

## LA PROPAGANDA CALLEJERA DE ALGUNAS ORGANIZACIONES ANTICRISTIANAS

POR EL

DR. F. FERNÁNDEZ ARQUEO

En las calles de las principales capitales españolas se viene desarrollando desde hace unos pocos años un fenómeno sociológico con dos partes entrelazadas, cada una interesante de por sí. Son, la presencia de organizaciones anticristianas, y su nueva manera de anunciarse en la vía pública por medio de pintadas, pegatinas y carteles. No es cuestión ni de una calle ni de un día, sino de una situación extensa y duradera. Al recogerla no hacemos sensacionalismo, sino que tratamos de recuperar el tiempo perdido por el escrúpulo de no caer, precisamente, en sensacionalismo. Esta situación ha alcanzado suficiente entidad para deber ser conocida de los estudiosos actuales y de los historiadores futuros.

Nos referiremos, en primer lugar, a la parte general de esos medios relativamente nuevos de llegar al individuo; es decir, a los instrumentos para trasladar ideas por las calles. En segundo lugar, más en concreto, a cómo cada movimiento ideológico anticristiano los utiliza. Esta parte especial podría ser, ampliada, un capítulo de un estudio sobre ellos.

Justifiquemos previamente este capítulo nuestro que sigue, y un posible estudio de conjunto y profundo de esas organizaciones anticristianas del que formaría parte:

Con mucha menos entidad la propaganda de las sectas protestantes dio lugar, inmediatamente después de la victoria de las democracias en la Segunda Guerra Mundial, a Cartas Pastorales de varios obispos españoles. Los gnósticos han alcanzado en Es-

pañía y en todo el mundo un desarrollo parecido al que atrajo la atención de los Papas sobre el liberalismo en el siglo XIX y el comunismo y el nacional-socialismo en el siglo XX, con sendas encíclicas.

El obispo italiano Giuseppe Casale escribe en un folleto reciente sobre la Gnosis, editado por el CESNUR (Centro de Estudios sobre Nuevas Religiones) que es un mérito de esta joven entidad haber derribado en Italia el tabú (ya caído en algunas naciones y existente aún en otras) que era para la clase intelectual interesarse por las nuevas religiones y filosofías que han florecido después del Concilio Vaticano II; era un asunto despreciado por ella. En España existe ese tabú, debido quizá a que las sociedades secretas anticristianas y sus actividades en los bastidores de la política han sido tratadas superficialmente y con un ropaje folletinesco y policiaco por dos escritores policíacos, ya fallecidos, D. Mauricio Carlavilla del Barrio y D. Eduardo Comín Colomer, y con evidente insuficiencia por la «Biblioteca Antisectaria» del P. Tusquets, Pbro.

Pero hoy despunta el interés por el tema, por el mimetismo con lo que se hace fuera, por el precioso librito del profesor D. Alvaro d'Ors, *La violencia y el Orden* (DYRSA, 1987), el del P. Juan Antonio Cervera, *La red del poder*, y por la difusión en círculos selectos de la excelente revista *30 Días*, filial de *30 Giorni*, que no muestran temor de que su prestigio, grande, se resienta por abordar estos temas.

Este toque de atención sobre la publicidad callejera, no tiene solamente una finalidad defensiva de las organizaciones anticristianas que han sido pioneras en su uso, sino que es, además, una invitación a las fuerzas católicas a estudiar su utilización, poco explotada. Sólo conocemos, por esta parte, y en Madrid, los carteles anunciadores de la Vigilia de la Inmaculada, el periódico mural del Movimiento Católico Español, *La Voz de España*, y los anuncios completamente desacralizados de organizaciones católicas vergonzantes que ayudan, no explícitamente a las Misiones, sino a la filantropía en el Tercer Mundo.

