



CONTRACULTURA Y COMIC UNDERGROUND

MIGUEL ANGEL ARENAS

Es innegable —tanto que, como cualquier verdad demasiado repetida, se ha convertido en un lugar común— que la evolución en el campo de batalla del fenómeno cultural se produce siempre por luchas desgarradoras entre las distintas corrientes que van ocupando sucesivamente el punto de mira de la Cámara de Televisión Histórica, suplantando las vencedoras a las vencidas, y definiéndose por oposición a ellas. En este avance "a bandazos", parece regla común a todas las escuelas artísticas, sobre todo desde principios de este siglo, el rechazar por completo todos los logros de las anteriores, rechazar la totalidad de la cultura donde las vencidas se han desarrollado: es como si, no bastándoles tomar su puesto, quisieran también borrar hasta la memoria de su enemigo, y el solar de ideas donde ha crecido, se ha desarrollado y ha dejado su huella. Así, la cultura se disfraza hoy en día de "contracultura". Ciertamente este nombre no responde fielmente al fenómeno original, que

es traducción fonética, más que meditada, del anglosajón "counterculture", que tiene más bien un sentido de crítica y alternativa a la cultura oficial, que de rechazo total. Norteamérica —los USA— es un país muy joven; no posee, pues, las características de Europa o Asia, que han ido refinando el fenómeno cultural a lo largo de muchos siglos de evolución. Sin embargo, esto no es óbice para que los americanos actuales, descendientes cercanos de representantes de culturas más antiguas, hayan creado una cultura propia; ésta tiene, en muchas de sus manifestaciones, raíces europeas; por ejemplo, la novela actual americana sería inconcebible sin los aportes de la novelística inglesa, y su actual realidad depende incluso de los cambios sociales que afectaron a Inglaterra en los siglos dieciocho y diecinueve. Pero la evolución cultural de los Estados Unidos ha debido tomar nuevos derroteros, debido a las características de construcción y desarrollo de un país nuevo en un

continente que se iba explorando y descubriendo paulatinamente, y que no ha cesado hasta hace muy poco de expandir sus fronteras dentro del Continente. El fenómeno americano resulta un campo de trabajo maravilloso para cualquiera que se interese por el estudio de la evolución socio-cultural de un país desde su creación misma: nos encontramos frente a un país que, a través de solamente tres siglos de evolución, ha llegado a desarrollar una serie de características únicas y peculiares. Las "innovaciones americanas" nos presentan un punto de reflexión interesantísimo: la influencia recíproca que, a lo largo de la historia, han tenido la tecnología y los movimientos culturales y artísticos". La cultura norteamericana es cultura de masas, ante todo: la inmensidad de su territorio, su numerosa población de casi trescientos millones de habitantes, la hacen necesariamente así; además, el desarrollo de su industria y de su técnica ha hecho posible la difusión más

rápida de cualquier hecho cultural. Los medios técnicos de los que dispone esta nueva sociedad de industriales, comerciantes y guerreros, propician al mismo tiempo la aparición de nuevos medios de realización de la obra de arte: televisión, cine, comics, discos y cassettes, hacen posible la aparición de la famosa "cultura de la imagen", de fácil y rápida difusión, que tiene que resultar impactante —es su función principal— para tocar el área de receptores más amplia posible.

El "comic" surge de una unión entre literatura e imagen, bajo las características antes señaladas: es de consumo masivo —ha de ser, por lo tanto, sencillo de imagen y palabras— y de rápida difusión (la posterior sofisticación del comic ha venido de los países europeos, principalmente de Francia, Italia y España). Se produce en una sociedad que, bajo el disfraz de la democracia liberal, tiene sus fundamentos en el puritanismo más atroz. América— y esto lo han visto muy bien los más

lúcidos pensadores estadounidenses del momento, como el escritor William Burroughs es una sociedad regresiva, que ha vuelto al matriarcado más represor, en el que la mujer se convierte en guardiana del sexo, lo hace suyo, no permite que se juegue con él, e instaura una moralidad estricta y represiva, con sus correspondientes tabúes; todos los valores matriarcales influyen poderosamente en el comic americano, desde su nacimiento—claro es el ejemplo de Betty Bop, prohibida simplemente por ser mujer y minifaldita, cosa que las amas de casa norteamericanas y bienpensantes no podían permitir que saliese en un periódico que leía su marido— hasta los años sesenta.

