

PUNT
DIARI

Editora: Edicions Periòdiques de les Comarques, S.A.
c/ Figuerola, 28 - baixos. (17.001), Girona. Tel. 21 35 08 (5 línies)
Apartat de correus número 261
Servei de Telefax: Girona: 21 86 30 - Figueres: 50 62 04

Gerent

Jordi Bosch i Roura
Director Editorial
Dalmau Codina i Boada

Director

Enric Matarrodona i Puigdemont
Cap de Redacció
Joan Vall i Clara

Caps d'àrea

Emili Gispert, Jordi Martínez i Carles Puigdemont

Edició diària

Tura Soler (Girona), Xavier Sala (Economia), Antoni Dalmau (Política),
Joan Poyano (Comarques), Josep Martinoy (Catalunya, Espanya i Món), Jordi Camps (Esports),
Joan Ventura (Cultura i Espectacles), Jordi Grau (Punt Divers), Dani Vivern (Arxiu),
Fermí Sidera (Correcció), Àngel Madrià (Maquetació) i Joan Castro (Fotografia).

Edicions Setmanals

Redactor en cap

José Colleldemont (Catalunya Nord)
Joan Carles Codolà (Tot l'Esport), Carme Vinyoles (Diumenge Punt) i Pau Lanao (Presència)

Especials

Antoni Corominas

Delegacions:

Calella-Alt Maresme: c/ Sant Antoni, 83, 1r. 2ª - Tel. 93-769 19 99.

Olot: c/ Marià Vayreda, 2, 3r. 5ª - Tel. 26 76 22.

Figueres: c/ Sant Pau, 43, 3r. - Tel. 50 68 59.

Bianes: Travessia Raval, 11. Tel. 33 65 79.

Barcelona: Beethoven, 15. Tel. 93-201 44 44.

Publicitat: Joan Boix. Administració: Jaume Carbó.

Tallers: Jordi Pérez i Negre.

Imprimeix

Empremta S.A. Tels.: 21 13 00 - 21 13 57



D.L.: GI-535-78

PUNT DIARI és una publicació catalana, comarcal, democràtica i independent, l'opinió de la qual s'expressa únicament a través dels comentaris editorials. Els articles firmats exposen l'opinió de llurs autors, que PUNT DIARI no té per què fer seva necessàriament.

Una opció valenta

Un dels grans temes econòmics i tecnològics dels darrers anys ha estat la qüestió energètica. Els alts i baixos econòmics que han marcat les dues darreres dècades han estat motivats en gran part per les oscil·lacions dels preus del combustible bàsic de la societat actual, el petroli. I no cal dir com tota aquesta cadena de canvis que comença amb un factor energètic ha arribat a produir mutacions no només econòmiques, sinó socials, de comportament i fins i tot, en últim terme, ideològiques. Com a conseqüència d'això, de la importància que té per a la societat actual el tema energètic, la investigació d'aquest camp ha esdevingut una de les àrees que més s'han treballat als darrers anys, d'una banda per mirar de trobar energies que fossin més barates que el petroli i de l'altra per cercar forces energètiques que fossin més ecològiques i que no tinguessin la perillositat d'una energia tan eficaç però tan arriscada des de tots els punts de vista com és l'energia nuclear.

El debat energètic ha entrelligat com cap altre, tal vegada, la perspectiva científica i la perspectiva política. Ha estat un bon termòmetre per comprovar la veritable actitud d'una gestió política, avui dia que, molt sovint, es mou, d'una manera tan accentuada en la indefinició. Per això cal considerar positivament el projecte de l'Ajuntament de Girona d'instal·lar, mitjançant una empresa privada, un sistema de recuperació de l'energia tèrmica generada per la incineradora de Campdorà —una altra realització notable del poder municipal de l'àrea metropolitana de Girona— i que permetrà, per mitjà d'un cicle termodinàmic nou, reconvertir en electricitat aquesta energia tèrmica. L'opció per les energies alternatives i per l'aprofitament exhaustiu de les diverses possibilitats és, a més d'intel·ligent, d'un caràcter progressista obvi.

L'Ajuntament de Girona ha fet una aposta tan valenta com valuosa impulsant un projecte tan nou, que acaba de sortir de la fase experimental. La inversió que es farà és important i és de desitjar que el procés funcioni i sigui un èxit. Per a bé de tots els gironins.