## I. GENERALIDADES SOBRE LOS INSTRUMENTOS DE PROPAGANDA CALLEJERA

*Las pintadas.*—Las inscripciones y carteles en paredes y lugares públicos son de todo tiempo y lugar. Ya en tiempos de Diocleciano, San Juan, Mártir, lo fue por arrancar los edictos contra los cristianos.

En nuestros días y en España las pintadas se iniciaron en la clandestinidad o semiclandestinidad y ahora que han salido de ella, en vista de sus buenos resultados, se han consolidado dentro de la legalidad. Ha sucedido lo contrario de lo supuesto por un obispo de San Sebastián en los últimos años del franquismo, que escribió que las inscripciones callejeras eran una forma de expresión cuando no había libertad de expresión; llegó ésta y las pintadas e inscripciones en vez de desaparecer por innecesarias, han aumentado enormemente, como recurso de los débiles que no tienen otros medios de beneficiarse de la libertad de expresión, como los tienen los poderosos.

El hito contemporáneo que marca la aparición masiva de inscripciones y su importancia sociopolítica es la sublevación de la Universidad de Nanterre, en 1968. Por aquellos días se divulga su denominación internacional, «graffiti»; se les fotografía, colecciona y edita en forma monográfica, y son objeto de tesis doctorales. En Madrid se aprueba una sobre las inscripciones o graffiti en los retretes de la Ciudad Universitaria.

Las pintadas no son atrayentes por su factura tosca y carácter furtivo; no remiten a direcciones ni a organizaciones muy conocidas y fácilmente asequibles, y su mensaje es mucho más breve, y por ello insuficiente, que el que cabe en un cartel. Son difíciles y engorrosas de hacer, aunque los sprays han venido a facilitar mucho esta tarea.

En 1993 no han desaparecido las pintadas o «graffiti» en España, pero han cedido el primer puesto a los carteles de papel.

*Los carteles.*—Llama la atención el aumento explosivo de carteles contrarios a nuestra civilización cristiana y cierta instau-

ración suya como medio habitual y no clandestino para la difusión de ideas, mensajes y meras fes de vida.

Aunque muchos están sin pie de imprenta no engendran la circunspección que produce la sospecha de clandestinidad o de violencia, pueden ser muchísimo más numerosos que las pintadas y así estar presentes en más lugares simultáneamente. La colocación de carteles es más fácil, más limpia y menos engorrosa que las pintadas. Su factura es, en algunos, atractiva, multicolor, con imágenes y logotipos y textos más expresivos.

Otros carteles son más pequeños, ligeros, feos y baratos, impresos por serigrafía en papel de color, reciclado y económico, y todos forman un surtido muy variado. Los carteles grandes y policromados son a veces encargados para toda España en una sola imprenta o serigrafía, de aquí o del extranjero, y llevan unos espacios en blanco o se les superponen unos papelitos, para escribir con rotulador el lugar y día y la hora concretos de sus actos que tendrán lugar en cada localidad. Estos carteles se encuentran diseminados en ciudades españolas distantes entre sí, lo cual declara una red estable o bien un grupo itinerante de animadores con el apoyo de corresponsales locales. Es importante constatar esto porque todas las redes son, o pueden transformarse, en instrumentos polivalentes al servicio sucesivo de fines muy diversos y distantes de los declarados.

Los carteles podrán parecer más vulnerables que las pintadas, porque se arrancan con más facilidad que se limpian las inscripciones; pero en la práctica esa ventaja no es tan grande porque los dos mueren casi simultáneamente por la superposición de nuevos carteles; estos son a veces muy próximos ideológicamente a los que tapan, de manera que esta colisión entre afines lleva a pensar que es consecuencia del carácter mercenario e ignorante de la mano de obra que los instala.

Los carteles se instalan en farolas, papeleras, vallas de obras y espacios vacíos de fachadas; a veces, por dentro de un escaparate, pero esta colocación es minoritaria porque los comerciantes temen manifestar su solidaridad con cualquier causa. Su fuerza propagandista se potencia con su colocación masiva en bloques

compactos de muchos carteles iguales juntos, y repetidos a la vez en varios lugares de la ciudad. Su profusión es desproporcionada a una sola convocatoria de una sola conferencia, de modo que están concebidos para seguir pregonando las ideas y la organización con independencia de la conferencia que es, teóricamente, su razón de ser inicial.

