, o casi cualquier cosa que uno encuentre en Tokio fuera de los templos tradicionales —y no siempre—, como el inquietante gato de la fortuna Maneki Neko o las *kogaru*, esas chicas hipermaquilladas que se exhiben en Harajuku con atuendos estafalarios.

Lo *kitsch* sería cutre si lo cutre se siguiera fabricando. Pero en lo cutre hay, sobre todo, una gran pereza fabril, una suerte de reciclaje sin aspavientos ni ánimo proselitista, y, por supuesto, nula intención de proponerse mejor o algo que uno no es o en sintonía con moda alguna.

Lo cutre no es *kitsch* porque lo *kitsch* no desea parecer pobre, sino boyante y distinguido. En uno es necesario tener dinero, en el otro es imprescindible no gastarlo. Nadie se deja el sueldo para tener una casa cutre, un bar cutre o un coche cutre. Pero lo cutre tampoco es un tipo de avaricia o tacañería, ni una forma de ahorro, sino acaso una duda existencial, un quedarse parado contemplando las cosas y pensando: por qué molestarse.

## **Segunda parte**

### **Vidas baratas**

«Quiero que salgas de este agujero, de esta ciénaga, que vayas hacia la luz y lleves una existencia sana y normal».

*Oblómov*, Iván A. Goncharov

## Capítulo 4

### Segundas residencias, museos de lo cutre

Empezaron como sueños inmobiliarios de bienestar y progreso, el primer paso hacia un pequeño emporio familiar, años 60 y 70, en municipios de la sierra o junto al mar, y acabaron siendo museos involuntarios de vidas verdaderas, exposiciones extraordinarias de lo cutre. Hablamos de las segundas residencias de las familias españolas, adquiridas cuando el país pareció desentenderse de las consecuencias de su pasado («a los jóvenes de hoy» ya no les interesa la Guerra Civil, lamentaba Max Aub en 1969<sup>[2]</sup>) y decidió tener mejores vistas sobre sí mismo. Vistas al mar, al futuro y al siglo XXI.

La casa de vacaciones de nuestros abuelos empezó a fraguarse en 1959, con el Plan Nacional de Estabilización Económica. Tres Planes de Desarrollo consecutivos, liderados por Laureano López Rodó desde el Ministerio de Planificación, supusieron que entre 1964 y 1975 explotara el negocio inmobiliario en España. A los parches y urgencias urbanísticas previas (la «vivienda protegida» creada en 1939 desde el Instituto Nacional de la Vivienda; la «vivienda social»; la «vivienda rural»; las reconstrucciones de ese otro organismo de nombre tan siniestro: Regiones Devastadas), se sumó al fin la iniciativa privada. España pasó de casi siete millones de viviendas en 1950 a más de catorce millones en 1970.

Eran casas, en su mayor parte, para todos esos hombres y mujeres del campo que tuvieron que emigrar a la capital debido al excedente de mano de obra que provocó la mecanización de las labores agrícolas. Estas viviendas se ubicaban en el extrarradio de las ciudades, eran baratas y de materiales y diseños más que objetables. Sin ascensor, de alturas excesivas, colindantes unas con otras hasta lo irrespirable. Al mismo tiempo, una clase media emergente, en gran medida por el aumento del consumo derivado de la emigración rural y por el boom del turismo, empezaba a permitirse una segunda residencia, dando forma poco a poco al mito del apartamento o la casa familiar en la playa. La comercialización del Seat 600 entre 1957 y 1973 contribuyó a acelerar aún más este centrifugado social del tardofranquismo, con casi 800.000 vehículos correteando por todo el país llenos de clase media a bordo.

La cultura vacacional de este largo periodo incluye hitos sociológicos tan relevantes como la aparición de los grandes atascos y las consecuentes campañas de prevención de accidentes. La canción *Amigo conductor*, en la voz de Perlita de Huelva, sonó sin parar desde 1968 hasta bien entrados los años 80. Se hacían distinciones clasistas entre los que tenían casa en la playa y los que no, y entre los que iban a la playa y los que no. Todos recordamos estampas inmortales de automóviles sobrecargados de maletas y sombrillas y neveras, en la inolvidable «baca»; la figura del dominguero y figura de la sueca. Surgían innumerables conflictos familiares derivados de la

escarnecedora rutina de tener que ir a la playa con los padres, los tíos y los abuelos todos los años; innumerables historias de amor adolescente que dieron lugar a que varias generaciones de españoles pegaran por primera vez un sello en una carta y las echaran todas en el buzón de Correos nada más llegar septiembre. Nació el mito del radiocasete, de los ladrones de radiocasetes y de los estantes giratorios de cintas de casete en las gasolineras, con El Fary, Los Chunguitos y las colecciones de chistes de Arévalo como sempiternos *best sellers*[3]. Y, cómo no, siempre había un rosario de desencuentros entre lugareños y visitantes.

La popular serie *Verano azul* (1981-1982) no solo iba de aventuras juveniles y de pérdida de la inocencia, sino también de estas invasiones capitalinas. Que la gente de la ciudad solo acuda a los pueblos cuando hace buen tiempo y se mueva por ellos como por parques temáticos es quizá el mayor de los rencores que se les guarda en la España rural.

La idea de tener una vivienda más bien humilde cerca de alguna playa de la costa mediterránea alcanzó su apogeo con el concurso *Un, dos, tres... responde otra vez*, durante la etapa en que lo presentó Mayra Gómez Kemp (1982-1988). En este espacio televisivo «un apartamento en el Mar Menor» era el premio más codiciado de todos, y a los niños de los años 80, no había nada que nos impresionara tanto como un-apartamento-en-el-Mar-Menor. Ni siquiera sabíamos qué era el Mar Menor. En los 90, comprarse una casa donde pasar cada verano las mismas vacaciones inamovibles cayó en desgracia, entre otras cosas, porque la mayoría ya podía permitirse viajar al extranjero o, cuando menos, cambiar de destino dentro de España. Ir todos los veranos a Torrevieja, Piles o Roquetas de Mar era más de lo que podía soportar un joven nacido en democracia. La casita de la playa o del pueblo parecía más condenatoria que liberadora, porque siempre habría un tío con el que nos llevábamos mal y un primo al que detestábamos ver o un viaje a Vietnam, Nueva York o Berlín que habían planeado nuestros amigos y que no nos íbamos a perder por estar dos semanas en la electrizante Gandía.

Muchas de estas casas familiares, por tanto, quedaron un tanto en desuso, paradas en el tiempo. Los hijos y los nietos se consultaban unos a otros antes de ir, porque la vivienda vacía lejos de la gran ciudad resultaba tentadora para escapadas o amoríos, pero poco más. Nadie tocaba nada, solo se habitaban ociosamente y por sacar provecho del patrimonio familiar. Así, sumando décadas de envasar al vacío las cosas de los abuelos y de no mover mucho el aire mismo donde se hallaban quietas y casi perfectas, estas segundas residencias pasadas de moda se convirtieron en la reserva natural de lo cutre, su museo perfecto.

En el año 2017, no teníamos a dónde ir de vacaciones, pero queríamos ver el mar, así que mi familia y yo nos desplazamos a Lo Pagán una semana. Las tías de mi novia nos prestaban una casa. Era, precisamente, una herencia familiar, la casa de playa de la estirpe. Yo nunca había oído hablar de Lo Pagán, pero me fui para allá encantado. Estaba en Murcia.

Se trata de una localidad de casi tres mil habitantes, que depende de San Pedro del Pinatar, en calidad de pedanía. Su nombre se debe a Pedro Pagán y Ayuso que, casualmente, no hizo otra cosa en el siglo XIX para enseñorearse del lugar que ser el primero en poner allí una casa, su finca junto al mar, con torre y todo. No he conseguido averiguar de dónde viene el artículo «lo» del topónimo, si acaso se trata de un artículo. Es ese anómalo «lo» el que le da toda la gracia al nombre del lugar. Lo Pagán ya parece estar diciéndote algo.

Cuando avisé a algunos amigos murcianos de que iba a pasarme por su tierra, y les dije dónde recalaría exactamente, no se ahorraron su opinión. Todos pensaban que Lo Pagán era lo peor, un

lugar de veraneo barato, populachero y —cómo no— cutre. Esto último me lo dijeron muchas veces.

La casa formaba parte de una hilera de adosados algo alejada de la playa. Tenía una verja en el murete bajo de la entrada, un patio cuadrado con baldosa blanca de dibujo y un grifo clavado a media altura en la fachada. Dos ventanas a cada lado de la puerta y otra, más grande, abierta en la segunda planta. Se entraba subiendo uno o dos escalones. Antes de acceder tuvimos que estar un rato jugando con la cerradura, buscando el secreto de la llave.

Nada más entrar, me sentí en casa. Eso es lo cutre. Ninguna de las cosas que había en la vivienda me era ajena, incomprensible o humillante. Conocía esos suelos y esas paredes agrisadas, la baldosa rota en el pasillo, el remate de la barandilla de la escalera, en madera, que se sale de su vástago. Conocía los muebles de pino y los sofás de escay o tela basta, el polvo que acumulaban y hasta las monedas que habría por allí perdidas, quizá con la cara de Franco en la más perdida de todas. No me eran inéditos los recuerdos de Mallorca en forma de llaveros clavados en la pared, los marcos de latón para las fotos, las fotos mismas de abuelos y nietos y coches recién estrenados en 1979. En el baño, el inodoro y la grifería parecían haber venido de mi infancia, y también los azulejos, teletransportados uno a uno como las piedras de esas iglesias que se llevaban de Europa a Estados Unidos. La cocina estaba destartalada, con las puertas de los armarios torcidas y chirriantes, los platos aburridos dentro, vasos de todo tipo al lado. Había una bombona de butano para cuyo uso debimos llamar por teléfono, y pedir instrucciones. Tampoco el calentador era fácil de encender. Muchas persianas tenían la correa desgastada, y subirlas resultaba entre desesperante y recreativo. Había que ir remetiéndola la correa por la ranura de abajo.

La casa cutre despide siempre un aire de familia y, siendo un espacio adulto y soberano, nos hace pensar en la infancia, los niños, el juego. Nada parece imponente en una casa cutre, y por eso la queremos enseguida. El juego procede de que todo objeto con el paso de los años se ha convertido en una prueba de habilidad para quien quiera utilizarlo. Todo tiene truco, las cerraduras, los cajones, la llave del agua, el tránsito mismo de una habitación a otra. Las puertas son ligeras, parecen cartón inflado —no en vano, llevan cartón arrugado dentro—, pero casi siempre son difíciles de abrir, no encajan en el marco, tocan con el suelo, perseveran en el surco abierto sobre el parqué o la baldosa, ese medio círculo que cicatriza la casa, la hace vivida.

Hay cuadros de cetrería donde no se ha dado ni una sola pincelada, pues son láminas que imitan el óleo; hay ceniceros de arcilla barnizados y firmados con el nombre de la localidad donde se compraron; hay matamoscas, posavasos de corcho, juegos repetidos de parchís, Monopoly o Palet, con las fichas y piezas y tarjetas desparejadas y mezcladas; hay naipes españoles de Fourier y de alguna Caja Rural, también entremezclados. Se ven botellas de tapón mecánico, pinzas de madera, botellas de anís vacías.

En una casa cutre como Dios manda, además, de todo tiene que haber, pero de todo tiene que quedar solo un poco cuando llegas. Es un equilibrio mágico entre la provisión y el abismo. Así, queda solo un rollo de papel higiénico, solo un centímetro de Fairy, solo una cerilla en la caja de cerillas. La bombona de butano está a punto de agotarse, y hay que tumbarla y agitarla para darle algo más de duración. Queda poca sal, poco azúcar, no hay tenedores para todos y de algún grifo sale poca agua. Los botes de champú y gel en el baño siempre tienen que recibirte con el tapón levantado, y llevar dentro apenas nada de champú o de gel. La cisterna tiene que romperse. La tele tiene que desintonizarse (un aparato panzudo, claro, sin mando a distancia —si lo hay, no tiene pilas—, de marca Samsung a ser posible, o mejor: Philips). Ha de haber un radiocasete en

algún sitio, aunque no haya ya ni una sola cinta de casete en toda la casa, salvo quizá la que se ha quedado dentro. Por lo que sea, palillos para mondarse los dientes habrá realmente de sobra.

Yo creo que es un lujo vivir una semana en una casa cutre, un lujo parecido al de hacer un safari de siete días por Kenia. Todo es diversión, sorpresa y aventura, vuelta al origen. Mi hija, que entonces contaba dos años y medio, se acostumbró a meter la cabeza debajo del grifo del patio cuando tenía calor; vestida, el agua a borbotones le empapaba el pelo y la ropa, la sonrisa. Lo cutre es un modo de ser salvaje vestido, de dejarse ir o estar, de no darle tanta importancia a las buenas maneras.

Una semana de vacaciones en una casa cutre parece llevadera para cualquier persona; pero hay quien vive en estas casas durante meses, durante años incluso, entregado sin complejos a la precariedad evidente de cuanto le rodea, feliz en ese hábitat como en una cura o un seminario o un taller de desintoxicación autoimpuesto. Desintoxicación de la vida de consumo y de la vida de apariencia, pequeña práctica de revolución entre cuatro paredes.

La casa cutre tiene piel, y esa piel un nombre hoy estigmatizado de mala manera: gotelé. El gotelé es imprescindible para dar a una vivienda cutre su espíritu, el grano grueso de sus nostalgias. En el gotelé se pega el tiempo, las sombras del vivir, se acumulan los días. Tiene algo de pared intestinal o estomacal, de organismo vivo visto por dentro.

La aversión al gotelé es muy moderna, casi chic. Hablar mal del gotelé se puso de moda bien entrado el siglo XXI, aunque ya en los 90 recuerdo a alguna amiga comprarse un piso y quitar el gotelé nada más recibir las llaves. Este desprecio por el gotelé da a entender que uno tiene buen gusto, sabe de casas y de diseño, está por encima del criterio vulgar.

El gotelé es una técnica de cubrimiento de las paredes que apareció en España simultáneamente a la eclosión inmobiliaria del desarrollismo. En aquellos años 60 y 70, las casas se construyeron a toda velocidad, y se descubrió que ayudaba a disimular sus imperfecciones, desniveles o abombamientos. Que una casa tenga paredes pintadas con gotelé indica que es una casa antigua, y muchas veces barata.

El término es de origen francés (la gota gala: *goutte*; y de ahí *gouttelette*, gotita), y se trata de una pintura al temple, es decir, que viene en sacos y debe mezclarse con agua para su aplicación. Al ser densa, deja en las superficies una impronta lunar, muchos granos o montículos irregulares, esa textura rugosa y tectónica, pues mirarlo hace pensar en el interior de las cuevas, con estalactitas y estalagmitas. Mientras escribo, yo mismo tengo delante una pared pintada con gotelé, en el cuarto de la lavadora.

El gotelé se alía con el tiempo porque es muy difícil de limpiar, y la única solución es volver a dar otra capa de la misma pintura. Así, una pared de gotelé va oscureciéndose con el paso de los años, lo que sumado a las permanentes sombras que generan los propios granos de la pintura, da a cualquier estancia un ambiente algo triste y penumbroso.

Además, si surgen humedades, esta pintura genera moho, y aparecerán manchas de tonalidades verdosas, normalmente en la parte alta de la pared o en las esquinas.

Todo lo cual hace comprensible que muchas personas detesten el gotelé, porque da mala imagen, rebaja su estatus social, hace las casas más oscuras y ocasionalmente una gotera o una fuga provoca la aparición de hongos. Desde hace años, hay empresas de reformas que venden el retirado del gotelé como uno de sus servicios estrella, y también las casas en venta ven su estimación crecer o disminuir en función de si tienen esta pintura en las paredes. El gotelé es lo primero que desaparece en una casa cutre cuando alguien desea que deje de ser cutre.

Con todo, el gotelé resiste. Por un lado, porque algunos diseñadores lo recuperan puntualmente para un rinconcito o un tabique, buscando en él la nostalgia o la ironía, o una textura que, justamente por haber quedado atrás, resulta interesante resignificar. Por otro, porque no solo las segundas residencias en la playa o la sierra ejercen hoy la función involuntaria de museos de lo cutre, también sucede con muchas viviendas en las grandes ciudades.

Hablamos de viviendas en barrios periféricos, heredadas de los abuelos —cómo no— y puestas en venta o alquiler de manera inmediata. La venta muchas veces se hace a personas que no pueden afrontar una reforma integral, de modo que el gotelé —y lógicamente también muchas otras características de estas casas— pasa a integrarse en la vida de la nueva familia que entra en la vivienda. Los armarios empotrados y gigantescos, los muebles de salón con mucha labor de taracea, las superficies desgastadas por ríos de ese Pronto aplicado durante décadas; el sistema eléctrico un tanto catatónico y farandulero, las tuberías ruidosas o las puertas que chocan entre sí si se abren a la vez son algunas de las enseñanzas de lo cutre que aún pueden encontrarse en miles de casas por toda España.

Las habitan personas de clase media baja y clase obrera, pero también muchos jóvenes estudiantes o nietos de sus propietarios originales, que lógicamente tampoco disponen de capital para meterse en reformas. Junto a la buhardilla mítica del artista, son casas no tan extrañas en bohemios de todo tipo, actores, escritores, guionistas, fotógrafos y gente que busca sentar plaza en la capital para iniciar el camino del éxito de su vocación artística. La casa cutre parece darle la razón a su pasión profesional, que los domina de tal modo que nada les importa el lugar donde la alojan y desarrollan; además, esa casa cutre tendrá un sitio destacado en la parte más enternedora de su biografía, esas primeras páginas donde no eran nadie y vivían en Carabanchel.

Si analizamos los datos del parque de vivienda en España, la casa cutre tiene visos de ir a durar aún muchos años, quizá hasta pasado el ecuador del siglo XXI, cuando todas ellas y los edificios que conforman se vayan desplomando, las vayan derruyendo, reformando o vendiendo a constructores avisados.

En España, en 2019, se cifraba oficialmente en 25.793.323 el número total de viviendas, siendo 6.440.203 las que se consideran no habituales o no principales. Tanto entre los 19 millones de casas habituales como entre los 6 millones de las no habituales podrían estar nuestras casas cutres, que no serían exactamente casas baratas o pobres, sino casas nunca lujosas, conservadas durante décadas con sus características principales, de lo que una vez se entendió como clase media.

La vivienda en España tiene hoy una media de antigüedad de cuarenta y cinco años. Sin embargo, según un estudio del Colegio Oficial de Aparejadores de Murcia (2018[4]), el 38 por ciento se construyó entre 1956 y 1979. Es decir, hay más de 8 millones de casas en España con cerca de cincuenta años que surgieron en la época de los Planes de Desarrollo y que, por tanto, deben de ser en su mayoría baratas, utilitarias, con gotelé y situadas en alguna de las sucesivas periferias de las principales ciudades. Entre esos 8 millones largos de viviendas se encontrarían muchas de las casas que aún conservan la esencia de lo cutre, tanto en su disposición (esos largos pasillos que representaban tantas cosas para la infancia, desde el descubrimiento del miedo al esquema básico de la jerarquía familiar: la puerta del dormitorio de los padres, la puerta de tu dormitorio) como en los objetos y enseres que albergan. No pocas se habrán beneficiado de algunas reformas, como la instalación de un ascensor, pero otras tantas seguirán prácticamente

igual que cuando se construyeron, salvando las mejoras puntuales necesarias para pasar el Informe de Evaluación de los Edificios, obligado para toda vivienda de más de medio siglo de existencia.

Podemos hacernos una idea de cuál puede ser la cantidad de casas cutres si atendemos a ciertos datos llamativos. Así, en Madrid hay 43.000 edificios de tres plantas o más sin ascensor, mientras que en toda España la cifra puede estar entre 800.000 y 1.200.000. Se trata, en efecto, de vivienda construida en su mayor parte durante los años 60 y 70, por lo que el gotelé, el largo pasillo y algún plato Duralex estarían garantizados. En la mayoría de estos edificios no puede instalarse un ascensor porque no cabe. También debemos tener en cuenta que, según el Censo de Población y Vivienda (INE, 2011), en España habría tres millones y medio de viviendas vacías. Especulación aparte, son casas de abuelos, casas en el pueblo, casas museo.

Por tanto, nuestra casa cutre entendida como depositaria de nostalgias generacionales, nunca reformada, casi siempre segunda residencia o alquilada o completamente vacía, contenedor de muchos de los enseres de los años 70 y 80, incluso de los 60, y convertida por la desidia o el cariño de sus propietarios (no pocas veces, varios hermanos) en auténticos almacenes de la vida cotidiana del país en la segunda mitad del siglo XX, debe alcanzar una cifra fabulosa, de varios cientos de miles. Sin duda, muchas de ellas deben encontrarse arracimadas, juntas en el mismo edificio, la misma manzana y el mismo barrio. Porque el barrio es el límite comarcal de lo cutre.

---

[2]. *La gallina ciega*, 1969.

[3]. «Chistes de camioneros, Humor de gangosos, Cosas de andaluces, Chistes de mariquitas, etc.», se leía en la carátula de uno de ellos.

[4]. *Tu edificio en forma*, informe de Mutua de Propietarios junto al Colegio Oficial de Aparejadores, Arquitectos Técnicos e Ingenieros de Edificación de Murcia.

## Capítulo 5

### Barrios

Se conoce por barrio un puñado de calles que, si bien evolucionan, nunca cambian, pues la esencia de los barrios se encuentra en la fidelidad. La gente es fiel al barrio si no se va a vivir a otro sitio, si compra en sus comercios y establece allí amistades y relaciones duraderas. Especialmente un barrio no puede cambiar de la noche a la mañana, y el cierre de un bar o una tienda se encaja como una defunción. No en vano, en los barrios hay bares de toda la vida, tiendas de toda la vida y la gente que ostenta más autoridad para hablar del barrio dirá de sí misma que lleva en él toda la vida. Que un trocito de la ciudad se considere realmente un barrio tiene mucho que ver con que nadie de fuera vaya allí, motivo por el cual el concepto de «barrio turístico» constituye en sí mismo un contrasentido. Si es un barrio, no es turístico. Salvo que se haya inventado ya el turismo de lo cutre, que no creo. Como mucho, existe el turismo cañí.

Aunque nací en Segovia y viví, hasta los dieciocho años, en un pueblo a cuarenta kilómetros de la capital, he pasado más tiempo en el barrio de Almendrales, distrito de Usera, en Madrid. Mis padres compraron un piso en la calle Pilarica en los años 90 y allí nos echaron a vivir a mis hermanos y a mí. Con todo lo que sé ahora, me llama la atención la indiferencia con la que mis padres decidieron dejarnos solos en una de las zonas menos seguras y peor afamadas de la ciudad. Como su idea de Madrid era ya muy negativa por culpa de la televisión, supongo que no vieron nada de especial en que el barrio donde nos metían fuera feo, sucio, pobre y peligroso.

Cuando uno se muda a una casa nueva, las calles se miran después. Un precio súbitamente asequible obliga a ello en el caso de la compra, y la larga cola de aspirantes precipita la decisión cuando se alquila. No hay mucho tiempo para evaluar las intermediaciones. Además, un barrio no se conoce al primer vistazo, puede que se necesiten años para verlo de verdad y cogerle algún cariño, u odiarlo traumáticamente. Yo pasé en Almendrales casi dos décadas. El edificio donde viví esos veinte años se construyó en 1957. Nuestro piso estaba en un cuarto sin ascensor. Tampoco tenía calefacción. Los suelos eran de parqué barato en espiga y todas las paredes de la casa estaban pintadas con gotelé. De los dueños anteriores, ancianos que murieron y cuyos hijos vendieron la casa con bastante prisa, nos quedó un gran armario empotrado, de suelo a techo, en el dormitorio principal y el mobiliario de cocina, que solo cambiamos pasados quince años o más. Los sanitarios, las puertas de tablero huecas y hasta la cerradura principal quedaron tal cual nos las encontramos; también las ventanas correderas, de aluminio, con sus persianas de plástico ya amarillento. A nadie se le ocurrió meter mano en nada de eso y nadie parecía particularmente a disgusto en la casa. No nos sentíamos pobres, entre otras cosas, porque éramos jóvenes.

Las generaciones nacidas justo después de la Guerra Civil, y que vivieron por tanto una

posguerra normalmente no muy provisionada, manifiestan aún, con el paso de los años y de las décadas —al menos en Segovia—, un enorme respeto por las cosas. Puede haber en ello un punto de tacañería o ahorro obsesivo, pero también un entendimiento de que si algo se tiene en pie puede seguir en pie a tu lado durante algún tiempo más. No hay motivos para cambiar algo si funciona, si cumple noblemente con su tarea. Una mesa, una silla, los platos. Quizá el antónimo exacto de «cutre» sea «capricho». Lo cutre no te permite darte un capricho. Es la sacralidad de lo cotidiano.

Ahora, cuando vuelvo por Usera, me siento allí como en mi auténtico lugar de origen. Al visitar Fuentepelayo, el pueblo segoviano donde me crie, no me sucede lo mismo. Hasta la infancia tengo la sensación de haberla pasado en Almendrales, y no en Segovia.

Esto es así porque quizá un barrio cambia menos que un pueblo, o conserva mejor, de alguna manera, su esencia o carácter. Desde luego, un pueblo tiene mucho más orgullo que un barrio de la periferia de la gran ciudad. Como en algunos barrios del centro, los pueblos sí atienden a quién llega, quién vuelve, y cómo lo hace.