XUCLAMEL

A l'escola de Belles Arts d'Olot, que impartirà a partir del mes d'octubre les assignatures de disseny gràfic i interiorisme. Amb aquesta iniciativa, l'escola de Belles Arts d'Olot serà la primera de les comarques gironines que impartirà aquestes especialitats i això és prou significatiu perquè ve a demostrar que a Olot comencen a obrir-se les perspectives artístiques.

MADRIÀ
MADRIÀ

A la irresolució del conflicte dels mestres. Aquesta vaga fa ja massa setmanes que dura i sembla que no hi hagi manera de trobar una solució a aquest problema, després que tant una part com l'altra, per més esforços que hagin fet per aproximar posicions, no arribin a un consens que permeti, ara que ja és tan a prop la fi del curs, resoldre el conflicte.

Ahir, a mitjanit, va sonar el gong inaugural de la campanya.

Tothom pot observar que les campanyes electorals cada cop s'assemblen més a simples campanyes publicitàries. Es tracta d'arribar al poble —el públic— i fer-li atractiu un producte per tal que senti l'impuls d'adquirir-lo; és a dir, de votar-lo. En el nostre cas, el producte és un programa, elaborat i defensat per un equip de gent. Però perquè el públic assimili l'oferta, abans cal reduir el programa a una frase (l'eslògan) i l'equip, a una persona (el líder).

Aquests mecanismes de reducció són indispensables per impactar en el mercat del vot. Pretendre que el públic assimili els programes amb tots els ells i uts seria tan insensat com incitar-los a comprar un detergent, pensem per cas, explicant-ne la composició química. Ho saben els publicistes:

una frase i una cara són molt més eficaços.

La majoria de la gent no vota (ni compra) per coneixement de la composició interna del producte, sinó per instint, per afinitat, per simpatia, per costum.

L'aplicació a gran escala del màrqueting publicitari a les campanyes electorals té l'inconvenient que tots els partits, guiats per estratègies publicitàries, acaben presentant la mateixa imatge, de manera que costa molt descobrir les diferències entre les diverses alternatives. Com els detergents, tots difonen, amb petites variants, el missatge de «lavar més blanc» (governar millor). Tots presenten uns eslògans intercanviables. Tots els cartells reproduïen la imatge d'un senyor amb americana i corbata, ben cienxinat, que ens mira amb fermesa. Els mitjans i els anuncis radiofònics i televisius de totes les forces vénen amenit-

zats de cançonetes de campanya (amb les paraules «Catalunya», «vota», «poble») que tant valdrien per als uns com per als altres. I tothom mira de dir allò que se sap que la gent vol sentir i en el to que se sap que agrada a la gent.

Però són només els publicistes els responsables de l'uniformisme polític? Ben segur que no. Si ens presenten els partits iguals és perquè, de fet, no són tan diferents. Potser les seves actuacions, un cop al govern, no difereixin substancialment. Haurien de baixar dels núvols propagandístics i comprendre que governar és, prescindint de la ideologia, l'art de tancar forats. Especialment en un país on les urgències són sempre superiors als pressupostos.

Desenganyem-nos; amb les competències i els diners que els nostres governants tindran a la seva disposició, ningú no farà miracles.

NOTES AL MARGE

Mariàngela Vilallonga

De Girona a Bolonya

4 de maig, dimecres

Aquest any de 1988 se celebra el novè centenari de la fundació de la Universitat de Bolonya. Una Universitat prou relacionada amb la cultura catalana, especialment durant el segle XV. A les seves aules de la Facultat de Dret hi estudiaren humanistes catalans tan importants com el barceloní Jeroñi Pau o el cardenal i bisbe de Girona, Joan Margarit. Molts altres catalans il·lustres foren professors als seus claustres i podem dir, sense por d'equivocar-nos, que els *Studia* bolonyesos tingueren una considerable influència sobre el desenvolupament del Renaixement a Catalunya. Fa uns quants anys vaig haver de seguir l'itinerari dels humanistes catalans del segle XV, tot intentant de trobar indicis de l'estada de Jeroni Pau als centres universitaris italians. De Bolonya conservo el record dels seus carrers foscos i humits, coronats de cables de tramvia, dels bulliciosos claustres de la seva Universitat, de la bona acollida dels seus professors, del munt inacabable de documents relligats del seu Archivio di Stato i de la imatge de senyor feudal de l'aleshores director del Col·legi d'Espanya, que fundà l'any 1364 el cardenal Gil de Albornoz; García Valdecasas, fent una aparició escenogràfica dalt de l'escaleta de la biblioteca del Col·legi amb dos enormes gossos, que va fer seure als seus peus.