Si en un plano grande de cualquiera de nuestras capitales señalamos con marcadores de mapas o con superponibles los puntos en que aparece simultáneamente esta propaganda anticristiana y las sedes, aunque sean modestas, de donde irradia, obtendremos imágenes curiosas y sorprendentes que debieran ser, además, alarmantes.

La fijación de estos carteles, cuando son grandes, y se ha de hacer en bloques, se encarga a empapeladores profesionales de agencias de publicidad o que hacen por su cuenta horas extra. Se hace con engrudo. Los carteles pequeños se fijan unas veces con engrudo y otras con tiritas de papel celo en sus cuatro esquinas o enmarcándoles totalmente para dificultar su arrancamiento. Este último método es el empleado por pegadores no profesionales, no retribuidos, vinculados a la organización o ideología. Generalmente, los carteles aparecen los sábados y domingos por la mañana, temprano, lo cual parece indicar que son colocados por personas, vinculadas o no a la organización, que trabajan en otras cosas y ganan con esta actividad ocasional un dinero extra.

El emplazamiento de los carteles suele ser común a todos en los sitios más céntricos, y además, algunas organizaciones buscan clientelas que predominan en barrios determinados; así, los curanderos, medicinas alternativas y adivinos, se dedican más a los barrios pobres; los homosexuales a los barrios «chinos», y los movimientos internacionales poderosos a los barrios ricos. Las zonas universitarias son apetecidas por todos, pero algunos de estos movimientos parecen haber desistido de ellos, porque los estudiantes son hipercríticos y arrancan más carteles que los demás transeúntes.

*Pegatinas y fotocopias pequeñas.*—La técnica y las limitacio-

nes económicas han creado dos alternativas a los carteles que son las pegatinas y las fotocopias pequeñas, domésticas o de copisterías pequeñas, no hechas con trazadores o *plotter*, como las serigrafías de gran tamaño.

Las pegatinas son de más prestigio y las hay muy variadas, generalmente bonitas y atrayentes; son muy fáciles de colocar y esta facilidad las hace especialmente indicadas para el personal idealista y vinculado a la organización o idea que anuncian. El pegamento, que ya traen incorporado al papel, de fábrica, antes de fotocopiar sobre él los textos, es más fuerte que el engrudo y se ha ido perfeccionado mucho en poco tiempo y les hace poco vulnerables. Según los presupuestos, las hay masivas y singulares.

Las fotocopias pequeñas son más baratas que los carteles, que muchas veces son fotocopias grandes y no impresos, y que las pegatinas, y son usadas por los curanderos o grupos reducidos y pobres que se conforman con tiradas pequeñas, localizadas en un barrio. Son en blanco y negro, porque las policromías multiplican el precio por el número de tintas; de formato pequeño, feas, con dibujos elementales y de poca calidad y aparecen fijadas con papel celo.

*Reacciones y contraataques.*—Son interesantes las reacciones que pintadas, carteles y pegatinas suscitan entre los transeúntes. No debemos decir, *a priori*, con espíritu perezoso, que estos medios de expresión callejera no sirven para nada, y que la gente no les hace caso. Eso equivaldría a negar el valor de la publicidad en general, que viene avalado en todas partes del mundo por una circulación de millones de millones. Alguna utilidad les encontrarán, también, otros que emplean los mismos medios para anuncios mercantiles, porque si no, todos, sectas y comerciantes desistirían de emplearlos; tanto más cuando disponen de otros recursos como revistas especializadas (los gnósticos con un tirada global de más de un millón de ejemplares al mes), prensa diaria, espacios en radio y televisión y conferencias en locales ajenos, con la suicida colaboración de directivos sedicentes católicos.