Pasear por el barrio de Almendrales es muy distinto a pasear por el barrio de Salamanca. En el primero yo me siento cómodo y en el segundo me noto cuestionado, qué haces tú aquí. Los barrios cutres no son imponentes ni vanidosos, no exhiben nada, ni siquiera a sus lugareños. Cuanto más bonito es un barrio, menos pertenencia genera. Los barrios bonitos son de todos y de nadie, son de quien pueda permitírselos. Los barrios cutres son de quien los ha vivido.

Recorriendo Almendrales sé que nadie que yo conozca va a cruzarse en mi camino. Esto me da mucha tranquilidad. Los barrios-barrios son alveolares, impenetrables, no hay motivo para ir si no vives allí. Los de fuera solo vendrán si se les ha roto el coche, y nada más. Por ello, cuando estoy en el barrio me desentiendo, visto de cualquier manera, tiro cosas al suelo, me salto un semáforo. Es un entorno que produce sus propias normas y costumbres, consensuadas en la dejadez y en cierta indiferencia por la intimidad ajena. En el barrio pareciera que uno tiene menos cosas que explicar, pues a fin de cuentas vive en el barrio, y eso explica casi todo.

Muchas mujeres gitanas bajan con sus hijas a comprar al súper todas ellas en pijama y zapatillas de estar por casa; si hace frío, llevan también la bata. Veo esta estampa a menudo, y me impresiona siempre. Resume buena parte de la vida en el barrio.

¿Qué identifica a los barrios? Cuando andamos por una ciudad, reconocemos enseguida el centro por sus monumentos, sus turistas y su prestancia. El casco antiguo de una ciudad nunca es exactamente la ciudad, ni exactamente cutre ni exactamente nada. Se trata de un espacio preparado para nosotros, seamos turistas o visitantes. Es la ciudad decorada y decorativa, bonita. Hasta lo popular es tan «popular» en las calles principales (o sea, castizo) que no parece formar parte de la vida de nadie. No en vano los que sostienen las tradiciones edulcoradas de cualquier capital del mundo son los turistas que van buscándolas, no sus habitantes. En Madrid, durante los meses de coronavirus, seguramente no se bebió una gota de sangría.

Si salimos del centro de una ciudad y acabamos en un barrio de la periferia, la sensación primera que nos inunda es la de que allí nadie nos estaba esperando. Si entramos en un bar, el camarero nunca es particularmente simpático. No nos «recibe», solo nos atiende. Las propias gentes que allí viven están a sus cosas, van y vienen sin fijarse en nosotros, que tampoco sabemos qué mirar, hasta que nos damos cuenta de que no hay nada que mirar.

Pueden verse estos barrios en Madrid y Barcelona, en Segovia y en Pamplona, en Vigo y en Granada. Los españoles reconocemos enseguida el barrio-barrio, aunque no sepamos decir muy

bien por qué, salvo porque nos parece cutre y no hay catedrales, ni semáforos paritarios, ni mendigos, y todas las calles diría uno que son la misma calle, con el nombre de un concejal llamado Pérez, Jiménez o Rodríguez.

Sin embargo, sí hay una larga serie de detalles e iconos que se repiten en todos los barrios, y que a veces son tan habituales y se ven tanto que pasan desapercibidos. Uno lo apuntábamos más arriba: el taller mecánico.

Resultaría muy extraño a día de hoy encontrar un taller mecánico en el centro de una ciudad. El taller mecánico resulta una molestia, un generador de ruido y trájín, y el trabajo en él es siempre sucio, implica motores, grasa, aceite, gritos para comunicarse. Lo que sucede en el taller se ve desde la calle, su suelo de hormigón húmedo y oscuro, las máquinas y herramientas, las ruedas y los parachoques, las idas y venidas de los mecánicos, pues suele trabajarse con las grandes puertas abiertas. «Taller mecánico», se leerá en ellas, o en un cartel clavado en la fachada. Muchas veces no pone otra cosa que eso.

En los barrios, sin embargo, sigue habiendo un taller mecánico cada dos o tres manzanas, y prácticamente un negocio similar en cada calle: el taller de chapa y pintura, el de soldadura, el fabricante de ventanas o el almacén de materiales de construcción. Todos estos negocios distribuyen muy proporcionalmente la menestralía por el barrio, dando a cada calle su ruido y su singularidad, y nada les queda más lejos que el *marketing*, la imagen de empresa o los protocolos higiénicos y de seguridad. Todo en estos espacios está en crudo, directo y sin ambages, el metal es metal y el cemento, cemento. Y parecen desordenados y de poco beneficio. Son empresas familiares.

También lo son las mercerías, que casi han desaparecido por completo; las papelerías, que es lo más cercano a una librería que hay normalmente en un barrio; las floristerías y algunas tiendas de artículos para el hogar o de decoración. Suponen como una versión cutre del gran capital y de la nueva empresa, la que sale en las revistas, esos gastrobares, esas librerías sofisticadas o esas tiendas de ropa de segunda mano.

Estos negocios contribuyen a la imagen del barrio no solo por su actividad un tanto deslucida, sino por la pereza (o sea, cutrez) con la que se nombran a sí mismos, etiquetando las calles con sus carteles sencillos, claros y genéricos: PAPELERÍA GÓMEZ, TALLER BENITO, MATERIALES DE CONSTRUCCIÓN, CERRAJERÍAS EN GENERAL MARTÍN, AZULEJOS Y PAVIMENTOS GÓMEZ. Los leemos y tenemos claro qué se hace en ese garaje, bajo o almacén. Las letras casi siempre son rojas y el fondo elegido blanco. Ya está. Seguramente fue la opción más barata que les ofreció el cartelista. También podemos encontrar: POLLERÍA, HUEVERÍA, CARNICERÍA o, incluso, CARNECERÍA. No se venden *woks* o *delicatessen*, solo huevos. Además, a veces una errata o falta de ortografía completa el cuadro, le da todo el espíritu de lo cutre a una calle. MATERIALES DE CONSTUCCIÓN, leemos aún en Madrid, en el número 23 de la calle del Casino, en Lavapiés. Esa R que falta nos lo dice todo. Nos habla de un empleado de la fábrica de carteles y luminosos que puso todo su empeño en no olvidar que «construcción» tiene dos C, y una S insidiosa entre la N y la T. Motivo por el cual falló en lo más fácil, la R. Pero también nos habla de un dueño de una empresa de materiales de construcción que, cuando recibió el cartel y vio la errata, o cuando se colgó el cartel y el primero que pasó le dijo, oye, falta la R, pensó: ¿qué más da? ¿Voy a quitar el cartel, disputar con el cartelista, esperar a que me hagan otro y me lo traigan, solo por una R? Me da lo mismo.

Eso es lo cutre.

Un quiosco también es típico del barrio, y seguramente desaparecerá antes en el centro de la ciudad que en la periferia. El quiosco de barrio suele ser pequeño y rectangular, sin visera de forja ni grandes despliegues de revistería o prensa internacional. Chicletes, juguetes baratos para los niños, el *Marca* y cuatro o cinco cabeceras nacionales.

Muy cerca de donde yo vivía en la calle Pilarica había uno. Lo llevaba un señor gordo y desaseado, y allí compré periódicos durante años, también tabaco y mecheros. Cuando ya llevaba viviendo más de una década en Usera, el quiosco cerró. Simplemente bajé un día y vi el hueco que había dejado en la plazuela, con algunos escombros. Su perímetro no excedía los dos o tres metros cuadrados. Meses después, adecentaron la acera y la cubrieron con baldosas nuevas —la típica imagen de barrio también tiene que ver con estos regueros de baldosas nuevas entre baldosas viejas— y pusieron un vulgar banco justo donde antes estuvo el quiosco. Todas las mañanas, durante muchos años, el viejo quiosquero se presentaba en la plazuela y se sentaba en el banco que había sustituido a su puesto de periódicos. Y se pasaba ahí muchas horas.

Debía de preferirlo a pasar su jubilación en el bar. Quizá no exista nada que tantas veces llamemos cutre como un bar. Si ciertas viviendas son museos de lo cutre, ciertos bares son zoológicos de lo cutre. Su esencia, sin duda, es esa misma resistencia a cambiar alguno de sus elementos originales. El nombre, la barra, la cafetera, las tazas y vasos y los cuartos de baño, con sus nada imaginativos indicadores de sexo (M y H muchas veces) son exactamente los mismos que el día en que abrió, hace treinta o cuarenta años. La clave, como en todo lo cutre, es que esos elementos originales nunca fueron de primera calidad, y por eso el *Café Gijón* o la coctelería *Cock* o el bar del casino de cualquier ciudad de provincias nunca representarán lo cutre, sino otra suerte de nostalgia o conservación, más pretenciosa y reputada.

Pensando un día en las incomprensibles motivaciones que guiaban el modo de comprar de mis padres, y recordando cuando fuimos al pueblo de al lado a adquirir camas y otros muebles (que, por supuesto, me encuentro aún hoy en la casa familiar cuando voy de visita), me di cuenta de algo que podría encontrarse entre los principios fundamentales de lo cutre. A saber: comprar lo segundo más barato. Es posible que me lo invente o que mis propios padres no fueran conscientes de ello, pero la sensación que tengo es que el principio rector de sus hábitos de consumo, cuando se enfrentaban a un catálogo de artículos muy variado, era, por supuesto, desechar lo que fuera muy caro, pero también lo más barato de todo. De modo que su pulsión de compra siempre se centraba en aquello que estuviera un poquito por encima de lo más barato de todo.

Así, el bar cutre está hecho con la segunda barra más barata, la segunda vajilla más barata, y las mesas y sillas que solo tenían otro juego de mesas y sillas más baratas que ellas. Todo esto debe conservarse durante décadas, mientras se tenga en pie y no se caiga a pedazos.

Por eso, hay varios tipos de bares cutres en función de cuándo fueron abiertos, y en algunos abundan los espejos con motitas y en otros las sillas de madera clara. Hay también barras de madera, pero hay muchas más de acero inoxidable. Perduran las tazas de loza amarillenta, los suelos de gres, los inodoros *Roca*, muchos incluso con cadenas de desaguar que son efectivamente cadenas finas que suben hasta casi tocar el techo. Algunos tienen las paredes revestidas con tableros finos y baratos, y taburetes *Napoli* de acero cepillado con el asiento acolchado de polipiel. No es raro que el acolchado presente alguna raja o mordisco o agujero de cigarrillo. Casi todos los bares cutres son fieles a un equipo de fútbol, y exhiben por sus paredes bufandas, fotos y portadas de periódicos donde solo salen jugadores que nadie sabe ya cómo se llamaban. Muchos tendrán un mapa, un plano o una imagen en blanco y negro del pueblo —en

Asturias, Cáceres o Ciudad Real— de donde vino la familia que lo fundó.

El bar se habrá bautizado con el nombre de pila del dueño, el apellido del dueño o juntando sin más la primera sílaba del nombre del dueño y la primera sílaba del nombre de su mujer. O con el nombre del municipio donde nacieron. Si sigue abierto, es que lo lleva uno de sus hijos. Y cerrará, porque la tercera generación, como es sabido, está para hundir los negocios de la familia.

El bar cutre no es un lugar para hacerse *selfies* (por eso el Palentino no fue nunca en rigor un bar cutre), sino para echarse a perder. Quitando las mañanas, donde eventualmente pueden congregarse obreros, policías, oficinistas y hasta estudiantes, la clientela habitual de un bar cutre suelen conformarla hombres de más de cuarenta años que pasan por allí a media tarde a representar muy precisamente la imagen del perdedor. Van solos, miran mucho la barra y tampoco es que tengan demasiada conversación. Todo en ellos es igualmente cutre, desde la ropa a los bienes personales. La tele suele sintonizar una telenovela o un magazine que no le interesa a nadie, y tener el volumen bajado al mínimo.

Yo he ido mucho a bares cutres precisamente porque están llenos de perdedores, que es una cosa que siempre he aspirado a ser. Si no abren por la noche, o no son típicos de la noche, se debe entonces a que lo cutre se confundiría con lo canalla. Hay un punto moral en lo cutre, como estamos viendo, que le hace ser ajeno al alcohol excesivo, las drogas o la prostitución. La cocaína en sí misma no es cutre, ni las prostitutas pueden ser cutres: pueden ser sórdidas. Así, los perdedores de lo cutre pierden incluso en el arte de echarse a perder, pues no tienen grandes historias rocambolescas con policía, coches robados, navajas y polvos de todo tipo en los baños de un local. Eso es para gente más forajida y fanfarrona, pues de lo cutre no se puede fardar.

La fauna de un bar cutre, por tanto, la componen personas muy tranquilas, muy grises, en paro o jubiladas, que cometieron en sus vidas un puñado de errores y casi ninguno fue romper la ley. Quizá su mayor error fue no romper la ley. Son gente que no se da aires, no exhibe la llave de su coche de alta gama ni su iPhone (no tienen nada de eso, en realidad); lo que exhiben es resignación y derrota sin épica.

Los bares cutres se encuentran por toda la ciudad, aunque solo en los barrios se dan en abundancia. Hay un bar cutre en cualquier zona del centro o distrito boyante, simplemente porque la familia que lo lleva tiene que comer y hasta que no se jubilen aguantarán abiertos, muchas veces junto a negocios supermodernos con los que cada día van desentonando más. Cuando por fin cierran, no quedará ni rastro de ellos, el espacio que ocupaban lo ocupará un bar a la moda del momento o una tienda de carcasas para móviles.

Sin embargo, hay tantos bares viejos y de-toda-la-vida que es posible que sobrevivan durante décadas. A eso ayudará la tendencia actual de la comunidad china —al menos, en Madrid— a ponerse a regentar un bar de este tipo sin cambiarle ni una silla. Uno cree entrar en un bar de un señor de sesenta años, el típico bar cutre, y se encuentra con unos camareros chinos de apenas treinta. Todo en el bar es igual que con el anterior dueño, solo que entienden menos algunos pedidos.

En Almendrales, conocido un poco alegremente como el Barrio Chino de Madrid, esta comunidad aportó durante décadas su propia visión de lo cutre, desde esos letreros con la palabra ALIMENTACIÓN en letras gigantes y monótonas a la propia tienda, siempre desordenada y atiborrada de comida basura y latas de atún, pasando por numerosos negocios (un videoclub de películas chinas, ya cerrado; peluquerías, restaurantes de comida asiática, fruterías, un supermercado) cuyo diseño era inexistente y que se asociaban a la perfección con las tonalidades

y perezas del barrio. Ahora, sin embargo, florecen restaurantes chinos muy llamativos, modernos y cuidados, y *El País* los recomienda en sus páginas de sociedad, y hay escaparates muy cursis de empresas que venden la boda perfecta —con limusina— y cafeterías hipster-chinas con mesas altas en madera robusta, en plan *rustic chic*. Todo lo cual mejora el barrio, pero a su manera también lo gentrifica, es decir, lo hace desaparecer poco a poco.

En Almendrales, por mucho que desaparecieran los talleres mecánicos, los bares cutres y las papelerías, y se llenara todo de gastrobares o lo que toque, sería difícil que emergiera sin más la Nueva Malasaña. Para eso faltan, para empezar, fachadas, fachadas en piedra, edificios de más de ochenta años, de esos que muestran junto a la puerta el cartel ASEGURADA DE INCENDIOS, que tienen balcones y volutas, y hasta escudos heráldicos. Nunca he visto un cartel de esos en Usera. Sus construcciones son todas urgentes, de los años 50 en adelante, para vivir sin lujos y apenas concernidas por la construcción que tienen al lado. Lo que caracteriza a los barrios es esa paleta de colores del ladrillo visto, y las alturas variables en los edificios, así como los estilos pobretones y sin alegría, como ensimismados. Paredes planas de ladrillo y cemento, con balcones de hierro clavados en ellas, algunos donde solo caben un par de personas y otros que recorren toda la fachada. El paisaje del barrio-barrio tiene que ver con estas edificaciones y trazados, con la ropa tendida, las bombonas de butano, los acristalamientos absurdos de los balcones y los toldos verdes. La suma de todos estos elementos (más algunos usos bizarros de los balcones, como poner en ellos armarios o incluso frigoríficos) es la que desordena la armonía, bien que austera, original del edificio. Basta que el del segundo piso y el del quinto cierren su balcón, el del cuarto ponga todas las bicicletas y otros aquí y allá exhiban el naranja de las bombonas o el multicolor de la colada para que el edificio resulte visualmente inasumible. Cutre.

Y el edificio de al lado es exactamente igual.

## Capítulo 6

### Verbenas, apoteosis del cutrerío

La función de lo cutre hoy día bien podría ser esta: hacer aún posible lo popular.

Lo cutre alarga la vida de lo popular, en efecto. No porque lo popular sea cutre, sino porque vive en la condena y la necesidad de su propia conservación: quedar cutre para, al menos, quedar.

Quizá no haya evento popular donde se concentre de tal forma lo cutre como una verbena o feria. El barrio celebra verbenas como los pueblos han celebrado siempre la fiesta en honor del santo o santa cuya advocación privilegian. La efeméride, siendo católica, lleva aparejada alguna misa o celebración piadosa, pero el auténtico atractivo de esos días señalados es la diversión que se instala por las calles, invadidas de pronto por puestos ambulantes y artefactos mecánicos, luces y músicas. La verbena y la feria son hoy la apoteosis del cutrerío, su cara más reconocible y triunfal, pues es el momento en que un número mayor de personas, incluidas aquellas que, por lo general, desprecian todo lo cutre, se dejan seducir por su encanto.

En Lo Pagán, coincidiendo con nuestra semana en la casa cutre, tuvimos la suerte de que hubiera una feria fija. Acudir a ella fue como retornar a la infancia, y llevar a nuestra hija, como poner su infancia de nuestra parte.

Nada resulta tan hermoso en la paternidad como compartir con tus hijos las pocas cosas que quedan de tu propia niñez, de modo que, a través de un objeto, una comida o un juego, un niño de hace treinta o cuarenta años (tú) parece convivir con una niña de ahora (tu hija). Este plegado del tiempo no lo consiguen las cosas caras ni las experiencias únicas, sino solo eso tan vulgar y común que uno no sabía de pequeño que era importante.

La feria de pueblo o de barrio se presenta ya en la lejanía con mucho ruido y mucha luz. Es el caos anunciándose al fondo de una calle. Cada atracción y cada puesto de comida tienen su propia música, tan alta como sea posible, y también su propio luminoso, sus focos de colores y sus guirnaldas de pequeñas bombillas, amén de numerosos carteles hechos a mano sobre papel o cartulina escolar. Por supuesto, a la gente se la atiende siguiendo un riguroso desorden.

Y es que las ferias no se rigen por un diseño previo muy calculado y eficiente que armonice cada propuesta lúdica, más allá de un croquis donde se le dice a cada feriante dónde tiene que ponerse. A partir de ahí, cada uno vende su producto o su atracción como Dios le da a entender, haciendo sonar la música que quiere, convocando de viva voz a los visitantes, inventando ofertas puntuales o sobrecargando su espacio de reclamos lumínicos o acústicos, estrategias todas ellas que vienen de sus padres, abuelos y hasta bisabuelos. Es como si por los corredores de la feria cada puesto le tirara del brazo a todo aquel que pasara, disputándose con el puesto de enfrente,

que le tira del otro brazo al mismo tiempo y con idéntico empeño.

Este caos acongoja y acaba fascinando a los niños, que no pueden deducir dónde están, tomar puntos de referencia ni orientarse; su modo de vivir la feria es simple: estar perdidos. Los niños están perdidos en la feria incluso de la mano de sus padres o subidos a un tiovivo. Es una borrachera de luz y sonido, de emociones y tentaciones, que les convence además de que no puede pasarles nada malo mientras sigan divirtiéndose.

El peligro de que el niño se pierda de verdad o se despiste es solo uno de los que se viven en las ferias, pues los padres miramos las cosas ya de otra manera, fiscalizamos y criticamos, nos fijamos en cómo está hecho el producto más que en lo divertido o apetitoso que parece; detectamos, en fin, lo cutre. Así, las camas elásticas están muy desgastadas, tienen aberturas por un lado, como la niña meta ahí la pierna se va a dar un buen golpe. Los coches de choque son muy viejos, van demasiado rápido, hay un niño que choca a mala idea, hay un adulto que se sube de pie en ellos y puede volcarlos. ¿No salen demasiadas chispas de ese techo de malla metálica que los provee de electricidad? La minimontaña rusa chirría demasiado, le falta aceite, esa curva es peligrosa, detrás de la lona tiemblan los contrapesos de piedra, no son lo bastante grandes. Aquello está roto y esto está mal atado, mal encadenado, mal fijado, eso otro de más allá tiene como mínimo cincuenta años, y no debe ser muy fiable. El pulpo, el tiovivo, los caballitos, los hinchables, la barca, la noria. Casi todo estaba ya en la infancia de casi todos. Pero ahora nos acordamos de decenas de accidentes que han salido en los periódicos en relación con estas atracciones[5]. Nos fijamos en los churros, los gofres, los helados, el algodón de azúcar y las manzanas asadas, en la higiene de las cocinas, las planchas o los aparatejos donde hacen estas comidas, en las manos de quien las sirve (incluso en la edad de quien las sirve o ayuda en la tarea), en los frascos de cristal que utilizan para guardar el chocolate y en los botes gigantes de ketchup o mostaza, todos sin etiqueta y que alojaron antes otra cosa, guisantes, agua, leche. Los mostradores son museos de la improvisación, casi nunca hay caja registradora propiamente dicha, sino un cajón o una caja de zapatos, y sería absurdo pedir factura o *ticket*, incluso pagar con tarjeta de crédito. Todo se anota a lápiz o bolígrafo, en cuadernos u hojas sueltas, se hace deprisa y agotadoramente, durante las horas, en su mayoría nocturnas, en que está abierta la feria. Los feriantes se ven obligados a dormir durante el día.

En Lo Pagán pensé en todo esto, mientras lo veía ante mis ojos. Pensé también en los derechos de autor o, más propiamente, en los derechos intelectuales relativos a todas esas imágenes y muñecos que decoran las atracciones, que son, a menudo, los mismos de hace décadas, Mickey Mouse, el Pato Donald, Bambi, la Cenicienta, más alguna incorporación de última hora, como los personajes de *Avatar* o de *Juego de Tronos*. Pintados a menudo sobre la chapa de la tómbola, el puesto o las paredes de la atracción, dudo mucho que medie ahí permiso alguno de Walt Disney o de James Cameron, del mismo modo que no creo que Iker Casillas haya dado su visto bueno (que seguramente lo daría) para que su cara sea la que luce el portero de metal y cartón piedra que da vueltas sobre un eje al fondo de una estrecha carpa, y al que tienes que meterle gol. La suma de todas estas características limítrofes con la ley es lo que da a las ferias ese aire de sueño asalvajado, de alivio momentáneo de la burocracia y, claro está, de la dieta. Sin embargo, lo que vemos los adultos con hijos (resplandores del peligro, anticipaciones un tanto sobrepuestas), lo ven también las administraciones públicas, desde las europeas a las autonómicas pasando por las estatales. Así, la ley persigue lo cutre poco a poco, en nombre de la profilaxis y la seguridad, y es bastante improbable que, con el ritmo y el hambre de prohibiciones que parece embriagar a diversos funcionarios públicos desde Madrid hasta Bruselas, estas ferias

desatadas y divertidísimas vayan a llegar al ecuador del siglo XXI con su espíritu intacto[6].

La pandemia del año 2020 supuso un varapalo inédito para estos eventos, que se cancelaron por toda España. Decenas de miles de familias (se calcula que más de veinte mil) viven de este negocio itinerante, que las provee del dinero necesario para pasar el resto del año sin ingresos. Si añadimos al cese de actividad que muchas de ellas se vieron obligadas a ejecutar las nuevas medidas que la covid-19 impondrá a las ferias (abarrotaadas por norma), su futuro se nos antoja más bien incierto. De la España cutre, lo primero en desaparecer serán estas ferias.

Si tomamos el periodo 1950-1980 como el caldo de cultivo de lo que luego sería considerado cutre, hemos de entender que las ferias no eran cutres para nuestros abuelos o nuestros padres, sino seguramente lo más moderno de todo. En los años 40, por ejemplo, llegaron los coches de choque a España, procedentes de Estados Unidos (recordemos esa escena de *Annie Hall* donde un Woody Allen/Alvy Singer de seis o siete años se desahogaba en los coches de choque de Conney Island), y poco a poco, ya en los 50, la atracción se fue sumando a las ya conocidas en las ferias de las ciudades más pequeñas y de algunos pueblos (a Ejea de los Caballeros, Zaragoza, por ejemplo, los coches de choque llegaron en 1957).

Para los niños de entonces, y para sus padres, ver por primera vez estos coches en miniatura en los que podías subirte sin carné y encima estamparte contra tus amigos y familiares con total impunidad debió de ser muy parecido a la llegada, en su momento, de los videojuegos, el iPhone o de Internet mismo. No en vano, estas formas de diversión se llamaban «atracciones» y el iPhone no es sino otra atracción más, algo que busca fascinarnos.

