

Defendiendo al consumidor

LOS ANALISIS DE PRODUCTOS DE HERMANO LOBO

UN ARTICULO DE PRIMERA NECESIDAD: EUROPA

Uniéndose a las campañas en defensa del contribuyente, HERMANO LOBO irá analizando los productos y servicios ideológicos a cuyo consumo masivo e indiscriminado nos inclina continuamente la publicidad. Empezamos hoy por un artículo de primera necesidad: Europa. Para ello, dos representantes de la revista, acompañados de un notario, de un imitador de estrellas y de un último de Filipinas, han ido por ahí y han cogido al azar muestras de tres marcas presentes en todo el mercado nacional: PROGRE, CENTRISTA y CARCA. (Hemos elegido estas tres porque se encuentran hasta en la sopa; otras como MEAPILAS, SOCIO DE LA OBRA, PROPAGANDISTA, etcétera, son de exclusivo consumo local o regional.) Después hemos cogido las muestras, les hemos hecho bailar la sardana y las hemos llevado al laboratorio. El notario ha levantado acta, el imitador de estrellas ha levantado la voz cantando «Torre de Arena» por la Marifé y el último de Filipinas no ha dicho esta boca es mía. Y he aquí los resultados técnicos del análisis del laboratorio, en los que nosotros ni quitamos ni ponemos rey, pero ayudamos a un señor que es socio del Real Betis Balompié. Helos:

MARCA	PROGRE	CENTRISTA	CARCA	Límites y exigencias legales.
Europeísmo (%) ...	80	50	Indicios.	30
Germen detectado.	Parlamentarius nordicus.	Acuerdus arancelarius.	Pax Europaea Hitleriana.	Acuerdus preferentialis.
Imperialismo (%).	No contiene.	30	100	50
Componente predominante	Partidos.	Sindicatos	Tango en París.	Naranjas y vinos.
Núm. de huelgas por mm. ²	1.000	500	0,00	(La normativa señala para este apartado «paro laboral».)
Desafío americano (%)	50	80	20	No comment.
Núm. de elecciones en mm. ²	30	20	0,00	Indicios de vocal jurado de empresa.
Cuerpos extraños	1 Rudi el Rojo.	1 Servant Schreiber.	1 Mussolini.	1 Embajador en Bruselas.
Distancia real a Europa (kms.)	0,00	1.000	100 años-luz.	Según se mire.
DICTAMEN	No cumple las disposiciones vigentes. Sobrepasa en mucho el máximo de huelgas y elecciones.	No cumple las disposiciones vigentes. Sobrepasa en mucho los niveles de desafío americano. Gran presencia del germen «acuerdus arancelarius».	No cumple las disposiciones vigentes, pero tiene mucha aceptación en el mercado.	
OBSERVACIONES	NO APTA PARA EL CONSUMO.	NO APTA PARA EL CONSUMO.	NO APTA PARA EL CONSUMO.	

Entonces, se preguntará el consumidor: ¿qué marca hemos de elegir para entrar en Europa? Y nosotros hemos de decirle: ¿Y usted cree que vamos a entrar en Europa mientras que nos estamos tragando artículos no aptos para el consumo sin decir esta boca es mía?

THE RALPH NADER Co. OF SPAIN