Influyen también, desde luego, en el cine y en la música. Menos en esta última: hay que pensar que la música popular contemporánea americana proviene, en su mayor parte, del jazz, y que éste no tiene sus raíces en el matriarcado blanco dominante, sino en las tribus negras sojuzgadas que forman la base misma de la pirámide social americana; y que el jazz, tanto como el rock después, queda inmediatamente marcado por la impronta que en él ponen los grupos marginados— drogadictos, homosexuales y jóvenes en su mayor parte —y las naciones más inmediatamente sojuzgadas por el Imperio: indios, californianos, chicanos y portorriqueños. En cualquier caso, también la música— como el cine, la TV. y el comic —es manipulada por la industria, que es precisamente quien la difunde y le imprime su carácter masivo, y se convierte en trasmisor de las ideas del "Matriarcado Imperial"; además, el comic está quizá más marcado, que sus hermanas expresiones culturales, desde su nacimiento, por surgir directamente en un medio masivo y eminentemente comercial como es un diario.

La década de los sesenta puede ser menos prodigiosa de lo que afirman sus panegiristas; pero marca, desde luego, un punto en la cultura popular del que no hay retorno posible: la reuelta, primero en los Estados Unidos y luego en todo el mundo occidental, de los grupos marginados frente a la sociedad que les rodea, y la contestación de todo el entorno cultural. Jóvenes, usuarios de drogas no permitidas, homosexuales y miembros de todo ese continente de parias de la tierra que forma el más moderno subproletariado, se rebelan contra los dos tipos tradicionales de Jerarquía Tribal-

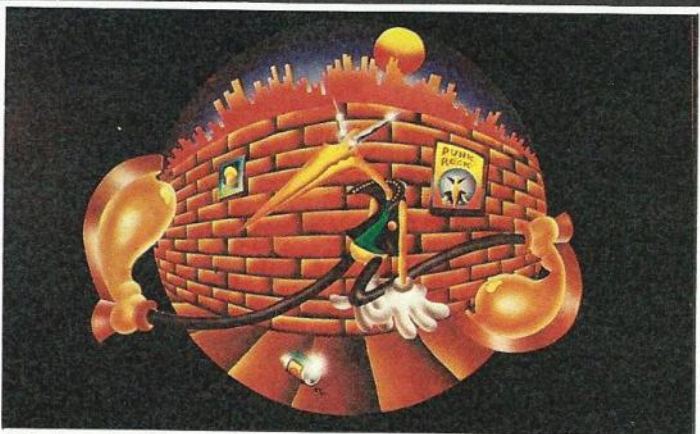
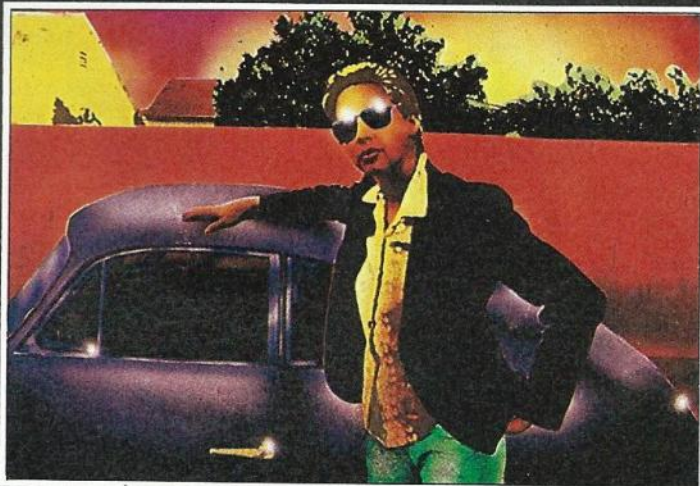
Estatat, el Matriarcado y el Patriarcado, y tratan de crear una sociedad y una cultura alternativa. La historia de los sesenta es la historia de la lucha de la contracultura, que crea y recupera formas pasadas, frente a la cultural-oficial-establecida que por medio de la industria integra rápidamente los hallazgos ajenos.

El llamado "comic underground" es uno de estos hallazgos, nace como un rechazo del comic industrial que difunde un mensaje conformista, recreándose en un principio en los tabúes habituales de la sociedad donde se mueve, retratando la verdadera realidad de un país—los Estados Unidos— desde un punto de vista diferente y disidente, aprovechando un lenguaje gráfico ya creado, y aprovechando de otra forma los aciertos anteriores, distinguiéndose claramente en su estética con un descarado cultivo del feísmo como base. Pero pronto vuelve esta forma de expresión a ser asimilada por la industria masiva, y las innovaciones de fondo y forma se convierten en nuevos clichés destinados al consumo, al ser privados del aguijón de la crítica revulsiva.