En la España del desarrollismo no había tantas cosas «atractivas», ni tantos lugares donde a uno se le permitieran determinadas cosas, de modo que las ferias eran impactantes y necesitaban incorporar nuevas sensaciones (los propios coches de choque sustituyeron a una atracción primitiva denominada «el látigo», hasta cierto punto muy similar), sin perder aquellos artilugios ya icónicos (el tiiovivo) o que se hubiera comprobado que siempre funcionaban (las casetas de tiro, en sus diversas variantes; la noria). Las ferias eran tan llamativas que acabó triunfando la idea de hacer una feria permanente y a lo bestia: el parque de atracciones de Madrid (1969), que realmente no aportaba nada nuevo salvo norias más grandes y la posibilidad de ir cualquier día del año. Notemos que utilizaba la misma palabra que las ferias: «atracciones».

Sin embargo, como reconocen los propios feriantes, después de la edad dorada del negocio, en los 70 y 80, los niños y adolescentes empezaron a tener a su disposición un inmenso catálogo de ocio y las ferias veraniegas pasarían de ser vehículos de novedad a ser un ritual: iguales todos los años e iguales en todas las partes del país. Varios veranos después de visitar Lo Pagán, fui con mi familia a Cedeira (La Coruña), y volvimos a coincidir con una feria, que era completamente igual.

Diríamos que las ferias se vieron en la tesitura de innovar para competir contra todas esas nuevas formas de ocio que aparecían tanto para ser disfrutadas fuera de casa como dentro, incluidas las diversiones propias de viajar al extranjero, o apostar por su cara más reconocible, e hicieron esto último: estancarse para perdurar. De hecho, ninguna feria se ha modernizado incluyendo códigos QR o reserva de entradas con el móvil o atracciones basadas en los *smartphones*, ni hay *escape rooms* en ellas ni *food trucks* ni puestos de Energy Control para analizar las drogas. A un visionario de las ferias se le hubieran ocurrido algunas de estas novedades, pero en la feria no hay visionarios, solo gente que repite invariablemente unas formas de ocio tradicionales. Como dice Byung-Chul Han, «la repetición es el rasgo esencial de los

rituales».

De hecho, la palabra «verbena» viene de una palabra idéntica en latín, que nombra una planta, y su origen es el verbo *verber*, «azotar», dado que con esa planta azotaban ceremoniosamente los sacerdotes romanos aquello que querían sacralizar, como un texto jurídico. Luego se llamó también «verbena» a los ramos y coronas de olivo o laurel que eran habituales en las celebraciones y ceremonias, fastos que duraban en ocasiones hasta altas horas de la madrugada. En esos fastos está el origen de las verbenas actuales. La propia palabra *verber* dio lugar a *reverberación*, es decir, la repetición y la vuelta atrás y el retroceso, que es lo que encuentra uno en las fiestas populares.

Uno de los momentos estelares de la verbena o de la fiesta de pueblo es la actuación de la orquesta cada noche. Se trata de un grupo musical sin música propia, que solo versiona canciones clásicas bailables y todos los veranos son las mismas. Salvo alguna incorporación moderna de última hora, su repertorio es el recuerdo y la nostalgia. La orquesta cierra el día de feria recordándonos su esencia: la repetición; y también proponiendo una nostalgia no muy alejada de la nostalgia de lo cutre. Es la nostalgia por las ferias pasadas de niño, para unos, los mayores, pero también la nostalgia del porvenir de los que ahora son pequeños. Nunca olvidarán estas ferias de pueblo. La feria es un ritual, pero no de lo cutre, sino gracias a lo cutre.

¿Por qué hoy nos parece cutre una feria? Porque se ha quedado atrás, en todos los aspectos. Frente a la tecnología táctil y el servicio a domicilio, lo mecánico y chirriante, que te obliga a salir de casa; frente a la comida vegana, las dietas y el etiquetado enciclopédico de los ingredientes de un alimento, el bocadillo de panceta en plato de plástico o los churros sepultados en azúcar dentro de bolsas de papel kraft marrón; frente al tiempo controlado y milimétrico de todas las cosas, un señor que toca un silbato o detiene la atracción cuando le parece que han pasado ya los siete minutos. Incluso la atención al cliente choca con los modos y maneras amabilísimos y muy estudiados de nuestro tiempo, pues en la feria se oscila entre la picaresca de tendero de posguerra y la más insípida indiferencia.

La evolución de las verbenas desde su condición primera de cámara de maravillas donde siempre se ofrecían nuevas diversiones hasta ese inamovible ecosistema de lo cutre a que se ven hoy reducidas queda patente enfrentando un par de testimonios literarios. En 1956, Wenceslao Fernández Flórez dedicó a las verbenas uno de los cuentos reunidos en *La nube enjaulada, El hombre atormentado*. Trata de un señor del campo que narra a varios amigos reunidos en tertulia cuál ha sido el mayor sufrimiento de su vida, pues todos los presentes ya han revelado en qué consistió el suyo. La primera vez que fue a Madrid, entendemos que, en los años 40, este hombre conoció a una mujer. Ella le llevó por los bares de la capital, para acabar la noche en un lugar misterioso donde al parecer había «distracciones inefables». Era una verbena. Después de subirse a la noria y los coches de choque, el narrador concluye que nunca se vieron juntos tantos aparatos de tortura.

Como vemos, las verbenas provistas de atracciones eran tan novedosas que seguramente dejaban boquiabiertas a muchas personas del campo, lo que inspiró a Fernández Flórez este cuento donde la verbena se percibe como un parque temático de la Inquisición. Al mismo tiempo, el relato revela que todo en las ferias era novedoso, moderno, incluso demasiado movido para las costumbres de un país, más armónicas y reposadas.

La conversión de las ferias y verbenas en lugares cutres fue un proceso de varias décadas. Y en los años 70, otro escritor, Luis Antonio de Villena, vivió estos eventos con el distanciamiento

y el desprecio que luego se volverían comunes. El poeta repasa en *Malditos* algunos lances de juventud y atestigua el paulatino deterioro de estas celebraciones populares, que poco a poco fueron dejando de ser el evento estrella de las ciudades. En el capítulo «El final de la verbena», se retrata la de San Antonio en Madrid a principios de la década. La verbena se celebraba junto al desaparecido estadio Vicente Calderón, según el poeta, y para él representaba «un Madrid pasado y aun remoto». Villena (1951) recuerda que en su infancia estas ferias populares se instalaban en el centro de la ciudad, pero que a principios de los 70 se desplazaron al extrarradio. Sin embargo, la feria «no había cambiado mucho» respecto a las que se celebraban en su niñez, a pesar de que entonces, según remarca el poeta, tampoco le gustaban estos encuentros populares. Para Villena, es el casticismo el que se ha vuelto cutre.

Un testimonio más actual nos ofrece Ana Iris Simón en su libro *Feria*. Nacida en los años 90, nieta de feriantes, la autora narra su infancia y adolescencia, y la importancia que tuvo para ella ir los veranos por las verbenas de toda España junto a sus abuelos, que tenían un puesto de juguetes y bisutería. Ana Iris Simón constata que en la última década del siglo XX hacer trabajar a los niños «ya empezaba a estar mal visto», así como la explotación animal, amén de que la propia feria en su conjunto era un negocio que iba en picado. «En Dios no podíamos creer», escribe Simón, «pero sí en los rituales. Y al fin y al cabo eso es jugar. Creer —aún— en los rituales».

A pesar de la teoría urgente que muchos armaron para explicar la pandemia, lo cierto es que las empresas más beneficiadas por ella, las que hicieron más dinero y salieron completamente indemnes de los confinamientos y las nuevas regulaciones, fueron precisamente las que encabezaban en aquel momento el desarrollo y el éxito empresarial, los iconos del capitalismo contemporáneo: Netflix, Amazon y, en España, Mercadona. Las ferias, anquilosadas y ajenas a toda innovación, quedaron anuladas por la covid-19, a pesar de que mucha gente las echó de menos y hasta se acordó de ellas durante el encierro. Así, en el barrio de Carabanchel donde resido desde hace tiempo un vecino se dedicó a proyectar sobre las fachadas de ladrillo visto de los edificios de enfrente —construidos todos en los años 70— una imagen de Sara Montiel con el rótulo: «Llegarán las verbenas» a la hora del aplauso sanitario, como modo de animar a todas las personas encerradas en sus casas.



Pero las verbenas no llegaron.

---

[5]. Según el diario *El Mundo* (9 de septiembre de 2011), 16 personas murieron en accidentes producidos en ferias entre el año 2000 y el 2011; según *El País* (14 de julio de 2019), eran 17 hasta el año 2019. No son muchas, pero, eso sí, casi todos eran niños.

[6]. Recuerdo que en las fiestas de Fuentepelayo había una caseta muy popular entre los niños y adolescentes donde debías romper el palillo que sostenía un regalo disparándole con una escopeta de perdigones, que cargabas tú mismo. Hoy las casetas de tiro no ofrecen este armamento, sino dardos o escopetas que disparan tapones de corcho.

## Capítulo 7

### Fabricantes de lo cutre

Es improbable que alguien se ponga a fabricar un producto con el objetivo predeterminado de que sea cutre, aunque esta posibilidad resulte de lo más divertida. Las campañas de promoción y el etiquetado de un artículo cuyo fabricante hubiera concebido desde la cutrez explícita romperían sin duda los moldes del *marketing* y las expectativas de los consumidores. «El portátil más cutre del mundo por fin en España», «Pruebe las patatas fritas de las que todo el mundo habla mal», «Nuestras tiendas son siempre cutres, garantizado». A lo mejor estos reclamos, durante algunos meses, serían todo un éxito. No en vano, cuando la obra de Pío Baroja llegó a Estados Unidos, su editor decidió promocionarla con esta arriesgada frase: «El autor menos vendido de España». Uno nunca sabe qué mueve el dinero del bolsillo de la gente.

Sobre los productos que hoy podemos considerar cutres pesan dos fatalidades. La primera, y que guarda relación nuclear con nuestro asunto, es que se trate de artículos que, si bien han dejado de fabricarse, no han dejado de utilizarse. Han de ser productos baratos y cargados de nostalgia, muy torneados por el tiempo, heredados de la familia o encontrados en algún mercadillo. Enseguida hablaremos de los platos Durablex, pero valdría igual para algunos juegos de naipes, un ábaco o una mesa de formica. Su uso posterior al tiempo en el que estaban de moda y eran vulgares significa que los apreciamos como a supervivientes, y también que, con ellos, nos atrevemos a vulnerar un código social según el cual uno se mide a sí mismo por su consumo. Las personas cutres o que tienen inclinaciones por esta nostalgia (que también puede ser un modo de rebeldía) obtienen un gran placer del hecho mismo de que algo sea barato, viejo o esté pasado de moda.

La otra inclinación a considerar que es cutre un objeto, utensilio o prenda en nuestros días y a asociarla con el fracaso o la falta de gusto tiene que ver con precios inusualmente bajos. Para mucha gente, Primark es cutre, los automóviles indios de la marca Tata son cutres y el menú del día es cutre. Sin embargo, no es improbable que quien considera cutre Primark compre en Ikea, que también será cutre para otras personas, que a su vez tendrán un coche o una casa o un modo de desplazarse por la ciudad (el Metro) que será cutre para otro grupo de gente todavía más refinado, clasista o boyante. En general, todo el mundo es cutre en algo para alguien (para mí no hay nada más cutre que un Rolex, por ejemplo; o una prenda de Gucci donde se lea en grande Gucci), pues la carrera por la ostentación social no tiene techo, y ni siquiera lo cutre debe considerarse su suelo. Ya hemos dicho que lo cutre suele concentrarse en lo segundo más barato que haya en el mercado.

Que lo barato sea cutre no tiene que ver con que sea barato, sino con que visibiliza una

preocupación por el ahorro. Es más cutre ahorrar que consumir productos rebajados o de bajo coste, pues lo cutre se señala cuando uno no cumple rigurosamente con aquello que puede permitirse. De hecho, lo habitual en nuestro tiempo es comprar incluso aquello que uno no puede permitirse, endeudarse y falsear el propio estatus en aras de un mayor reconocimiento social.

Así, los objetos no son cutres por sí mismos, sino en función de quién los compra. Si alguien compra barato pudiendo comprar mucho más caro, es cutre. Si alguien compra barato porque no le da la nómina para más, es pobre. En cierto sentido, la filosofía cutre consiste en vivir como si fueras pobre.

Dos de mis posesiones son extraordinariamente cutres, el ordenador donde estoy escribiendo este libro y mi teléfono móvil. El primero es un portátil HP Pavilion que compré por unos 600 euros. Sin duda, debía de ser el segundo más barato de HP o el segundo más barato del *stand* de los portátiles. Tiene ya siete años, lo que en un ordenador se considera próximo a la extremaunción tecnológica. Un día, aburrido o con ánimo exterminador, me puse a quitarle cosas al portátil, programas, aplicaciones que nunca utilizo y, por supuesto, archivos que no sabía qué eran. El resultado fue que perdí la conexión a Internet, y desde hace dos años no tengo. Esto me ha llevado a adquirir ciertas rutinas enormemente gravosas para mi trabajo, como andar todo el día con un USB de aquí para allá pasando archivos de mi ordenador sin conexión a la red a otro que sí tiene, y desde el que mando mis columnas de prensa o los manuscritos de mis libros. Es comprensible que la idea de llevar mi viejo ordenador a un técnico para que me instale un nuevo *driver* o algo así, me dé pereza. Más difícil de explicar es por qué simplemente no me compro un ordenador nuevo.

El motivo lo tienes ante tus ojos: he podido escribir este libro con un ordenador de siete años de antigüedad y sin conexión a Internet, a pesar de que buena parte del propio libro está hecho a partir de informaciones que he conocido buscando en Google. Utilizo un ordenador viejo, de mi novia, para todo lo que tiene que ver con la red. Es un Mac con la pantalla rota, llena de rayas, una tortura para la vista. Sin embargo, me he acostumbrado de tal manera a este modo de trabajar que a lo mejor se termina antes mi talento como escritor que la vida útil de este ordenador.

Lo cutre aquí es una mezcla de pereza y de cariño. Soy cutre porque puede más en mí el deseo de no desprenderme de algo que la fascinación por estrenar una cosa nueva. Lo más cercano que conozco al popular «darse un capricho» es comprar un artículo que sea rompedoramente barato. Me pasa mucho con las camisetas, que si las encuentro a 3 o 4 euros las compro impulsivamente como si me permitiera a mí mismo una chaqueta de Hugo Boss. En 1939, al periodista James Agee le encargaron hacer un reportaje sobre varias familias campesinas de Alabama que vivían en la pobreza extrema. Junto a él viajaba el fotógrafo Walker Evans. Su trabajo no gustó a la revista que se lo había encargado y Evans y él acabaron firmando un libro rarísimo y de culto, *Elogiemos ahora a hombres famosos* (1950), donde se describía con sumo detalle, y espléndidas fotografías, la vida de tres familias americanas que apenas tenían para comer. James Agee murió poco después de la aparición de su libro, y el fotógrafo Walker Evans lo describió en el prólogo de las siguientes ediciones como un hombre con poca ropa, y siempre barata, que prefería los saldos y la mala calidad a cualquier lujo.

No es difícil reconocer en James Agee al cutre, y acierta quizá Walker Evans al proponer que la cutrez es a veces un dandismo inverso, donde la distinción se busca en el hecho de negarse a toda distinción. Es verdad que ser cutre puede en ocasiones hacerte destacar sobre los demás, e incluso puede suponer también un estatus inalcanzable, que se basta a sí mismo. Recordemos que los dueños y fundadores de Google, Larry Page y Sergey Brin, o el fundador de Facebook, Mark

Zuckerberg, suelen aparecer en vaqueros y camiseta monocolor, sin marca visible, como si no tuvieran dinero para comprarse, de hecho, la fábrica misma de los vaqueros y la fábrica de las camisetas, y les sobrara aún para cubrirlas de billetes de diez dólares y prenderles fuego. El mismo Phil Collins, cuando era el músico más famoso del mundo (en los primeros años de la década de 1990), vestía como si debiera dinero a todos sus amigos, también en camiseta, una de corte simple y sin motivos en la pechera, y vaqueros normales, de hombre esperando un autobús.

Es curioso, por tanto, que lo cutre en el vestir —y en todo lo demás— pueda llegar a verse como un lujo que solo puedes permitirte si eres tan rico y tan famoso que nadie ve nunca lo que llevas puesto, solo ve quién eres. A muchas actrices de Hollywood las suelen «pillar» en chándal y sin maquillar en el supermercado, lo cual debe interpretarse como el simple hartazgo de lucir siempre perfectas. Nuevamente, el desdén puntual y exagerado por todo atildamiento en sociedad se percibe como un lujo que solo están capacitados para darse aquellos que, días después, saldrán a la calle con un vestido de diez mil dólares.

Mi otra posesión verdaderamente cutre es el móvil. Se trata de un Samsung que compré hace cinco años en una tienda de telefonía en la plaza Tirso de Molina en Madrid, regentada por un señor de origen hindú. Me costó 38 euros. Utilizo una tarjeta de prepago y no creo que, al año, mi gasto supere los 50 euros.

Cuando me lo compré no pensé siquiera en adquirir un *smartphone*, pues daba por hecho que el precio era excesivo y que, además, no lo necesitaba. Ahora, que más o menos podría permitirme un teléfono con conexión a Internet y WhatsApp y cámara de fotos con muchos megapíxeles, me niego a dar el paso. Se vive muy bien sin que nadie pueda molestarte a todas las horas del día, estés donde estés.

Un móvil cutre, de 40 euros, sin Internet y con la pantalla un poco más grande que un sello postal y que no sirve para hacer buenas fotos suele despertar gran curiosidad entre tus contemporáneos. Curiosamente, en el entorno literario se toma con admiración. Nadie piensa que seas pobre ni que seas cutre, sino que eres un esnob. En el resto de entornos, este móvil genera un evidente rechazo. La gente normal no entiende por qué tienes un móvil de 38 euros, tan feo y ortopédico.

Frente al *smartphone*, un móvil tan cutre no sabe uno cómo llamarlo, no tiene nombre. Es un «móvil cutre», sin más.

Que estos móviles sigan fabricándose no obedece a que haya una serie de marcas que se precien de producir terminales baratos y sencillos, sino a que gente como yo o Santiago Lorenzo —que también es escritor—, los compramos. Es decir, el fabricante de lo cutre es su consumidor, que hace rentable al fabricante real de los móviles seguir ofertando ese producto. En cierta medida, esta supervivencia puede relacionarse con la del vinilo, siendo los discos de vinilo, sin embargo, una compra incuestionablemente distinguida. Así, lo cutre sería un fetichismo sin *glamour*, apreciado por muy pocas personas, y que aquellos que lo practican no tratan de exhibir, sino casi de llevar en privado, como un culto o una parcela nueva de su intimidad. Nadie se compra un móvil cutre para fardar, pero sí se compra un tocadiscos para ponerlo en el centro del salón y que todos lo vean.

Hablamos aquí, en resumen, de lo que Thorstein Veblen llamó «comparaciones odiosas» en su libro *Teoría de la clase ociosa* (1899), un clásico de la socioeconomía. «Una comparación odiosa es un proceso de valoración de personas con respecto a los bienes que poseen», nos dice. De este modo, ser cutre solo puede interpretarse como una renuncia a ser valorado por lo que tienes, más que nada porque esta valoración no tiene fin y resulta extenuante. Lo vio Veblen hace más de un

siglo: «Como la lucha es sustancialmente una lucha por la reputación sobre la base de comparaciones odiosas, no es posible llegar a ningún logro que sea verdaderamente definitivo». Es decir, siempre acaba llegando un *smartphone* mejor, de modo que tener cualquier cosa que sea lo último condena inevitablemente a no tener lo último en cuanto pase una determinada cantidad de tiempo. Sin embargo, siendo cutre, no se puede mejorar ni empeorar, porque entre los objetos cutres ni siquiera hay una prelación que indique qué cosa es más cutre que otra.

En relación con la tecnología, y uno diría que, como disculpa por el consumo constante, ha surgido el mito —supuestamente bien fundamentado— de la así llamada «obsolescencia programada». Personalmente, nunca he visto un aparato en mi casa que se desgastara, como si dijéramos, naturalmente, sino que son los accidentes propios de su uso, los errores en el manejo o las imprudencias lo que llevan al aparato a estropearse. Mis padres tuvieron en la mesa de la cocina el mismo radiocasete durante más de veinte años, y mi padre sigue haciendo las cuentas de su negocio con la misma calculadora que yo le vi utilizar hace más de treinta. En *Woody Allen: El documental*, este muestra a la cámara una máquina de escribir Olympia que se compró a los dieciséis años, y con la que ha escrito todos los guiones de sus películas y todos sus libros y cualquier cosa que le pidieran entregar en papel. Sigue utilizándola después de setenta años. Por supuesto, hay miles de casas donde la lavadora dura décadas y lava exactamente igual de bien que el primer día.

Así las cosas, la gente llama obsolescencia programada a su deseo de comprar cosas nuevas, al horror de quedarse atrás o ser visto como desfasado por los otros. A no poder subir a Internet fotos de su coche nuevo, no a que los coches o los móviles mismos implosionen mágicamente al pasar dos, cuatro o diez años, y uno se vea vilmente obligado a adquirir otros. Casi cualquier electrodoméstico, cualquier mueble, cualquier prenda puede durar décadas si uno lo trata con cuidado. Ni siquiera es necesario que sean artículos de una gran calidad.

«Para que el gasto sea prestigioso ha de ser derrochador. No se deriva mérito alguno del consumo de las cosas necesarias para vivir», leemos en *Teoría de la clase ociosa*. Es decir, no se deriva mérito alguno de ser cutre. Ya en el siglo XIX se daba la extraña circunstancia de que algunas personas se negaban a ser evaluadas por las cosas que tenían y exhibían, y Veblen, con frialdad hasta irónica, escribía: «En los raros casos en que se pone freno al consumo visible cuando los medios para aumentarlo están al alcance de la mano, ello es algo que, según el sentir popular, necesita explicación; y los que no pueden dar una explicación satisfactoria son acusados de haber sido llevados por motivos indignos como la tacañería». Como vemos, la incompreensión hacia lo cutre viene de lejos.

¿Cómo explicar, por tanto, la vida cutre, rodeada de objetos baratos o fabricados hace décadas, cuando también eran baratos, sobre todo si uno puede permitirse mejores muebles y electrodomésticos? En *El sistema de los objetos* (1968), el pensador Jean Baudrillard hablaba ya de cierto exotismo del objeto antiguo, cuya belleza súbita se debe simplemente a que ha sobrevivido al paso del tiempo.

Basta imaginarse a un niño, acostumbrado hoy a lo plano, lo ligero, lo diminuto incluso de la tecnología, entrando en una habitación y encontrando uno de estos aparatos obscenamente grandes, con forma de horno, y lleno de botones y de pilotitos para intuir que un sentir arqueológico y hasta aventurero le poseería inmediatamente, un «¿qué es esto?» totalmente alucinado. *Esto* es donde veían la tele tus padres.

Que lo cutre exija tantas veces una mirada de niño es una de sus características más

encantadoras. De hecho, yo he convencido con enorme facilidad a mi hija de cuatro años de que mi móvil es más moderno que el de su madre, que es un Samsung Galaxy. Como una niña pequeña no sabe para qué sirven los móviles, más allá de las cuatro funciones básicas que contempla cada día, no entiende que el mío sea mucho peor que el de su madre, y como el Samsung cutre es más ruidoso, mecánico, los botones lucen y además cuando se cae no me preocupo en lo más mínimo, ha acabado creyendo lo que le dije: que el móvil de 38 euros es el más avanzado y moderno de la casa.

Quizá Baudrillard se refiere a estos gestos y renunciaciones cuando habla de la tentación de involución. Incluso puede que haya algo de hereditario en estos gestos.

Pero no debemos olvidar la genial hipótesis del sociólogo Lewis Mumford en su libro *Técnica y civilización* (1939), según la cual el progreso tecnológico es síntoma de la inmadurez de una sociedad, ya que aboca a vivir en la transitoriedad, y el capitalismo no sería otra cosa que una transición permanente.

Así, todo tiene que ser tirado —no ya consumido en sentido literal, sino desechado y condenado a la desaparición—, cada objeto, cada útil, cada electrodoméstico, ya sea porque en efecto envejecen hasta la inutilidad, ya porque se rompen o, más comúnmente, porque nos convencen de que existe otro mejor en el mercado, y *nos lo merecemos*. Cuando Buzz Lightyear llega al cuarto de Andy en *Toy Story* parece ir a sustituir al sheriff Woody como su juguete favorito, debido a que es más moderno y molón, porque es nuevo. Pero ese reemplazo solo durará unos años, pues Buzz Lightyear también debe acabar en la basura. De hecho, se rompe antes un juguete eléctrico que uno de trapo. Esta saga cinematográfica trata sobre cómo hacer perdurar ese vínculo que establecemos con los objetos, en este caso, los de un niño con unos juguetes. Su originalidad se derivaba de que el sentimiento con el que empatizamos en las cuatro películas —y que, en cierta medida, veíamos por primera vez en el cine— es el sentimiento ilusorio de unas simples posesiones, conscientes por una vez, gracias a la magia de la ficción, de su destino: el desván, el vertedero.

Lo cutre supone siempre en relación con lo material una suerte de salvación; su conservación, al menos, más allá de lo esperable. El objeto cutre, siguiendo a Baudrillard, se vuelve un signo, ya no es solo una calculadora vieja o un osito de peluche descosido o un plato que nunca se rompe —con lo feo que es—, sino la empresa que fundaste, la infancia que viviste o la abuela que te cuidaba, que te daba sopa en ese plato.