Los transeúntes no se detienen a leer y pensar estos carteles, quizá porque ya se han habituado a verlos siempre en los mis-

mos puntos de su recorrido laboral; también es posible que los lean sin necesidad de detenerse. Pero algo debe quedarles porque España está descristianizada, y esta situación de algún sitio ha salido y desde algunos sitios se mantiene. Si preguntamos a cualquier persona por su cosmovisión o por sus ideas religiosas, comprobaremos en un inmenso número la presencia muy bien situada de los elementos anticristianos que esos carteles ofrecen. Claro está que les han podido llegar por otros medios de propagación.

Un número pequeño pero apreciable de carteles anticristianos aparecen desgarrados; esto no es obra de los comerciantes o dueños de las fachadas y de los vallados, porque estos, cuando se deciden a actuar, hacen una limpieza total; los empresarios y directores de bancos y entidades que se los encuentran en sus fachadas una buena mañana, no suelen ser diligentes en quitarlos, quizá por rehuir ese trabajo como cualquier otro, por mera desidia, quizá por escepticismo, pensando que inmediatamente les pegaran otros, y quién sabe si también por una oscura complicidad.

El desgarrar es ocasional y furtivo, producido por un transeúnte sin detenerse, en tan poco tiempo, que es prácticamente imposible identificarle y preguntarle por qué ha hecho eso. Cuando ese transeúnte hostil al cartel quiere perfeccionar su agresión, pasando del desgarrar al arrancamiento total, necesita detenerse un tiempo variable según el cartel esté mejor o peor pagado. Entonces se pueden observar contraataques de los demás transeúntes:

Alguno que otro, muy pocos, se detienen para ver la faena, pero en seguida reanudan la marcha en silencio; han esbozado un gesto de sorpresa y de protesta al que sigue otro de escepticismo y encogimiento de hombros, como queriendo zafarse de complicaciones.

Estas complicaciones pueden ser no sólo ocasionales sino antiguas y podrían exhumarse en una Comisaría de Policía donde tal vez irían a parar si su protesta por el arrancamiento ajeno degenerara en un altercado en la vía pública. Esto explicaría la

inhibición de homosexuales y de individuos de barrios bajos ante ataques a carteles con los que simpatizan.

Son excepcionales los que contraatacan porque se están arrancando, con tremendo descaro, los carteles anticristianos. Nos ha costado muchas horas de observación haber podido comprobar unas pocas escaramuzas al respecto. Los espectadores que contraatacan a las reacciones destructivas de otros transeúntes, siempre levemente y sin mayores ganas de complicarse la vida, lo han hecho en todos los casos observados, no en defensa del cartel maltratado, que apenas han podido leer ni meditar, sino por principio, es decir, en defensa de la tolerancia y de la libertad de expresión, del respeto a cualesquiera ideas, que es uno de los nuevos tabús que ha sucedido a otros anteriores, derribados. De tal modo, que tenemos comprobado, con pena, que la libertad para el mal se ha instalado ya en la ortodoxia pública de la sociedad española, probablemente como consecuencia de la igualdad jurídica entre la Religión verdadera y las falsas.

De todas maneras, en este asunto se observa también la obsesión por no hacer nada y desentenderse de todo, vulgarmente llamada el «pasotismo», que invade a nuestro pueblo.

Se podrá discutir si los católicos pueden o aun deben limpiar o tapar las pintadas y arrancar los carteles de propaganda contra la Fe y las buenas costumbres. Muchas veces son ilegales porque no cumplimentan la legislación vigente ni las ordenanzas municipales. Pero está a salvo de toda discusión el pleno derecho que cada uno tiene sobre la fachada de su casa o de su comercio, que es suya, y los constructores de obras sobre sus vallas con que las cercan, y todo a tenerlas despejadas y libres de toda propaganda, y a seleccionar cuál admiten y cuál, no. Su conducta expresa su complicidad —colaboración para el mal—, si dejan permanecer esos carteles, o su celo apostólico si mandan limpiar sus fachadas y vallas.