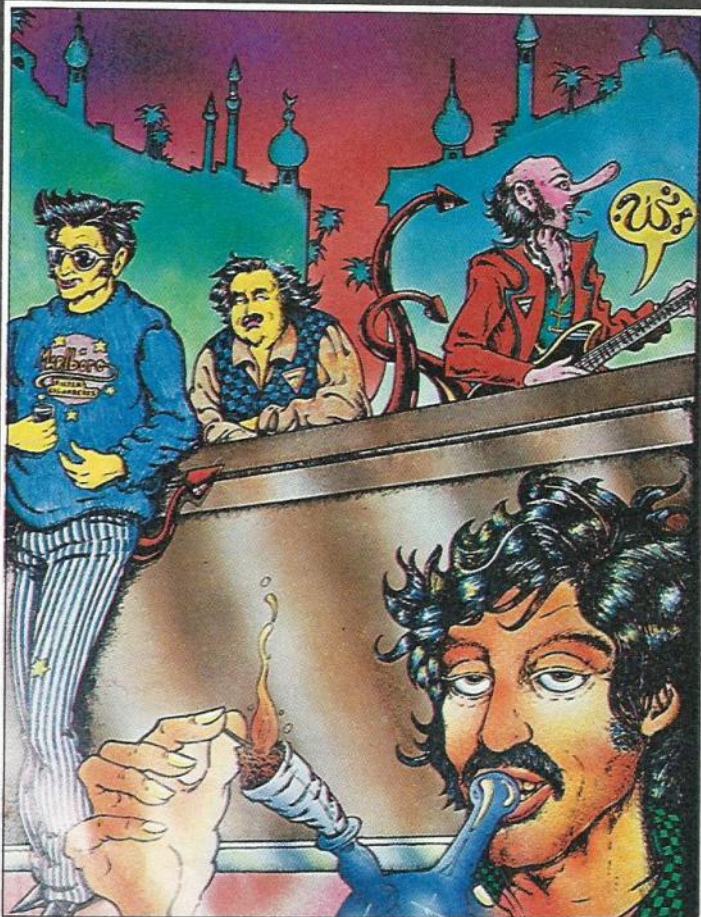
EL UNDERGROUND Y EL COMIC UNDERGROUND EN ESPAÑA

El fenómeno "Underground" llega a España con retraso, y en un contexto totalmente diferente del original. En el momento actual, podemos considerar a España como nación supeditada al Imperio USA, como una de sus provincias más lejanas, situada casi en los límites del Imperio. Es normal, por lo tanto, que las creaciones culturales nos lleguen tarde de allí; y más normal todavía que los espasmos de rebeldía de sus pueblos lleguen cuando ya han sido asimilados, digeridos, y convertidos en simple moda; es cierto que América, entre sus muchas materias de exportación, tiene sus propias potencialidades revolucionarias. Exporta, desde luego, bombas pensadas para destruirla, pero tiene el buen sentido de quitarles antes el detonador.

Por otra parte, acostumbrados como estamos aquí a nuestra situación de provincia cultural, por lo menos desde el siglo diecisiete, no podemos impedir tampoco que las novedades culturales nos lleguen pasando por el tamiz deformador de Francia, nuestra anterior patrona cultural. Así tenemos un fenómeno tan curioso como es el underground español, tal como



Dibujos de Montxo Algora.



Dibujo de Ceesepe.

se da sobre todo en Barcelona; esta ciudad, cercana a Europa de una manera geográfica, poseedora de un puerto de mar — y es sabido que casi todas las ciudades con puerto tienen, amén de una mayor libertad de costumbres, cierto cosmopolitismo venido del comercio continuo con extranjeros—, tiene también una burguesía ilustrada muy poderosa, quizás la clase cultural más avanzada del país. La burguesía catalana apoya, pues, cualquier forma de cultura, en su búsqueda de una identidad cuyas raíces ve en una cultura que es, en sus inicios, específicamente catalana, aunque también es provenzal, valenciana, balear y, sobre todo, mediterránea, pero que va poco a poco restringiéndose hasta ser primordialmente barcelonesa. El underground llega a Barcelona ya como una moda de consumo, cuando en sus países de origen lo han asimilado por completo; como una moda intelectual, debido a que ha pasado por el tamiz de los pensadores —dilettantes o profesionales— franceses, que la han diseccionado y la han provisto de un bagaje de significados abstrusos de los que carecía en un principio; la industria y la burguesía apoyan, aunque no con un gran despliegue de medios, todos estos nuevos fenómenos culturales, tratando así de convertirlos en cosa propia, de forjar con ellos la peculiaridad de la cultura catalana enfrentada al resto del país. Por esto, la etiqueta "underground" en Barcelona se aplica a una serie de productos culturales dotados de un fuerte respaldo industrial: música proveniente del rock —siempre en su faceta progresiva (esto es, más elitista)—, y publicaciones que, como *Star*, dedican su atención principalmente a la expresión por medio del comic, proliferan aunque de una forma lenta. Aparece incluso una revista como *Popular 1*, que no cito junto a estas otras manifestaciones culturales por simple mala leche, sino porque responde al mismo fenómeno: *Popular 1*, que debería ser objeto de un estudio en profundidad para cualquiera que se preocupe del desarrollo de la "cultura popular de importación, cultivadora de la mitomanía" en nuestro país, se caracteriza —igual que los demás productos de la nueva cultura burguesa, no sólo catalana sino de todo el país— por un alejamiento total de la realidad del país; se diría que es una revista de juguete, hecha solamente para solaz y diversión de quienes la manejan, y que

