

710

GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA

PUBLICACION EDITADA POR LA DELEGACION NACIONAL DE PRENSA

SUMARIO



La improvisación del periodista, por Jesús Ercilla.

PRENSA ESPAÑOLA

Periódicos infantiles: Nacimiento y buena historia de la revista «Flechas y Pelayos». — «Leyendas infantiles». — «El Trapaj».

PRENSA EXTRANJERA

La Prensa de los Estados Unidos en cuatro palabras.—La Prensa india, sometida a rígida censura inglesa.

T E C N I C A

Las cuatro mejores planas de la Prensa española.

H I S T O R I A

Desarrollo histórico del reportaje.

LEGISLACION

ESPAÑA.—Escuela de Periodismo.— Creación. (O. 17 noviembre 1941. Vicesecretaría de Educación Popular.)

BIBLIOGRAFIA

ALEMANIA: Bibliografía de las publicaciones diarias y periódicas.

ASOCIACIONES DE LA PRENSA

Asociación de la Prensa de Oviedo.

LABOR DE LA DELEGACION NACIONAL DE PRENSA

Cómo leen los españoles su Prensa.

NOTICARIO

Movimiento de personal.

FICHERO DE PERIODICOS

*El libro que interesa a todos los técnicos...
y también a los aficionados*

ACABA DE APARECER:

Cómo se escribe un guión cinematográfico

Por FERNANDO G. TOLEDO

La difícil técnica de plasmar cinematográficamente cualquier buen asunto literario o teatral podrá adquirirla en la obra que le ofrecemos.

Ejemplar de 323 páginas: 12 ptas.



ESTUDIANTES, OPOSITORES: El libro imprescindible para conseguir un gran éxito en vuestros exámenes es

Ortografía moderna de la Lengua Española

Por HIGINIO BULLON RAMIREZ

Profesor de la Escuela Normal del Magisterio de Cáceres

Sexta edición ilustrada.

Obra premiada con Diploma de Honor en la Exposición Ibero-Americana de Sevilla, y declarada de texto para carreras y oposiciones en todos los países de habla española.

Ejemplar de 470 páginas: 20 ptas.

AFRODISIO AGUADO, S. A.

BARQUILLO, 4 - MADRID

ENVIOS A PROVINCIAS

GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA

Año II



Madrid, 1.º de octubre de 1943



Núm. 17

LA IMPROVISACION DEL PERIODISTA

Por JESUS ERCILLA

Es difícil que la improvisación dé buenos resultados. Aunque en la profesión periodística precisamente haya sucedido con frecuencia lo contrario, es necesario salir una vez más—contra corriente—al paso de una tendencia tan querida de los españoles: la de creer en que la facilona improvisación puede permitir triunfar. Y si el que lo afirma es exactamente un improvisado, sus palabras tendrán probablemente una fuerza mayor que si pretendiese definir cualquier otro aspecto profesional.

Quando alguien invade un terreno profesional que no le pertenece y su labor no merece en la comparación con la de los demás, hay que pensar, más que en los méritos del invasor, en que algo no marcha bien en el seno de la corporación "agredida". Lo probable será que los contornos de la profesión no están bien delimitados o que el nivel de la capacidad para ejercer la profesión ha descendido—en el curso de sus oscilaciones—y se ha puesto al alcance de un transeúnte avisado. Pues no es de suponer que la remota improvisación de muchos de los veteranos profesionales influya permanentemente en el nivel actual. Quizás lo cierto sea que el periodismo tenga tal cantidad de contactos con otras disciplinas que las zonas de transición abundan hasta el punto de hacer imposible una diferenciación. Que es así, en algún grado, lo prueba la eterna polémica sobre periodistas y escritores.

El ingreso en el periodismo por la puerta falsa, aunque haya dado a veces buenos resultados, es un mal sistema que debe ser evitado, y para ello nada mejor que elevar, ya desde la iniciación profesional, el nivel de la capacidad para ejercer. Y no porque la técnica sea más difícil que la de otras profesiones, ya que en realidad es sencilla, en términos generales, pero más bien procurando que la actividad profesional le sea cada vez más difícil de desarrollar a quien posea únicamente la aptitud técnica y, en cambio, carezca de vocación o estén adormecidas sus dotes morales. Así, los periodistas irían en la avanzada una vez más al dar la pauta a otras profesiones, en rebelarse contra el saber exclusivamente técnico y al subordinarlo a la aptitud moral; pero ello habría de ser, más que impuesto autoritariamente, sentido y querido por todos los profesionales hasta que en su vida se convirtiera en una costumbre.

Y con la creciente exigencia en la capacidad técnica, la especialización, que cuando es auténtica sólo se adquiere con reposado esfuerzo. Entre el mucho quehacer que aún les queda por delante a los periodistas, algo muy importante es el profundizar en la profesión y no limitarse a vegetar en la periferia de su tarea. Es sorprendente—en comparación con otras profesiones—la falta de auténtica ambición de muchos periodistas, a los que, por otra parte, no falta en ocasiones aptitud ni, aparentemente, vocación. Resultaría muy curioso averiguar por qué serie de mecanismos mentales se ha llegado a tal situación y a qué obedezca la muerte de un resorte tan importante y tan necesario para la mejora del trabajo del hombre; pero es lo cierto que entre nosotros parece casi siempre que nadie pretende llegar a nada. O también que algunos con voluntad de ascender lo intentan por el falso camino del menor esfuerzo y la apariencia, y en su intento se sienten favorecidos por la inercia colectiva.

En la actualidad se está empezando a llegar al final de una etapa de incorporación de aquellos a los que la circunstancia de nuestra guerra civil lanzó al campo de la actividad periodística y no siempre conscientes de la trascendente responsabilidad de sus pasos. Comienza ya a sedimentarse aquel turbión y dentro de poco será muy difícil establecer diferencias entre los recién llegados y los antiguos periodistas. El futuro dirá la utilidad—si alguna, se logra—que a España proporcionó ese impensado y circunstancial modo de reclutar hombres para los periódicos. Hoy, toda afirmación o profecía resultarían prematuras y petulantes.

Por otro lado, también para el improvisado resulta dañoso el sistema. Lo fácil que le ha sido situarse en el nuevo terreno de trabajo le engaña respecto a las dificultades que en el nuevo oficio ha de hallar. Le inclina a considerar a su alcance toda situación profesional, y esta inconsciente soberbia puede deshacer su vida, pues resulta milagroso que no se envanezca definitiva e irrevocablemente quien a poca costa ha triunfado—aunque sólo sea en apariencia—en una actividad. Sin contar con otro peligro que existe para su porvenir, al haberse encaramado rápidamente, sin una fase de verdadero aprendizaje, a puestos de responsabilidad profesional y, por tanto, faltarle la perspectiva de la pendiente “hacia arriba”. Tampoco tendrá interés por especializarse o profundizar en lo que hace, ya que sin ello no le fué difícil el triunfo. Y si no tiene buena dosis de ambición, su único afán será ya permanecer y vegetar donde se encuentra. Sin autocritica, el improvisado estará perdido.

Demasiada crítica se ha hecho ya del viejo periodismo y de sus defectos y virtudes. Y la más dura se la ha dado hecha la misma vida, al permitir que unos jóvenes se les colasen de rondón en su vida profesional. Los que llegamos, tenemos el deber de hacernos dignos de tal tarea como si no fuésemos improvisados. Y también de esforzarnos en el trabajo, de tal modo que en el futuro exista una clase de periodistas tan dotada técnica y moralmente como para que nadie pueda sentirse tentado a triunfar con nuevas improvisaciones.



