

LA PUBLICIDAD POLITICA

EN TRIUNFO ha aparecido ya algún anuncio de partido político. Varlos lectores se han sorprendido de que abriésemos nuestras páginas en una propaganda de ideas o de organizaciones contrarias a las que generalmente se exponen en nuestros artículos o editoriales.

Hace tiempo hubo también algunos reproches a nuestra revista por la publicación de anuncios comerciales, lo cual no parecía posible de cohonestar a nuestros críticos con una línea contraria a la sociedad de consumo. Posteriormente se han comprendido las razones que nos mueven.

Los dos hechos tienen algún parecido y al mismo tiempo son cosas diferentes. Con respecto a la publicidad comercial, se puede comprender fácilmente que TRIUNFO, como todas las publicaciones españolas de este carácter, vive dentro de una sociedad determinada y de una economía muy concreta. Los precios de coste de papel, los de impresión y los de información son tales que si tratásemos de hacer una revista sin publicidad su precio de venta tendría que resultar astronómico. Sencillamente, sería prohibitivo. La publicación no existiría. En el momento en que una revista necesita de la publicidad para llegar a su público, lo que no puede ser discriminatoria. No sería honesto. Hay, naturalmente, unos límites de decencia que, por otra parte, nuestros anunciantes nunca han transgredido o intentado transgredir. Al mismo tiempo, la mayor parte de los anunciantes españoles —no todos— practican la misma indiscriminación para los medios en que hacen su publicidad. Les importa, sobre todo, el público al que quieren alcanzar.

El problema de la publicidad política presenta, por una parte, características dentro de las generales: un partido es un

anunciante más y merece todos los respetos, entre otros el de no ser discriminado. Pero, además, es el vehículo de una ideología. En la nuestra está el reconocimiento de que todo el mundo tiene derecho a expresarse, siempre dentro de los límites de la decencia —y de los que marca la Ley— a los que antes aludíamos. El hecho de que un grupo político que pueda ser frecuentemente criticado en las páginas de TRIUNFO no discrimine a nuestra publicación a la hora de hacer su propaganda política es una señal de respeto que nos obliga a responder con otro respeto igual: el de no discriminarle nosotros. Lo contrario sería una intransigencia o una intolerancia.

Siendo TRIUNFO enteramente independiente de todas las formaciones políticas, de todos los partidos, no podría permitirse la arbitrariedad de aceptar los anuncios de unos y negar los de otros. Cabrían dos posibilidades: no aceptar ninguno o aceptarlos todos. Esta publicación, desde hace años, está pidiendo que todos tengan oportunidad de expresarse, por entender que esa es la auténtica posición democrática. Estaría en contradicción consigo mismo si optase por negar sus páginas a quienes utilizan, como es ya habitual en esta sociedad y en esta economía, la publicidad como medio de propaganda de sus ideas. Hemos decidido, por consiguiente, aceptar toda la publicidad política que se nos encomiende. En la seguridad de que ello no puede alterar en ningún caso la línea editorial de la publicación ni la libertad de nuestros colaboradores. Como está sucediendo ya con la publicidad comercial. La base de esta decisión es exclusivamente moral o ética. Lo cual no quiere decir que no podamos estar equivocados. ■

EL SOCIALISTA



"EL SOCIALISTA", EN LOS KIOSCOS

El órgano oficial del PSOE, fundado por Pablo Iglesias, "El Socialista", ha entrado en el mercado "normal" periódico. Aparte de su época clandestina —todo el franquismo—, "El Socialista" fue un monumento periodístico, inapreciable hoy no sólo para historiadores como fuente de información sobre la vida del Partido Socialista, sino de la vida española. En la época de la guerra y de la guerra civil representó la línea de Indalecio Prieto frente a la largocaballerista, que se expresaba a través de "Claridad". Al frente de "El Socialista", entonces diario, figuró durante una época Zugazogitia. Hoy, como semanario, quizá mañana como diario, figura Antonio Guerra. ■

AVISO A NUESTROS LECTORES

El último reajuste en el precio de venta de TRIUNFO ha dado lugar paralelamente a la actualización de nuestras tarifas de suscripción.

No obstante, y con el fin de facilitar la suscripción a los lectores que pudieran estar interesados, seguiremos aplicando las antiguas tarifas a todas las peticiones de suscripción que se reciban antes del próximo día 30 de junio.

De esta forma, además de recibir TRIUNFO directamente en su domicilio, la suscripción de todo un año le costará sólo 1.700 pesetas, que es el mismo precio que le costaría comprar, número a número, los ejemplares de sólo ocho meses.

Para utilizar esta oferta basta que remitan a TRIUNFO el siguiente boletín:

RECORTE O COPIE ESTE BOLETIN Y REMITANOSLO A:

triumfo CONDE VALLE SUCHIL, 20
TEL. 447 27 00* • MADRID • 15

NOMBRE
 APELLIDOS
 CALLE O PLAZA N.º
 TEL. CIUDAD D. POSTAL
 PROVINCIA PAIS

SUSCRIBANME POR SEIS MESES DÓCE MESES
 UN PERIODO DE (26 números) (52 números)

A PARTIR DEL PRIMER NUMERO DEL PROXIMO MES DE

FORMA DE PAGO: Adjunto TALON BANCARIO nominativo a favor de TRIUNFO
 Envío GIRO POSTAL núm.

PRECIOS DE SUSCRIPCIÓN.—España: Semestral (26 números), 1.200 pesetas; anual (52 números), 1.700 pesetas. EXTRANJERO: Semestral, 1.750 pesetas; anual, 2.300 pesetas.

Cuando el suscriptor solicite expresamente el envío de los ejemplares por avión o certificados, a las tarifas anteriores se incrementarán las sobretasas postales vigentes.