además tiene la ventaja de dar dinero. Aquí, la llamada contracultura es algo elitista, que sirve sobre todo para diversión de la burguesía. Se ha desvirtuado todo el potencial agresivo de una cultura popular, haciéndola simplemente dejar de ser popular.

En Madrid, el fenómeno ha sido distinto, tanto en su génesis como en su desarrollo —no se puede olvidar que aquí tenemos enclavada una base militar de nuestros conquistadores, que ha ejercido una notable influencia en la capital del reino— y aún es pronto, en cualquiera de los casos, para hablar de resultados finales. En la villa y corte, el subdesarrollo cultural es mucho mayor que en el resto de la Península —quizá podríamos exceptuar de esto a Cáceres—; Madrid se ve también despersonalizada por una política urbana absurda: se destruyen sus calles y edificios más representativos, y son sustituidos por bloques inmensos de metal, plástico y cemento; esto, además de no resolver ningún problema real, priva a la ciudad de su fisonomía auténtica. No existe una "burguesía madrileña", consciente de su existencia como tal, y el pueblo de Madrid ha sido desplazado continuamente por los emigrantes de otras provincias, que se desplazan a la capital, no sólo para encontrar trabajo, como es el caso de Barcelona, sino para resolver infinitos trámites administrativos, o también para entrar en la misma maquinaria administrativa. No podemos olvidar que Madrid es una ciudad que fue tomada en 1939, tras tres años de lucha; y que, desde entonces, ha sido remodelada por completo por los invasores, que comenzaron por someter a su población a unas medidas de represión en la vida cotidiana que todavía, después del paso de los años, continúan ejerciéndose. Por otra parte, amén de no tener una tradición de independencia, Madrid —y, por extensión, Castilla— no cuenta con un idioma original, como el catalán, que ayude a su población autóctona a mantener una identidad cerrada, impermeable a las influencias de los invasores, que se mezclan hasta llegar a fundirse con los primitivos madrileños. Madrid es, en este momento, crisol de España entera: si bien ha perdido su identidad, en sus calles se juntan y mezclan todos los caracteres nacionales, sometidos al fuego de la más brutal represión.

El llamado "underground" madrileño tiene que tener, por lo tanto, características propias,

diferentes al catalán, al valenciano o al sevillano —siendo estos dos últimos también muy importantes. Si bien es cierto que aquí también ha habido una élite de la alta y media burguesía que ha adoptado los modos y modas del "under" anglosajón, cuando éste ya era un producto más de consumo, nunca esta élite ha tenido posibilidades de difundir sus hallazgos, pues nunca se ha encontrado con el suficiente apoyo financiero. Ha muerto, pues, como moda —y llamo moda a aquel fenómeno industrial que hace que, por una temporada, se vendan cantidades masivas de un juguete, de un "gadget", de un "bibelot", o pasatiempo adecuado para las clases privilegiadas—, antes incluso de haber "estado de moda". En los últimos años sesenta, que fue cuando empezó a estar de moda el fenómeno underground en Cataluña, fue cuando murió de inanición en Madrid. Y ha vuelto a nacer ahora, a mediados de los setenta, con características absolutamente diferentes.

ROCK Y COMIC UNDERGROUND EN MADRID: UN RENACIMIENTO DE LA CULTURA DE MASAS

La nueva expresión madrileña tiene dos vertientes: rock y comic. Aunque la música y la imagen sean modos de expresión distintos, tienen —como artes—, problemas comunes. El primero, el más importante, es cómo difundirse, cómo llegar al público para el que están pensados; y también, cuál es ese público —común a ambos en el caso que nos ocupa— a quien tiene que llegar. Del enfrentamiento con estos dos problemas es de donde surge el llamado "underground" madrileño, haciendo más honor a su nombre que ninguno de los que lo han adoptado en España. Pues "underground" significa, precisamente, subterráneo, marginal o incluso clandestino; en el idioma original, se refiere sobre todo a las formas de distribución y difusión de los productos de la cultura marginal, que no encuentran cabida —bien por motivos de censura (represión a nivel estatal) o por rechazo de los medios "normales" de difusión (represión privada, por motivos morales o estéticos)— en los canales habituales por los que se distribuyen los productos de consumo cultural. Los rockeros de Madrid se han visto rechazados por la industria de la música popular —tanto es así que sus discos grabados pueden contarse con