En España ese plato es un caso particular de nostalgia compartida. Hablamos del plato Duralex. La firma francesa de vidrio templado es una referencia mundial, asociada en buena medida a la sofisticación y al lujo, y no en vano James Bond bebe de un vaso Duralex Picardie en varias de sus películas. Duralex no es cutre, pero en España cierta vajilla comercializada desde los años 50 ha acabado significando para nosotros toda una generación —la de nuestros abuelos— y toda una época —la de la inmigración a la ciudad, los pisos en el extrarradio y la lucha por dar a los hijos una vida mejor—. Precisamente porque esa vajilla no se rompe nunca ha sobrevivido como símbolo preciso de un tiempo pasado. ¿Cómo fue el proceso que convirtió una vajilla en símbolo nacional de la nostalgia?

La marca Duralex juega con el precepto jurídico que en latín reza: «Dura lex, sed lex»; es decir, «la ley es dura, pero es la ley». Sin embargo, antes de que se creara en 1945 esta empresa de explotación del vidrio templado, la graciosa palabra *Duralex* ya se les había ocurrido a otros fabricantes. Existía The Duralex Company en Estados Unidos en los años 20, dedicada a cubrimientos para muebles y tapicerías de coches, y el producto *duralex* basado en algodón que

la empresa, también de principios de siglo, Cost Book Cover Company utilizaba para fabricar nada menos que cubiertas para talonarios de cheques. Casi al mismo tiempo que en Francia se patentaba el vidrio *duralex*, en Australia usaban esa palabra para fundar una empresa de pintura acrílica, Duralex Paints Pty Ltd.

Además, existía en Estados Unidos desde 1915 una conocida firma de recipientes de vidrio para laboratorio y cocina llamada Pyrex, que llegó a Francia poco después y contó entre su accionariado con la empresa gala Saint-Gobain, la que crearía posteriormente las vajillas Duralex. No es disparatado pensar que el nombre Duralex buscara que los clientes lo asociaran con el ya famoso pyrex, que a su vez seguía la extraterrestre moda del momento de incluir en muchas de las denominaciones de los productos la terminación *-ex* (*Cineplex*, 1904, cines; *Rolex*, 1905, relojes; *Solex*, 1905, carburadores; *Simplex*, 1919, automóviles; *Chex*, 1937, cereales).

El mito de Duralex se inició en 1934, cuando Saint-Gobain compró una cristalería en La Chapelle-Saint-Mesmin, entonces una aldea de unos dos mil habitantes situada en el valle del Loira, a más de cien kilómetros al sur de París. Su idea era fabricar lunas de automóviles muy resistentes. Para ello creó una técnica de templado de vidrio que consistía en calentar el material ya moldeado a 600 grados y luego enfriarlo rápidamente. Este proceso volvía el vidrio dos veces más duro de lo normal. Sin embargo, la II Guerra Mundial cambió los planes de negocio de la empresa, que acabó orientando su producto hacia los recipientes de cocina. La penuria de la posguerra parecía favorecer la fabricación de platos, vasos y fuentes de enorme resistencia, un producto fiable y duradero para millones de familias sin recursos.

Irónicamente, y como tratando de hacerse la competencia a sí mismo, el fabricante de Pyrex en Francia, que ya era una filial de Saint-Gobain, crearía poco después, a principios de los años 50, una gama para sus productos de vidrio a la que llamaría Pyrex Sedlex, utilizando la segunda parte del lema jurídico que dio origen a Duralex. De este modo, a mediados del siglo XX los franceses podían elegir entre comprar un plato *La-ley-es-dura* o un plato *Pero-es-la-ley*, que se pretendía más fino y «a la moda». O comprar uno de cada si querían hacer juegos de palabras con la vajilla. Duralex llegó a España a mediados de los años 50, cuando la mayoría de la población tenía aún mucho más interés en comprar cosas resistentes que en comprar artículos exclusivos. De ahí su éxito. Los reclamos publicitarios no dejaban lugar a dudas: «Utilízelo como un martillo, déjelo caer, golpéelo, hágalo pasar del hielo al agua hirviendo». En un anuncio a toda página en un ejemplar de *La Vanguardia* de 1966, leemos: «El niño y Duralex están seguros. Duralex inspira confianza porque es prácticamente irrompible. La vajilla Duralex dura más y se limpia mejor. Duralex es tan económico como cualquier plato, vaso o taza, de otro material, y es aún más económico porque dura mucho más. Compre las piezas Duralex que necesite y amplíe su vajilla cuando quiera». (En 1965, en Inglaterra eran mucho más directos y originales: *Duralex lives dangerously* «Duralex vive peligrosamente»). En la década de los 60 ya se podía comprar en Galerías Preciados.

La vajilla que más se despachaba era la de color marrón, que coquetamente se suele denominar ámbar o caramelo. También los ceniceros de esta tonalidad estaban por todas partes, y aún hoy pueden encontrarse sobre la mesa de muchas casas y bares cutres por toda España. Su único reclamo comercial era la resistencia. Además, se vendía incluso que, en el increíble caso de que un plato Duralex se rompiera, sus trozos de vidrio cortaban menos que los de cualquier otro tipo de cristal.

La importación de Duralex acabó siendo una preocupación para los industriales españoles, que

veían en ella un «motivo de salida de divisas» y maniobraron para que Durallex se fabricara en nuestro país, dada la «demanda impresionante del mercado»[7]. El 8 de octubre de 1963 se llegó a un acuerdo con Saint-Gobain para crear en Azuqueca de Henares (Guadalajara), la empresa Vidriera Castilla, que contó con la colaboración y el apoyo técnico de la firma gala, pues parte de su producción se centraría en sus vajillas. En concreto, además de 18.000 toneladas de botellas y frascos, Vidriera Castilla produciría dos mil toneladas de Durallex, en principio exclusivamente «platos y vasos». Esta producción llegaría a exportarse a Latinoamérica. «Durallex llegó a Colombia importado desde España. Durallex, la vajilla de cristal templado que le faltaba a su hogar. Durallex aguanta las manos de Fidelia, los golpes de los niños y las “pachangas” en su casa. Durallex viene en elegantes formas para adornar su mesa y sus comidas», rezaba un anuncio local[8].

En el clásico culinario *1089 recetas de cocina* (1972), de Simone Ortega, se citaba Durallex como una fuente ideal para el horno y se recomendaba su uso en varias ocasiones.

Pero según iban quedando atrás los tiempos miserables de posguerra, y pasado el ecuador del desarrollismo, empezó a manifestarse cierto desprecio por las vajillas Durallex, obviamente dentro del esnobismo habitual enfrentado a lo popular, como puede verse en algunas obras de Álvaro de la Iglesia o de Manuel Vázquez Montalbán.

Los años 90 darían carpetazo definitivo a la ubicuidad de esta vajilla, que poco a poco fue guardándose en los altillos o tirándose al suelo con más puntería y mala leche: eran cuarenta años de comer en ella. La empresa Durallex quebró a finales de 2020.

Irónicamente, otros vasos se volverían enseguida tan recurrentes y reconocibles en nuestro siglo como lo fueron los de Durallex en la segunda mitad del siglo pasado: los de Ikea.

---

[7]. ABC, 11 de octubre de 1963, p. 54.

[8]. Cromos, 1978.

## Capítulo 8

### Fabricantes familiares: un viaje personal

A la hora de elaborar el capítulo anterior me puse a recordar y buscar marcas de productos de mi infancia y adolescencia que pudiéramos asociar a lo cutre, y me vinieron a la cabeza muchas de zapatillas, con esos nombres improbables y llenos de ecos de otras marcas más pintonas. En mi pueblo se compraban en el mercado de los miércoles. No solo puede detectarse cierto espíritu cutre en bautizar a unas zapatillas con un nombre casi idéntico al de otras tan apreciadas como las Puma o las Converse, sino que la cutrez se hace reincidente si, además, esos fabricantes le colocan cuatro bandas a su calzado —imitando las tres de Adidas— o versionan con un mínimo cambio el conocido logo con forma de espada de Nike o la N de las New Balance. Un publicista confesó hace años a un periódico que su peor trabajo fue hacer anuncios para una de estas marcas de zapatillas sin personalidad propia, pues por orden del fabricante no debían verse nunca sus propias zapatillas en sus propios anuncios. Todos sus diseños estaban inspirados en los de Reebok o Sergio Tacchini.

Lo cutre referido a la fabricación de artículos apunta por un lado a estas trapacerías industriales, a la copia barata y a la búsqueda de una confusión en el consumidor que beneficie la venta. Eso mismo hacen, de hecho, algunas cadenas de supermercados cuando diseñan sus refrescos o yogures, pues siempre eligen un envase del mismo color y con las mismas tipografías en su etiquetado que el producto de éxito que se anuncia por televisión, de modo que acabes llevándote el refresco de naranja de marca blanca en lugar de la Fanta.

Pero hay también, como digo, otra sintonía entre lo cutre y los fabricantes que resulta sumamente encantadora y hasta intrínseca. No en vano guarda relación con la familia como generadora de legados y herencias.

Rememorando algunos alimentos de mi niñez, o que mis padres nombraban o compraban, como Caoflor en lugar de ColaCao o la achicoria en lugar de café (por no hablar de ese embutido tan singular: la botagueña), el paladar me llevó de vuelta a los bizcochos Noel, producto que nunca he visto fuera de Segovia. Recordé enseguida su gran caja cuadrada (de 1.700 gramos, en concreto) con Santa Claus pintado en los cuatro costados y me di cuenta de que esos bizcochos eran parte de mi nostalgia.

Al consultar en Google si estos dulces seguían fabricándose, me encontré con que incluso tenían ya página web, y en ella podían apreciarse las instalaciones de Galletas Jesús Angulo Ortega S.L. y aprender algo de su historia. Nada de lo que encontrabas en esta web tenía mucho que ver con la disparatada prepotencia y vanguardismo de los grandes fabricantes de productos alimenticios. El fabricante de bizcochos Noel era pequeño, humilde, artesano y popular.

Lorenzo Angulo creó los bizcochos Noel en 1951 en Lerma, Burgos. Ahora son los nietos los que llevan el negocio, Galletas Jesús Angulo Ortega S.L. Como es obvio, se precian de seguir haciendo los bizcochos —su producto estrella— como los hacían sus abuelos, Lorenzo Angulo y Rosario Ortega. Aunque las máquinas sean otras, mucho más modernas y fotogénicas, hay un espíritu de resistencia e improvisación que no se pierde nunca en estas pequeñas empresas familiares. De hecho, ser una Sociedad Limitada dice mucho de estas firmas, pues la limitación no solo es societaria, es una limitación financiera y hasta moral, al punto de hacer buena aquella frase de Eugenio d’Ors que tanto citaba Francisco Umbral: «Mis límites son mi riqueza».

El encanto de estas empresas familiares surgidas en torno a 1950 reside en lo azaroso de su misma concepción, donde nada estaba previsto según planes de negocio muy calculados ni después de consultar a expertos, de hacer estudios de mercado o encuestas de producto. Se fundaba una empresa sin más, a ver qué pasaba, para tener tarea y mirando un poco por dónde soplaba el viento.

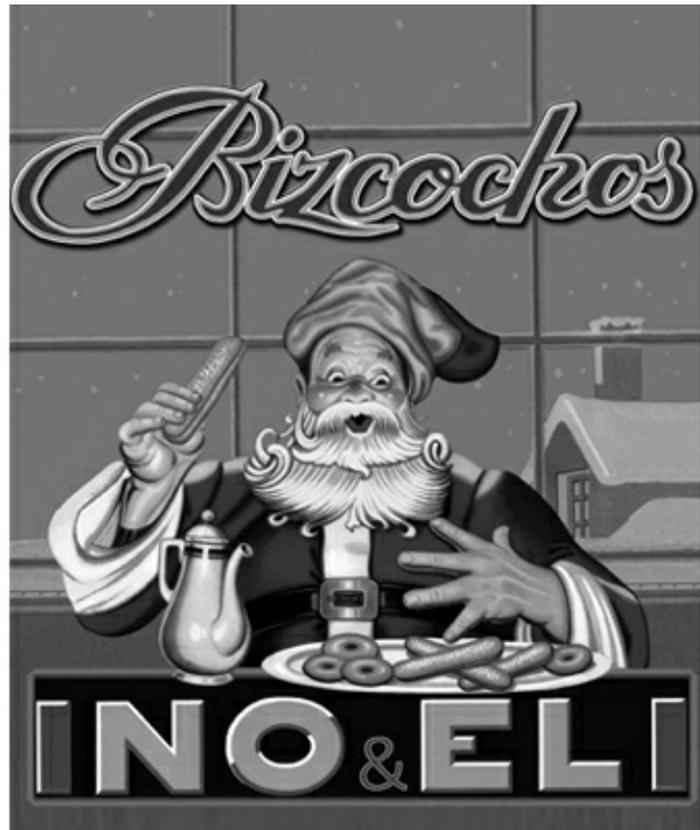


Así, los logotipos y diseños de los productos solían ser obra de aficionados, amigos con algún don (o no) para el dibujo o conocidos que, en un bar, por ejemplo, se ofrecían a hacerte un apaño. Así, el logotipo primitivo de los Bizcochos Noel parece, en efecto, una pintura rupestre, arte tentativo, los primeros bocetos que hubiera en el mundo representando el mito del Papá Noel.

Ya resulta chocante la elección de Papá Noel-Santa Claus como imagen de unos bizcochos hechos en Burgos en los años 50. El chocolate a la taza asociado a la Navidad debería llevar a pensar en Bizcochos Melchor, Gaspar o Baltasar, en Bizcochos Epifánicos o en Bizcochos Belén, y no en una figura legendaria propia de otras culturas y en modo alguno tan popular en la España de la posguerra como en la España actual.

La evolución del dibujo se realiza entonces desde el deseo de no traicionarlo. Mientras la empresa moderna se fundamenta en la traición y el arrumbamiento, pues todo puede ser cambiado y olvidado y hasta despreciado («muévete rápido y rompe cosas», es el lema de Facebook), en las pequeñas empresas familiares siempre hay una abuela o un abuelo que vela, desde algún lugar de ultratumba, por que las cosas sigan siendo más íntimas que innovadoras. Así, en los diseños sucesivos de estos bizcochos no hay revoluciones ni desaguisados, y la composición permanece intacta: un papa Noel a la mesa con los listones de una ventana detrás y una bandeja ante él donde reposan tres bizcochos y cuatro rosquillas mientras nieva a sus espaldas sobre un cielo limpio y una casita. Incluso la mano izquierda (la diestra sujeta un bizcocho) sigue mostrando la misma tensión extraña después de setenta años, con los cinco dedos muy estirados, como si papá Noel acabara de quitarse un guante o llevara la cuenta de los

bizcochos que se ha comido.



Todo lo que enorgullece y orienta a las grandes empresas suena a chino en las pequeñas, principalmente esos anglicismos que borbotean en los discursos de los emprendedores, *namings*, *brandings*, entre otras decenas de conceptos importados y saberes del *marketing*. Bautizar un producto se hacía a voleo, por capricho, de broma, no se sabe muchas veces por qué se le ha llamado así, salvo que sea el apellido familiar o una combinación de nombres propios, como en los bares de barrio. Ninguno de los abuelos que fundaron estas empresas a mediados de siglo podría imaginar que, pasado el tiempo, la gente llegaría a pagar a alguien para que pusiera nombre a sus bizcochos o cervezas.

Si nos fijamos en la caja de bizcochos actual, veremos que en realidad ya no pone Noel, como sí lo ponía en sus comienzos, sino [No&Eli], una extrañísima sucesión de caracteres que cuesta transitar y entender. El motivo nos lleva a otra de las singularidades de estas empresas nacidas a mediados de siglo por toda España. En aquellos años 40 y 50, era normal abrir una fábrica y sacar a la calle un producto cuyo nombre no estaba registrado, de modo que, con el paso de las décadas y el advenimiento de normativas más exigentes, tenía que hacer un nieto lo que no se acordó de hacer el abuelo: ir a un registro. Algo así sucedió con los bizcochos Noel, cuya renovación en el registro se le olvidó al abuelo fundador, de modo que al descubrir que ya no era una marca registrada, y acudir a formalizar de nuevo su nombre, se encontraron con que Noel había pasado a ser otro producto, y los herederos de la empresa tuvieron que darle varias vueltas al nombre para ver cómo lo variaban sin que dejara de ser Noel, y el resultado fue ese galimatías fascinante: [No&Eli]. Fue en 1987.

La anécdota remite sin duda a lo cutre, es graciosa, y nos habla de ingenio y soluciones de urgencia que se toman en familia. Yo la he conocido porque me puse en contacto con Galletas Jesús Angulo Ortega para averiguar por qué Noel pasó a ser |No&El|, y me lo contaron muy amablemente. Se despidieron pidiéndome que avisara cuando saliera este libro, para poder comprarlo.

¿Qué pensarán ahora al ver que asocio su empresa con lo cutre? Creo que puedo lograr su perdón si afirmo que estoy llamando cutre, en realidad, a mi familia.

Mi abuelo, Simón Olmos, fundó Gaseosas Olmos en 1947 y, adivinad lo que pasó, no registró la marca. Durante décadas Simón y luego Pedro, mi padre, fabricaron las gaseosas Olmos sin que esa marca existiera en registro alguno. Aunque empecé este libro sin guardar entre mis notas referencia alguna a gaseosas Olmos, la visita a la web de Bizcochos Noel supuso para mí una epifanía. Al ver la fábrica de los Angulo me di cuenta de que era muy similar a la fábrica de los Olmos. Ambas empresas disponen de un modesto edificio para la fabricación de su producto, y en él, además, se vive. Si no me equivoco, las ventanas que vemos en la fábrica de bizcochos Noel, justo a la derecha del cartel, no son oficinas, sino la casa de la familia, o lo que pudo ser la casa de la familia durante muchos años. Lo mismo sucede en gaseosas Olmos: la vivienda y la fábrica no se diferencian, están una encima de la otra. He pensado en preguntar a la familia Angulo si, en efecto, vive alguien en el edificio de la fábrica, pero me ha parecido un poco indiscreto. No creo que a mi padre le gustara que un desconocido le preguntara dónde vive.

La fábrica pequeña, por tanto, forma parte de la familia, se entrelaza con su rutina diaria, puede ser incluso un espacio indistinguible del hogar. A la hora de poner un cartel de su negocio, no se andan con complicaciones ni manierismos: se acude a lo básico y a lo grande, un punto orgulloso. Las cosas se hacen para que le gusten a uno mismo.

Como en bizcochos Noel, es ahora un nieto del abuelo fundador quien lleva la fábrica, mi hermano Enrique, que, como los herederos del abuelo Angulo, ha modernizado muy meritoriamente la empresa. Al preguntarle por el origen de gaseosas Olmos, y querer confirmar que se fundó en 1947 —cuatro años antes que Galletas Jesús Angulo Ortega— mi hermano me dijo esto: «No, no se fundó en 1947. Nadie sabe cuándo se fundó; 1943, quizá. Fui yo el que eligió 1947 porque me gusta el 7». Así se escribe la historia. En los vehículos de reparto de Gaseosas Olmos puede leerse «Desde 1947», simplemente porque a mi hermano le gusta el 7.

El origen de las bebidas carbonatadas Olmos estaría, entonces, hacia 1943. Mi abuelo compró algunas máquinas embotelladoras y se puso a fabricar gaseosa porque el producto estaba despegando o porque veía él que disponía de alguna demanda en la provincia<sup>[9]</sup>. Conseguía las botellas por los caminos y las calles: eran botellas de champán vaciadas en Navidad. Sus primeras producciones dependían directamente de cuántas botellas pudiera recoger entre el 25 de diciembre y el 7 de enero. Era todo lo que tenía para hacer gaseosa durante los siguientes doce meses. Luego las lavaba y las llenaba y les ponía un tapón de vino (mi hermano duda si eran tapones de vino *nuevos*) y ataba los tapones con un cordel. Salía a repartir las gaseosas con un carro tirado por un burro. Todo se hacía a mano, desde el embotellado y llenado hasta el taponado, mediante máquinas con duras palancas por las que se hacían pasar las botellas una a una.



El logotipo de Gaseosas Olmos sigue las pautas de bizcochos Noel: sus elementos básicos son intocables, aunque no tengan el menor sentido o nadie sea capaz de recordarlo. Figura serigrafiada en las botellas de cristal de tapón mecánico que se llevan utilizando desde los años 50 y 60. Antes las gaseosas se repartían en botellas lisas, sin escritura. Fabricadas en León, principalmente, alguien en la fábrica de botellas decidió —ya que se trataba de gaseosas *Olmos*— poner un árbol —que vete tú a saber si es un olmo— y un paisaje con lomas suaves en el horizonte, tres pájaros resumidos en dos trazos y un arroyo que, incomprensiblemente, mana de una tubería de gran diámetro que a su vez está dentro de un arco de medio punto mágicamente abierto en una roca. La primera O con serif y la M montada sobre la L y la última O enlazada con la S sigue siendo el emblema de la marca hasta hoy en día.



EXQUISITAS Y AGRADABLES, se lee encima de toda esta profusión de símbolos, y, por la parte de atrás, ELABORACIÓN ESMERADA y TÓMESE SIEMPRE MUY FRÍA. Como vemos, el lenguaje es muy similar al de las tortas Inés Rosales. Tiene ese sabor antiguo de tendero barroco que busca la palabra exacta y convincente y elige adjetivos para su producto como si los eligiera para un soneto.

Esta botella, muy inconveniente para los tiempos modernos dado su grueso vidrio, que la hace muy pesada, y su tapón mecánico, cuya goma, que preserva el líquido de fugas, se deteriora regularmente y no es fácil de conseguir, se fue volviendo, a partir de los años 90, objeto de coleccionista. Recuerdo muchas ocasiones en las que alguien —un «madrileño», como llamábamos a cualquiera que viniera al pueblo a pasar el verano, aunque fuera catalán— acudía a la fábrica a comprar directamente la botella, pues empezaba a ser un artículo *vintage* muy apreciado. Ahora pueden comprarse este tipo de botellas en Ikea, como no podía ser de otra forma.

Una vez, ya en Madrid, recibimos visita en casa y justo teníamos una botella de Olmos sobre la mesa. Era una botella de plástico con la etiqueta un poco torcida y el clásico diseño del olmo junto al río; de refresco de limón. «¿Os habéis pasado a lo *vintage*?», nos dijo nuestro amigo.

Como vemos, lo cutre, lo popular, lo pequeño y lo auténtico acaban confundándose con el postureo, pues nuestro amigo no podía ver en esa botella una simple empresa pequeña con la que nos unían lazos familiares, sino una elección personal nuestra para darnos aires y diferenciarnos del resto: no bebemos Fanta Limón, sino Limón Olmos.

Thorstein Veblen hablaba en *Teoría de la clase ociosa* de estas selectas inclinaciones por lo más rudimentario del panorama de consumo. «El trabajo a mano es un método de producción en el que hay una mayor proporción de esfuerzo desperdiciado», por lo que da más «prestigio pecuniario». «Las señales de que algo está hecho a mano son ciertas imperfecciones e irregularidades» que al cabo llevaban a «la exaltación de lo defectuoso». De este modo, una etiqueta torcida en una botella o un envoltorio mal pegado revelan a los hombres y mujeres que trabajaron sobre ese artículo, son huellas de un trabajo artesano que, en un mundo donde la

perfección es casi sinónimo de asepsia, consiguen dar alma y rostro a un simple alimento.

Como hoy apenas quedan fábricas de gaseosas familiares en España, y Olmos es la única de la provincia de Segovia, donde llegó a haber registradas unas quince, su resistencia y singularidad creciente han tenido consecuencias llamativas. A mi familia le llegan numerosos encargos desde distintos puntos del país solicitándoles productos carbonatados a la carta, a veces se trata solo de sesenta botellas, otras de muchas más. Un restaurante siempre moderno y de fundación reciente se inventa una marca más o menos castiza (Lola, Carmencita..., cosas así) y encarga el diseño de la etiqueta a un carísimo y reputado estudio, para luego localizar a un fabricante de provincias que proceda a su llenado. Así dispone en su restaurante o bar de un encantador producto cutre completamente falso. Algo parecido sucede con los sifones de aquella época, de vidrio y cabeza de plomo, que son muy apreciados por los coleccionistas y como objeto decorativo. Muchos bares de Madrid los persiguen y compran para exhibirlos en sus estantes. Algunos sifones Olmos, de hecho, pueden verse en la serie *Arde Madrid*, de Paco León, que buscaba este complemento de *atrezzo* para su retrato de los años 60 en la capital.

Los coleccionistas en España de botellas antiguas de gaseosa no son muy numerosos, pero sí muy apasionados. Rafael Sánchez, antes citado, tiene 60.000 botellas; mi hermano mismo ha conseguido reunir más de 1.000, todas de marcas distintas y compradas tanto a través de eBay como en mercados o en las fábricas que van cerrando. Su precio puede alcanzar los 100 euros.