Periódicos infantiles

Nacimiento y buena historia de la revista "Flechas y Pelayos"

Por Fray Justo PEREZ DE URBEL

LA consigna era entonces: Unificación, meta ideal a que todo buen político debe encaminar sus esfuerzos. Esa palabra había sonado en la altura y empezaba a aglutinar, a eliminar discrepancias, a amortiguar divisiones, a limar diferencias para la victoria definitiva. Su influencia llegó también hasta el mundo infantil.

Era en la primavera de 1938. Por las calles y caminos de la España liberada se veían grupos de niños que pasaban cantando vestidos con la camisa azul; y junto a ellos pasaban otros no menos entusiastas llevando en sus rubias cabezas la boina roja del requeté. Los Flechas de la Falange y enfrente los que, recordando al niño mártir de la fe en la Córdoba de Abderrahman III y tomándola por modelo, se llamaron por aquellos días los Pelayos. Unos y otros cantaban a España, a la España tradicional y eterna, por la cual morían en los frentes los jóvenes de Castilla, de Navarra, de Galicia y de parte de Andalucía; y, sin embargo, se miraban con gesto retador, discutían, se lanzaban palabras violentas y a veces llegaban a las manos. El Decreto de Unificación juntó la boina y la camisa, pero esto no era suficiente; seguía diferenciándolos el periódico que leían. Los Flechas tenían el suyo, lo mismo que los Pelayos. Los títulos indicaban claramente los lectores a los cuales se di-

rígían. Los dos se tiraban en una misma casa de San Sebastián, y allí se encontraban diariamente el director de



Una portada del periódico infantil «Flechas y Pelayos».

18 DE DICIEMBRE DE 1938

FLECHAS Y PELAYOS



Num. 2

Año I

SEMANARIO
NACIONAL
INFANTIL

25 Cts.

Red. y Adm. Provisional.
Elcano, 7.—San Sebastián.
Teléf. 12520 — Apartado 53

POR EL IMPERIO HACIA DIOS



Una portada del periódico infantil «Flechas y Pelayos».



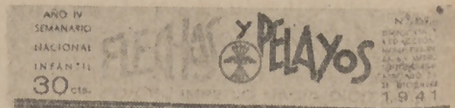
Una portada del periódico infantil «Flechas y Pelayos».

nunca se hubiera podido conseguir aquel éxito inesperado. Con la recuperación y liberación de España surgieron las dificultades.

En primer lugar hay que advertir que, contra nuestras esperanzas, la tirada no subió a pesar de haberse duplicado el campo de la propaganda. Este fenómeno obedecía, ante todo, a la crisis general que siguió a la guerra; pero pronto pudo observarse que existía también otra causa principalísima: la aparición más o menos clandestina de toda serie de revistas, cuadernos, folletos y otras publicaciones periódicas de carácter infantil, que empezaron a tirar las imprentas de Barcelona. La tirada, sin embargo, se sostenía en la cifra respetable de los 125.000 cuando en la primavera de 1941, agotadas las existencias de papel que había recogido una

administración prudente y previsora, empezó la época de las restricciones, de las oscilaciones, de los sobresaltos y de la preocupación diaria. La falta de papel obligó en las días más difíciles a disminuir la tirada en dos terceras partes. Los tiempos fueron mejorando lentamente, pero era difícil reconquistar a los antiguos lectores. No obstante, la reconquista se hizo; logróse de nuevo rebasar los 100.000 ejemplares, y hoy es *Flechas y Pelayos* la revista infantil más leída, la que tiene la confianza de los niños españoles y sus padres, sin duda porque es la que mejor armoniza las condiciones indispensables de humor, de gracia, de amenidad, de instrucción y de educación que debe reunir una publicación infantil.

Advierto, sin embargo, una cosa: y es que no se separa impunemente en el organismo de una revista la dirección de la administración, del mismo modo que no es posible separar en el hombre la vida material y la espiritual.



Una portada del periódico infantil «Flechas y Pelayos».

"Leyendas Infantiles"

CUANDO me propuse poner en práctica la idea de editar una revista infantil sabía que iba a tropezar con infinidad de dificultades—nos dice Teodoro Delgado.

Nos hallamos en el estudio del dibujante. Sobre la amplia mesa, varios dibujos recién realizados. En las paredes, óleos, carteles, acuarelas. Vemos en lugar preferente un desfile de voluntarios, evocación de nuestra Cruzada.

—Pero, a pesar de todo—continúa—, tenía que hacerlo. Sentía verdaderos deseos de dotar al niño español de una publicación amena, instructiva y barata. Y, sobre todo, española. Había que huir del extranjerismo que siempre ha dominado las publicaciones de esta clase.

—Seguramente es el primer caso que se ha dado en España de que un dibujante se convierta en editor.

—Es posible. Gracias a eso, he encontrado un apoyo decisivo entre los compañeros, que no han reparado en sacrificio alguno.

—¿Tardaste mucho en llevar a la práctica tu proyecto?

—Muy poco. La idea surgió en marzo de 1942; pues bien: el 9 de mayo apareció el primer número de *Leyendas Infantiles*.

EL TÍTULO

—¿Cómo surgió el título?

—Varios nombres se barajaron, y al sonar el de *Leyendas* fué adoptado por unanimidad. Este nombre reunía las cualidades que apetecíamos: evocador en su aspecto de relato de hechos maravi-

llosos o tradicionales, preciso en su significación escueta de *lectura* y con un sonido indefiniblemente español.

—¿Contabas con muchos auxiliares?

—Los indispensables. Yo asumí la dirección. Tenía a mi lado un redactor literario y otro artístico. Un administrador, un jefe de correspondientes y un chico para recados. ¡Ah! Y algo imprescindible: el teléfono.

PRIMEROS PASOS

—¿Marchó en seguida todo bien?

—Antes hubo que luchar mucho. Llamé a los elementos que tenían que ser mis eficaces e inmediatos colaboradores. Nos reunimos. Cambiamos impresiones. Les expuse crudamente las realidades. En primer lugar, tropezábamos con la dificultad de encontrar en Madrid una imprenta que pudiese realizar ese trabajo. Efectivamente: los periódicos infantiles existentes se imprimen en el Norte, donde hay imprentas de Offset, único procedimiento que permite ofrecer a los muchachos un colorido perfecto, indispensable actualmente en las revistas infantiles. Hubo varios momentos en que parecía que nuestros deseos y esfuerzos iban a naufragar, hasta que hallé la solución. La revista se tiraría en negro, en la rotativa de un popular diario de la noche. Para dar animación a la portada, cada número llevaría una tira de retratos de futbolistas en color, impresos en litografía, plegada junto a la cabecera. El procedimiento de confección que empleábamos era lento y trabajoso, dada la gran cantidad de tex-

tos, dibujitos e historietas que había. Cuando iba a imprimirse el primer número pasamos toda la noche en la platinilla... Hasta que se puso en marcha la máquina...

LA EMOCIÓN DEL PRIMER NÚMERO

—¡Cómo zumbaba la rotativa! Los que habíamos trabajado en la elaboración de la revista estábamos francamente emocionados.

—¿Tuvo éxito el primer número?

—Se agotó en absoluto. El éxito inicial de nuestra revista nos animó.

OTRO PASO ADELANTE: DOS COLOREO. OTRO MÁS: ¡A TODO COLOR!