## **Beneficios que reporta la observación de la propaganda callejera.**

El análisis y seguimiento de las empapeladas callejeras de las organizaciones anticristianas nos proporciona informaciones y pruebas de las mismas.

Informaciones acerca de sus ideas directrices que, precisamente por su expresión sucinta, resultan más claras. Informaciones acerca de la extensión y lugares de su organización; de sus actividades públicas, que siempre se decantan a actividades restringidas y privadas de las que son una puerta de entrada para posteriores averiguaciones.

También informan de los contactos con otras organizaciones en coaliciones ocasionales o duraderas; es curioso, doloroso y necesario para la Iglesia ver que organizaciones más o menos vinculadas a ella alternan al pie de ciertos carteles con organizaciones enemigas de la Iglesia suscribiendo sus ideas o convocatorias. Coaliciones sospechadas pero difíciles de probar hasta que se encuentran en un cartel de estos.

Del estudio de las empapeladas se puede obtener una idea aproximada de una parte de lo que gastan en propaganda determinadas organizaciones, y de ahí inducir su financiación y procedencia de la misma, generalmente extranjera.

La imprenta clásica ha sido desplazada también en los carteles grandes por la serigrafía con trazadores (plotter) que los fabrican en tamaño A-2 (cuatro folios) a 120 pesetas cada pasada de una tinta; o sea, que los carteles de 80 por 60 centímetros y a tres tintas, vienen a salir por unas 400 pesetas cada unidad; este coste se incrementa si llevan una pasada de dibujos ampliados con scanner, y más aún si el papel es «couché», muy caro; en blanco y negro cuestan unas 200 pesetas. También es muy caro el papel virgen para pegatinas, que lleva incorporado el pegamento; cada pegatina pequeña, ya terminada, sale por unas 35 pesetas.

Hay que añadir el coste de la mano de obra del pegado, que alguna vez está a cargo de voluntarios vinculados a la organiza-

ción, pero que habitualmente, por la inestabilidad de las adhesiones, se tiene que hacer con personal remunerado a razón de dos mil pesetas diarias; pegando en bloques, pueden fijar hasta veinte carteles por hora, incluidos los pequeños desplazamientos. Para que la presencia del cartel se note en una ciudad como Madrid, que sí que se nota, hay que fijar por lo menos un millar. Por tanto, las grandes empapeladas salen por medio millón de pesetas en adelante; hay organizaciones que hacen varias al mes. Tal vez la crisis económica haya afectado también a estas actividades porque las empapeladas han disminuido en 1993 respecto del año anterior. (Son precios de marzo de 1993).

La posesión y conservación de estos carteles y pegatinas retirados de fachadas y vallas propias, o fotografiados los que no se juzgue oportuno retirar, son una prueba valiosa en estudios y polémicas y llegado el caso, ante las autoridades y tribunales de justicia. La información es medio al servicio del fin, que es la contención del enemigo, y en este proceso es necesario poder probar las informaciones que se alegan. Es urgente la adquisición de estas pruebas, originales, fotografiadas o transcritas a actas notariales, porque en breve tiempo son tapadas por otras empapeladas que las destruyen.

## II. ORGANIZACIONES ANTICRISTIANAS EN LA VÍA PÚBLICA

¿Qué nos revelan esos pasquines y pegatinas? Globalmente, dicen que la propaganda anticristiana gravita pesadamente, y suponemos que eficazmente, sobre los transeúntes de nuestras grandes capitales y sobre su población flotante, que lleva su resonancia a sus lugares de origen con el contexto admirativo propio de todo lo que viene de la capital. Salvando las reducidas excepciones mencionadas al final de la introducción, la enorme masa de empapelada callejera está al servicio de organizaciones e ideas anticristianas. Es un suceso gravísimo, que completa y confirma la presencia masiva de esas ideas en otras áreas de propaganda como prensa, radio y televisión. Los católicos estamos

acorralados por la propaganda enemiga. Esto explica y mantiene la descristianización de nuestro pueblo, y la acrecentará.