los dedos de un pie, y aún sobrarían—; tienen, pues, que funcionar de forma precaria, con una pobreza de medios que, a la vez que dificulta su tarea, le da una nueva dimensión. Y lo mismo ha ocurrido con los dibujantes de comic: rechazados por los medios de comunicación bienpensantes —los únicos que aquí existen— y destrozados por una censura que es en Madrid especialmente fuerte, tal vez porque es aquí donde se encuentra su sede, han tenido que refugiarse en lo subterráneo, en lo clandestino, en círculos privados y restringidos, si es que querían dar alguna salida a su trabajo; pues es bien sabido que quien dibuja, escribe o hace música, tiene la comprensible manía de querer que su trabajo sea difundido y conocido: si no, se limitaría a la práctica mucho más "underground" de la masturbación o de la meditación trascendental; y se dice que existen incluso algunos dementes que pretenden vivir del producto de su trabajo.

El comic y el rock madrileños se dirigen también a un público común: voluntariamente o no, abandonan ambos el elitismo cultural y, con un lenguaje directo, se presentan como alternativas culturales válidas para el consumo de la masa juvenil popular. Los grupos de rock se ven obligados, para sobrevivir, a tocar en discotecas ("ballrooms", como los ingleses, de donde salieron los primeros grupos "beat"; como los americanos, donde los primeros músicos de rock hacían menear las caderas a los adolescentes del Mid-West), en bailongos de barriadas populares; aprenden allí un comportamiento y un lenguaje, un trato muy particular con el público. Aprenden también a poner en música y en canciones la problemática de su público, que es en realidad la suya propia. Los grupos de rock madrileño pueden ser escuchados en una discoteca de barrio o, más raramente, en un colegio mayor universitario, pero hasta ahora no admiten el intermedio del teatro burgués.

El comic está hecho para y por el mismo público que asiste a los conciertos de rock; no resulta extraño ni fuera de contexto que uno de los más representativos dibujantes madrileños, Ceesepe, diga en una entrevista a *El Wendigo*: "Sólo soy un rockandrolero frustrado." El comic que se practica en Madrid aprovecha del americano una estética basada en el cultivo del feísmo y de lo revulsivo; pero narra un mundo esencialmente español. Ahora bien,

no puede dejarse de lado la influencia que en la cultura española actual tiene la importación americana, anglosajona: no existiría comic en Madrid sin Robert Crum, sin **It u Oz Magazine**, sin **Actual**; pero tampoco sin **Pulgarcito** ni el **TBO**, donde los dibujantes modernos han aprendido a ver el reflejo caricaturesco de toda una sociedad.

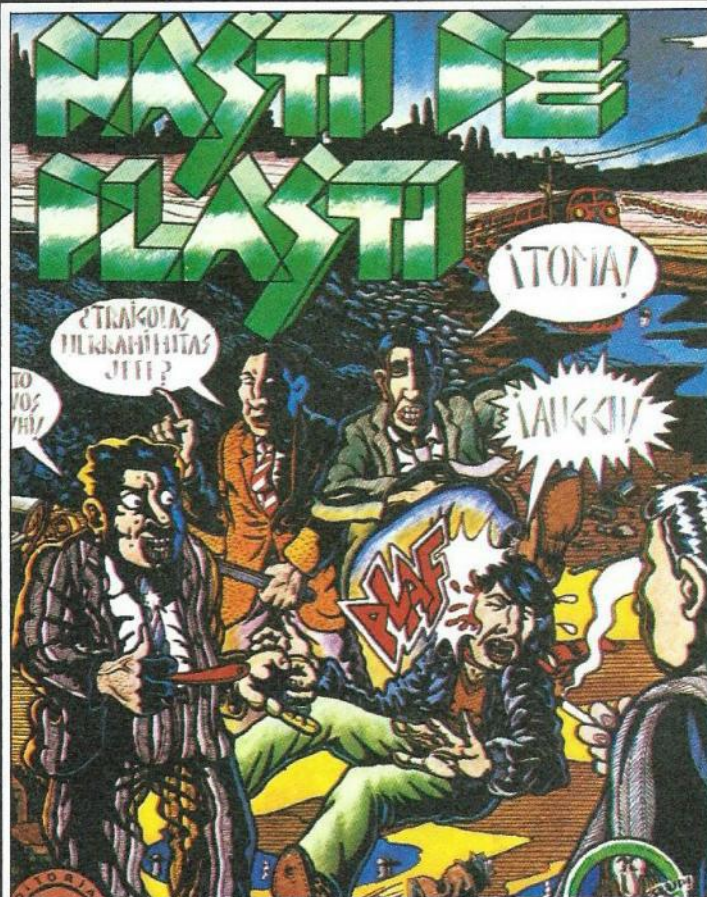
Estas dos formas de cultura podrían convertirse en auténticos fenómenos de masas simplemente si consiguieran el apoyo económico e industrial necesarios; y ello, precisamente, porque sus autores salen de ahí, de la masa nada amorfa ni anodina, y cada vez menos indeterminada, que puebla nuestra ciudad. No es necesario para sus cultivadores adoptar un lenguaje extraño para traducir las expresiones del "slang" americano, pues ellos mismos hablan jerga de barriada que es su equivalente; no tienen que hacer ningún esfuerzo imaginativo para pensar en urbes polutas, donde el tráfico es estremecedor y la violencia forma parte integrante de la vida cotidiana, junto con el trabajo alienante en fábricas y oficinas: sólo tienen que mirar a su alrededor y copiar del natural. La mayoría de los músicos de rock o dibujantes de comic han de elegir entre hacer trabajos al margen de su actividad creativa, o bien morir lentamente de inanición. No pueden permitirse la mirada fría del intelectual burgués ni la frivolidad "modelna" del dilettante esteta que, desde detrás de un lacado biombo chino, aventura de vez en cuando una mirada al sucio y frío exterior para gozar del "frisson de la canaille" y transmitirlo en bellas músicas o alambicados dibujos.