—Después de tirar catorce números en la rotativa, el 15 de agosto del 42, una imprenta nos hizo las tiradas a dos colores. Aquello era una mejora evidente... Pero no estábamos satisfechos. Fallaban los colores. ¡Aquel azul! ¡Qué manera de empastarse! Pero el éxito del periódico iba en aumento. Hasta que decidimos lanzarnos definitivamente a tirar a todo color, llevando el periódico al Norte, en donde hay Offset. Y en febrero del 43 salíamos a la calle con mejores galas. ¡A todo color!

—¿Pensáis seguir siempre en la misma forma que ahora?

—¡Ah, no! En cuanto cesen las restricciones del papel iremos a las dieciséis páginas.

LOS COLABORADORES SON TODOS CAMARADAS DEL EDITOR

—Decías antes que los compañeros te secundaron en seguida. ¿Con quién cuentas?

—Todos están especializados en publicaciones infantiles y son buenos amigos míos. Cuento con los maestros del género como colaboradores: Soravilla, Pena, Carmelo, Esteban, Mayo, Roso, Pardo, Gabi, etc. Trabaja para mí la magnífica escritora de temas infantiles señorita Valle, de extraordinaria imaginación. Angel Heras me hace las cosas deportivas. Y tengo trabajando permanentemente a Ardel en *Leyendas*, en estrecha compenetración conmigo.

EL PÚBLICO INFANTIL ES PARTICULARÍSIMO

—¿Cuál es la principal dificultad, a tu entender, de las revistas infantiles, en relación con su público?

—El especialísimo carácter de sus lectores. El público infantil es mucho más inconstante y variable que el adulto. La particularísima psicología del niño hace que sus gentes estén sujetas a fluctuaciones y modas como ningún público pueda estarlo. En las revistas infantiles hay que estar siempre al cuidado de esa variación de gustos. Ha habido temporadas que el niño siente una verdadera locura, una pasión, por los cromos con

dibujos de futbolistas.

Al poco tiempo esa pasión toma un giro diferente. No son dibujos; son retratos lo que atrae la atención de los muchachos. Y no solamente de futbolistas, sino de otros deportistas y de artistas de cine. Más tarde prefieren los cromos culturales, etc. Estas reacciones de los niños se pueden percibir en las cartas que nos escriben. En ellas, con esa franqueza que caracteriza a la infancia, exponen sus gustos y preferencias. *Leyendas Infantiles* está siempre atenta a ese barómetro de los gustos, y atempera su publicación a sus oscilaciones.



Ardel despachando las cartas que se reciben de los pequeños lectores

ASPECTO LITERARIO

—¿Y el aspecto literario?

—Hay que cuidar mucho la redacción de las aventuras. Para el niño de treinta años atrás la revista infantil era una prolongación de los libros de cuentos o de viajes. Así, le gustaban los dibujos en viñetas, con el texto minucioso relatando el episodio debajo de cada una de ellas. Actualmente sucede algo muy diferente. La revista infantil no es ahora la prolongación de la novela o el cuento, sino del cinema. El niño de hoy exige dinamismo, moralidad, acción, en una palabra. Por eso procuramos dar preferencia en nuestra revista a las aventuras con el diálogo encerrado en el mismo dibujo, en forma de texto que sale de la boca de los protagonistas; *bocadillos* llamamos nosotros a ese procedimiento. Poca narración, la precisa tan sólo para situar las escenas. Mucha acción, mucho diálogo. Así, los guiones que se dan a los dibujantes para su realización son exactamente iguales que los guiones cinematográficos. Con esto está dicho todo.

LA EDUCACIÓN ENCUBIERTA
ES MÁS EFICAZ

—¿Y el aspecto moral y educativo?

—Tiene una importancia primordial. Nosotros procuramos hacer esta labor de una manera que creemos eficaz. Esa eficacia consiste en educar al niño en pequeñas dosis y sin que él mismo se dé cuenta. Es una educación «camuflada», por decirlo así. Hay que partir de la base de que el niño adquiere la revista para pasar un rato entretenido. Resulta, pues, a nuestro juicio, totalmente inútil pretender aprovechar esa disposición del pequeño lector a pasar un rato agradable para «colocarle» largas peroratas morales y educativas. Es casi seguro que el niño no las lee y pasa la página buscando lo que le interesa. Nosotros obramos de otra manera. Así, por

ejemplo, en medio de una aventura, hacemos decir a un protagonista una frase que encierre un concepto moral y elevado. En medio de infinidad de curiosidades e historietas intercalamos una frase de un hombre célebre, de un santo, una efemérides, una vida de un personaje ilustre, etc. Creemos no equivocarnos si esa enseñanza «camuflada» es mucho más efectiva que la descubierta, que el niño ya tiene en la escuela y no le interesa volver a encontrar en sus revistas.

LOS CHICOS COLABORAN
EN «LEYENDAS»

—¿Y vuestras relaciones con los chicos?

—Es muy importante también el mantener contacto con el público infantil, darle la sensación de que forma parte activa de la publicación, que no es un mero lector... Nosotros procuramos organizar concursos que mantengan ese interés. Semanalmente publicamos cuatro dibujos con chiste de pequeños lectores, que son premiados en metálico y con lotes de cuentos. Es extraordinaria la cantidad de ellos que se reciben diariamente.

—¿Deportes?

—Tampoco descuidamos la nota deportiva que, a nuestro juicio, es indispensable en cualquier publicación infantil del momento. Notas sueltas y



Teodoro Delgado y Ardel.

PIGRE
 UNA HISTORIA BASTANTE PARA

¡ASÍ ERA
 PERE, PERE,
 TRANQUILO-
 MENTE EL
 OTRO DÍA,
 QUE ERA
 NIEVE,
 POR UN
 FONDOSO
 BARQU...



¡CÓMO DÍA
 TAN LINDO!

¡LINDO
 SE LE VIO
 EL COTILLO
 HABIÉNDOSE
 EL
 BARRIDO
 MUY
 MUY
 EXTRAÑA
 LE DIO
 UN TON...



¿ES DOSTO UN
 PIGRE, SR. PEREZ?



¿LONDRO HA
 DICHO VOT
 ¿QUE SOU
 UN TIGRE?

NO, P
 SÉ UN
 PIGRE!



NO SE ENTENDE
 EL SERVICIO
 POLICIALES... NO
 ME QUEDÓ
 PER NINGUNO
 DE QUE QUIERE
 SER TIGRE...
 MELO UN...



¿QUE ME LO DIGA, QUE
 SE LO DIGA? PERO SI
 NO LO ES! O ES QUE
 QUE A MI ME GUSTE DE
 CIR TIGRE... VOU A TENNE
 QUE SABERLO TODOT?



¿Y NO LE GUSTARIA
 SABER LO QUE QUE
 RE DEOR ESOT?

A MI LO QUE
 ME GUSTARIA SA
 BER ES LO QUE
 QUIERE DEOR
 "PIGRE"...

A NO PODRE LO
 QUE QUIERE DE
 CIR SU ESOT...
 LO SE



PERO NO PUEDE ENTEN
 ME UN DILENARIO... NO
 GO MAAS QUE DOS
 LINCUENT...

NO SE AFILIA
 POR ECHON
 QUE PODRAN
 ENTENDIDO
 ENTRE LOS
 DOS...



...POES YO
 TENGO OTRAS
 SI, QUE
 BIEN!



DENOS UN DICCIONARIO DE LA
 LENGUA

DE LA LENGUA
 LA ESPANO
 LA

¡LO QUE
 TENEMOS
 EN SE
 QUION!



¿DE QUE LENGUA?

¿Y LO QUE
 EN EN ESPAN
 TO O EN ESPANOL?