Alcotán, Virgen del Henar, Virgen del Pinar, La Puentequilla, La Margarita, La Riojanita, Caño, Robles, La Sorpresa, La Soledad, La Cervantina, J. J. París, Camping, Piki, La Cenicenta, Dulcinea, La jirafa, Campeona... Son algunos de los nombres de las cientos de gaseosas que han dejado de fabricarse por toda España en los últimos cincuenta años. Y todas tenían una historia parecida a bizcochos Noel o a Gaseosas Olmos, o a los Miguelitos de la Roda[10].



Estos fabricantes populares vienen a confirmar el sentido de lo cutre como nostalgia, una que surge del choque de dos conceptos en principio tan distantes como posguerra e infancia. La posguerra es la de los abuelos y la infancia la de los nietos. La posguerra supone supervivencia y

anhelo, y se cifra en bares y empresas abiertos para salir adelante, pisos pobres habitados en las grandes ciudades donde se emigró buscando lo mismo, y decenas de productos y útiles también económicos caracterizados por la durabilidad y la resistencia, así como el consuelo de las verbenas y fiestas patronales. La infancia es el nieto que va conociendo esas realidades, encariñándose de ellas, haciéndolas perdurar más por emoción que por afición, al punto de que llega a apreciar el alma de la cosa barata, de la solución no sofisticada.

Los fabricantes modestos representan el *do it yourself* antes del *do it yourself*. Todo lo hacían ellos: pensar un producto, bautizarlo, diseñar su etiqueta, conseguir clientes, llevar las cuentas y hasta arreglar las máquinas que se rompían y pintar las paredes de la fábrica. No eran artesanos porque evolucionaban, y no llegaban a ser grandes empresas porque no querían evolucionar tanto. Carecían de formación, de títulos, de máster. Eran familia, supervivientes y pícaros. Salían del paso, hacían chapuzas, eran cutres, pero siempre conseguían un brillo único, un halo premonitorio: la autenticidad.

---

[9]. «En todos los pueblos, el que tenía algo de dinero se ponía a fabricar gaseosa, porque era muy barato y las ventas estaban aseguradas», afirma el coleccionista de botellas de gaseosa Rafael Sánchez (ABC, 2010).

[10]. Los miguelitos también surgieron hacia 1960, también deben su nombre a un vaivén de la vida —creados por Manuel Blanco, se los dio a probar a su amigo Miguel Ramírez, alias «Miguelito», que le preguntó cómo iba a llamarlos, y Manuel le respondió: «Mira, como tú»—, y también se comercializaron durante décadas sin patente, que solo se consiguió en el año 2015, formada ya la Asociación de Productores de Miguelitos de La Roda, Albacete.

## **Tercera parte**

### **Éxito cutre**

«Es el éxito lo que alecciona tanto al librero como al literato».

Denis Diderot

## Capítulo 9

### Pablo Iglesias y la política cutre

Una señora vestida con ropa deportiva y con un iPhone ajustado al brazo camina por la acera de un barrio obrero y se nos planta ante la cámara. «Pablo me ha invitado», nos dice ella. Se llama Ana. Resulta que Pablo y Ana han quedado para correr y desayunar.

Ana llama al portero automático y la pantalla se divide. Vemos que Pablo contesta. El telefonillo está clavado sobre la pared de azulejos blancos de la cocina, y se ven un par de puertas de madera acristaladas, la de la cocina y la del comedor. Esta última, que está cerrada, tiene un motivo floral esmerilado en uno de sus cristales.

Pablo sale de casa. Va vestido con un *hoodie* de la marca 198 y unos pantalones de chándal Adidas, que le quedan holgados. Se los pisa mientras corre con Ana por Vallecas.

«Este rollo de los políticos que viven en chalets, que no saben lo que pasa, que no saben lo que es coger el transporte público...», dice Pablo a la carrera. Hacen un *sprint* para finalizar el ejercicio y regresan a la casa.

El edificio dispone de ascensor, uno antiguo, de los años 80, de puerta batiente con una ventana alargada de cristal reforzado en el centro. La puerta de la casa es nueva, así como el parquet en espiga y las puertas interiores; nuevos de los años 90, quiere decirse. «¿Cuántos metros tienes?», pregunta Ana. Pablo no lo sabe. Entran en la cocina y Pablo dice: «Sigue siendo el mismo mobiliario de mi abuela», se sonroja y Ana, con cara de repugnancia, le pisa la frase: «Lo podías cambiar», y Pablo sigue: «... pero no lo pienso cambiar». Y añade: «Cumple su función y yo te confieso que me agobio muchísimo cada vez que entran hombres...». Ana tampoco le deja acabar esta frase, que queda plena de misterio.

Lo aclara enseguida: «Tomar yo el mando de las operaciones, vamos a cambiar la cocina, vamos a no sé qué, me agobia muchísimo».

«Tiene alrededor de sesenta metros», calcula Ana después de haber inspeccionado la vivienda. Charlan en la cocina.

En este espacio podemos ver una mesa de madera clara, de pino, con tres sillas metálicas arimadas y un trapo sobre el respaldo de la más cercana a la cámara. El suelo es de baldosas de gres marrón degradado, y hay una rejilla a ras de suelo fijada con lo que parece cinta americana. Detrás de la mesa vemos una mesa auxiliar sujeta a la pared, una encimera verde volante, en realidad, que soporta el peso de un pequeño mueble con tres cajones y varios cubículos a rebosar de productos (miel, ColaCao, ajos, botecitos de plástico que pueden ser de aceite y vinagre). Sobre los azulejos de la pared se despliegan los conductos de gas y un cable negro que llega hasta el calentador, de aspecto destartado. Hay un póster apaisado pegado a la derecha del

calentador, donde se ve la figura de un hombre con bigote repetida cuatro veces. La pared se quiebra para dejar hueco a la vitrocerámica y la campana extractora, que tiene encima un mueble de dos puertas de madera clara de pino. Hay una lámpara colgada a la buena de Dios de un ganchito para iluminar la vitro por la noche.

Pablo tiene microondas, hay más armarios de madera clara de pino, más pósteres, uno de *Tiempos modernos*, otro de *Apocalypse Now* y otro de *Pulp Fiction*. También cubre los azulejos un gran mapamundi. Todos los pósteres están pegados con celo a la pared.

Hay una cafetera italiana, una batidora Philips, un enchufe torcido atornillado más o menos en el centro de un azulejo. Una tostadora de acero inoxidable.

Un nuevo tiro de cámara nos hace ver que el cartel del señor cuadruplicado tiene un rótulo en la parte de arriba que dice, en mayúsculas, «¡No somos ilegales!», y otro lema debajo: «Mexicanos y centro americanos».

Para desayunar, Pablo propone tostadas con salmorejo y jamón serrano. «Me encanta», dice Ana. Se ve un reloj de agujas en la pared, cuadrado.

Pablo saca del frigorífico jamón serrano envasado al vacío y un tetrabrik de salmorejo Alvalle.

«El salmorejo de bote. Creía que lo hacías tú», suelta Ana, fuera de plano. «Ojalá», sonrío Pablo, y se sonroja por segunda vez.

Pablo abre el envase del jamón con unas tijeras de cortar papel, no es posible leer la marca o el precio del producto, aunque se distingue el logotipo de «Tierra de sabor» propio de los artículos alimentarios de Castilla y León (también figura en las etiquetas de Gaseosas Olmos y en la caja de bizcochos Noel). Pablo se sirve el aceite de oliva directamente del bote. Se limpia la boca con un manojo de servilletas de papel cuadradas.

«¿Tú has vivido siempre en esta casa?», pregunta Ana. Pablo explica que se vino a vivir a la casa de su tía abuela cuando empezó a ganar dinero.

«Bueno, Ana Rosa, pues aquí es donde trabajo yo». Pablo le enseña su despacho a Ana. Es una habitación pequeña con estanterías blancas y negras de conglomerado llenas de libros y archivadores, y tres baldas más, de color marrón, también atestadas de libros. Se ven altavoces, cables en redados y un corcho en la pared con papeles chincheteados de cualquier manera; debajo está la orla de la universidad, hay fotos familiares apoyadas en los libros, sin marco, y una foto impresa en un folio Din A4 de la que Pablo dice estar muy orgulloso. Son sus padres en el entierro de los abogados de Atocha.

Finalmente, Pablo y Ana abandonan la casa, se suben en la moto de Pablo y se encaminan hacia el centro de la ciudad.

Debemos imaginar a Pablo cavilando en su casa días y hasta horas antes de la llegada de la televisión. Debemos comprender que, como persona cutre, la visita le solivianta. Lo que aparecerá en el programa de Ana Rosa no será la casa cutre de Pablo, sino su versión militarizada, dispuesta para el pase de revista. Cuando lo cutre no es postureo (como sucede en el caso de Pablo), uno mismo no ve lo cutre, pues no ha habido una producción de lo cutre, una sucesión de decisiones armoniosa que complete todo un universo de cutrez y cosas baratas. Las cosas baratas llegan por sí solas, legadas o regaladas, compradas, sin pensar en el conjunto.

De este modo, un día Pablo miró su casa como si fuera de otro, y no la entendió. Seguramente hubo asesores y miradas mejores que le dijeron que ordenara un poco, fregara los cacharros, pusiera el paño de cocina sobre algún sitio (el respaldo de una silla). Él mismo no podía mejorar su casa, pues su casa no era una apuesta personal, su orgullo o su capricho, sino un lugar cutre,

es decir, en el que simplemente nos hemos echado a vivir.

Lo cutre es cándido, los sonrojos de Pablo son encantadores, así como sus confesiones no pedidas y su sinceridad. Los muebles son los mismos que tenía su abuela y no los piensa cambiar, porque cumplen su función. Todo el postulado cutre se encuentra en estas afirmaciones, nostalgia, pereza, utilidad. No hacía falta decirlo, nadie ha preguntado por el origen de los muebles, si acaso solo la mirada de Ana Rosa los ha condenado de inmediato. Pablo no se exculpa, pero tampoco se muestra desafiante, su humildad moral es exactamente la misma que la de la mesa barata de la cocina. Es una mesa y sirve; soy una persona, no soy lo que poseo. No sé ni cuántos metros cuadrados tiene la casa en la que vivo.

La nostalgia de lo cutre incluye la propia vida, los pósteres que hay en la cocina no solo están pegados con celo, sino que las películas que muestran son todas de etapas adolescentes y universitarias, de primeros deslumbramientos. Son tan típicos (*Apocalypse Now*, *Pulp Fiction*), tan previsibles y anodinos que su permanencia en las paredes nos habla de primeros contactos con el cine, del flipe de los clásicos y del flipe mayor de asistir tú mismo en una sala al estreno de una película que acabará siendo un clásico. Por eso no pueden quitarse, cambiarse por otros más exquisitos o, peor, más actuales, porque en las paredes el celo no está pegando grandes películas ni grandes estrenos, sino una gran nostalgia: dejar de ser joven.

El mapamundi es aún peor: dejar de ser niño.

En esos días previos a la visita de Ana, el gran debate giraría en torno a la comida. Habrá que abrir el frigorífico y dentro tiene que haber algo y estar ordenado y hasta parecer comida sana. Es decir, todo lo que no es habitual en una casa cutre. Y ¿qué le damos de desayunar a Ana? ¿Eh? Seguramente Pablo no desayunaba nunca en casa pan tostado con salmorejo y jamón serrano. Se le ocurrió, pensando en bares cercanos, servirle semejante condumio. Era sencillo, más caro que unas simples galletas, con productos que suenan nutritivos y nobles, salmorejo, jamón, aceite de oliva. La acreditada dieta mediterránea.

Pero todo sale mal, todo sale cutre. Lo cutre tiene una gran resistencia, y se enquistaba sobre todo en los detalles. El aceite de oliva servido directamente de la botellita de plástico comprada en el súper, y no de una aceitera de acero inoxidable o de cristal moldeada con elegancia. El salmorejo «de bote», como señala Ana, horrorizada. Hay que imaginar a Pablo comprando salmorejo en el supermercado, y eligiendo el más caro de todos, Alvalle. La ternura localizable de una persona cutre comprando lo más caro de todo es difícil de exagerar. Es una rendición puntual de su filosofía, un gesto absolutamente crítico. Porque cuando el cutre compra lo más caro de todo siempre fracasa; no era eso lo que había que comprar, o había cosas más caras en otra tienda, o esa gama alta de ese producto es justamente la que la gente refinada considera la más cutre de todas. Gastar de más, para un cutre, siempre es una derrota. No lo sabe hacer. Además, Pablo habla de «jamón serrano», cuando hace tiempo que nos han dicho que se llama «jamón ibérico». El jamón serrano sigue existiendo y es el más barato de todos, el malo, aunque Pablo —como yo mismo— siga llamando a cualquier jamón «serrano», y así se lo estemos enseñando a nuestros hijos.

Sin embargo, Pablo es Pablo Iglesias<sup>[11]</sup>, líder de un partido político, y su exhibicionismo doméstico, que parece humillante por cutre, resulta al cabo triunfal, exactamente por los mismos motivos. El número uno de Podemos no hace daño a nadie siendo cutre, despierta simpatías, extermina las «comparaciones odiosas» que cifrara Veblen, de modo que nadie lo siente como una amenaza viéndolo vivir en una casa de finales de los años 70 con los muebles de la abuela y el salmorejo de bote. ¿Qué mal puede hacerte este tío? ¿Qué puede quitarte? Todo el mundo ha

sido cutre alguna vez (en realidad puede decirse: todo el mundo ha sido joven alguna vez), y todo el mundo conoce gente cutre, chaplinesca, los propios hijos, también viviendo en segundas residencias familiares, igual que Pablo Iglesias.

La cutrez primera de Pablo Iglesias era innegociable, y lo abarcaba todo. Declaraba comprar la ropa en Alcampo, por ejemplo. Antes de que su socio político fundara su propia firma de moda contestataria (198), Iglesias se vestía, sí, de Alcampo, un supermercado francés popular. La ropa cutre también «cumple su función», como una mesa o una silla, no hace falta darle más importancia. Además, era profesor interino en la universidad, un trabajo no menestral, pero de salario igualmente misérrimo. Las escenas que circulaban de Iglesias en la facultad nada tenían que ver con profesores con chaqueta de pana y coderas moviéndose por coquetos jardines y corredores góticos tan propias de las películas ambientadas en los campus relamidos de Harvard u Oxford. La facultad española de letras es por definición cutre, fea, no queda mucha pintura en las paredes, hay cartelera trazada a rotulador por todas partes, gente sentada en el suelo, cafeterías ruidosas al fondo con café malo a un euro y poco. Pablo Iglesias, abriendo a las televisiones su despacho en la facultad, desordenado, viejo y nada envidiable, abría en realidad el álbum completo de lo cutre: la casa, el trabajo, la ropa, todo.

Tenía un programa de televisión en la tele más cutre del mundo, Tele K.

Daba charlas en librerías cutres y participaba en simposios cutres junto a pancartas colgadas de forma cutre. Aparecía en 13 TV.

Todo cutre, de verdad.

Pero el hombre cutre, el candidato de lo cutre, no estaba solo. En el documental que rodó Fernando León de Aranoa, *Política, manual de instrucciones*, se seguía a Podemos desde octubre de 2014 hasta las elecciones generales de diciembre de 2015. Aranoa mismo es un director de cine poco atildado, nada estrella, con el pelo parecido, coleta o moño. Ha filmado casas cutres en *Barrio* y muchos personajes vestidos de cualquier manera, quizá también de Alcampo o Carrefour. Esa estampa gris y desgastada de Aranoa era la misma estampa gris y desgastada, aunque algo más enérgica, de Iglesias, su retratado.

En el documental sobre Podemos todo es cutre, sí, trasero, improvisado, elemental. La sede reducida a cuatro paredes, a pocas sillas y mesas baratas, los camerinos de Vista Alegre y sus pasillos interiores, entre grandes vigas y pilares de hormigón desangelado, los bolígrafos BIC con los que se trata de cambiar la historia de un país.

Y, sobre todo, ese verano, una casa en Castilla donde el partido reunió fuerzas y gentes, amigos, novios, exnovias, amantes, compinches. Los filma Aranoa en las reuniones de trabajo, en la piscina y en el asado común a la sombra de un árbol. Nadie parecía ir a acabar tan mal como acabó: con poder. Son muy cutres.

Las reuniones se hacen en mesas y sillas que la casa tenía allí desde hace siglos, que nunca pensaron que sostendrían tanta ambición tan mal aseada. La piscina es como de adolescentes a los que no vigila nadie. Y en la comida puede apreciarse el ajuar completo de lo cutre, los pantalones cortos de oferta, las bermudas de colores rechinantes, la pereza de cambiarse el bañador para comer y decenas de camisetas desgastadas, arrugadas, dadas de sí, aburridas, o, como mucho, militantes. Solo algún comunista rompe el monótono paisaje de ropa barata y cómoda con sus pantalones largos y su camisa remangada y unos zapatos. El comunismo no suele caer en lo cutre.

Cuando Podemos entró en el Congreso de los Diputados, hubo un detalle que me maravilló, como espectador y catador de lo cutre. En diciembre de 2015 habían conseguido sesenta y nueve

escaños, y su manera de ocuparlos fue excesiva, por literal. Ese invierno, por primera vez en la historia de España, decenas de diputados y diputadas dejaron sus abrigos sobre el respaldo del escaño, convirtiendo aquel empingorotado espacio en un aula de instituto.

Los diputados debutantes de Podemos simplemente no sabían dónde estaba el guardarropa, o entraron emocionados y ciegos, directos hacia su parcela de diputado por Asturias o Sevilla, que no se acababan de creer. Por eso entraron con todo y sus abrigos, y campechanamente los fueron dejando como se dejan en los bares y cafeterías, en el respaldo del asiento, un poco torcidos casi siempre. Era lo cutre tocando techo, aún indómito y verosímil. Era, por supuesto, el fin.

La irrupción de Podemos en el panorama político español ha tenido varias interpretaciones, siendo la más habitual aquella que señala a Podemos como populista. Como sabemos, hay populismos de derechas y de izquierdas, y en los primeros se va con traje y corbata y en los segundos se va hecho unos zorros. Ambos apelan al voto mayoritario de un conjunto de ciudadanos que necesitan reforzar su propia autoestima colectiva, normalmente averiada en tiempos críticos. La derecha suele tirar hacia el país y sus orgullos, la izquierda hacia la clase obrera y sus dignidades. Como dijo por aquellos días el veterano periodista Miguel Ángel Aguilar, los de Podemos también van disfrazados, no nos engañemos. El traje y la corbata del diputado estándar buscan hacerle merecedor a primera vista de ese sitio destacado en el centro de nuestra democracia, un escaño en la Carrera de San Jerónimo; pero la camiseta y el jersey con bolitas también dicen algo sobre los merecimientos de uno para pisar las alfombras. Dicen que llevas a esos espacios a la gente de la calle, claro.

No todo el cutrerío de Podemos era auténtico, había mucho disfraz y mucho posturoo populista (Juan Carlos Monedero) y muchos miembros del partido que no podían ser cutres ni despistándose las veinticuatro horas del día (las hermanas Serra, Errejón, Jorge Lago, Carolina Bescansa). Pero el partido era su líder, eran las televisiones a donde iba el líder, eran los detalles de su vida como líder, y ese líder, Pablo Iglesias, sí era cutre. Derrochaba verdad.

Lo cutre, si vamos a eso, es lo que genera simpatías en el populismo de izquierdas, mientras que el populismo de derechas —como la derecha en general— nunca quiere ser simpático, porque no lo necesita. Quiere ser correctivo, acabar con todo esto —lo que sea— que nos hace infelices, poner las cosas en su sitio. Ser simpático siendo cutre sale mejor cuando es natural; ahí tenemos para la historia toda la naturalidad de Felipe González, con sus chaquetas de pana y sus camisas abiertas.

Pero lo cutre falso se ve mucho, no nos engañemos, y, por desgracia, suele colar entre el electorado. Miguel Ángel Revilla, político tan cántabro como camaleónico, es el mejor ejemplo. Cuando le invitaron al programa de Bertín Osborne, *En tu casa o en la mía*, la casa elegida no fue la mansión del presentador. En este *show* televisivo se daba al invitado la opción de realizar la entrevista en su propia casa. Pero tampoco fue al cabo la auténtica casa de Revilla la que vimos en la tele, sino una segunda residencia muy humilde que el presidente cántabro tenía en la costa. Era un apartamento como ganado en el *Un, dos, tres*, pequeño, básico, con buena terraza y excelentes vistas, pero bastante cutre, en definitiva.

Revilla eligió este espacio porque le presentaba como un señor sin gran dinero, sin lujos, no muy distinto de todos esos abuelos que también tenían pisitos en la costa llenos de mobiliario de aluvión y llaveros cerámicos clavados en la pared junto a platos o abanicos. Cuando Revilla promociona las anchoas de su tierra, no hace más *marketing* que el de sí mismo: ver a un señor llevando anchoas a los palacios y las residencias presidenciales. ¿Se puede ser más cutre? Qué

simpático queda sacar una lata de anchoas (sí, una lata de anchoas) como regalo para un rey o para una gran figura política, en lugar de joyas, ediciones ilustradas del *Quijote* o condecoraciones bañadas en oro. Habría que ver cuánto tiempo dedica Revilla a planear su cutrerío.

La casa de Revilla, la real, muy amplia y formalizada, la vimos años después, cuando José Alberto Mujica, antiguo presidente de Uruguay y famoso por su cutrez, anduvo por España. A Mujica, Revilla no le llevó a dormir a su casa barata, sino a la cara, no sabemos muy bien por qué. Mujica, de hecho, es un modelo canónico de lo cutre en la política, que no de lo pobre — porque nadie votaría a un político que fuera pobre—. Mujica se hizo famoso conduciendo coches viejos y cuidando ovejas, vistiendo siempre como si acabaran de dejarle en la puerta de su casa la ropa que iba para el contenedor de beneficencia y diciendo cosas un poco sabias y un poco simples.

Lo cutre es la emoción del populismo de izquierdas, su calidez, de modo que este artefacto político podría ser exactamente igual en todo sin necesidad de ninguna de las manifestaciones consabidas de lo cutre, fueran reales o fingidas. De hecho, Pablo Iglesias, ya vicepresidente y vistiendo siempre de traje, no ha dicho nada que no dijera antes, cuando se arremangaba mal las camisas. Ha dicho exactamente lo mismo. Sin embargo, lo que dice ya no emociona a nadie.

La de Pablo Iglesias, para el tema que nos ocupa, es la traición a lo cutre más dramática nunca vista. El minucioso desgaste que el lujo provocó en su carácter no puede, por desgracia, narrarse sino a grandes rasgos. Se perciben a simple vista, sin duda, decenas de pequeñas averías y veleidades, pero no podemos saber qué muebles tiene en casa, qué tele, qué comidas se hace, qué gustos se da Iglesias ahora que disfruta de un estatus y un patrimonio que le hacen muy cuesta arriba ser cutre.

Yo creo que, después de ser un cutre reconocido, ese apelativo te persigue durante muchos años, aunque ya compres mejor y más caro, y no te parezcas en nada a ti mismo. Es un rencor de transición, el que tienes que sufrir al dejar de ser cutre. Pablo Iglesias dejó de ser cutre para ser mimético, para preguntar qué se pone uno en tal ocasión, qué se supone que tiene que decir, hacer o mostrar en tal otra, y qué hay que comprar y dónde lo venden.

Traicionar lo cutre supuso dejarse fuera a sí mismo, por eso Pablo Iglesias hoy no parece una persona cutre, sino una persona perdida, entre el arribista y el nuevo rico; un hombre vaciado.

«No me gusta el cutrerío», dijo en una ocasión cierto alcalde cuando le preguntaron por un dispendio con dinero público. Solo pudo justificarlo en el deseo de no ser cutre. En la gobernanza política, lo cutre es exactamente lo contrario de la corrupción, y por eso se da mucho más esta que aquel. Gastar menos dinero de todos es mucho más difícil que gastarlo a lo loco; es incluso más difícil que robarlo.

Abel Caballero, alcalde de Vigo, lleva años enorgulleciéndose del dineral que se gasta para que su pueblo tenga las mejores luces de Navidad del mundo. «Nueva York no tiene nada que hacer contra nosotros», afirmó en 2019. Es el alcalde más votado de España.

Comprar más luces y hacer más Juegos Olímpicos y nombrar más asesores: a eso es a lo que se dedican todos los gobernantes, porque lo cutre podrá darte votos, pero solo el espectáculo te mantiene en el poder. Revilla, falso cutre, no hay semana que no salga por la tele, al menos dos veces.

Manuela Carmena fue en metro al ayuntamiento, ya siendo alcaldesa, solo el primer día. Ni ella ni Ada Colau, alcaldesa simultánea en Barcelona, se bajaron el sueldo. Todo lo que dijeron cuando eran cutres y cercanas quedó incumplido. Porque, una vez en el poder, no solo hay

demasiadas tentaciones de despilfarro, sino que lo cutre es muy peligroso. Tu propia formación puede darte la espalda si eres cutre y no derrochas en enchufes y chiringuitos; tus enemigos te tienen a tiro (incluso literalmente) si viajas en metro y no en coche oficial. Memes, chistes, titulares sobre lo cutre que eres como alcalde o ministro o secretario. El poder se revalida exhibiéndolo, se detenta siempre desde el exceso, como haciendo de ello un espectáculo para los pobres.