"CASCORRO FACTORY": UN EXPERIMENTO Y UN ENIGMA

La plaza de Cascorro está situada al comienzo de las calles de Embajadores y Ribera de Curtidores, cerca de los distritos de la Arganzuela y Lavapiés, enclavada en el barrio más castizo y popular de los que forman el casco antiguo de Madrid. Por las mañanas de todos los domingos y días de fiesta se celebra ahí una especie de feria, mezcla de venta de baratillo y fiesta popular: "El Rastro", mercado informal que se extiende por diversas calles y plazas de los alrededores, no sólo como vestigio del pasado que pervive como algo tradicional —en esto lo quiso convertir el régimen franquista que como buen perfumista pretendía preservar las

esencias cargándose las flores vivas—, sino fenómeno vivo y actual: ha tomado el papel de plaza pública, de ágora donde se desarrollan todo tipo de manifestaciones populares: ahora en el Rastro no sólo se venden trajes viejos y bargueños castellanos, sino también ideologías, filosofías y modos de conducta, que tienen allí sus representantes, espontáneos o no. No resulta, pues, nada extraño que a principios del 1974 se plantase allí un puesto de publicaciones consideradas "underground"; principalmente se vendía **Star** —por aquel entonces el no va más de lo subterráneo— y comics autóctonos madrileños reproducidos a offset, multicopista, etc., por sus propios autores y con tiradas muy limitadas, de una forma completamente ilegal. Eran también los dibujantes mismos quienes vendían sus publicaciones, bien en el Rastro, bien en los lugares de cita de la progresía madrileña, dedicando el dinero así conseguido —y siempre muy escaso— a la supervivencia personal y, cuando era posible, a la edición de nuevos tebeos piratas. Y de ahí, de ese puesto, nació el proyecto "Cascorro Factory", que ahora —y desde dentro del mismo— tratamos de historiar.

Podemos considerar a Ceesepe como el iniciador de todo: se encontraba solo en su rollo, y puso un anuncio mural en "La Vaquería" —bar ya fenecido, enclavado en la calle de la Libertad, actual centro neurálgico de casi todas las actividades subterráneas de la ciudad— para ponerse en contacto con gente que deseara colaborar con él en la creación de una nueva revista, dado que **Star** había sido entonces condenada al silencio por la Administración, y que tanto el propio Ceesepe como los demás dibujantes de su cuerda se encontraban sin medio de expresión. A esta llamada contestaron Iñaki, Agust y Sblok. Este equipo inicial, que contaba con el respaldo económico del dueño de la librería madrileña "Mafalda", especializada en comics, pergeñó un proyecto de publicación que habría de llamarse **El Capuyo Verbenero**; confeccionaron la maqueta y el cartel anunciador, y presentaron todo este material al "socio capitalista" —o mecenas, como se prefiera—, que se asustó bastante y decidió pasarlo por la "censura voluntaria"; allí, como era de suponer, lo prohibieron todo —aunque, a decir verdad, ya entonces no prohibían, sino que se limitaban a "aconsejar la no



Una de las creaciones del Rollo.