¿CUANDO
 EL DICCIONARIO
 ES UNO
 SE VAN
 FELICES Y
 GOZOSOS
 A LEERLO
 A UN BUNDO
 DEL PARRO



SENTARON EN
 EL BUNDO LO
 ENCONTARON
 NOS CORRIDOS

PERO SI NOS GEND
 ACO... COMO LO NANCE
 A ENCUENTRO
 SEORRENOS!



¡PUEGO PARA PETACA
 POLIFALETICO... ¡TIENE
 TACON... ESTÁ ESCRIBIEN
 SIENDO BASTANTE
 SI POR FAVOR
 PUEDE AD
 TARDON
 GARDAR
 GARDAR



¡HORA
 MALDITO!

GABRI



Plana central de «Leyendas Infantiles».

amenas relacionadas con los deportistas, anécdotas, pequeñas noticias.

CONCLUSIONES

- En resumen, camarada Delgado...
- En una revista infantil hay que se-

guir—nosotros creamos modestamente hacerlo—el gusto particularísimo y variable del niño, educarle sin que él lo perciba y darle la sensación de que forma parte integrante y activa de la revista.

v



"EL TRAPA"

Fué director y propietario de **El Freno del Caciquismo**.
No sabía leer ni escribir.—Y fué el precursor del lago de Camarasa

Por L. CONDE DE RIVERA

AL noruego Maehlum, «editor, redactor y vendedor de periódicos en una misma persona», que acaba de fallecer en su país a la edad de noventa y cuatro años, le deja pálido el leridano Antonio Barbosa, más conocido por *El Trapa*.



Un número de «El Freno del Caciquismo».

Maehlum, periodista y escritor ambulante, redactaba y componía él mismo su periódico, para venderlo al día siguiente en las localidades por donde solía viajar con su mercancía impresa. Pero el mérito de *El Trapa* es mayor; su audacia, su atrevimiento, alcanzan proporciones verdaderamente gigantescas, que salen del área de lo verosímil, al fundar y dirigir, por espacio de treinta años, su periódico *El Freno del Caciquismo*, que él mismo vendía y pregona por las calles..., sin saber leer ni escribir, que esta circunstancia es la que ha dado mayor popularidad al famoso *Trapa* y más interés a su periódico, en cuyas columnas, durante más de un cuarto de siglo, se insertaron las cosas más absurdas y disparatadas.

—¿Y cómo, siendo un analfabeto—os preguntaréis—, podía editar un periódico?

La cosa era muy sencilla. Todos los estudiantes, gente joven e incluso ingenieros, arquitectos y hombres de ciencia, colaboraban en *El Freno del Caci-*

quismo, sin redacción ni domicilio conocido, que, generalmente, era al aire libre o en un velador de cualquier café, cuyos artículos llevaban la firma de *El Trapa...*, ignorando su contenido en la mayoría de los casos.

Muchas personas se preguntan todavía hoy cómo aquel hombre, de sanas intenciones en el fondo, que avalaba con su firma los mayores disparates que pudieron salir del cerebro humano, no ha ido a parar a la cárcel en diversas ocasiones.

Su verdadero oficio era el de sastre, si bien últimamente se dedicaba a la compraventa de ropa vieja—de donde le viene el apodo de *El Trapa*—, que vendía en las ferias de la comarca, en un pequeño tenderete. Y lo mismo pregona las excelencias de un traje *semi-nuevo* que la importancia de su pintoresco periódico, cuyo número sucesivo no imprimía nunca hasta haber agotado el último, cuya tirada oscilaba entre los quinientos ejemplares.

El Freno del Caciquismo, bajo cuya cabecera ostentaba este sumario: «Periódico antipolítico, hidráulico, adicto a los planes del Sr. Gasset y defensor incansable de los intereses del país», mantuvo una tenaz campaña propugnando el embalse del lago de Camarasa, cuyas importantes obras fueron, años más tarde, realizadas por la Compañía Canadiense en el mismo lugar y tal como señalaba *El Trapa*, dando término así a las mofas y a las rechiflas que motivaban entre ciertos elementos sus *ideas descabelladas*.

Vestía pobremente, siempre sucio, harapiento y lleno de mugre.

Y llegó a creer tan seriamente en la eficacia de las campañas de su periódico, que, no dudó en aceptar *pergaminos* y *condecoraciones*, que, en-

Antonio Barbosa (a) «El Trapa», director de «El Freno del Caciquismo».



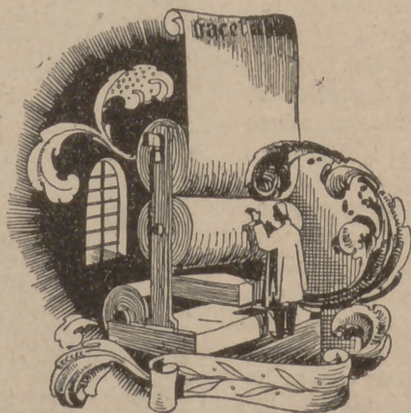
viadas por gente de buen humor, le hacían creer que le habían sido concedidas por Gobiernos de países extranjeros, y cuyo texto, pintoresco en extremo, hacía insertar en su periódico.

En una de las fotos que ilustran este trabajo, aparece el genial Barbosa mostrando uno de estos pergaminos y ostentando en la solapa de una vieja casaca de lacayo la medalla de la Orden de Abisinia, que lucía con orgullo.

Dentro de su ignorancia, era un hombre bondadoso e incapaz de cometer una mala acción. Al modo de Don Quijote, quiso echarse sobre sí la ingente labor de enderezar entuertos.

Y cual nuevo Diógenes, hizo honor a una conducta y a una moral de la que nadie pudo poner en duda sus rectas intenciones, en beneficio de una causa noble y humanitaria con la que soñó toda su vida.

Así murió, en el Hospital de Lérida, el 26 de febrero de 1917, Antonio Barbosa (a) *El Trapa*, probablemente uno de los periodistas más originales que recuerda la Historia.



La Prensa de los Estados Unidos en cuatro palabras

De las notas de un corresponsal
alemán en el extranjero

La Zeitungswissenschaft ha ofrecido a sus lectores datos interesantes de los diferentes periódicos, revistas, oficinas de información y periodistas en los Estados Unidos de América. debidos a la pluma de Kurt G. Sell, que fué durante largos años corresponsal en Washington de la Deutsche Nachrichtenbüro. D. N. B. GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA inserta, por juzgarlas interesantes, las referidas notas.

EN los Estados Unidos no hay ni agencias de información oficiales ni periódicos oficiales. Ningún periódico puede ser señalado como portavoz del Gobierno ni como influyente. Es sabido que Roosevelt logró sus victorias electorales de 1936 a 1940 contra la Prensa, y no con ella. Las agencias de información y los grandes periódicos reproducen todas las declaraciones oficiales sin identificarse con ellas. Comentarios polémicos de las agencias tal como los que hace de vez en cuando la D. N. B., serían imposibles en los Estados Unidos, y hasta la Agencia de Información Associated Press, que es la que más se parece a los métodos de la D. N. B., en cuanto a la información respecto a la actuación del Gobierno, da también, sin embargo, todas las declaraciones de los miembros destacados de la oposición.

No cambia esto en nada el hecho de que anteriormente, sobre todo desde 1933, algunos periódicos representen fundamentalmente el punto de vista del Gobierno; también estos diarios publican al lado voces de la oposición, y hasta citan literalmente sus palabras, haciendo controversia con ellas en artículos de fondo. Por lo tanto, la información y los comentarios están claramente separados.