Esta situación recuerda otra en la Segunda República. Entonces hubo también una floración pública y llamativa de sectas y grupúsculos «raros», al calor de la democracia y de las libertades de perdición del liberalismo triunfante. La similitud se extiende a la manera de reaccionar muchos católicos ante este fenómeno: la obsesión por no molestarse y no hacer nada les llevó y lleva a minimizar el espectáculo diciendo que eran cosas de cuatro chiflados sin importancia, porque la vida pública se rige por decisiones y conductas de niveles muy superiores. Hasta que llegó el estallido insospechado de unas masas que la descristianización y las ideas «raras» habían llevado a un estado de salvajismo increíble.

A continuación ofrecemos un brevísimo guión de las principales ideas y grupos de organizaciones anticristianas que ocupan —como un ejército de ocupación—, nuestras calles con sus propagandas, y sus maneras peculiares de emplearlas.

*Grupos comunistas.*—Sobreviven al desplome de la URSS. Bien resalta Luis M.<sup>a</sup> Sandoval en su libro, *Cuando se rasga el telón* (Speiro), que el comunismo flota aún sobre aquel naufragio, nada menos que en China, en Cuba, en Rumanía, y en otras naciones africanas y asiáticas. Debemos añadir que también sobrevive en forma de grupos legales —y tal vez en otros ilegales—, en naciones no comunistas, como España. Aquí dan fe de vida modesta mediante pegatinas con la hoz y el martillo, la bandera roja y sus siglas, en los barrios pobres. Son, tal vez, las que más arrancan los transeúntes, porque entienden su mensaje en seguida, mucho mejor que el de las sectas ocultistas. También hacen, a veces, grandes pintadas y pequeños graffiti con la hoz y el martillo. Pero prefieren las coaliciones que forman en torno a temas como el apoyo a la Cuba de Fidel Castro, en menor grado al Sendero Luminoso, de Perú, y la hostilidad al Servicio Militar; mucho menos, cuestiones laborales, en las que las fuerza sindicales no les admiten. A veces los temas usados como pretexto para reagruparse son artificiales, como el racismo, la xenofobia y las

agresiones sexuales, utilizados también por los anarquistas. Sus carteles remiten a cafés o pubs donde tienen tertulias, en los que los camareros prestan servicios de enlace elementales. Los supervivientes al desplome de la URSS han redescubierto la tertulia de café como instrumento de organización y actividades políticas.

*Los anarquistas.*—Usan más las denominaciones de «Juventudes Libertarias», «Kolectivos Libertarios», «Libertarios», y «Acratas». Se asocian a la C.N.T. Conservan su primitiva afición, de cuando eran clandestinos, a las pintadas, pero han asimilado pronto y bien la técnica de los carteles, y más aún, la de las pegatinas. Su logotipo es una A mayúscula inscrita en un círculo, objeto de muchos graffiti, y en su ortografía usan sistemáticamente la letra K. Su tema preferido son los ataques frontales a la Iglesia. Así, han hecho siembras grandes de pegatinas con la famosa consigna, «Ni Dios ni Amo»; han fijado carteles que dicen, «La Religión es fruto de la ignorancia y del miedo», y en algunas calles de Madrid aparecen pintadas grandes que nos recuerdan inevitablemente a la Segunda República, porque dicen: «Quema Iglesias»; «Come curas»; «Derribar a la Iglesia». Se relacionan con la ocupación ilegal de viviendas, con los grupos de «okupas», de origen extranjero. Son poco aficionados a figurar en coaliciones.