publicación" de lo que no les gustaba, secuestrando, multando y suspendiendo si sus paternales consejos no se cumplían; y no hay por qué hablar en pasado, pues esto es algo que todavía ocurre en la democrática España—, desde el título mismo de la revista, y el proyecto, en consecuencia, se vino abajo. Ceesepe, no obstante, seguía dibujando historietas que guardaba después en grandes carpetas al no tener lugar donde publicarlas; ello le decidió a editarlas por su cuenta, y así hizo el **Clavelito Ceesepe**, tebeo impreso en offset que contenía una muestra de sus trabajos; su relativa inexperiencia, unida a una cierta y comprensible dosis de miedo, le movieron a enviar un ejemplar a censura, donde le contestaron que sería mejor no publicarlo; a pesar de ello, se vendió una reducidísima primera edición, 100 ejemplares, en el Rastro y en algunos bares de Valencia. El puesto del Rastro dio posibilidades de conocer a más gente interesada en el comic, y también se comenzó a establecer contacto con los under de Barcelona, mejor montados económicamente. Se pensó entonces en hacer otra revista, y se reunieron trabajos originales de Ortega, C.S.P., Agust, Campaamor, Santana, Iñaki y Ceesepe; y

se volvió a repetir la misma historia del **El Capuyo Verbenero**. Pero mientras tanto había salido a la calle el álbum **Purita**, tebeo underground realizado en su totalidad por dibujantes españoles. Uno de ellos, el sevillano Nazario, convenció a Ceesepe para que presentase el proyecto a "Iniciativas Editoriales", que habían patrocinado **Purita** y estaban interesados en ese tipo de experimentos gráficos. Así pudo salir, en enero de 1975, **Carajillo**. **Carajillo** se hizo con un miedo terrible a las represalias administrativas —y los propios colaboradores se autocensuraron bastante; así, en la historieta de Santana se suprimieron dos viñetas que mostraban reyes con rostros de simios, por temor a que fueran consideradas alusivas a la Monarquía española. El resultado fue desigual: junto a historietas de calidad, como las de Ceesepe y Santana, hay otras insufribles. Las ventas no fueron masivas, ni mucho menos —debido, entre otras razones, a una distribución deficiente—, por lo que se abandonó la idea inicial de hacer de **Carajillo** una revista de aparición periódica. Entre tanto, en el Rastro se podía adquirir uno de los más famosos comics under de España, **La Piraña Divina**, de origen barcelonés y que se reeditó aquí —de la

manera más clandestina: el contenido era bastante revulsivo, y sus probables autores habían sido perseguidos con todo el rigor de la Justicia— con una portada color de rosa. "Iniciativas Editoriales" propuso seguir con **Carajillo**, pero en forma de álbum; el segundo se preparó con mimo y esmero, y con una cantidad de material inicial suficiente como para poder elegir lo mejor. El montaje resultó algo inédito en España: tomando una idea de los "pulp" americanos, la revista llevaba dos portadas, careciendo de anverso y reverso; este segundo álbum de **Carajillo** es, junto con **Nasti de Plasti**, la mejor y más representativa muestra del comic underground en España.

Entonces —principios del año 76— entró en contacto con el grupo de dibujantes el fotógrafo Alberto, responsable de haber inventado el nombre "Casorro Factory": Al preguntarle sobre el significado de esta razón social, Alberto contestó: "Casorro Factory es algo que realmente no existe; es sólo un nombre que a mí se me ocurrió y que los demás aceptaron sin darle mucha importancia al asunto, sin tomárselo en serio. Al mismo tiempo, el puesto del Rastro iba aumentando sus existencias. A principios del 76 se podían encontrar en él "Los Tebeitos", una idea de los dibujantes catalanes. Hasta el momento han aparecido cuatro números, cada uno de ellos monográfico de un dibujante: "Juan Carlos", "El Mariscal", el "Folleto para Pepa", de Montesol, y "Black Jack Davis", de El Pejo. Son pequeñas revistas de dieciséis páginas en octavo, que se venden al precio también muy underground de un duro. Se vendían también ejemplares de las muchas —muchísimas, tantas como para llegar a hacer pensar en la aparición de un nuevo fenómeno socio-cultural en el país, en una necesidad de expresarse públicamente por cualquier medio —revistas underground, a menudo obra de solamente una, dos, tres o cuatro personas, que funcionan actualmente en Madrid. También en 1976 se empezaron a editar en Madrid, de la forma más clandestina posible, los "Zap Comix", traducciones de los originales americanos, elegidos precisamente entre aquellos que la censura actual nunca podría permitir.