En la capital federal, Washington, el periódico *Washington Evening Star* (y no *Washington Star*, como se le acostumbra a nombrar erróneamente) representa la opinión del Gobierno constituido y cumple, por lo demás, las funciones de un indicador general. El periódico *Washington Post*, que pertenece al judío Eugene Meyer, apoya al Departamento de Estado; sin embargo, muy a

menudo ataca gravemente al Presidente en cuestiones de política interior, dividiéndose en varios grupos, uno de los cuales combate encarnizadamente al New Deal; otro es favorable a éste, pero abomina de los comunistas, mientras que el tercero comprende el New Deal de manera totalmente radical de izquierdas, y en este sentido le apoya ampliamente.

Periódicos y revistas importantes hay, por tanto, pocos en los Estados Unidos. Del *Washington Post* puede, lo más, deducirse lo que piensan Hull o Welles, y por medio del *New York Times* pueden recibirse todas las noticias importantes para enjuiciar la situación en los Estados Unidos; pero hasta este gran periódico no es suficiente para poder valorar justamente estas noticias. Para esto hay que leer, además, el *Chicago Tribune* y las revistas *Time*, *Life*, *News Week* y *United States News*, que dan una visión crítica de conjunto. La razón de considerar así al *New York Times* consiste en que desde que murió su fundador, Alfred Ochs, se convirtió en una mera hoja informativa, y en que su redacción perdió categoría, convirtiéndose los periodistas de altura en puros reporteros, que no hacen más que registrar los acontecimientos.

Así, los periódicos representan los intereses de determinados grupos o partidos; por ejemplo: el periódico, estrictamente republicano. *New York Herald Tribune*, presta su apoyo al jefe nominal del partido, Wendell Willkie. o grupos regionales; a veces también sostiene puntos de vista ideales; hay periódicos que defienden a toda costa al New Deal (*New York Post*, *Filadelfia Record* y *Chicago Sun*), y otros que sólo apoyan la actual política exterior de Roosevelt (*Washington Post*, *New York Times*, *N. Y. Herald Tribune* y otros muchos, de los que algunos son antibolcheviques). *Chicago Tribune*, *New York Daily News*, *Washington Times Herald*. El *Chicago Daily News* y el *Christian Science Monitor*, así como algunos otros, están orientados únicamente hacia la política exterior, y son, por tanto, rabiamente intervencionistas.

En los Estados Unidos no hay ningún periódico que tenga ediciones de la mañana y de la tarde. La mayoría aparecen por la tar-

de, que es cuando han terminado los grandes negocios, cuya referencia traen los periódicos, y así ofrecen la posibilidad a toda la familia, a la hora de la cena, que tiene lugar muy pronto, de estudiar todas las posibilidades de compra para el día siguiente. A finales de 1941 había en los Estados Unidos 1.974 diarios. De ellos, 1.548 eran periódicos de la tarde y solamente 419 de la mañana. Únicamente siete periódicos aparecen de manera continua (*around tre clock*), con siete y ocho ediciones diarias, en las cuales, sin embargo, sólo se cambian las dos primeras páginas, mientras que el resto del contenido (artículos de fondo, folletos, etc.) sigue siendo el mismo.

Las ediciones alcanzaban 25.880.325 ejemplares para los periódicos de la tarde y 15.362.327 para los de la mañana. En total la edición diaria de todos los periódicos era de 42.385.807 ejemplares. Los periódicos de la mañana aparecen entre las 21 y las 23,30 de la noche precedente (las últimas ediciones a las cuatro de la madrugada); los periódicos de la tarde, de las 10,10 a las 16,30 horas.

Junto a los periódicos en lengua inglesa hay en los Estados Unidos una serie de periódicos en lenguas extranjeras que sólo alcanzan pequeñas ediciones y en la mayoría de los casos no aparecen más que una vez semanalmente. Hasta que estalló la guerra el 8 de diciembre de 1941, aparecían los siguientes periódicos:

| | |
|----------------|-------------------|
| Alemanes..... | 220 (13 diarios). |
| Italianos..... | 150 (8 —). |
| Japoneses..... | 25 (9 —). |
| Judíos..... | 213 (9 —). |
| Espanoles..... | 159 (9 —). |
| Polacos..... | 91 (9 —). |
| Cecos..... | 61 (6 —). |

Los siguientes periódicos y revistas tienen o un cierto nivel superior técnico-informativo o representan un círculo considerable de lectores:

I. PERIODICOS

1. *New York Times*. Independiente en política interior, pero inclinándose hacia el partido democrático; intervencionista, perteneciente al círculo de la antigua Sociedad de Naciones. De gran amplitud y en la mayoría de los casos considerado con razón como el servicio de información que inspira más confianza de todo el mundo. En cuanto a información, el mejor periódico del mundo. Edición: días laborables, unos 500.000 ejemplares; los domingos, unos 750.000.

La edición de los días laborables comprende dos partes con 48-50 páginas. La edición de los domingos consiste, la mayoría de las veces, en diez partes, con un total de 300 a 400 páginas; 1.ª Información general de todo el mundo (el *New York Times* sigue hoy imprimiendo diariamente el parte oficial de guerra alemán, sin cortar y sin falsear). 2.ª Vista de conjunto de los acontecimientos de la semana, crónica de política interior y exterior; artículo de conjunto de los mejores redactores del *New York Times* sobre temas de actualidad referentes también a Europa, Iberoamérica y Asia; artículo de fondo; dibujos (los mejores de la semana de todos los grandes periódicos americanos e ingleses); cartas del círculo de los lectores. 3.ª Una amplia sección bibliográfica

con críticas de todas las nuevas publicaciones importantes del interior y del extranjero; vista de conjunto del mercado de libros. 4.ª Sección de magazine-suplemento gráfico con grandes artículos. 5.ª *Society news*, con información y fotografías de todos los grandes acontecimientos de sociedad. 6.ª Deporte, entretenimiento, viajes. 7.ª Teatro, cine, radio (se siguen indicando hoy diariamente los programas alemanes de onda corta). 8.ª Suplemento de economía. 9.ª Suplemento de anuncios (los anuncios de los almacenes y de las tiendas de moda van en la parte 1.ª). 10.ª Mercado rural y urbano.

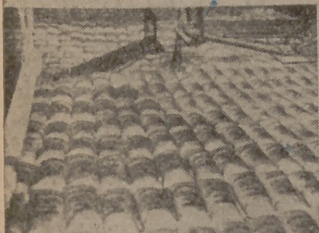
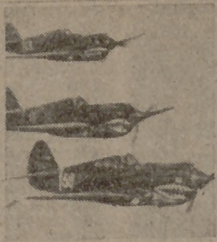
Los gastos de papel, maquinaria, sueldos, telegramas y honor son, como puede comprenderse, extraordinariamente grandes. El periódico paga además a sus redactores fijos un céntimo por cada línea de artículo especial aparecido en la segunda parte de la edición del domingo, y tres céntimos en la parte cuarta. La venta de los periódicos en la calle o por medio de suscripciones no podría jamás cubrir estos gastos. Por esto los anuncios son muy caros y producen anualmente de manera aproximada un millón de dólares de ganancia líquida. Un anuncio de una plana cuesta diez mil dólares. La primera parte de la edición del domingo está llena de cientos de anuncios.

2. *New York Herald Tribune*. Republicano, intervencionista; criticó la política interior de Roosevelt, especialmente antes de las elecciones. Buen servicio de información. Es el periódico de los mejores republicanos de Nueva York. Aparte de este círculo se lee poco. Edición: días laborables, unos 350.000 ejemplares; los domingos, unos 475.000.