*Los antimilitares.*—Estos no son esencialmente anticristianos, pero en la práctica este grupo aparece monopolizado y manipulado por personas y organizaciones impías, en un contexto malísimo. Destacan los objetores de conciencia, que últimamente han evolucionado hacia un concepto algo diferente, la «insumisión». Es uno de los temas que más vemos en nuestras calles, en sus tres medios de pintadas, carteles y pegatinas, bien anónimos o suscritos por coaliciones. El laconismo propio de estos medios es grande en este asunto: propugnan la objeción o la insumisión porque sí, sin la menor explicación.

Hasta hace poco había que mencionar en este grupo a los enemigos públicos de las Bases Americanas en España, cuya gran fiesta anual era la «Marcha sobre Torrejón», que tuvo muchas ediciones. Estaba convocada por carteles más grandes que los de-

más, muy buenos y muy caros. Y por grandes pintadas y murales, suscritos por organizaciones marxistas en su mayoría.

También son temas preferidos de este grupo la supresión de los ejércitos, de los gastos militares, los peligros de la energía nuclear invocado en numerosas pegatinas, la paz sin distinciones ni explicaciones, la democracia como oposición a las dictaduras, y la miseria del Tercer Mundo.

Son aficionados a los disfraces, el teatro y las pantomimas, que también se plasman en sus carteles.

*Protestantes.*—Son poco numerosos; ponen pegatinas con el texto de algún versículo del Evangelio, y otras, circulares, anunciando su organización, «Remar», de beneficencia, como la Cáritas católica, y de asistencia a drogadictos.

*Los gnósticos.*—En todo el mundo se ha producido una gran explosión de la gnosis, que creemos bien merece una encíclica, y desde luego, unas cuantas Cartas Pastorales de los obispos españoles. Son un enjambre de infinitos grupos, manifiestamente afines muchas veces, con apariencia de independencia, otras. Hacen falta muchos libros para estudiarlos. Nos limitaremos a describir su propaganda en la calle. Es el primer grupo en cantidad y calidad si englobamos en él a los teósofos, difíciles de distinguir y de separar de ellos.

Como han surgido después del franquismo, no son aficionados a las pintadas ni a los graffiti, que tienen su abolengo en la clandestinidad. Tampoco son aficionados a las pegatinas; últimamente han fijado algunas muy pequeñas y muy buenas. Son varios grupos que coinciden, salvo uno, en el contraste de la humildad de sus oficinas con los grandes costes de sus carteles, muy buenos y de colocación masiva e incesante. Los carteles anunciadores de sus conferencias están cuajados de dibujos y alegorías fantásticas, francamente atractivos. Pero tienen el inconveniente de que repiten mucho sus temas, hasta aburrir: las pirámides de Egipto; otras ruinas arqueológicas; los extraterrestres; el cosmos; las postimerías del hombre según una escatología anticristiana; la reencarnación; la estructura del psiquismo humano y la parapsicología. Temas que, por otra parte, ya han saturado al público me-

diante espacios en prensa, radio y televisión y cuatro revistas propias mensuales de gran calidad que totalizan más de un millón de ejemplares al mes, en España. Cifra impresionante digna de meditación.

El movimiento *New Age*, que abarca desde los gnósticos a los astrólogos, tiene un catálogo de un número impresionante de libros atractivos, pero a la calle no sale con carteles propios sino a bordo de otros de movimientos gnósticos y teosóficos.

A los gnósticos se pueden asimilar los *Rosacruces* que pegan carteles multicolores, pero sin ritmo, anunciando su fondo editorial y sus cursillos.

*Los teósofos.*—Muy semejantes a los gnósticos y muy mezclados con ellos. Es difícil distinguir entre todos, entre otras causas, porque no tienen jerarquía visible. Hay unos grupos autóctonos modestos nacidos cuando la Segunda República y que sobreviven a la postguerra, y una poderosa organización internacional que cubre toda España con más de treinta y cinco sedes magníficas.

