

campo de la Cultura —y marco especialmetne lo de **presunto** porque hay veces en que resulta difícil de distinguir entre Cultura y Propaganda—, sólo debería caber la llamada al libre albedrío y la defensa a ultranza del producto demostrando y defendiendo su calidad. Malamente, ipero que muy malamente! podremos aspirar a un pueblo de ciudadanos interesados en su propia cultura si permitimos, siquiera sea otorgando silencios, que los subproductos culturales se promocionen con la ingénua trampa de unas promesas nada tienen que ver, al menos en apariencia, con

su propia intención. Aunque creo que habrá que insistir en lo de la **apariencia**, porque, si nos tomamos l molestia de analizar objetivamente la mayor parte de esos productos —desde la obra literaria comprimida a su argumento a los manuales de consumismo—, comprobaremos que lo que se nos está transmitiendo tiene bastante menos de choque cultural que de abierta o disimulada promoción a un modelo de vida en el que importan mucho menos los contenidos que las apriencias externas y, por decontado, mucho más unos determinados mensajes (que se le sirven al

ocnsumidor sin que él mismo lo advierta) que la ocasión de que el Ser Humano elija su propio camino en libertad y escoja sus cada vez más escasas lecturas entre el abanico de oportunidades que le ofrece el mercado cultura.

Juan G. Atienza



NOVARRO

ROPA JOVEN

Comercio, 7 - Tel. 22 27 89

Comercio, 28 - Tel. 22 73 69

Avda. de la Reconquista, 11 - Tel. 21 18 61

TOLEDO

Manuel Benayas, s/n.

Tels. 76 05 58 y 76 12 53

TORRIJOS