El periódico tiene alguna influencia gracias a los artículos del juez Walter Lippman y del redactor archirepublicano, ya de bastante edad, Mark Sullivan. Ambos atacan duramente al *New Deal*; pero mientras Lippman apoya a veces la política exterior de Roosevelt, en la mayoría de los casos, Sullivan critica duramente todas las declaraciones de Roosevelt. Ambos pertenecen al grupo de los columnistas que se ha puesto de moda en los últimos años en los Estados Unidos, y que consiste en escribir, no el artículo de fondo del periódico, sino que confeccionan por su cuenta una columna especial del mismo, en la cual son independientes y en la que muy a menudo muestran su desacuerdo hasta con el verdadero artículo de fondo. Como esto es divertido y como los norteamericanos prefieren los artículos firmados a los de fondo anónimos, estos columnistas tienen un gran círculo de lectores (con gran descontento de Roosevelt, que odia a casi todos los columnistas y les ataca continuamente en sus conferencias de Prensa). Los columnistas están sindicados, esto es, que otros periódicos pueden abonarse a estas columnas y reproducirlas simultáneamente a la salida del periódico original. Por lo tanto, estos artículos tienen que ser escritos tres o cuatro días antes de publicarse, y son enviados por correo aéreo a los periódicos abonados.

La edición del domingo del *New York Herald Tribune* consiste en cuatro o cinco partes, semejantes a las del *New York Times*, si bien no tan polifacéticas. Tiene un suplemento de lo más 24 páginas de funnies en colores, esto es, estampas que aparecen en serie, con narraciones en parte cómicas, y en la mayoría de los casos sensacionales satíricas, con continuaciones inacabables (*Popeye*

Wojna Świat w Obrazach



Plana gráfica interior de un periódico estadounidense.

BIJA NIEMCÓW NA UKRAINIE

Premjer Churchill Powrócił Dzisiaj do Londynu

Raibojin Wotryzmali Sity
 Wiliera Pod Kłopotaniem

Od Wzrostu Do Ostrej
 Wzrost w Ameryce
 Wzrost w Ameryce
 Wzrost w Ameryce



Wzrost w Ameryce
 Wzrost w Ameryce
 Wzrost w Ameryce

4,000 Samochodów Wjeżdżających Wykolejonych w St. Złoboszczycy w Miesiacu Maja
 Raport Obywatelski
 Londyn 10 Maj 1941

Państwo Podzwanię
 Państwo Podzwanię

Wzrost w Ameryce
 Wzrost w Ameryce

Primera plana del periódico «Dziennik Związkowy».

el marinero, Orphan Annie The Katzenjammer Kids—la versión americana de Max y Moritz—, Superman, etc., etc.) Estas series (en negro durante la semana y en colores los domingos) son entregadas a todos los periódicos de los Estados Unidos con ediciones matrices especiales. Solamente el New York Times las ha mantenido continuamente. Estos funnies no tienen nada que ver con los cartoons, que en su mayoría están muy bien dibujados y llevan caricaturas políticas que pueden entenderse sin ningún pie explicativo.

3. New York Daily News. Políticamente independiente, con tendencia democrática liberal. La mayor edición de los EE. UU.; los días sabrables, unos dos millones; los domingos, 3.75 millones de ejemplares. Periódico ilustrado de formato pequeño, con buena información, buenos corresponsales y artículos de fondo muy importantes. El periódico pertenece al coronel Patterson, que está emparentado con el coronel Mac Cornich, el propietario del Chicago Tribune, y Eleanor Patterson, la propietaria del Washington Times Herald (fusión de dos antiguos periódicos de Hearst). La familia Patterson-Mac Cornich es antirritánica y, por lo tanto, aislacionista; es anti Roosevelt en lo que a cuestiones de política exterior se refiere. En política interior, el Chicago Tribune es republicano plutocrático. El New York Daily News pro New Deal, mientras que el Times Herald ha conservado la antigua dirección democrática de Hearst. Los tres periódicos tienen intercambio de informaciones de artículos de fondo, y hasta el 12 de diciembre de 1941 han sido rabiosamente aislacionistas.

4. New York World Telegram. Periódico directivo de la cadena Scripps-Howard, hasta del 8 de diciembre de 1941, aislacionista,

aun hoy no carece de crítica frente a la política exterior de Roosevelt. Los periódicos de Scripps-Howard apoyaron las campañas electorales de Roosevelt de 1932 y 1936, pero a causa de su política belicista se separaron de él en 1940, apoyando a Wendell Wilkie.

Los veinticinco periódicos de Scripps-Howard tienen los mismos artículos de fondo y las mismas columnas (Raymond Clepper, por ejemplo, el representante de la comprensión sana, un periodista honrado que suele reflejar casi siempre la opinión del americano medio). Estos periódicos están muy difundidos en el país y disponen, por tanto, de cierta influencia en la opinión pública, especialmente por el hecho de que la gran agencia de información United Press les pertenece. New York World Telegraph y todos los periódicos de Scripps-Howard sólo se publican los días laborables.

5. P. M. Poco antes de estallar la segunda guerra mundial se fundó el periódico de la tarde neoyorkino, con muchas fotografías, con un formato intermedio entre los grandes y los pequeños. La dirección de la redacción ha declarado que P. M. significa Picture Magazine; en general, sin embargo, se le considera como la abreviatura corriente de Tarde.

El periódico, que también se publica los domingos, es único en los Estados Unidos por el hecho de que no lleva ningún anuncio, y sólo quiere mantenerse, o quería, por lo menos, del producto de la venta del periódico. El periódico no tiene cartelera de teatros y cines, sino únicamente informes de lo que puede verse en ellos, así como lo que puede comprarse en los almacenes y en los mercados de artículos alimenticios. De este modo, afirma P. M., es totalmente independiente. El redactor jefe, Ingersoll, es el típico cruzador americano, esto es, trata de arreglar todas las diferencias (también en los negocios judíos), y realiza una enconada cruzada en pro de la mejora social de los negros.

Ya después de un año el capital quedó agotado, pues ninguna ama de casa se interesaba por un periódico sin anuncios. La Empresa fué sañeada con la herencia del millonario de Chicago Marshall, y prosiguió en su actual forma con Ingersoll. Todavía está por ver lo que han de durar estos estpidos, pero es de suponer que Marshall mantendrá durante la guerra el periódico P. M., así como el Chicago Sun, fundado por él en noviembre de 1941, ya que los dos son hojas de combate. Además, se muestra inclinado a favorecer financieramente a este periódico, ya que se ahorra en impuestos más de lo que se gasta en estos periódicos, pues le son rebajados por su acción.

6. New York Sun. Periódico de la tarde republicano. Círculo de lectores reducido. El periódico de la tarde de la mejor sociedad neoyorkina. Antes muy objetivo.

7. New York Post. Periódico judío. Periódico democrático de la tarde de bajo nivel. Perteneció anteriormente al judío Max Stern, fué vendido por éste en 1941 a un consorcio judío, ya que el periódico llegó a no ser productivo. A Stern le queda todavía el Philadelphia Record.

8. New York Journal American. Periódico de la tarde de Hearst, surtido de la fusión de los dos antiguos grandes periódicos de Hearst American y Evening Journal.