Esto último es lo que le sucede al alcalde de Cádiz, José María González, apodado «Kichi». Simpática contrafigura de Pablo Iglesias, en este contexto de políticos derrochones y falsarios, su mandato gaditano no puede verse más que como una anomalía. Llegar a alcalde siendo conocido por «Kichi» es apenas una anécdota frente a la proeza de ejercer de alcalde de Cádiz y seguir siendo «Kichi». Este sobrenombre, tan barrial y secundario, como del amigo que esperamos para ir al cine y siempre llega tarde, define en realidad la resistencia de José María González, su militancia en lo cutre.

Kichi se distanció de Podemos cuando la casa de Galapagar y demostró —a mi juicio, admirablemente— que el poder no siempre arrasa con los modos de vida menos vistosos. Alcalde cutre por excelencia, a veces es tendencia en las redes sociales por una foto que le hicieron en un bar de barrio donde su postura y atuendo no son precisamente alcaldables. Le da igual. «En calzonas y tirantas», como dice él.

«El código ético [de Podemos] es una garantía para vivir como la gente, incluso si siendo conocido resulta incómodo», escribió en una carta abierta a Juan Carlos Monedero en mayo de 2018. «Creo que la gente me ve tantas veces por la calle que ya formo parte del paisaje y eso me hace recuperar una especie de íntima popularidad, popularidad no de famoseo, sino de pueblo». Kichi sabe a lo que juega, pero le sale bien porque su juego consiste en recordárselo a sí mismo, seguir en línea recta y no asustarse un día al mirarse en un espejo. ¿Quién es ese? Esto no parece que vaya a preguntárselo nunca el alcalde de Cádiz.

Ser cutre en política, como Kichi, auténticamente cutre es difícil. Lo cutre no encaja con los salones de ayuntamiento, las reuniones al más alto nivel, los viajes y las representaciones que un político hace de un pueblo ante otros políticos representando a sus pueblos. En realidad, todo el mundo quiere tener un representante guapo, bien vestido, elegante y hasta altivo. Lo único de lo que dispone Pedro Sánchez para presidir un país es eso, la pose; pero, en tiempos en los que nada importa salvo la fabulación y la máscara, podemos decir que lo tiene todo.

---

[11]. *El programa de Ana Rosa*, «Salimos a correr con el líder de Podemos», 2015.

## Capítulo 10

### Manuel Vilas y la cultura cutre

Manuel Vilas tomó un día su intimidad e hizo un libro con ella, *Ordessa*[\[12\]](#). La intimidad es una parcela de la biografía que solemos proteger de la curiosidad ajena, porque contiene verdades con las que los demás podrían hacernos daño. La ideología, la sexualidad, los traumas, la situación económica, la situación familiar. La ley dice que nuestro domicilio es inviolable, así como la correspondencia. Buena parte del código penal ampara nuestro derecho a no ver comprometida ni invadida nuestra vida privada. Por eso escribir un libro con ella bascula entre lo obscuro y lo temerario. ¿A quién se le ocurre airear determinadas cosas? Y ¿a quién se le ocurre que nos van a importar lo más mínimo? *Ordessa* fue un gran éxito.

Publicar un libro conlleva siempre exponerse al juicio ajeno, y basta una mala crítica para que algunos autores pasen toda la semana deprimidos. Cuando se trata de una novela, la crítica se dirige claramente al desempeño profesional, a la factura estética de la obra. Sin embargo, un libro abiertamente autobiográfico emborrona la noción de calidad, incluso para el propio autor, de modo que cualquier ataque o lectura insatisfactoria parece señalar su intimidad, su honor y hasta la dignidad de las personas por él queridas que figuren en el libro.

La intimidad, sin embargo, tiene algo fascinante: tratamos de ocultarla, aunque la intimidad de los demás sea prácticamente idéntica a la nuestra. Por eso ningún libro íntimo es malo, se aprende con ellos, se dialoga con ellos. Solo es malo aquel libro que confunde lo íntimo con lo doméstico. Es muy distinto contar sin más lo que pasa en tu casa que contar lo que es un hogar.

Vilas nos trajo en *Ordessa* su vida cutre, su vida de escritor en realidad exitoso, pero en aquel momento no popular. Todo escritor que publica libros durante décadas ha tenido éxito, como lo ha tenido el actor secundario que nunca se queda sin película o cualquier músico que siga haciendo canciones. Pero el logro de ser un artista durante toda una vida no conlleva necesariamente que uno pueda permitirse ni siquiera una vida cómoda.

*Ordessa* nos presenta a Vilas divorciado y con sus padres ya fallecidos, la madre poco antes de que el autor se pusiera con su libro. La casa de soltero eventual y huérfano eterno se describe con sumo detalle. Son, a mi juicio, las mejores páginas del libro. Siempre que me acuerdo de *Ordessa* me acuerdo de la casa de Vilas cuando las cosas le iban mal. Ese escenario de su novela es lo que más me impresionó de todo.

«El apartamento en el que vivo está sucio, lleno de polvo. He intentado limpiarlo varias veces, pero es imposible. Nunca he sabido limpiar, y no porque no haya puesto interés». Vilas se marcha de su casa familiar después del divorcio y, por tanto, regresa a lo cutre. «Me convertí en el hombre que ya había sido muchos años atrás, es decir, tuve que comprar una fregona y un

cepillo, y productos de limpieza, muchos productos de limpieza».

Frente al divorcio cinematográfico que lleva al divorciado a comprarse *por fin* un Ferrari o trajes de Armani o a salir todas las noches por las discotecas de moda de la ciudad, el divorcio en *Ordesa* lleva lo primero de todo a comprarse una fregona. Lo cutre saldrá por sí solo de ahí mismo, de un simple artículo de limpieza (muy español, eso sí). Son las cosas humildes, útiles y del todo genéricas las que van construyendo la casa cutre, que en Vilas supone también una pobreza penitente. Darse pena a sí mismo, flagelarse por los errores y tropiezos, pensar que no vale uno más que ese cubo, esa taza, ese vaso de Ikea.

Enseguida este escenario se tiñe de cierta sentimentalidad, pues la casa de Vilas, improvisada pero no por ello impersonal, tiende sus nostalgias, tira sus redes hacia el pasado. Y lo primero que recuerda el escritor es a su padre con un Seat 600. Se trata, en rigor, del recuerdo de una fotografía tomada en los años 50 donde apenas se ve al padre dentro del pequeño utilitario aparcado en una calle como de oficinas. Se incluye la propia imagen en las páginas del libro. «Cabe señalar mi personal fascinación por este automóvil, por ese Seat 600, que fue motivo de alegría para millones de españoles, que fue motivo de esperanza atea y material», glosa Vilas.

*Ordesa*, siendo un libro desordenado y arbitrario (en realidad, una suerte de diario), parece establecer un vaivén intuitivo entre las cosas cutres del presente y su origen en el medio siglo español; entre el hijo y sus padres y abuelos. El hijo tiene más capacidad para el recuerdo cuanto más cutre es su entorno y su modo de vida, como si, despejada de ambición, la rutina le dejara ver, por fin. Hay un punto de contacto claramente emocional entre la austeridad obligada del divorciado y esa austeridad generacional, también forzosa, de sus progenitores. Lo cutre, lo popular, lo pobre que trata de salir de la pobreza, se encuentra en el principio y en el final de un periodo, y en *Ordesa* esos tiempos distantes se entremezclan para contarse a la par. En realidad, la infancia es nuestro final.

Un detalle particularmente entrañable en *Ordesa* es la obsesión del padre de Manuel Vilas por aparcar su coche a la sombra. Es un gesto, una sabiduría automovilística que el progreso ha eliminado de nuestras vidas. Yo vi hacer eso mismo a mi padre muchas veces, y a todos los que circularan en coche por España en los años 80. El motivo de esta obsesión es obvio: los coches no tenían aire acondicionado o nadie se permitía poner el aire acondicionado porque entonces el auto gastaba más gasolina. Había que dejarlo a la sombra para no encontrárselo ardiendo pasadas varias horas.

El personaje *Vilas* que Vilas construye en *Ordesa* resulta tierno en su destartalamiento, su negación del capitalismo, su obligado concurso en algunos eventos mayores. Cuando acude a la entrega del premio Cervantes, vemos al cutre triturado por la etiqueta, como a Pablo Iglesias cuando iba las primeras veces a los palacios. Hacer el ridículo es absolutamente obligatorio cuando eres cutre.

«Cocino la carne a la plancha, me he gastado una fortuna en ese solomillo, me asusta el dinero que vale y me asusta que a ellos no les guste. La casa está sucia y desordenada. No funciona la impresora», leemos. Y también: «Voy a comprar a la cadena de alimentación Día. [...] Me gusta comprar en el Día: todo es barato y sencillo y obvio y comestible, como mi paso por este mundo».

Hay cierta lógica en que las vidas de los artistas tengan periodos cutres, incluso en que sean enteramente una exhibición de cutrerío. «Viste como si hubiera fracasado», dijo Francisco Umbral del pintor Antonio López, en la cima de su fama.

El artista, sobre todo si no es rico, vive en la borrachera de su vocación. Nada le importa salvo

escribir, pintar o componer. Por tanto, todo lo material le estorba. Una factura es lo que más estorba a un artista. No por pagarla, sino por *tener* que pagarla, ir a un sitio, cumplir con unos plazos.

Así, poco a poco, el artista va renunciando a las trabas que una vida ordinaria le pone a su trabajo, que son casi todas. Limpiar la casa, comprar ropa, comprar comida, socializar, hacer papeles en oficinas públicas. Se nos va la vida en estas cosas fundamentales, pero para el artista no hay nada fundamental salvo conseguir su obra maestra, que exige todo su tiempo.

Si es rico, criados y siervos y ayudantes pueden evitarle estos engorros. Si es pobre, o simplemente de extracción social media, deberá caer en la cutrez. Y lo llamará bohemia.

La bohemia es la cutrez ilustrada, dignificada por un sueño. Una persona cutre suele ser perdonada si dice que está creando, que su cutrez es, en cierto sentido, provisional. Hasta que llegue el éxito. Pero el éxito no llega casi nunca, y así la vida cutre acaba revelándose como una forma aquilatada —quizá hasta superior— de ser artista.

Incluso si llega el éxito, la pureza de los días de buhardillas y cafés solos en bares de barrio, de ropa barata y excesivamente usada y de transporte público acaba echándose de menos, pues ahí estaba uno como artista de verdad, en su versión menos corrompida. El artista de éxito, muchas veces, se resiste a asumir el dinero que ha ganado, el estatus que ha conseguido, y sigue yendo por los hoteles y los aeropuertos con las pintas que tenía cuando no era nadie. Phil Collins en camiseta vendiendo millones de discos. Franco Battiato sin *glamour* alguno. Albert Pla, como un siervo de la gleba.

Emilio Pacheco recibió el premio Cervantes sujetándose los pantalones, porque se le caían todo el rato. Los escritores, quizá porque su trabajo aboca al encierro, y el encierro a la dejadez, son los artistas más cutres del mundo. Michel Houellebecq ha protagonizado dos películas siendo ya un escritor millonario. En *El secuestro de Michel Houellebecq*, los secuestradores no parece que estén secuestrando a un Vargas Llosa precisamente, sino a un jubilado aleatorio, uno con la pensión justa para acabar sus días. Por cómo viste y por cómo se adapta (maravillosamente) a la casa donde le retienen, una vivienda cutre francesa, con muebles antiguos y muñecas rotas sobre mesillas con tapete de ganchillo, Michel Houellebecq parece, más que secuestrado, de vacaciones en casa de su abuela. Cuando un secuestrador le pregunta, admirado, cómo se hace para escribir libros, Houellebecq contesta: «Simplemente no haces nada hasta que se te ocurre algo». No hacer nada es algo que permite de manera natural ser cutre. No hacer nada es revolucionario.

En *Thalasso*, película que continúa el tono casero, premeditadamente precario de *El secuestro*, Michel Houellebecq es en cierta medida secuestrado otra vez, pues el director decide confinarlo en un centro de talasoterapia de tarifas prohibitivas, donde nuestro autor no pega nada. Además, allí se encontrará con la estrella francesa del cine Gérard Depardieu, al que lo cutre le queda muy lejos, siendo como es orondamente sibarita. Michel, por supuesto, no se siente cómodo en ese lugar, donde no está permitido ni fumar ni beber vino en las comidas, y habrá un momento epifánico, extraordinario, en el que el escritor se acordará de su abuela, al defender que la muerte no es el final.

El mito del escritor se alimenta de lo cutre, que en cierta medida es la sublimación de la pobreza, un anecdotario de gran atractivo al compás de la desposesión y la medianía. Nos gusta que Bukowski fuera cartero (como Faulkner), que su vida tuviera que ver con el reparto y estampillado de la escritura menos ambiciosa del mundo, la de las cartas entre particulares. O que Kurt Vonnegut abriera un concesionario de automóviles Saab. Stephen King fue bedel en un

colegio, y Philip Larkin bibliotecario en la pequeña universidad de Hull durante toda su vida. Margaret Atwood fue camarera.

En la solapa donde figura la biografía de los escritores, es normal encontrarse una exhibición un tanto sonrojante de los empleos desempeñados por el autor antes de conseguir publicar. «Ha realizado diversos trabajos (mozo de almacén, empleado en una hamburguesería...)», leíamos en el debut de Ray Loriga, *Lo peor de todo*. Obviamente, la vida laboral de un escritor no tiene el menor interés para el lector, que además no puede saber si esos trabajos de subsistencia se extendieron durante años o duraron solo un par de días, o si son ciertos siquiera. Ningún escritor te cuenta en qué ha trabajado si se trata de un oficio que le daba mucho dinero, se ejercía en oficinas o espacios lujosos y le llevaba a relacionarse con la élite social, con mucho vuelo en primera clase y mucho hotel de cinco estrellas. Lo que se busca en estas declaraciones curriculares es una mitificación anticipada, afiliarse a toda esa leyenda del conductor de autobús o de la vulgar ama de casa detrás de los que se escondía un genio.

Estos listados son cutres de otra manera, la manera mala. Lo cutre, como hemos afirmado varias veces, no precisa de exhibición. Sin embargo, al ver el éxito y la empatía que los lectores sienten por un autor que ha trabajado de camarero o ha sido vagabundo, datos que se conocen cuando triunfan y alguien se preocupa de escribir su biografía, los nuevos autores, siempre atentos a la autopromoción más eficaz, deciden declarar sus raíces laborales desde el principio, cuando a nadie le importa lo más mínimo. Se establece así una equivalencia entre las penurias sufridas y la calidad de la obra, en consonancia con las penurias sufridas por todos esos escritores que ya se han convertido en clásicos. Melville de inspector de aduanas; Bolaño, de vigilante en un camping.

El *look* cutre es asimismo muy agradecido en los escritores, y resulta fascinante, como prueba de esta afirmación, comparar la apariencia que ofrecía el escritor de *best sellers* Juan Gómez Jurado en sus inicios con la que presenta ahora. Es una metamorfosis que me enterece, pues, como escritor, me siento plenamente reflejada en ella.

Gómez Jurado, al entrar en la literatura, vestía camisa y chaqueta, un afeitado perfecto y el pelo colocadito como para hacer la primera comunión. También se le ve muchas veces con reloj más o menos ostentoso y zapatos de piel, todo ello comprado seguramente para la ocasión: las sesiones de fotos para la solapa del libro o el dossier de prensa, una entrega de premios, la presentación de la novela. El autor que sueña con irrumpir en el mercado editorial si algo tiene es un enorme respeto por los libros, mayor aún en caso de no haber conocido en su familia o entre sus allegados a nadie que los escriba o trabaje en el sector. Así, lo cutre se manifiesta aquí de dos maneras que parecen antagónicas. Es cutre atildarse para salir en las fotos de la literatura como quien se avía para ir a misa, y es cutre acudir a programas de televisión para presentar tu libro en camiseta, vaqueros y zapatillas, que es como acude ahora Gómez Jurado a estos escaparates. También se ha dejado crecer la barba, se ha quitado las gafas de empujón repelente y su pelo, más corto, no precisa doma alguna.

El cambio de *look* favorece a nuestro autor, indudablemente, y muchos encontrarán simpatiquísima la apariencia juvenil y algo despreocupada de Gómez Jurado en *La resistencia*, el programa de entrevistas de David Broncano en Movistar, e insoportable su estampa previa, cuando oscilaba entre el interno en un seminario y el concejal de cultura de provincias. También estaba más gordo. Sin embargo, hay más ternura en esa apariencia primera del autor que no sabe que le sienta mejor la camiseta que el blazer, más drama y, en rigor, más cutrerío, por mucho que el atuendo de Gómez Jurado fuera en sus inicios impecable, nuevo, reglado: el que se espera de

alguien que se toma en serio a sí mismo. La diferencia está en que, vestido de domingo, eres cutre, mientras que vestido con vaqueros y camiseta en la televisión, eres guay. Ya dijimos que uno de los peligros de ser cutre es que te encuentras a pocos pasos de ser guay.

Algo similar puede detectarse comparando las primeras imágenes como escritor de Ruiz Zafón y las últimas, ya *best seller* internacional. Aquí la evolución no es de lo cutre a lo cutre, como en Gómez Jurado, siendo lo cutre finalmente una suerte de postureo; sino de lo cutre a lo fastuoso. Casi me parece mejor, más honesto. Zafón, en sus primeras apariciones públicas, es también alguien sin estilo, sin mucho gusto —como yo mismo, vaya por delante—, que se pone la ropa mejor que cree que tiene (y por eso en tantas fotos los autores cutres llevamos la misma camisa *buena*) y que cree también que proyecta una imagen más aseada de sí mismo, todo lo cual no funciona porque somos cutres y no sabemos salir de ahí. Así, cuando se vuelve millonario vendiendo libros olvidados, en lugar de optar por ese *look* en camiseta de los auténticos triunfadores (de Johnny Depp a Mark Zuckerberg), se decanta por los trajes caros e impecables, las gafas de diseño y una especie de exhibición permanente de todo el dinero que ha ganado. Algo parecido hacen los raperos, por ejemplo.

Bolaño es otro ejemplo de escritor cutre, en cuya trayectoria pudimos ver además en directo cómo lo cutre alcanzaba el mito. Todo lo que los escritorzuelos proponen desde el postureo (esos oficios humildes o humillantes) lo consiguió Bolaño finalmente: ser, de nuevo, un bohemio de éxito, un muerto de hambre que se come el mundo. Su proyección internacional hizo que su biografía se revisara legendariamente, y cada pequeña cosa sin importancia se volvió de inmediato fenomenal. Su estancia en México, sus días de vigilante en un camping o de vendedor de baratijas, su atuendo informal y desastrado. Lo cutre vivía muy a gusto a sus solas (lo cutre es un punto de llegada, no una rampa de salida), pero, en casos contados, acaba siendo mitificado hasta el delirio. Así, esas fotos en las solapas de sus libros[13] o con otros jóvenes poetas en fiestas sin importancia, empezaron a mirarse como documentos imprescindibles de una gran historia. No lo eran, eran simples vivencias personales tan intrascendentes como las de cualquier persona normal un tanto pasota. Pero lo cutre en la cultura solo necesita un chispazo para volverse inmortal.

¿Por qué acude tan poca gente a las bibliotecas? Es una pregunta que, como usuario habitual de estos centros de lectura, me he hecho muchas veces. Con cualquier otro artículo que pudiera conseguirse gratis y prácticamente al mismo tiempo que otros pagan por él, habría colas y aglomeraciones. De hecho, antes de la llegada de las plataformas de vídeo y del propio Internet, las secciones de películas en DVD y de música en formato CD, instaladas en las bibliotecas en los años 90, eran muy visitadas y competidas. Recuerdo auténticas disputas por el DVD de una película de moda. Nunca he visto a dos personas pelearse por el préstamo de un libro.

Quizá se deba, en fin, a que la biblioteca propone libros usados, y a que eso es cutre. Es cutre no comprarte tú mismo el libro, leer el ejemplar que otros muchos han leído y que, por tanto, está desgastado, sucio a veces, mancillado por decenas de manos y, en el peor de los casos, hasta subrayado.

En realidad —y apelo a mi larga experiencia— la mayoría de los libros de las bibliotecas están prácticamente nuevos, o se sacaron dos veces, cinco veces, en los últimos quince años. Obviamente los *best sellers* y libros más conocidos pueden presentar un aspecto muy baqueteado, pero es fácil encontrar obras incluso con cincuenta años encima que parecen recién compradas, pues nadie las leyó jamás.

Sin embargo, incluso si pensamos únicamente en esos libros que en efecto podemos encontrar en las estanterías de las bibliotecas con visibles imperfecciones y manoseos, sigue siendo un misterio para mí el sibaritismo que lleva a tantos lectores habituales a no aprovechar la gratuidad y amplio catálogo de la biblioteca pública.

Lo prestado, como concepto mismo, es cutre; lo usado, lo deteriorado, lo desgastado y lo reutilizado también. Todo eso encontramos en el ejemplar de un libro en una biblioteca. De hecho, los escritores nunca hablan de las bibliotecas públicas, sino de las librerías. Son las librerías las que reciben todos sus elogios, donde dicen encontrar todo lo que leen y los espacios que consideran sagrados templos de la lectura. En rigor, una librería nunca podría ser más sagrada como foro cultural que una biblioteca municipal, simplemente porque la librería es un negocio y su anhelo no es el de que la gente lea más, sino el de que la gente compre. La cultura es cutre si no puede poseerse de forma individual y exclusiva mediante un desembolso, y ha de ser compartida: eso parece deducirse del fracaso de las bibliotecas.

Cuando las bibliotecas aparecen en los medios nunca lo hacen desde su versión común, que es la cutre. Una simple biblioteca municipal. Lo recurrente es buscar ese puñado de bibliotecas flamantes, diseñadas por arquitectos de renombre y fáciles de fotografiar para el asombro del lector de revistas. La de Washington, la de Praga, la de Stuttgart. No en vano, una de las bibliotecas más fotografiadas del mundo está en China (Tianjin Binhai) y lo que menos se ve en ella son los libros. Hoy ya queda cutre que una biblioteca tenga libros.

Estos espacios siempre han sido humildes, comparados con los museos, los centros culturales de nueva construcción y otros lugares donde habitualmente se acorralla la cultura, como los palacios de la ópera o los teatros. Salvo la Biblioteca Nacional, casi todos los edificios destinados a la lectura y al préstamo de libros son cochambrosos, antiguos, caedizos, inencontrables. Cuando aún no existía Google Maps, había que dar muchas vueltas para llegar a la biblioteca de un barrio.

Su interior no suele decepcionar. Los mismos expositores que hace veinte o treinta años, las mismas baldas y anaqueles, las mismas sillas y mesas; baños pequeños y desportillados, escaleras muy empinadas, alzapiés rodantes que se mueven solos. Los propios libros esperan con paciencia a los lectores, sumisos en su encierro, amarillentos, rotos, pintarrajeados o con páginas de menos.

La biblioteca, siendo centro del saber, es también un centro de lo popular y lo inesperado, un anómalo cofre de menudencias cutrísimas. Suelen encontrarse dentro de los propios libros. La más habitual es un billete del transporte público, puede ser un *ticket* del metro o del autobús, o incluso un abono. También abundan las entradas de cine, de teatro, de museo, los calendarios chiquitos, los marcapáginas más o menos creativos, las hojas sueltas con palabras apuntadas en ellas (vocablos que el lector no entiende en el libro que lee o la propia lista de la compra). Son todas las cosas que la gente utiliza como punto de lectura. La más bizarra que yo me he encontrado fue una partida de defunción.

A esta papelería ciudadana, auténtico bazar del despiste, hay que añadir la hoja de devolución pegada a la propia novela, ensayo o poemario, amén de otras asperezas propias de la tarea bibliotecaria. Esas hojas donde se estampa una fecha antes de la cual hay que devolver el libro suelen detonar acciones bastante cutres. El bibliotecario que estampa la fecha a voleo, torcida o incluso al revés, o que no se molestó en quitar la hoja, ya llena, anterior, y ha puesto la nueva justo encima, de modo que al cerrar el libro quede mal doblada dentro. Por no hablar de esos otros bibliotecarios o bibliotecarias a los que simplemente les molesta mucho la solapa biográfica

del libro, pues hay que desplegarla para sellar la devolución del mismo, así que la cortan con unas tijeras y el libro queda mutilado y sin datos de cuándo nació su autor ni de qué otras obras escribió; sin foto[14].

Antes había incluso un mueble tipo bargueño, con decenas de cajones donde se alojaban, atravesadas por una barra, cientos de fichas de cada uno de los libros de la biblioteca, escritas a mano. Fue lo primero en desaparecer con la llegada de la informática a estas instituciones, llegada que sigue su expansión para desgracia de los amantes de lo cutre, pues las hojas de devolución casi han desaparecido de los libros, ahora que el propio lector los toma en préstamo gracias a una máquina y los devuelve en estanterías automatizadas. También se va extendiendo el préstamo digital, con lo que uno no tiene ni que pisar las bibliotecas. La tecnología tiene esa virtud o cualidad intrínseca, que es alejarnos de las cosas, obstaculizar nuestro tacto, y las bibliotecas, poco a poco, van dejando de ser lugares donde ir y tocarlo todo, y encontrarse cosas perdidas, para devenir en sitios abstractos a los que se acceda gracias a un código de barras.

La relación de lo cutre y la cultura es eminentemente industrial, es decir, tiene que ver con los materiales y su trato. Es más fácil ser cutre desde el punto de vista técnico que desde el creativo, y ahí tenemos al poeta bohemio escribiendo entre basura odas impecables y bellísimas.

