

MIRE LOS MUROS DE LA PATRIA MIA...

Se dijo una vez una frase famosa: "El poder está en la calle, esperando que alguien lo recoja". Lo que está ahora en la calle es el electorado, esperando que alguien le llame de verdad, que alguien le recoja. Está en la calle, mojado y aterido. Mojadas están las frases y las sonrisas de los cartelones, en este transido mes de febrero. "Miré los muros de la patria mía", decía Quevedo, que no halló cosa en que poner los ojos "que no fuese recuerdo de la muerte". Miro los muros de la patria un poco mía, un mucho de ellos —los de siempre— y veo algo peor que la imagen de la muerte: algunas obscenidades escritas por juvenuelos, algunas cruces gamadas —otra obscenidad—, letreros que piden la horca, el paredón, la muerte para alguien, de acá o de allá. Y la propaganda electoral, desgarrada ya por el viento y otras manos. Veo que ahora nos llaman gastándose millones y millones: piden créditos a los Bancos para que les votemos. Otros los tienen ya para que no votemos a los que queremos votar. Hubo otros tiempos en que bastaba un tingladillo en la calle para que hablara Jean Jaurès. Y, además, le mataban. ¿Cuántas veces se ha matado a Jaurès, antes de matarle, después de matarle? Tantas, que ya los sucesores llevan guardaespaldas y coches blindados. El electorado está en la calle, y ellos le miran con los ojos de retícula grabados en el papelón, y le hablan con una boca entreabierta y el letrero puesto al lado, como en los fumetti. Hacen su gira por algunos estadios, como Elvis Presley lo hacía, y tienen la voz mecánica de la electrónica; dicen las mismas frases que les han preparado los especialistas, especialistas en frases atractivas, en promesas fáciles. El electorado pasa como llevado por el viento de febrero, huyendo de la lluvia de febrero. Apenas mira. La campaña está como apagada, triste. El electorado no sabe bien si va a votar a quien ha gastado muchos más millones que los otros, al que lava más blanco; o al que ir a votar sin ir más lejos.

"Yo votaré con mi clase": es una de las respuestas coherentes que he escuchado en estos días. Hay muchos españoles que saben, todavía, cuál es su clase social. Pero hay muchos otros que ni siquiera lo saben. ¿Cómo les están equivocando! Les están haciendo creer que ya no son pobres, y lo son; les están haciendo creer que la derecha es una forma de la izquierda; que la democracia tiene que tener fuerza para definirse, y la están convirtiendo en una dictadura secreta y callada; les están dando miedo con el lobo, con el ogro, si no se portan bien; o con el fuego eterno. Más allá de los "slogans" modernos, del grafismo elegante y convincente, de la civilización de la imagen, están los viejos tópicos: el pecado y la espada. Están todos los miedos.

Pasa el elector, aferrado a su paraguas, entre los millones de pesetas que le llaman desde las calles. Va pensando en que no sabe cuál es su clase social, en que no sabe cuál es su identidad. Se la quieren llevar todos, se la quieren ganar todos. Le han vaciado por dentro antes de que llegue a las urnas; y ahora quieren que sea un ciudadano consciente. Le están arruinando el resto de su conciencia con esta propaganda de detergente, de lavadora de cerebros. Mira los muros de la Patria suya y ya no sabe si es suya, ni si son muros o son papeles pintados, diseñados según esquemas y colores estudiados en lejanos laboratorios. Si es noctámbulo, si la derecha no le ha creado el miedo suficiente como para que no salga de noche, quizá vea algo más: quizá a los muchachos de un partido con su brocha y sus cartelones, a veces amenazados de cadenas y porras, que van pegando los cartelones, quitándose el sueño antes de ir a trabajar. Si tiene esa suerte, quizá comprenda que detrás de los millones, de los colores, de las frases pavlovianas o freudianas, están estos muchachos que pegan los cartelones, bajo las amenazas, por encima del miedo. Quizá, entonces, comience a comprender algo. ■