A pesar de que el nombre "Casorro Factory" no responda a algo muy concreto, es indudable que ha servido para amalgamar a un grupo importante de jóvenes grafistas ma-

drileños. Tanto en su forma de funcionamiento como en la personalidad de sus miembros integrantes, resulta un reflejo claro de la realidad madrileña. Como el mismo Madrid, resulta desprovisto de caracteres "definitorios" personales e intransferibles, como no sean el caos y la confusión. Sólo dos de los miembros de este grupo, Montxo y El Pejo, han nacido en Madrid, aunque sus familias proceden de provincias; Cee-sepe viene de Alicante, El Hortelano de Valencia, Agust de Granada, y Alberto de León; sin embargo, el "background" social donde se han movido es el mismo: barrios periféricos madrileños, barriadas obreras que están adquiriendo poco a poco una fisonomía propia, la que le da la clase trabajadora que integra su población. No se da en "Casorro Factory" la existencia unitaria y consciente de una búsqueda de identidad propia, o de las raíces comunes que justifiquen tal identidad. Tampoco tienen sus miembros una ideología común, ni una estética definida, ni tratan de tomar una postura coherente frente al mundo que les rodea: se limitan a ser sus testigos y su reflejo involuntario, sin más. Lo único que tienen en común —además, claro está, de la amistad que les une a todos— es la marginación. Y como ya se ha apuntado un poco más arriba, ni siquiera tal marginación es voluntaria al cien por cien, sino simplemente un producto de las circunstancias.

Preguntados los miembros de "Casorro Factory" por el sentido y el significado de su grupo y de sus proyectos, las respuestas que se obtienen podrían ir firmadas por cualquier dadaísta de los años veinte: "Casorro Factory", dice, por ejemplo El Hortelano, "es el descontrol apocalíptico que vendrá después del año 2.012". Los otros creen que el Hortelano va de profeta electrónico, y todos opinan de sí mismos: "Somos los más hippies del barrio, seguidos por la portera." En cuanto a sus proyectos futuros, declaran: "La máxima ilusión de los chicos de Casorro es crear una marca de supositorios e imprimir una revista en hojas de lechuga, con sus correspondientes bolsitas de aceite, vinagre y sal." "Queremos tomar clases de catalán contra reembolso, y crear el partido de la R.I.D.L. (República independiente de Lavapiés)." Cualquier entrevista con ellos, como las que se intentaron no hace mucho en Televisión y en Radio Nacional, está condenada al fracaso. Los componen-



Una de las viñetas censuradas del **Carajillo**.

tes de "Casorro Factory" no desean para nada ser coherentes en sus respuestas; tampoco quieren ser graciosos; ni divertidos, ni nada: se limitan a oponer su propio y vistoso disparate, al disparate institucionalizado de los medios de comunicación ante los que se presentan. A pesar de esta aparente incoherencia, respuesta a la incoherencia social, tienen proyectos reales y han llegado a realizaciones concretas de bastante interés: las dos exposiciones celebradas en Madrid, la primera en el Cinestudio Griffith, y la segunda en la librería Atonio Machado.

¿QUE SERA CASORRO FACTORY?

No vamos a tratar ahora de analizar, uno por uno, el trabajo de los componentes de este grupo: ahí están sus colaboraciones en revistas, sus álbumes, para que juzgue y analice por sí mismo el lector interesado. Además, este artículo adquiriría dimensiones de verdadero libro si quisiéramos desentrañar la personalidad y la obra de cada dibujante madrileño. Sólo podemos decir que, en conjunto, su obra nos parece el reflejo y la consecuencia de la vida de una ciudad, Madrid, presa de grandes contradicciones, como los mismos miembros de Casorro. Interesan especialmente por lo que suponen como miembros de un movimiento cultural alternativo auténtico, mínimamente mimético de otros movimientos extranjeros, que además está logrando unos importantes hallazgos visuales al mejorar os-

tensiblemente la técnica del comic.

Tampoco podemos actuar de futurólogos. Simplemente, nos parece que estamos en condiciones de lanzar una tímida sonda prospectiva hacia el más inmediato futuro. Si tenemos en cuenta los actuales cambios en el panorama político español, podemos prever sin dificultad una progresiva liberalización de la censura, y una mayor apertura de los medios de comunicación hacia los dibujantes jóvenes, reducidos hoy día a las pocas posibilidades que ofrece el underground. De hecho, ya hay revistas que podríamos calificar de "normales" —como la fenecida **Personas**, o **El País**, pujante diario —que reclaman sus servicios. Es posible que, en este caso, los dibujantes de Casorro Factory tengan tiempo —saciados sus estómagos, ahora bastante vacíos— de plantearse problemas de orden estético e ideológico. Tal vez esta reflexión cree un grupo con mayor cohesión interna; o, por el contrario, le lleve a su disolución completa, al seguir cada uno de sus miembros sus experiencias personales. Todo lo que se puede avanzar son hipótesis, posibilidades, bizantinismos. Lo único que es cierto es que Casorro Factory —y el rock madrileño, y las muchas revistas marginales, y toda una manera sana e ingenua de enfocar el hecho cultural— está ahí; un experimento inacabado, tal vez un poco ingenuo y, desde luego, hijo del despiste y de la confusión, pero que está dando frutos.