Una editorial pequeña suele ser cutre, ahorrar mucho, aprovecharlo todo. La Uña Rota, fundada en Segovia, inició su andadura con libros de formato no mucho mayor que el de una baraja de naipes, y con las hojas grapadas. Por eso mismo, llamaba la atención. Bien es verdad que otros sellos, como Blackie Books o Jekyll&Jill muestran, desde su primer libro producido, una atención exquisita por la hechura del mismo, pero lo habitual es que las editoriales independientes, llevadas por dos o tres personas desde su casa o desde un piso alquilado, caigan a menudo en comportamientos mezquinos, a veces encantadores y otras, recriminables. Pagar poco o pagar mal, no enviar liquidaciones o —ejemplo real— que el autor tenga que abonarle siempre los cafés al editor se cuentan entre estos últimos; las erratas en la portada, compartir caseta en la Feria del Libro de Madrid o ir por las librerías de la ciudad una a una tratando de que sus dueños acepten vender sus libros, entre los primeros.

La colección de colorines de la editorial Anagrama, es decir, la versión en bolsillo de sus libros, se fabrica de hecho a partir de la edición *trade*, cuya tapa se retira de los ejemplares que quedaron sin vender, y se recortan sus tripas para alcanzar el perímetro menor de un libro de este tipo. Es una práctica cutre que a mí me resulta conmovedora.

De hecho, los libros de bolsillo son los que prefiero, y ni siquiera es por su precio, sino por su humildad. Un volumen en tapa dura, papel satinado, mucho arabesco y mucha prosopopeya, me desagrada, y es como suelen editarse en realidad casi todos los libros sin valor literario alguno.

Más oportunidades para el cutrerío, si cabe, ofrece el cine, precisamente porque es un arte donde se necesita mucho dinero, mucha gente y mucho artefacto para sacar las obras adelante. La serie B y la Z son ejemplos de cutrez cultural impagables. Mientras que un libro mal hecho, cuyas hojas se caen o que no puede leerse por la mala impresión resulta odioso, una película realizada con malos materiales puede llegar a ser de culto, y, en todo caso, siempre genera simpatía. Nuevamente, la falta de medios sirve para resaltar, no ya el talento de quien la hizo, sino sobre todo su pasión por hacerla. Y la pasión es el sistema nervioso del talento.

Casi todos los grandes directores actuales, españoles o extranjeros, empezaron con películas cutres, y resulta difícil creer que el director de la trilogía de *El señor de los anillos* sea el mismo que dirigió *Bad Taste*. Peter Jackson empezó a hacer cine como empiezan casi todos los directores: con poco dinero, muchos amigos, muy buenas ideas y una enorme falta de respeto.

Todo vale cuando se es joven y se sueña con ver tu nombre en los títulos de crédito de una película.

Para mi generación, la película cutre por excelencia es *Clerks* (1994), de Kevin Smith. En ella se da una coincidencia que en realidad es muy común en el cine cutre: que las vidas de sus personajes también son cutres. *Clerks* trata de un dependiente de videoclub con amigos echados a perder en una ciudad de mala muerte y de sus pequeños problemas sin importancia. Normalmente uno registra la vida que conoce.

Al cine cutre se lo quiere por sus fallos, por esas pifias y baraturas que en el cine comercial resultan imperdonables; por hacer los *travellings* montando la cámara sobre una silla de ruedas. Micrófonos sobrevolando la escena, reflejos de la cámara en puertas acristaladas o espejos, gente que pasa por la calle y mira al objetivo, cosas que se caen, actores que se ríen sin venir a cuento, sangre que no parece sangre o efectos especiales muy burdos. El éxito en pleno siglo XXI de una chapuza como *Sharknado* (2013) tiene que ver con esto último. Tiburones de mentira en un tiempo en que todo lo falso es indistinguible de lo real.

El cine estándar rinde a veces tributo al cine más cochambroso: Tim Burton con *Ed Wood* o James Franco con *The Disaster Artist*, biopic del director Tommy Wiseau. Incluso hay en España un festival de cine que no oculta sus filias: Festival Cutrecon. Monstruos de goma, terror de bajo presupuesto, muchos cocodrilos, muchas chicas en bikini con serpientes enroscadas al cuello, gore y patrocinios de cosas llamadas ImpactGame o Un Mundo a Otra Escala (tienda de figuras y estatuas de superhéroes y monstruos) para un evento que alcanza ya su décima edición.

Una interesante colisión entre lo cutre y lo selecto se produjo en el año 2020 cuando Filmin, plataforma de cine mayoritariamente independiente y multicultural, anunció que incorporaba a su catálogo la saga completa de *Torrente*, dirigida por Santiago Segura. Hasta el cutrerío cinematográfico parecía tener sus límites.

La evolución de un artista desde lo cutre al éxito suele conllevar inevitablemente un aumento de su reconocimiento y una pérdida de todo lo demás. Almodóvar era mejor antes, así como Fernando Trueba y, tal vez, Alejandro Amenábar. Su cine era peor, pero era más cine. Incluso alguien en principio tan glamurosa como Shakira podemos decir que sufrió una evolución parecida. Los primeros discos de la cantante colombiana mostraban una imagen de rebeldía, bien que sumamente calculada. En la línea de Alanis Morissette, Shakira incluía en sus letras afirmaciones como «no me baño los domingos», y su actitud parecía combatir eso mismo en lo que acabó convirtiéndose pasados los años: una muñeca *Barbie* que canta naderías. Su canción más famosa no dice nada. Waka waka, dice.

Para los músicos también es muy tentador la exhibición de su origen cutre, normalmente el que los sitúa tocando en pequeños cafés o directamente en la calle. Ed Sheeran empezó ahí. Su videoclip *Photograph* es una obra maestra de la nostalgia y la ternura de lo cotidiano. Entendemos que, durante toda su vida, desde bebé, sus padres le fueron grabando en vídeo y que alguien del equipo del cantante tuvo la genial idea de tomar todos esos trocitos del Ed Sheeran no famoso y reunirlos en el videoclip de una canción que trata del recuerdo. El pequeño Ed, nada guapo, con gafas de culo de vaso y andares patosos, se nos muestra mientras el exitoso Ed decanta su bonita balada. Le vemos crecer y tocar instrumentos, ir de vacaciones, reír. Finalmente está en una calle cantando para los viandantes.

Esta imagen callejera tan poderosa para la promoción de los músicos la empleó, torticeramente, el dúo español Ella Baila Sola en sus inicios. Durante años, vendieron que habían

tocado en El Retiro de Madrid, incluso que fue allí donde las «descubrieron». Ya disuelta la formación, alguien entrevistó a una de sus componentes y le preguntó si realmente habían tocado alguna vez en El Retiro (quizá la falsedad era de sobra conocida por todo el entorno musical), y la cantante, Marta o Marilia, dijo, con incomparable cinismo: «No, pero quedaba tan bonito decirlo».

El señor Chinarro, por su parte, sigue siendo tan cutre como cuando empezó, salvo que sus discos —como los discos y las películas de casi todo aquel que mantiene una carrera de largo recorrido— están mejor producidos. El señor Chinarro viste sin brillo alguno, con camisas o jerséis comunes, no luce tatuajes ni *piercings*; suele llevar el pelo corto. Podría pasar por conductor de autobús si le quitaras la guitarra de las manos. Canta al pan Bimbo, a las verbenas, a los santos y a las tradiciones menos permeables al moderneo, a los manteles o al fiambre. Además, canta mal. Es uno de mis músicos favoritos.

Revisando un día mi colección de vinilos, que en realidad no es una colección sino los pocos discos que me compré en los años 90 hasta la llegada del CD, encontré dos titulados Boom, en concreto el *Boom 4* y el *Boom 8*. Eran recopilaciones de lo mejor del año, y salían a la venta en Navidades, proponiéndose como inmejorable regalo para Reyes: solo *hits*.

Me di cuenta enseguida de que, de todos los discos que tengo, esos dos son los mejores, pues son los únicos que hablan de mí. Tener *Automatic for the People*, de REM, solo indica que estabas a la moda; tener cualquiera de los Beatles o el *Bitches Brew*, de Miles Davis, solo revela un intento de asentar una discoteca canónica. Pero tener el *Boom 4* dice que no sabías nada de música; dice que, con todo, querías saber; y dice además que elegiste el camino equivocado, dos veces, pues también tienes el *Boom 8*. Comprar aquel recopilatorio de nombre delirante era cutre, pero tenerlo hoy resulta sensacional.

---

[12]. Alfaguara, Madrid, 2018.

[13]. La foto de la solapa de *Estrella distante* (1996), donde Bolaño aparece con los ojos casi cerrados y pésimamente encuadrado, la hizo su hijo pequeño cuando contaba seis años.

[14]. Las hojas de devolución me recuerdan, no sé por qué, otra cutrez relacionada con los libros: el hecho de forrarlos. Ya sea con el plástico escolar de aquellos libros de texto de EGB, ya sea con papel de periódico o papel verjurado que usan algunos usuarios del transporte público que, por lo que sea, no quieren que los demás sepamos lo que están leyendo, cubrir los libros con material barato y nada favorecedor tiene algo de pobre y algo de modoso: la cultura como secreto.

## Capítulo 11

### Ignatius Farray y el espectáculo cutre

A finales de 2020, Ignatius Farray publicó su primer libro, *Vive como un mendigo, baila como un rey*, una autobiografía aderezada con dibujitos y fotografías familiares que suponía la constatación de su fama como cómico en la sociedad española. Farray había cruzado la línea, como los ex presidentes del gobierno, como Antonio Banderas, como Julio Iglesias o como Messi. Su vida merecía un libro, había mucha gente esperando ese libro y solo podía ser un éxito.

Las autobiografías de los famosos se diferencian de la literatura autobiográfica en que esta última no la ha pedido nadie. Manuel Vilas escribió *Ordessa* porque quiso y a ver qué pasaba. Belén Esteban, Ignatius Farray o Andrés Iniesta escriben sus vidas sabiendo perfectamente lo que va a suceder. Se trata de libros que se ponen en circulación como carnés de una hermandad o feligresía, y que la gente comprará siempre como tales: un documento público que acredite su filiación, su devoción incluso por una figura pública, su agradecimiento. En el cien por ciento de los casos son libros de encargo; en un porcentaje también muy elevado están escritos con bastante ayuda. Nadie espera que un futbolista sepa escribir un libro.

El de Ignatius Farray se vendió maravillosamente porque decenas de miles de fans del cómico querían tener algo de él, meterlo en su casa o exhibir su afecto por el humorista más de moda en la radio, la televisión e Internet. Farray ya no necesitaba el dinero que podía darle el libro cuando el libro llegó, que es la premisa fundamental de todos estos libros: son el excedente de la fama.

El camino de Juan Ignacio Delgado Alemany hasta alcanzar ese hito de celulosa y cartón donde nos cuenta cosas que, años antes, a nadie le hubieran importado lo más mínimo ha sido largo y coherente: siempre cutre. Incluso el hecho de ser famoso y, en alguna medida, rico, no puede descabalarle de la cutrez como modo de presentarse al mundo, pues sería como si Iniesta fallara el gol a Holanda en las repeticiones de la jugada. Farray empezó cutre, siguió cutre, triunfó cutre y ahora no puede desentenderse de todo ese cutrerío. Esencialmente está encerrado en él, vive para ser cutre.

En el prólogo de su libro, Farray dice vivir en un piso caro de Malasaña en cuyo salón ha puesto un palet de obra. Este rompedor objeto no solo desentona en un espacio doméstico, sino que conecta ese espacio lujoso con lo popular. Por muy bien que le vaya, Farray tiene que mantener algún vínculo con la calle, la menestralía y el barrio. También se retrata a sí mismo en calzoncillos bebiendo cerveza por la casa, pues la clave de su situación profesional la tiene clara: «el éxito no está reñido con el *keep it cutre*».

Mantenlo cutre, persiste pordiosero, así empezaste.

Farray no era más que otro cómico secundario que no parecía el más prometedor dentro de la

hornada de humoristas que apareció alrededor de Joaquín Reyes, el auténtico cómico líder. Su papel como «loco de las coles» carecía de discurso y puso en circulación su mueca carismática: el grito sordo. Farray abría mucho la boca sin que de ella saliera ningún sonido. Eso era todo, eso era Farray.

Con los años *La hora chanante* y *Muchachada nui* pasaron de moda y los integrantes de aquellos programas de humor absurdo se dispersaron por el amplio abanico de oportunidades para fracasar de que dispone su profesión. Fracasar en la tele o en la radio, en el teatro, en pequeños escenarios de *stand up* o en Internet. Ignatius dejó atrás el grito sordo a base de elaborar monólogos donde se cruzaban todas las líneas rojas de la corrección política, la moral consabida o el respeto por el público. Sus *performances* no eran muy elaboradas verbalmente, es decir, no ofrecían un texto impecable que, puesto por escrito, hiciera gracia, sino una especie de palabrería terrorista donde no decir nada, repetir la misma frase veinte o treinta veces o dedicarle obscenidades a una pareja en el patio de butacas moviera a la risa. Todas iban acompañadas de elementos cutres, desde la vestimenta del cómico —inmejorablemente unos gayumbos como de los años 90— a cualquier objeto comprado en un comercio chino. Farray reciclaba en sus espectáculos la iconografía popular de su infancia y adolescencia en las Islas Canarias, plenamente reconocible y emotiva.

Siempre despeinado, gordo, desaseado y repulsivo, Farray grababa vídeos en los bloques de viviendas de Móstoles donde vivía, al compás del eslogan «hay un muchachito nuevo en el barrio» (*new kid on the block*), ofrecía monólogos en los baretos y tugurios más sórdidos de la provincia española, se fotografiaba semidesnudo exhibiendo su cuerpo seboso, mordía cosas, chupaba cosas, se arrojaba cosas encima, acuchillaba sillones, exhibía juguetes sexuales, salía en calzoncillos y daba todo el asco posible. Veinticuatro horas al día pensando qué hacer sobre un escenario, qué llevar a la radio, qué exhibir en televisión, qué poner en Twitter, cómo desentonar con el mundo. Ignatius Farray nos descubrió que generar rechazo puede ser divertido.

Hay una larga, casi apabullante, tradición de cutrerío en el humor español, donde lo que no abundan desde luego son los cómicos elegantes, de fina estampa, trajeados a la manera del gallego —y excelente monologuista— Miguel Lago, por ejemplo. Lo normal es la vestimenta, no ya estrafalaria, sino directamente penosa.

Desde mediados de los 60 e incluso antes, el cómico en España parece una versión moderna del pícaro. Hambriento como aquel, su necesidad de sustento le lleva a contar chistes, hacer el ridículo y disimular que poco a poco se ha hecho millonario. Gila era cutre, Lina Morgan era cutre y Fernando Esteso sigue siendo cutrísimo. Luego, al morirse, da como susto la cantidad de dinero que tienen. Toda su vida fue de fidelidad a la mueca del mendigo, al atuendo de trabajarse la desgracia.

El dúo Tip y Coll, aunque vistieran habitualmente con chaqué, resultaba también cutre y populachero. Muchos de estos humoristas eran de provincias, y basaban su humor precisamente en subrayar su carácter periférico, desde el acento y el vocabulario que empleaban para ejecutar sus chanzas a la ropa y los personajes de sus historias. Chiquito de la Calzada tenía su propio idioma. *Muchachada nui* o las imitaciones de José Mota se aprovisionaban de la secreta suerte de ser de Albacete. Martes y Trece no triunfaba nunca más que cuando apelaba a la llaneza doméstica (las croquetas de Móstoles) o a los juegos de palabras que bien podrían ser lapsus de gente corriente («es algo que hay que tener en Cuenca»). Santiago Segura recurrió al cutrerío más pringoso para su exitoso personaje policial, Torrente.

Uno de los referentes confesos de Ignatius Farray es Faemino y Cansado. Su humor también

incidía en lo absurdo y lo cotidiano, como prueba esa propuesta de desayunar «magdalenas con Redoxon» que hicieron famosa en los 90: el desayuno de los campeones cutres. Necesitados de un escenario poco glamuroso, tirando a trastero, casi vacío o pertrechado de cosas sueltas sin gran empaque estético (puertas, luces de neón, mesas y sillas disparejas), Faemino y Cansado se presentaban ante el público con chaquetas demasiado grandes y muy llamativas, coloridos tirantes inútiles y peinados como de camareros de ese bar de Usera que todo el mundo daba por cerrado. Sus caras y su tono de voz parecían demasiado reales, de vecino del tercero izquierda, uno no muy en regla con la vida, en contraste con lo que solemos esperar de alguien que trabaja sobre las tablas: gimnasio, ropa cara, cirugía estética, fundas de porcelana; en fin, distancia y elevación.

En realidad, su humor, como el de Farray, nos parece impensable sobre un escenario mítico, un teatro, el Albert Hall de Londres (que a veces recibe monologuistas, como Bill Burr), pues esas humildes figuras necesitan del calor de lo cutre, de un paisaje misérrimo que las acompañe, inmejorablemente un bar o un teatrillo, la sala Clamores de Madrid, templo artístico de Faemino y Cansado aún hoy.

Cuando tuvieron programa propio en la televisión, no pudieron hacer otra cosa que destacar la anomalía, y lo llamaron *El orgullo del Tercer Mundo* (1993-1994). Debían denotar desde el principio que ellos no pintaban mucho en ese medio. Somos muy cutres, parecían avisar a los telespectadores, y no vamos a dejar de serlo («orgullo») por mucho que salgamos en La 2.

Javier Cansado ha tenido una trayectoria muy exitosa fuera del dueto cómico, y aparece en varios programas de radio y de televisión de pago. También es muy activo en redes sociales, donde ha hecho pública su impensable afición por los soldaditos de plomo. Nunca ha abandonado su *look* de hombre corriente, si acaso lleva desde hace décadas el pelo corto, y a veces le da por ponerse algún atuendo estrafalario, por los buenos tiempos. Uno de los capítulos de *Ilustres ignorantes* en 2015 (Canal +, Movistar) lo dedicaron a «Ser cutre». «Yo he hecho muchos cutreríos, pero por supervivencia», confesaba Cansado.

La apariencia cutre en los cómicos españoles no es tan peculiar como parece, pues apunta a una tradición claramente delimitada, que empieza con el bufón. Ya los bufones vestían de una manera llamativa, no elegante, que anticipaba su deseo de romper las normas. El humor siempre ha sido una sorpresa crítica, una forma incluso de nombrar lo prohibido sin acabar en la cárcel. Por eso es recomendable que a uno se le note la desfachatez, la insolencia o la locura nada más verle. La indumentaria cutre, como el traje del payaso, te señala enseguida fuera de la norma, te diferencia y, al mismo tiempo, te da cierta bula: si eres distinto seguramente tendrás cosas distintas que decir. Situado al margen, todo lo que digas se puede perdonar.

Barragán fue un cómico aragonés que llevó el cutrerío al extremo. Actuaba en la misma época y en los mismos platós que Marianico el Corto, otro humorista de aquella tierra, que rompió moldes al presentarse como un cateto de pueblo, aprisionado por su boina y su chaleco, con cachava y acento de pastor de ovejas, y chistes que muchas veces no salían del corral o la pista rural. Barragán, por su parte, lucía directamente de mendigo, uno diría que recuerda hasta los piojos saltando por su cabeza y las moscas revoloteando alrededor de su boina, hecha jirones y por la que sobresalía un pelo sucio y lacio. Con gafas de culo de botella, dientes faltantes y la cara como carbonatada por alguna enfermedad, su presencia era imponente en su pequeñez y su miseria. Hacía mucha gracia ver a un tipo así por televisión, antes incluso de que dijera nada. A diferencia de Farray, Barragán llevaba siempre la misma ropa, tenía su uniforme de cómico, su disfraz, lo que en principio puede parecer todavía más cutre que llevar en cada ocasión una ropa

cutre diferente. No es así: el más cutre es Farray porque sabes que esas pintas desastradas son las que luce en su día a día.

De Marianico el Corto se estrenó una serie en 2020, *El último show*, centrada en la parte menos publicitada de la vida artística: la tristeza del olvido. Ser cutre siendo famoso, y no digamos ser famoso por ser cutre, no acaba nunca de dar pena. Ya hemos visto, en el caso de actores y cantantes, o empresarios tecnológicos, cómo el dinero alivia muchas de las obligaciones sociales más comunes. Siendo alguien, puedes ir por ahí como te dé la gana, la gente no juzga tu aspecto si sabe que sales por la tele, si te ha visto en decenas de ocasiones en películas o en los carteles de los teatros, o si recuerda que en realidad eres millonario; solo ve a alguien famoso que, precisamente por su fama y su patrimonio, puede romper la etiqueta. Incluso si no sabes quién es alguien, al verle vestido de una forma poco atildada en un contexto de cierta altura social, te preguntas quién será, cuán famoso o poderoso será para poder ir en camiseta y bermudas cuando todos los demás lucen traje y corbata. Seguramente en una reunión donde todos van con traje y corbata menos uno, este es el que más manda.

La fama del cómico o del presentador televisivo de programas de entretenimiento no dura para siempre, pero su desalojo de la primera línea no conlleva necesariamente acabar metido en casa, viendo en la tele a los que le han sustituido. Hay un largo descenso paulatino que lo va alejando del centro de la fama, escalón a escalón, una tele regional, una tele local, un cabaret en Marbella o Torremolinos. Es, sin duda, el momento donde lo cutre se conoce a sí mismo, donde el cómico cutre regresa en realidad a su origen. Y donde los auténticos fans de lo cutre se manifiestan, pues acuden a donde sea que actúe ahora el famoso caído en desgracia para volver a verle.

La escritora madrileña Jimina Sabadú ha tratado en varias novelas los arrabales del espectáculo, estos personajillos, diríamos, tan encantadores y un punto sórdidos; actores secundarios, presentadores venidos a menos, cómicos que se bajaron de la gran ola y surfean hacia su jubilación por la periferia del éxito. «Es un mundo que frecuento mucho», reconocía en una entrevista. «Cuando no les ríen las gracias es cuando te das cuenta de lo ingeniosos que son, o que eran, al margen de la fortuna que hayan tenido. Gracias a esta afición a la noche profunda he visto también que la continuidad de la fama reside en rodearte solo de otros como tú. Y en tener claro que al menos dos de la cuchipandi tienen que ser famosos del ahora[15]».

Hacer de la cutrez espectáculo no es privativo de los cómicos, y hoy existe mucha televisión de éxito basada en la falta de profesionalidad, de modales y de conocimientos. La telebasura, sin ir más lejos. También los canales regionales y las cadenas locales suelen parecerse a los cutres, normalmente por falta de presupuesto y de actualización: hacen tele como se hacía diez o quince años antes en los canales privados. Pero la tele local no quiere ser moderna, sino reconocible. Sus espectadores son muy concretos, apenas una provincia o un puñado de ellas. Su marca distintiva en la parrilla es que, si eres de un determinado lugar, sabes que por una vez van a hablar de ti. Nuevamente, lo cutre apunta a lo popular y entrañable, y en estos canales se abunda en todo lo rancio, tradicional e identitario. Son televisiones basadas en la autoestima, donde un festival de cine en la plaza de la capital recibe más atención que el festival de Cannes, y una gran comilona de paella, tortilla o legumbres locales, más minutos que un golpe de Estado. Su audiencia puede ser diminuta, pero, más que fiel, es afín y hasta elitista. Recuerdo que mis padres no acababan de creerse ningún logro mío, por mucho que saliera en *El País* o en *La Ser*, hasta que no lo veían confirmado en *El adelantado de Segovia* o en *TeleSegovia*. Que la noticia (un nuevo libro, algún premio) apareciera en estos medios segovianos dos meses después no hacía sino revelarles su verdadera importancia.

Sin embargo, el gran canal cutre de televisión de nuestro país fue uno mucho más potente, de ámbito nacional y hoy convertido en una tentativa constante de sofisticación. Me refiero a La 2. Se fundó con el terrible nombre UHF, en 1965, aunque sus emisiones regulares empezaron al año siguiente. Frecuencia ultra-alta (Ultra High Frequency) era el nombre de su enternecedora tecnología, que hoy suena como de los Power Rangers. «¿Qué echan en el UHF?», dijeron nuestros padres durante veinticinco años, hasta que se rebautizó como La 2, «para una inmensa minoría».

Sus contenidos no distaban mucho al principio de los propios de un canal regional, con programas como *Conozca usted España* (1966-1969) o emisiones de películas en blanco y negro o poco conocidas o de interés menor. (Es fascinante la cantidad de películas malas que ponen en los canales provinciales cuyo único gancho para la audiencia es que actúe en ellas determinado actor o actriz mucho antes de volverse famoso). También apostaron pronto por la música clásica y el teatro, que siempre ha quedado muy cutre retransmitido por televisión.

Calificado como «el canalillo» por su bajo presupuesto y su condición subalterna, el UHF sacó adelante muchos programas que no eran otra cosa que gente hablando. Los míticos *La clave* (1976-1985), de José Luis Balbín, sobre actualidad política, y *A fondo* (1976-1981), de Joaquín Soler Serrano, donde se entrevistaba a escritores o cineastas, dieron al canal ese aire docto y aburrido, desangelado, que solo generan cuatro o cinco personas alrededor de una mesa tratando de decir algo interesante mientras mesas, sillas, alguna planta y un fondo como de academia de conducir de provincias van poco a poco cayendo sobre ellos y devorando su protagonismo. Los espacios «educativos» siempre fueron de lo más deprimente en La 2, incluso hoy en día.