Los grupos autóctonos de España son pobres y sus carteles, también; están fijados con papel celo por sus propios dirigentes o por algunos voluntarios, escasos, que cubren muy pocos puntos de la ciudad. No emplean pegatinas, que salen más caras. Anuncian conferencias, muy espaciadas, frecuentemente en colaboración con los grupos de adivinos y de medicinas alternativas. Es una propaganda que permanece mucho tiempo porque es poco llamativa y la gente no la quita porque no la entiende, a diferencia, por ejemplo, de la hoz y el martillo.

La poderosa organización teosófica internacional es la que coloca más carteles; son grandes, variados, y juntos en bloques llamativos fijados con engrudo por profesionales. Se calcula que en toda España gastan en estas empapeladas más de un millón de pesetas por semana, es decir, que se notan más que los carteles meramente comerciales de viajes, discos, espectáculos, etc. Esta propaganda masiva, junto con otros medios, ha conseguido que «suene» a gran número de españoles. A pesar de disponer de

tanto dinero, no utilizan pegatinas, porque con sus carteles ya saturan el ambiente.

*Las mancias.*—O artes adivinatorias, comprenden los astrólogos, echadores de cartas, parapsicólogos, videntes, etc. Es el grupo más comercializado y con rivalidades mercantiles entre ellos. Ponen pequeños anuncios en prensa gratuita y, sobre todo, pegatinas, que remiten escuetamente a sus teléfonos. Pocos carteles, modestos y de confección casera, feos, fijados por ellos mismos con papel celo o grapados a los árboles. Ponen pancartas individuales de confección unitaria junto a sus puestos, los domingos en la margen del estanque del parque del Retiro, de Madrid. Son respetados por los transeúntes, a pesar de que el nuevo Catecismo previene contra las adivinaciones y la magia en su número 2115. Los signos del zodiaco que utilizan no sólo los astrólogos puros sino todos, son bonitos y decorativos, pero se malogran en las confecciones de artesanía.

*Grupos relacionados con la medicina.*—Hay que distinguir las llamadas medicinas alternativas y otros grupos con aficiones a temas de salud.

Las primeras aparecen asociadas a ocultistas y gnósticos en carteles caros y buenos pero poco frecuentes y escasos, con alegorías relacionadas con su concepción del cosmos. Con más frecuencia aparecen en carteles modestos, feos, de artesanía, pegados con papel celo y que son reclamos comerciales para curanderos y charlatanes que trabajan individualmente. No tienen dinero para frabricar grandes series de pegatinas. Incluyen pequeñas explicaciones y listas de dolencias abstractas que dicen curar. Aquí están los vegetarianos (que además suelen ser teósofos), herbolarios y vendedores de productos dietéticos con pretensiones de panaceas, naturistas y otros, que salvo una gran organización comercial que cubre todo el territorio nacional, usan carteles muy modestos y artesanales al servicio de sus pequeñas actividades comerciales. Son muy respetados por el público que no entiende sus vinculaciones, por otra parte no manifestadas, con asociaciones anticristianas, aunque ellos en su esencia no lo son.

*El yoga y las meditaciones.*—Son temas siempre presentes,

de una u otra forma, en nuestras calles, en forma de carteles, menos de pegatinas, y nada en pintadas.

Hay que distinguir los carteles buenos, bellos y caros que anuncian conferencias ocasionales de misioneros indios y la propaganda de centros ya establecidos para la práctica del yoga. El nivel económico de estos centros, desde lujosos hasta pobres, se refleja en la calidad de sus carteles; bonitos y atractivos unos, con figuras gimnásticas y alegorías, o pobres y de artesanía, limitados a pocas frases que remiten a la dirección de un gurú sudamericano que enseña para sobrevivir y resulta emparentado en estilo a curanderos y charlatanes. Pero, en general, es un asunto en el que hay mucho dinero extranjero. Por eso, desprecian las pintadas y las pegatinas. A veces los carteles utilizan como nombre comercial el de sedicentes universidades de nombres exóticos y logotipos propios.

Lo dicho para el yoga sirve en líneas generales para las diversas clases de meditaciones y de controles mentales si se traslada a una escala menor en cantidad y calidad; sobre todo, en ésta.