El que Hearst tuviese que vender su periódico matinal neoyorkino, American y sus

dos periódicos de Washington Herald y Times, así como otros muchos periódicos, demuestra plenamente que la estrella de este antiguo rey de los periódicos se ha apagado. El dramaturgo Orson Welles, cuyas actuaciones ante la radio, Hombres de Marte, son conocidas en todo el mundo, se ha atrevido hace un año a realizar una película en la cual es presentado Hearst en el lecho mortuario, y su obra enterrada en el polvo, a causa de su posición aislacionista y de sus agudas críticas. Hearst es muy odiado por Roosevelt. Los anuncios fueron cada vez menos numerosos, y continuamente se están liquidando otras empresas de Hearst (periódicos, revistas, editoras y enormes colecciones de objetos de arte auténticos y no auténticos). Hearst vive retirado en su rancho San Simeón.

9. *New York Daily Mirror*. Periódico del mediodía, de formato pequeño, perteneciente, en parte a Hearst, dedicado a sensacionalismos. Carente en absoluto de influencia.

10. *New York Enquirer*. Pequeño periódico católico irlandés, cuyo propietario, Griffin, ataca duramente a Inglaterra. Griffin ha sido, según se dice, castigado por actividad antipatriótica.

11. *Wall Street Journal*. El principal diario de economía de los Estados Unidos; no contiene información política ni general, pero está ampliamente difundido por todos los Estados Unidos. Frente al *New Deal*, es muy reservado. Al periódico pertenece el servicio telegráfico Dow-Jones para la bolsa y las oficinas financieras; este servicio proporciona también informaciones diarias con rapidez fantástica. No debe confundirse con el semanario *Wall Street Magazine*, que carece en absoluto de importancia y que especula con esta confusión en círculos fuera de Nueva York.

12. *New York Journal of Commerce*. Diario del mundo de los negocios, especialmente para el comercio exterior y los círculos interesados en la navegación. De menor importancia que el *Walls Street Journal*, pero frecuentemente tiene buenas informaciones; pertenece a los hermanos Ridder, los propietarios del *New York Staatszeitung und Herald*.

13. *Washington Post*. Periódico republicano perteneciente al riquísimo judío Eugene Meyer, que desempeñó un papel político grande con Gobiernos republicanos y que trata de desempeñarle una vez más mediante este periódico comprado por él. Se publica diariamente. Servicio de información: correos propios, Associated Press, United Press, International News Service, servicio del *New York Times* y del *New York Herald Tribune*; por tanto, tiene un aprovisionamiento puramente judío. A esto hay que agregar las columnas de Lippman, del rabiosamente antisindical Pegler; además una columna de Ernest Linday, que suele estar bien informado. El periódico está en continuo contacto con el *State Department*; su lectura es ineludible para la gente de Washington.

14. *Washington Times Herald*. Uno de los pocos periódicos americanos de publicación continua (around tre clock). Aislacionista. (Véase número 3.)

15. *Washington Evening Star*. Uno de los más antiguos periódicos americanos de la tarde. Típico periódico familiar, de información general. Políticamente neutral, apoyando al Gobierno vigente. El periódico tiene diaria-

mente, por lo menos, 48 páginas, los domingos (recibe el nombre de *Sunday Star*), por lo menos, 120 páginas, y gana mucho dinero con un gran número de anuncios de los grandes almacenes. Servicio completo de información y fotografías de la Associated Press y del *Chicago Daily News*. Carente de influencia.

16. *Washington Daily News*. Periódico de formato pequeño (Tabloid), de la cadena de Scripps-Howard. (Véase núm. 4.)

17. *Chicago Tribune*. Periódico principal del Oeste Central. (Véase núm. 3.)

18. *Chicago Daily News*. Periódico de la tarde de Chicago, intervencionista, perteneciente al ministro de Marina, Knox; buen servicio de información. Republicano en política interior; ahora, que ha entrado Knox en el Gabinete de Roosevelt, es neutral.

19. *Chicago Sun*. Periódico de la mañana fundado para hacer la competencia al *Chicago Tribune*. Grandes medios, colaboradores muy bien pagados; pero tan tendencioso, que no ha podido captarse un gran interés de los lectores. (Véase núm. 5.)

20. *Christian Science Monitor*. Periódico que se publica en Boston; pero que, lo mismo que *New York Times*, está difundido por todo el país, entre los círculos más cultos. Buen servicio de información. La secta *Christian Science* es muy amplia en los Estados Unidos, tiene muchos templos y dispone de grandes medios económicos. La secta está también difundida en el extranjero; por ejemplo, el fallecido embajador inglés lord Lothian pertenecía a esta secta. Murió en Washington de una enfermedad del riñón, ya que no permitió que se le aplicase ningún tratamiento médico, pues los miem-



Primera plana del «Chicago Daily Tribune».



New York World-Telegram

Local Feature. Tonight occasional light snow and colder. High 34.4; low 16. General 61.4 p. m. VOL. 75—NO. 159—82 PAGES—SECTION ONE

7th SPORTS
LATEST RACING
Final Stock Tables
THREE CENTS IN CITY
Elsewhere Four Cents

ROUSEVELT DEFEATS WITN

Kaiser Urges Revision of Wagner Act

By FREDERICK BRUNER
Special Feature Staff Writer

It is the law that the Kaiser has urged the revision of the Wagner act, which is the most serious obstacle to the use of production today.

In addition to the Kaiser, many other prominent industrialists are urging the revision of the Wagner act, which is the most serious obstacle to the use of production today.

The Kaiser has urged the revision of the Wagner act, which is the most serious obstacle to the use of production today.

The Kaiser has urged the revision of the Wagner act, which is the most serious obstacle to the use of production today.



Henry J. Kaiser.

Police Check Cars Here To Halt Pleasure Rides

Mayor Acts To Enforce OPA Order

A city check on all pleasure automobiles is being made today by Police Officers, who are enforcing the OPA order.

The Police Officers are checking all pleasure automobiles in the city to enforce the OPA order.

The Police Officers are checking all pleasure automobiles in the city to enforce the OPA order.

THIS IS AMERICA—A Panorama of Industry in War

The editorial page and OPPOSITE SECTION

Dewey Is Probing MRA Deferments

There were three developments today in the case of 28 MRA registrants who have had their deferments reviewed.

The MRA registrants who have had their deferments reviewed are being checked by Dewey.

The MRA registrants who have had their deferments reviewed are being checked by Dewey.

McCook to Enter Army as Colonel

General James Philip McCook and today he had received a commission in the United States Army and will be assigned to the 1st Cavalry Division.

General James Philip McCook and today he had received a commission in the United States Army and will be assigned to the 1st Cavalry Division.

De Gaulle to See Giraud in Africa

General Charles de Gaulle is expected to see General Henri Giraud in Africa.

General Charles de Gaulle is expected to see General Henri Giraud in Africa.

Japanese Torpedo Bombed in Solomons

A Japanese torpedo bomber was bombed in the Solomons.

A Japanese torpedo bomber was bombed in the Solomons.

White House Party Honors Rayburn

A party was given at the White House to honor Speaker Rayburn.

A party was given at the White House to honor Speaker Rayburn.

German Name Baran Assassinated

Baran was assassinated.

Rostov Put in Range of Red Attack

Rostov is now in the range of a Red attack.

Rostov is now in the range of a Red attack.

Speech Praised By Both Parties

A speech was praised by both parties.

A speech was praised by both parties.

Hazis Lam Radio To Curb News

Hazis Lam radio is to curb news.

Hazis Lam radio is to curb news.

Allies Have 2-1 Edge in Air Fights in Africa

Allies have a 2-1 edge in air fights in Africa.