Con la llegada de los 80, el UHF vivió su edad dorada, aunque en realidad sería más adecuado hablar de edad salvaje. Si lo cutre revitalizaba el cine y la música, con artistas (Almodóvar, Kaka de Luxe) que no sabían lo que hacían, pero lo hacían con todo el entusiasmo del mundo, sin obstáculos morales o políticos, la segunda cadena de la televisión pública fue el lugar donde estos artistas y esta energía encontraron su lugar y, en definitiva, su registro. Frente al espacio musical *Aplauso* en TVE-1, *Popgrama* inició a finales de los 70 el desembarco de la cultura callejera (entonces no la hubieran llamado «urbana») en la tele pública, que además era la única televisión que existía. *Aplauso* era un programa para toda la familia, derrochón y pomposo, con un gran escenario lleno de juegos lumínicos al que solo se subían artistas de postín. *Popgrama*, por su parte, se hacía desde tres sillas como de terraza de Malasaña y con una apretada cartelera de fondo donde se exhibía el nombre del programa en letras inspiradas por el cómic y el grafiti junto a afiches de todo tipo, conciertos en directo, imágenes de Batman y Robin, una diana... La cortinilla inicial abundaba en este batiburrillo de referencias y proponía un lema de lo más inocentón (visto hoy): «ROCK & ROLLO». Presentadores melencidos y poco aseados (Moncho Alpuente, Carlos Tena) completaban una propuesta de tiradillo para tratar de contar el resurgir juvenil de la época.

Curiosamente, aunque no competían entre sí, a veces el espíritu del UHF o TVE-2 (como se la llamó desde 1983) contagiaba a TVE-1. Así, los responsables de *Popgrama* fueron promocionados a la primera cadena, donde hicieron *Caja de ritmos*, es decir, un poco lo mismo de antes. El nuevo espacio de música pop rock se estrenó el 9 de abril y, para el día 16, ya se había cancelado. El sábado siguiente, día 23, fue sustituido por una corrida de toros. La retirada del espacio se debió a una denuncia de la Fiscalía General del Estado por escándalo público. *Caja de ritmos* había emitido el videoclip *Me gusta ser una zorra*, de Las Vulpes.

El grupo vasco, formado exclusivamente por mujeres, aparecía sobre el escenario de un garito

oscuro con ropa rota y mucha actitud cantando cosas como «prefiero masturbarme yo sola en mi cama/ antes de acostarme con quien me hable del mañana» y gritando varias veces «¡cabrón!», así como «me gusta ser una zorra» al compás de un guitarrero plagiado sin complejos de *I wanna be your dog*, de Iggy Pop. En el videoclip se veía también a cuatro moteros de masculinidad casi paródica (gafas de sol, chupas de cuero, botas; manos en los bolsillos) circulando por la ciudad hasta detenerse frente a una tienda en cuyo escaparate se exponían, de hecho, las cuatro chicas del grupo bajo el letrero «Zorras de lujo». Los chicos «adquirían» a las zorras de lujo y las montaban en las grupas de sus motocicletas para seguir recorriendo virilmente el centro de la ciudad. El videoclip mismo empezaba con una errata, Las Vulpess, escrito con dos eses, pues así figuraba en la portada del disco, pero no porque fueran dos S, sino porque la S había sido sustituida por el símbolo de las SS nazis, las runas armanen.

La explicitud de la letra provocó el terremoto social, que llegó incluso al Congreso de los Diputados y tuvo entretenido a todo el país, sin necesidad de redes sociales, durante varios días. Hoy se recuerda el asunto con llamativa condescendencia, como si aquella España se escandalizara por cualquier cosa y ahora mismo *Me gusta ser una zorra* ya hubiera sido superado. De hecho, es al revés. En nuestro tiempo ninguna televisión emitiría un videoclip donde se hable de masturbarse o de follar, o se pronuncie siquiera la palabra «cabrón», y no digamos «polla». Por no hablar de la lectura feminista que arroja que las propias mujeres de la banda se venden como «zorras de lujo» a cuatro hombretones, que en nuestro tiempo no dejaría de ser criticado y afeado hasta lograr la estigmatización del grupo, incluso aunque se disculparan públicamente. Hasta el título de la canción conllevaría reacciones en ese sentido, por no mencionar la doble S filonazi.

El cutrerío de esta mítica pieza televisiva no está solo en el plagio de la canción, el amateurismo del grupo y del propio videoclip o en esa errata cometida al sobrescribir el nombre de la banda, sino en el hecho de que, como pasaba entonces también con la industria alimentaria, no había tantos controles, tantas normas, tantas sensibilidades y tanta plastificación de la vida. Hacían la tele uno que iba y sus amigos, realmente a la buena de Dios, tirando de ocurrencias e improvisaciones, y por eso hay más humor y más sustancia en estos documentos que en lo que se lleva produciendo en el audiovisual del siglo XXI, donde nada escapa a la revisión más puritana y artificiosa. El loco anuncio apocalíptico de Fernando Arrabal en el programa *La noche* de Fernando Sánchez Dragó, también en TVE-1, bebe de las mismas carencias. Presentarse a un programa borracho, vestido de cualquier manera, moverse por el plató como si fuera la casa de un amigo, volcar una mesa, dar besos a otro contertulio, abandonar el lugar hasta desplomarse fuera de plano. «El milenarismo va a llegar». Solo una televisión cutre permite que esto suceda de verdad. La audiencia era más feliz. No salía dañada, como se presupone hoy en día. En aquellos años 80 recuerdo ver cada tarde en TVE-2 el programa *Plastic*, presentado por Tinet Rubira (que muchos años después armaría Operación Triunfo) y David Bagés. Eran dos chiquillos a los que todo les daba igual, que se reían de los invitados, a los que entrevistaban sin saber casi inglés (Wendy James, por ejemplo), y que daban paso a actuaciones en directo demenciales, como Siniestro Total cantando «Cuánta puta y yo qué viejo», en un plató desordenado y absurdo. Esta actuación no provocó ningún escándalo político ni traumó a una generación de adolescentes, como podría deducirse de una letra que decía: «Zumo de naranja en las tetas de la negra» y donde se repetía decenas de veces «cuánta puta y yo qué viejo». Igualmente, *La bola de cristal* no nos dejó secuelas, por mucho que fuera un programa infantil

del primer canal en la mañana de los sábados donde se mezclaban marionetas de baratillo y marxismo, también de baratillo, y lugar de paso habitual de cantantes, actores y presentadores que empezaban en el mundo del espectáculo y creaban *sketches* seguramente después de una noche muy larga sobre barras de bar cada vez más cortas. Los niños estábamos en esas manos, y no era singularmente tóxico. Fue mucho peor para nosotros lo que vino después. Miriam Díaz Aroca y Leticia Savater fue lo que vino después.

Dado que lo cutre está siempre a un paso de lo *cool* o lo guay, y que ejerce a menudo como antesala de la mayor de las sofisticaciones, la conversión de La 2 desde el antipático UHF en el canal molón que hoy podemos sintonizar no supone sorpresa alguna. Desde hace un par de décadas, fuera de algunos programas populares, lo cutre ha sido desterrado del segundo canal público y sustituido por la tendencia. La semilla de esta metamorfosis bien podría estar en *Metrópolis* (1985), el programa más exquisito de La 2 en sus años de transición. *Documentos TV* (1986) también contribuyó, por otra parte, a dar cierta pátina intelectual a su parrilla. Ambos programas siguen emitiéndose.

Los años 90 fueron fascinantes para el canal, pues durante ese periodo se generó la psicosis colectiva de que solo emitía documentales de naturaleza. TVE-2 significaba apareamientos animales, inmensas sabanas y desiertos y olas rompiendo contra las rocas y salpicando el objetivo de la cámara. Con el surgimiento y éxito apabullante de la telebasura (desde los programas del corazón a los *late night* bizarros, pasando por el sensacionalismo de la más baja condición), se volvió un lugar común entre millones de ciudadanos criticar esa nueva televisión sentimental (a la que obviamente todos eran adictos) señalando hipócritamente las virtudes de TVE-2, que invariablemente se resumían en sus documentales sobre África, el Amazonas, los leones y las hienas, que por supuesto nadie veía. Finalmente, el siglo XXI confirmó a La 2 como el canal de la ideología identitaria y la justicia social, los documentales de lo mismo, las películas clásicas y los programas de entretenimiento simpáticos y progresistas. Cutres serían ahora todos los demás.

El éxito de un espacio como *Cachitos* (2013), sin embargo, tiene que ver con esas raíces callejeras y cochambrosas del canal, y con los años adolescentes que pasó viendo la tele la gente que ahora ya supera los cuarenta. La gracia de *Cachitos* no está en contemplar un aquelarre de actuaciones en directo extravagantes o insólitas, sino en saber que uno estuvo expuesto a ellas en la más tierna edad. Como popurrí de recortes televisivos musicales, *Cachitos* comparte las guías básicas de lo cutre que aquí defendemos: la nostalgia, la pobreza y la improvisación. Su selección es de momentos de gran autenticidad más que de momentos de gran televisión. De hecho, cuando el *collage* incluye piezas de los años 90 o posteriores, el interés decae, pues se nota ya el barniz excesivamente profesional y la intención más calculada de todos los participantes. Hoy mismo es difícil encontrar en la televisión algo que no sea artificial.

Así, la nostalgia ha sido sustituida por una contemporaneidad inacabable, uniforme y de difícil manejo, pues todo nos apela y nos incumbe, suceda en Francia o en Estados Unidos. Y todo es aniquilado enseguida por la actualidad, que es como el filo de cuchillo de lo contemporáneo. La pobreza, de hecho, está muy mal vista en la tele, donde abunda el lujo, el dispendio y la obscenidad consumista. La improvisación, por su parte, existe, pero siempre guionizada y fingida, siendo esa adulteración de lo accidental la esencia misma de la televisión moderna. Todo tiene que parecer real y en directo, y se considera ya gran televisión la que produce realidad de

modo más indistinguible de la realidad misma.

Los programas del corazón se establecieron en nuestro país en los años 90, dando comienzo a una tendencia de sentimentalismo abrasivo que sigue copando los *rankings* de programas más vistos. Para muchos, serían hoy la televisión más cutre que existe. Gente que malmete constantemente, revela su vida sexual o la de otros, finge enfermedades mortales o las exhibe impudicamente; insultos y desprecios y llamadas ofendidas por teléfono, que entran en directo, cocaína por todos lados, sensación permanente de «costra», de estar ante algo revenido y purulento, la trastienda moral del mundo; eso sí, con espectaculares escenarios e indumentarias.

Sin embargo, son los programas —junto con los debates políticos— que más cerca están de parecer verdad, pues se hacen en directo y en ellos suceden siempre cosas que nadie espera, que impactan o descolocan, como el consabido abandono del plató por parte de alguien. La primera vez que yo vi uno de estos mutis tan efectistas fue en *Moros y cristianos* (1997), una tertulia de asuntos de actualidad presentada por Javier Sardá. Allí se hizo famoso el padre Apeles, un cura de contrastada locuacidad, y gran polemista. Un día abandonó el plató, con cualquier excusa, y anunciando además que no volvería a la semana siguiente. Años después (recordemos la historia de Ella baila sola y sus conciertos en El Retiro), en una entrevista, reveló que simplemente no iba a poder acudir al programa, de modo que fabricó todo el aparataje dramático para sacar rédito de su obligada ausencia. Esto, muy exactamente, es la televisión.

A pesar de la repugnancia que me provocan los programas del corazón, no hay que desatender el hecho de que su atractivo en gran medida procede de lo cutre, es decir, de ciertas dosis de realidad. El surgimiento de personajes como el padre Apeles o la Veneno no es completamente artificioso, sino que apunta a una exploración de tipos humanos que realmente existen, y que la tele devorará y devolverá hechos jirones a sus lugares de origen, un bar, una parroquia, un club de alterne o el puro arroyo. Son gente demasiado real como para creérsela, pero todos hemos conocido a personas así de estafalarias o piradas o libidinosas. En ese sentido, la telebasura da visibilidad a lo cutre, bien que para su ridiculización y aniquilamiento, pero evita que la pequeña pantalla sea solo el lugar de gente guapa de clase media alta hablando de sus cosas.

Desde hace años, de hecho, sigo un programa de televisión que comparte muchas de las características de esos otros programas de televisión que rehúyo. Se trata de *El Chiringuito* (2014). Es esta una adicción tan vergonzosa e inocua como cualquier otra.

Conducido por Josep Pedrerol, *El Chiringuito* se propone como un programa sobre fútbol, pero en el fondo es un *reality* para hombres. Si la prensa deportiva fue siempre la contraparte de la prensa del corazón (esta para mujeres, aquella para hombres, pero básicamente indistinguibles en sus estrategias narrativas y en su insustancialidad: alguien famoso ha dicho algo de otro famoso; tal futbolista ha dicho algo de otro futbolista...), *El Chiringuito* es la versión masculina de *Sálvame*, con el agravante de que *Sálvame* por lo menos no engaña a nadie.

Aficionado como soy al fútbol, ver *El Chiringuito* en horas de madrugada por culpa del insomnio me parecía a mí mismo un modo de seguir la actualidad de los equipos españoles, a través del humor y de algunas exclusivas. Sin embargo, poco a poco me fui dando cuenta de que mi fidelidad al programa no tenía nada que ver con la información o el análisis, la repetición de goles o los rumores de un fichaje estelar, sino con un *dramatis personae* muy bien articulado. *El Chiringuito* es una mezcla de *Gran Hermano* y de *sitcom*, pues, igual que en *Gran Hermano*, se puede eliminar a los tertulianos, simplemente porque no proporcionan audiencia y no se les llama para la siguiente temporada; y, como ocurre en las series, cada personaje va creciendo y tomando forma capítulo a capítulo, desvelando filias interpersonales y adquiriendo *tics* y

protagonizando en su caso escenas virales y antológicas.

Por ello, cada tertuliano de este programa de fútbol parece representar un estrato social exclusivo, siendo el primer filtro su equipo favorito. Sin embargo, el modo en el que hablan, su acento, sus neuras y sus gritos suponen un bagaje a tener en cuenta para su participación en el programa. De este modo, elegidos por ser andaluces o por ser de Madrid, por vestir siempre impecablemente o hacerlo de manera juvenil, los tertulianos van acentuando hasta lo paródico su propia idiosincrasia, hasta el punto de convertirse realmente en personajes que deben ser fieles a un rol, por mucho que ese rol parezca coincidir con su personalidad habitual. Por ello, en muchas ocasiones, acuden al programa con artículos llamativos, normalmente baratos y comprados en un chino o una tienda similar, plantas, gafas de sol, fotos enmarcadas... Todo para que el espectador se fije en ellos, los valide como participantes y, en definitiva, no los expulse. (En los programas de debate político sucede exactamente lo mismo, por cierto.)

El éxito o popularidad de *El Chiringuito* no solo tiene que ver con este racimo de personalidades un tanto estrambóticas que se juntan a gritarse y defender incluso contra toda evidencia a sus propios equipos de fútbol, sino con la práctica continuada del accidente como ideal televisivo. Algo tiene que pasar en el programa que nadie se esperara, que no estuviera en el guion y que rompa la profesionalidad y mansedumbre de la emisión. Pedrerol, muy hábilmente, conduce el espacio en esta dirección, deteniendo la cámara y la atención del televidente sobre todo lo que, de pronto, resulta chapucero. Así, si un corresponsal que entra en directo tiene detrás gente molestándole, eso se vuelve de pronto lo importante, se para el programa para ver quién molesta, qué dicen, si el corresponsal puede hablar con ellos o si —ojalá— los saboteadores desean intervenir en directo y dar más juego aún a la retransmisión. Es normal además que un tertuliano llegue tarde y sea maquillado mientras habla, que se le caiga el micrófono, que se caiga de la silla, que se le critique la ropa que trae o que se le ocurra de pronto sentarse en el suelo, junto al público o, claro, abandonar muy enfadado el programa. Todo ello da vida desde el cutrerío a *El Chiringuito* que, si tratara únicamente de fútbol y de alineaciones y de falsos nueve, tendría una audiencia mucho menor.

El espectáculo busca en lo cutre, en definitiva, la realidad, bien que por sus aristas más simpáticas, escandalosas o chocantes. Esto sirve, por un lado, para dialogar con el público, que obviamente no vive de teatro en teatro ni de plató en plató, adscrito a una vida de lujo o, cuando menos, de fama. Si no fuera así —y sucede a menudo, en realidad—, el espectáculo se ensimismaría hasta alcanzar el grandioso tamaño de un guisante de princesa. Se necesitan las palabras y las cosas y las nostalgias de la gente para que el producto que luego se les vende les apele e, incluso, les sirva de algo, como reflejo de sí mismos o como ilusión de relato propio. Pasa a menudo que una frase de un cómico o un *sketch* televisivo se incorpora naturalmente a las conversaciones de millones de personas, hasta tal punto que, transcurridos varios años esa humorada, o desplante o exabrupto llega a parecernos de origen directamente popular, y no forjado por un artista o tertuliano, del que ya nadie se acuerda. Por otro lado, lo cutre es en sí un espectáculo, una forma de mirar, y solo hace falta un productor o creador que nos lo señale y nos enseñe, en cierto sentido, a apreciarlo.

Es lo que sucede con el programa estadounidense *Storage Wars*, traducido en nuestra televisión como *¿Quién da más?* Con 12 temporadas en su haber, su éxito resulta fascinante, pues no dista mucho de un futuro espacio televisivo que se basara en los talleres mecánicos, las lavanderías o las escaleras del transporte público, sitios todos ellos que según los voy nombrando a voleo me parecen impermeables a cualquier aprovechamiento por la industria audiovisual.

¿Quién podía pensar que en los trasteros habría espectáculo? Se trata de lugares donde la gente deposita todas las cosas compradas y ya inútiles, o demasiado grandes para guardarlas en casa, o fruto de divorcios o de herencias, restos o posos de una vida. El creador de *Storage Wars*, Thom Beers, encontró la manera de que esos lugares grises, asépticos e invisibles se convirtieran en buena televisión, al descubrir que, cuando el cliente del trastero deja de pagar su alquiler, pasado un determinado tiempo, el dueño de los trasteros puede saldar impunemente sus pertenencias, y que había decenas de especialistas en este tipo de subastas, todos ellos gerentes de tiendas de segunda mano. Con ese material, sumamente cutre, Beers hizo un programa de televisión.

Al margen de la posible manipulación del contenido de los trasteros para asegurarse de que en ellos haya siempre algo que despierte la fascinación de la audiencia, lo cierto es que el levantamiento de la persiana de un trastero abandonado resulta épico y triste. De pronto, ante nuestros ojos aparece la vida resumida en muchas cosas abandonadas, casi todas ellas reconocibles y comunes, camas, somieres, sillas y mesas, cajas con vasos, cajas con libros, bicicletas con las ruedas desinfladas, juegos de mesa, muñecas, artículos que estuvieron de moda hace años y que nosotros también compramos y abandonamos, joyas de decoración heredadas de los abuelos que nos recuerdan nuestras propias pertenencias recibidas de los mayores y con las que tampoco supimos nunca muy bien qué hacer. Todo ese arsenal de objetos devorados por el tiempo, en su mayoría baratos y ordinarios, cutres en la medida en la que ya ni valen para lo que sea que valían cuando se compraron —y sin embargo fueron guardados— arroja un saldo sentimental muy hondo, como de funeral de un tiempo que ya pasó y que, aun así, sigue siendo nuestro.

---

[15]. Revista *Zenda*, 2020.

# **Epílogo**

**Escrito a mano**

## EPILOGO CUTRE

Escribo a mano.

Hoy escribir a mano es un recordatorio: me tiene que enseñar a hacer el niño que fui. Yo no sé ya escribir a mano, lo sabía de pequeño, ahora me pesa esa mano con la que escribo, el bolígrafo mismo, un bico ligero, el delirio de cada letra. La caligrafía propia es un castigo escolar, de adulto. Viene a ponerle contra la pared.

Ya no escribimos a mano, escribimos deprisa con teclados mullidos y en pantallas luminosas. Lo escrito a mano es cutre. Quien pone un cartel escrito a mano en la puerta de la oficina ("vuelvo en 5 minutos"), quien hace escrito a mano el menú del restaurante, quien utiliza folios para tomar apuntes en la universidad... Todo cutre. Las únicas cartas manuscritas que perduran son las que los niños envían a los Reyes Magos, pidiéndoles tecnología.

Escribir a mano es lento, laborioso, imperfecto. Se te tuerce el renglón, se te empujan las letras, te equivocas y tienes que tachar, y la tachadura queda ahí, delatora de tu torpeza. Nadie quiere ser lento hoy, torpe e imperfecto. Todos queremos ser sofisticados y veloces.

Lo cumbre de la caligrafía es que habla de ti, te expresa y te retrata. Tienes una letra fea, incomprensible o apenada. No sabes cómo se escribe una palabra, no sabes una tilde, ¿es una i o una j, eso? La caligrafía es autobiografía.

Por eso hay ternura en la letra a mano, en las cartas que una vez escribíamos y de pronto aparecen en un cajón, más ternura que en un folio mecanoscrito, impreso o fotocopiado. La escritura a mano no se puede fotocopiar, es un original evidente, queda en el trazo el tiempo, dice más la misma frase escrita a mano que en letras de molde. Lo dice todo.

La revisión de lo cutre me ha llevado a escribir a mano, a los bizcochos Noel y a mi infancia. Lo cutre quedará siempre como nostalgia. Es, además, un terrón irrefutable, pues todo es cutre alguna vez, para alguien o según qué modos.

Hag que reinse con lo cutre, eso es también importante. Me gusta lo cutre porque es gracioso.

Por ejemplo, aquel que recibe un regalo y no le gusta, y de inmediato se lo regala a otro es cutre, pero despierta mis simpatías. Me vió a gente llevar una camiseta hacia la escuela porque estaba sucia del lado correcto: me rei. Y me han hablado de una mujer que iba a trabajar con una blusa de la que colgaba la etiqueta de Zara y que, al ser advertida de ello, afirmó que su intención era devolver esa blusa a la tienda al día siguiente. Como no querían. Lo cutre siempre chava, es ecologista sin militancia, es anti-consumista sin hipocresía. Se hace gracia.

Hag que sea todo lo cutre que se pueda, amigos; hag que vuelva a escribir a mano la vida.

Madrid, 6 de diciembre de 2020

Escribo a mano.

Hoy escribir a mano es un reencuentro: me tiene que enseñar a hacerlo el niño que fui. Yo no sé ya escribir a mano, sabía de pequeño, ahora me pesa esa mano con la que escribo, el bolígrafo mismo, un bic ligero, el delineado de cada letra. La caligrafía propia es un castigo escolar, de adulto. Viene a ponerte contra la pared.

Ya no escribimos a mano, escribimos deprisa con teclados mullidos y en pantallas luminosas. Lo escrito a mano es cutre. Quien pone un cartel a mano en la puerta de la oficina *Vuelvo en 5 minutos*, quien ofrece escrito a mano el menú de su restaurante, quien utiliza folios para tomar apuntes en la universidad... Todos cutres. Las únicas cartas manuscritas que perduran son las que los niños envían a los Reyes Magos, pidiéndoles tecnología.

Escribir a mano es lento y laborioso, imperfecto. Se te tuerce el renglón, se te enredan las letras, te equivocas y tienes que tachar, y la tachadura queda ahí, delatora de tu torpeza. Nadie quiere ser lento hoy, torpe e imperfecto. Todos queremos ser sofisticados y veloces.

Lo cutre de la caligrafía es que habla de ti, te expresa y te retrata. Tienes una letra fea, incomprensible o agresiva. No sabes cómo se escribe una palabra, no pones una tilde, ¿es una i o una j, eso? La caligrafía es biográfica.

Por eso hay ternura en la letra a mano, en las cartas que una vez escribimos y de pronto aparecen en un cajón, más ternura que en un folio mecanoscrito, impreso o fotocopiado. La escritura a mano no se puede fotocopiar, es un original evidente, queda en el trazo el tiempo y el lugar donde fue realizado, dice más la misma frase escrita a mano que en letras de molde. Lo dice todo.

La revisión de lo cutre me ha llevado a escribir a mano, a los bizcochos Noel y a mi infancia. Lo cutre quedará siempre como nostalgia. Es, además, un tema inagotable, pues todo es cutre alguna vez, para alguien o según qué modas. Hay que reírse con lo cutre, eso es también importante. Me gusta lo cutre porque es gracioso.

Por ejemplo, aquel que recibe un regalo y no le gusta, y de inmediato se lo regala a otro es cutre, pero despierta mis simpatías. He visto a gente llevar una camiseta dada la vuelta porque estaba sucia del lado correcto: me reí. Y me han hablado de una mujer que iba a trabajar con una blusa de la que colgaba la etiqueta de Zara y que, al ser advertida de ello, afirmó que su intención era devolver esa blusa a la tienda al día siguiente. Cómo no quererlos. Lo cutre siempre ahorra, es ecologista sin militancia, es anticapitalista sin hipocresía. Se hace querer.

Hay que ser todo lo cutre que se pueda, amigos; hay que volver a escribir a mano la vida.

*Madrid, 6 de diciembre de 2020*