POZUELO

HABLAN LOS CARTELES

alma. Cuando la revolución estilística que comento, hablaban de una fiesta. Ahora, lógicamente, de trabajo. Han cambiado los significados siguiendo los preceptos del Eclesiastés —un tiempo para reír y un tiempo para llorar—, pero permanecen agarrados a los mismos significantes. Lo diré más claramente: los publicitarios del PCE están convencidos de que el de Ramoncín es el lenguaje popular. Como se sabe, el punkero de Vallecas utiliza profusamente en sus canciones el imperativo categórico: mastúrbate en el Metro, cómete un paraguayo, sé un marica de terciopelo, ponte las gafas negras. Tal es su única gran aportación al mundo del espectáculo: la sustitución de las proposiciones condicionales o hipotéticas por el lenguaje imperativo. "Pon tu voto a trabajar", "Emplea tu voto contra el paro", "Desarma con tu voto al terrorismo", "Mete la democracia en la cesta de la compra" y, sobre todo, "Siéntate en las Cortes". Tales son los nada kantianos imperativos categóricos que utiliza el PCE en una campaña destinada a contrarrestar la sombra del bipartidismo que nos amenaza. Ignoro de dónde habrán sacado los publicitarios comunistas que el estilo Ramoncín puede significar un duro golpe contra la cada vez más probable y temible coalición centro-izquierda del segundo Gobierno de Su Majestad. Ese lenguaje arrabalero puede caer simpático entre los usuarios del suburbano madrileño, pero suena a chino en la España que no tiene Metro ni Feria del Campo.

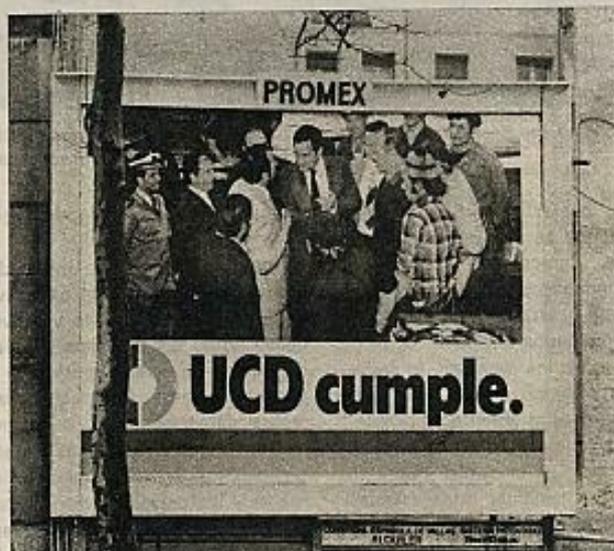
En cualquier caso, he de decir que no está mal el eslogan central

de la propaganda comunista. Pero en lugar de dirlo al personal lo destinaría al propio PCE: "Pon tus publicitarios a trabajar".

Lo de Coalición Democrática es demasiado fácil. De nuevo los muchachos de Fraga han basado su campaña en los defectos ajenos, en la negatividad, en la presencia del otro. Lo de Fraga y Areilza no es una cuestión ideológica, sino topográfica: andan a codazo limpio para hacerse un sitio en el centro y por eso basan todas sus publicidades en criticar a la UCD: que si las "cosas" no están centradas, que si hay que ordenar bien las "cosas", que si no se cumplen las "cosas". De fuentes generalmente bien infiltradas en la UCD me informan de que es mentira eso de que la campaña de Coalición Democrática haya sido subvencionada por los muchachos de Suárez. Simplemente ocurre, me dicen, que son como niños faltos de espacio propio, hablan infantilmente de sus deseos. Y huérfanos de lenguaje político, solamente saben llamar a las cosas con el nombre de "cosas".

Habría que decir mucho de la propaganda de los extraparlamentarios de izquierda (los de extrema derecha, ya se sabe, sólo saben farfullar "España" y con eso creen que ya está todo dicho y hecho). Pero para eso habría que llamar en ayuda a los críticos de arte más afamados del país.

Con sus hermosos diseños, logotipos, cuatricromías, eslóganes y grabados es probable que los izquierdistas no consigan entrar en las Cortes, pero con toda certeza tendrán un sitio en el Museo de Arte Contemporáneo. ■



Los inconfesados modelos del "star system" a la española tienen más que ver con Hollywood que con la Casa Blanca: son los héroes amargados y moribundos de la década de los cincuenta.