

LA COMUNICACION INFORMATIVA Y LA COMUNICACION PUBLICITARIA

El pasado 14 de febrero aparecían los periódicos con un sensible incremento en su precio debido principalmente a la escasez de anunciantes que se acogen a este medio de comunicación escrito que es la prensa. Según lo manifestado en «el noticiero universal», esto era debido a que la mayoría de anunciantes se servían de la televisión dado que —por diversas razones— lograba un mayor impacto en sus mensajes.

A todo esto, nos ha parecido interesante recordar un párrafo que en su Libro: LA COMUNICACION HUMANA, el profesor José Luis L. Aranguren, analiza un poco esta problemática en la comunicación....

«Es evidente que sí, como ha ocurrido, la red de comunicaciones internacionales se ha hecho en estos últimos años incomparablemente más tupida de lo que había sido hasta ahora y la estructura del mundo se ha entrelazado de tal modo que pese a las discrepancias entre naciones y bloques de naciones, bien puede llamarse, por primera vez en la historia, planetaria, las noticias que se refieren al mantenimiento o amenaza de este inestable equilibrio mundial, a las fricciones que cada día se producen, a las expectativas que alumbran por primera vez, a los sucesos a primera vista anodinos, pero que el buen analista descubre cargados de significación, han de ser transmitidos en todas direcciones e inmediatamente a través de aquella compleja red de comunicaciones.

¿Pero quién nos informa sobre todo ello? La prensa, la radio, la televisión. Ahora bien, todo el mundo sabe que, como empresas comerciales, estos medios de comunicación de masas solamente son rentables gracias a la publicidad. La información es proporcionada al público gratuitamente por la radio y la televisión y muy por debajo de su precio de coste por la prensa. Los medios de comunicación de masas viven pues de la publicidad. Sus verdaderos orientadores, y cada vez más, son los anunciantes, aunque, por lo demás hayamos de recordar aquí lo que se dijo en la primera parte sobre la influencia recíproca entre los supuestos «manipuladores» y los supuestos «manipulados». Información de noticias y comunicación publicitaria aparecen casi íntimamente ligadas, hasta el punto de que, muchas veces, el reportaje sobre una estrella de cine, sobre una playa que se empieza a poner de moda o sobre una nueva planta industrial —«orgullo del país y muestra elocuente de su desarrollo, que le sitúa al nivel de las naciones más avanzadas»— lo mismo puede ser noticia que se ofrece desinteresadamente (?) al lector, que publicidad de la que el periódico o emisora se alimentan. En el lapso de pocos meses se han publicado, en lengua inglesa, el número entero de una revista (Holiday) y dos suplementos de diarios (The Guardian, The New York Times), completamente dedicados a España. El primero era una visión e interpretación de nuestro país que, buena o mala, nada tenía que ver con la publicidad, llegada a él por vehículo oficial, hasta el punto de que hubo de prescindirse de algunos artículos encargados y pagados. El tercero era pura y simplemente propaganda, sufragada por el Gobierno español. Pero la palabra «advertisement» estaba impresa en la tipografía más pequeña, y apenas era visible. Y otros periódicos prescindían por completo de esta declaración verbal, recurriendo para la diferenciación de lo que es información y lo que es publicidad, a convencionales signos gráficos o a herméticas palabras (ejemplos: «comunicado», «remitido») sólo descifrables por lectores a la vez atentos y avisados.

Las fronteras entre la información y la propaganda son difíciles de fijar no solamente por ésta sino también por otra razón: la interferencia política en la información. Todo suceso es significativo, pero su significación rara vez es inequívoca: existe una interpretación para la cual la «objetividad» es un concepto-límite, al que aquélla puede acercarse más o menos, pero sin alcanzarlo plenamente jamás. Cada periódico da a los acontecimientos la interpretación acorde con su posición y, cuando no hay libertad de prensa, la que es dictada por el Gobierno. La distinción entre órganos de información y órganos de opinión es solamente relativa. Los órganos de mera información no están menos condicionados por los intereses que los órganos de opinión; lo que ocurre es que sus intereses son de otro orden, económico mucho más que político.»

R. P. FEMENIAS

NURIA CANDELA O LA SUPERVIVENCIA CATALANA

Recordo la primera vegada que vaig veure Núria Candela. Fa anys. Els temps eren un altres. Tot era més fosc. Només ens il·luminava la llum de la nostra convicció i el delit del sol esbatanat als terrats, als balcons, als carrers. Per a mi Núria va significar una espurna de tot això. Hi havia en ella la força d'una passió continguda d'amor. Amor a la poesia. I en aquells moments poesia era Catalunya. Poesia era tot allò que havia de ser un dia. Que encara no és rotundament, però que serà. Núria venia a dir-me que sí. Que calia lluitar i que ella estava disposada a lluitar. I cadascú amb les seves armes. Les d'ella ja les sabeu.

I així comença una carrera d'obstacles i de fites aconseguides. La recordo també al Primer Festival Popular de Poesia l'any 1970, al Gran Price, rodejada d'uns milers d'esforçats que plantaven cara i clamaven a ple pulmó per la llibertat i per l'amnistia.

I ha passat el temps. Ella ha fet el seu camí sense estridències. Plena de professionalitat envejable, sacrificant-ho tot a canvi de res segur. Perquè l'únic que té segur és un lloc en el nostre pensament i un lloc en el terreny de la poesia catalana com una oferidora de mots, de versos i de poemes.

Jo penso que ara li arriba el moment. Perquè Catalunya s'ha de fer, s'ha de refer. S'ha de construir. I des de l'escola. És a dir des del fonament de tot. I al fonament de tot hi ha la poesia. L'expressió que va més enllà de les coses però que és cosa. La veu a vegades profètica d'uns homes i d'unes dones que han viscut minut a minut la vida de cada dia i que han previst el dia de demà. I en aquesta feina de construir, Núria Candela ens ha d'ajudar més que mai. Perquè ella s'ho val. I, sobretot, perquè Catalunya la necessita.

JOAN COLOMINES

Agrupació Excursionista Granollers



Dimecres, 22 de febrer, a les 10 h. de la vetlla, tindrà lloc a la

Casa de Cultura Sant Francesc, la conferència-projecció: Expedició Tximist Everest-1974, presentada per Felipe Uriarte Cámara, membre de l'expedició vasca a l'Everest, fins a la cota 8.500 mts. (a 300 mts. del cim). No hi falteu.

NOTA: Caldria que algun soci o simpatitzant que entengués quelcom de l'ofici de paleta, s'ofereís desinteressadament,

per arreglar algunes coses del nou local social de l'Agrupació. Seria una bona i efectiva col·laboració cara al CINQUANTENARI i, més important encara, cara a l'Agrupació.

Per més informació adreçar-se a la Secretaria de l'Agrupació els dimecres i divendres, al vespre, o telefonar al número 870 54 50 demanant pel Sr. Francesc Sastre.

Diumenge, 26 7 Tarda
Recital Poetic-Musical

VERDAGUER

Poeta de Catalunya a càrrec de

NURIA CANDELA

Músic

LLUIS VILA

Piano - Violí - Guitarra

Organitza: T.A.C.