Un angle de la Piazza di Nettuno, de Bolonya, amb la famosa font ornada amb escultures de Gianbologna

5 de maig, dijous

Al vespre a la televisió s'havia de triar entre la imatge lleugerament grassoneta de Quim Nadal, Manuel Vázquez Montalbán i Borja de Riquer, entrevistats a tres bandes per Mònica Randall, o la bona figura dels protagonistes de la sèrie de telefilms nord-americana, *Luz de luna*; entre el pinyó que es partien, com a bons amics i col·legues, els dos professors d'història de la Universitat Autònoma de Barcelona i el creador del detectiu Carvalho o les tempestuoses relacions de la Maddie i en David, amos de la famosa agència de detectius Blue Moon. Sabia que no ho podria evitar! Em vaig quedar electritzada, com quasi cada dijous, pel posat foteta i perdonavides d'en Bruce Willis i la provocadora i desafiant seducció de Cybill Shepherd.

7 de maig, dissabte

Apareixen dos nous volums de la Fundació Bernat Metge, els que porten els números 249 i 250. Una bona fita per a una col·lecció que es va iniciar l'any 1923 sota el mecenatge de Francesc Cambó i la direcció de Joan Estelrich, amb un cos de revisors, traductors i col·laboradors de luxe: Carles Riba, Llorenç Riber, Antoni Rubió i Lluch i tants d'altres que aconseguiren crear una col·lecció de clàssics llatins i grecs només comparables a la Budé francesa i sense parangó a la resta de l'Estat, encara avui. Ara acaben de sortir *La presa de Troia* de Trifiodor i el novè volum dels *Diàlegs* de Plató. A l'obra de Trifiodor tornem a gau-

9 de maig, dilluns

La Revista de Girona estrena un nou suplement literari i de pensament. Els fulls de la *Revista*, que així s'anomena, són d'un color ocre clar i estan situats al final del número amb portadeta, sumari i numeració pròpies. Un assaig, una narració i uns poemes, a més d'unes columnes de crítica sobre temes diversos, il·lustrat tot plegat amb uns dibuixos que s'alternen amb els textos i especialment creats per als fulls, formen el contingut i la raó de ser d'aquest suplement. La *Revista* amplia així el seu ventall de col·laboradors: poetes i filòsofs, pensadors i crítics literaris, novel·listes i assagistes, gironins o no, hi tenen a partir d'ara un espai reservat. Tant de bo que els dos suplementes que apareixeran aquest any puguin convertir-se en sis l'any vinent.

LA GIRA

J.N. Santaèulàlia

Temps de campanya

una frase i una cara són molt més eficaços.

La majoria de la gent no vota (ni compra) per coneixement de la composició interna del producte, sinó per instint, per afinitat, per simpatia, per costum.

L'aplicació a gran escala del màrqueting publicitari a les campanyes electorals té l'inconvenient que tots els partits, guiats per estratègies publicitàries, acaben presentant la mateixa imatge, de manera que costa molt descobrir les diferències entre les diverses alternatives. Com els detergents, tots difonen, amb petites variants, el missatge de «lavar més blanc» (governar millor). Tots presenten uns eslògans intercanviables. Tots els cartells reproduïen la imatge d'un senyor amb americana i corbata, ben cienxinat, que ens mira amb fermesa. Els mitjans i els anuncis radiofònics i televisius de totes les forces vénen amenit-

zats de cançonetes de campanya (amb les paraules «Catalunya», «vota», «poble») que tant valdrien per als uns com per als altres. I tothom mira de dir allò que se sap que la gent vol sentir i en el to que se sap que agrada a la gent.

Però són només els publicistes els responsables de l'uniformisme polític? Ben segur que no. Si ens presenten els partits iguals és perquè, de fet, no són tan diferents. Potser les seves actuacions, un cop al govern, no difereixin substancialment. Haurien de baixar dels núvols propagandístics i comprendre que governar és, prescindint de la ideologia, l'art de tancar forats. Especialment en un país on les urgències són sempre superiors als pressupostos.

Desenganyem-nos; amb les competències i els diners que els nostres governants tindran a la seva disposició, ningú no farà miracles.