Allies have a 2-1 edge in air fights in Africa.

Shopping Not Barred As Pleasure Driving

Shopping is not barred as pleasure driving.

Shopping is not barred as pleasure driving.

Europe, Japan To Be Bombed Hard in 1943

Europe and Japan will be bombed hard in 1943.

Europe and Japan will be bombed hard in 1943.

They Asked for It And They Are Getting It

They asked for it and they are getting it.

They asked for it and they are getting it.

They Asked for It And They Are Getting It

They asked for it and they are getting it.

They asked for it and they are getting it.

They Asked for It And They Are Getting It

They asked for it and they are getting it.

They asked for it and they are getting it.

They Asked for It And They Are Getting It

They asked for it and they are getting it.

They asked for it and they are getting it.

They Asked for It And They Are Getting It

They asked for it and they are getting it.

They asked for it and they are getting it.

They Asked for It And They Are Getting It

They asked for it and they are getting it.

They asked for it and they are getting it.

New Pardon for Poletti Of Labor Man Bared

A new pardon for Poletti of labor man bared.

A new pardon for Poletti of labor man bared.

World-Telegram Index

| | |
|---------------|----|
| Advertisement | 10 |
| Business | 10 |
| City | 10 |
| Country | 10 |
| Finance | 10 |
| Foreign | 10 |
| General | 10 |
| Home | 10 |
| International | 10 |
| Local | 10 |
| Maritime | 10 |
| Police | 10 |
| Public | 10 |
| Religion | 10 |
| Science | 10 |
| Sports | 10 |
| Theater | 10 |
| Travel | 10 |
| War | 10 |
| Weather | 10 |
| World | 10 |

bros de esta secta no consienten más que oraciones de salud.

21. Nombrados muy a menudo, pero sin importancia, no tienen más que alcance local: *Baltimore Sun*, *Philadelphia Inquirer* se ha suspendido el *Philadelphia Public Ledger*, *Los Angeles Times*, *San Francisco Examiner*, *Cleveland Plain Dealer*, *St. Louis Post-Dispatch*, *New Orleans Times*, *Picayune*. Completamente insignificante es el periódico de Hearst *Baltimore American*, que es ahora citado muy a menudo por haber sido comprado por los Steward, residentes en Lisboa.

II. REVISTAS

22. *Saturday Evening Post*. La más antigua revista; a causa de la competencia, se publica a mitad de semana. Buenas historias breves, novelas y artículos. Muchos anuncios. Durante largo tiempo, en el artículo de fondo, fue aislacionista, y en política interior republicano reaccionario y anti *New Deal*. Ahora lo mismo que en la primera guerra mundial. Edición de unos tres millones de ejemplares.

23. *Liberty*. Semanario liberal fundado aproximadamente en 1942 para hacer la competencia al *Sat. Eve. Post*. Es el único semanario que lleva artículos, gráficos y novelas con datos del tiempo necesario para leerlos a continuación unos de otros, mientras todas las demás revistas comienzan en las veintidós primeras páginas unos diez artículos o novelas diferentes, que interrumpen después para terminarlos después de la sección de anuncios. *Liberty* tiene un nivel menor que el *Sat. Evening Post*, pero está mucho más difundido.

24. *Collier's*. Semejante al *Liberty* y al *Saturday Evening Post*; lleva frecuentemente artículos de ministros del Gabinete.

25. *Time*. Primera revista semanal que se propuso la tarea de dar una crónica de la semana anterior en todos los aspectos. Estilo blando, frecuentemente muy retocado. Según se dice, no hace más que referir sin tomar posición; pero por la forma de su información muestra claramente la postura que adopta ante esta o la otra posición. Muy difundido, muy leído.

La revista pertenece a la editora más importante políticamente de los Estados Unidos, que edita además la revista *Life* y el semanario *Fortune*, haciendo además el programa radiado *Times Mardes on*, propaganda de estas revistas, abarcando en total millones de auditores, así como, por lo menos, de quince a veinte millones de lectores (no solamente suscriptores, pues se trata de revistas familiares).

El propietario es Henry Luce (su mujer es la famosa escritora estadounidense Claire Booth, enconada contrincante de Dorothy Thomson, perteneciente al círculo anti Roosevelt). Luce ha hecho como si dijéramos brotar de la tierra *Time* y *Life*, y con gran genio, rara habilidad y férrea energía los ha convertido en las revistas principales de los EE. UU., que dirige personalmente desde un pomposo rascacielos en el Rockefeller Center de Nueva York. Luce comienza paulatinamente a presentarse con sus propias ideas, exponiéndolas él directamente en las revistas *Life* y *Fortune*, o haciéndolo por medio del redactor jefe Russell en los casos especialmente delicados.

La revista *Time* conserva un carácter informativo más neutral. Su idea es la siguiente:

«Este es el siglo americano». Es, por tanto, convencido imperialista y contrario a toda combinación en la que entre Inglaterra con igualdad de derechos. F. D. Roosevelt es para él un iniciador del camino algo torpe, pero de ningún modo es el jefe ideal del Mundo en el Siglo de los EE. UU.

26. *Life*. Semanario de gran formato, da selectas noticias en forma de estampas con pies, algunas veces también artículos de fondo. Además, *Life* lleva todas las semanas, por lo menos, un artículo gráfico largo sobre cualquier tema de actualidad, del que se trata a continuación ampliamente.

La revista que heredó el título del semanario humorístico desaparecido *Life* tuvo desde el primer número un poderoso éxito, y al cabo de un año sólo podía adquirirse cuando en el puesto de venta se tenía algún amigo que guardase un par de ejemplares debajo del mostrador. Luce tuvo que acogerse a grandes préstamos para comprar más rotativas, papel, etc., etc. Ahora se publica todas las semanas con más de cuatro millones de ejemplares; pero, por lo menos, es leído con toda precisión por diez millones de americanos, como se puede deducir de las numerosas cartas recibidas, que se insertan en muchas páginas al principio de la revista.

27. *Look* y *Pic*. Dos revistas gráficas que se esfuerzan inútilmente en hacer la competencia a *Life*; nivel muy bajo, casi pornográfico.

28. *News Week*. Fundado para hacer la competencia a *Time* y hecho con los mismos puntos de vista que esta otra revista. Semanario bien informado, que, a parte de la crónica semanal, da interesantes informaciones, especialmente del jefe de la oficina de Washington Ernes Lindley. (Véase núm. 13.)

29. *United States News*. Revista semejante a *Time* y *News Week*, pero teniendo más acusado carácter económico, el republicano reaccionario; por tanto, tiene una posición muy marcada anti *New Deal*.

30. *Nation* y *New Republic*. Revistas liberales que antes disfrutaban de gran consideración, pero que ahora no tienen ninguna influencia con artículos sobre temas de actualidad y una especie de crónica semanal, en la que se trata de acontecimientos puramente políticos. Estos periódicos son leídos por comunistas de salón.

31. *The New Yorker*. La mejor revista semanal humorística de los EE. UU., con buenos artículos y muy buenos chistes y caricaturas de los buenos dibujantes. Nivel muy alto, ligeramente antijudo. Magníficos reportajes sobre las situaciones más importantes. Muy buenos informes sobre la opinión pública, dados por cable desde Londres; anteriormente, también desde Berlín y París. Muy difundido, leído en todas partes.

32. *Editor & Publisher*. Revista técnica que se publica cada quince días, de todos los editores de periódicos de los EE. UU.; capitalista, composición anti *New Deal*; hasta 1941 fué también aislacionista en los artículos de fondo, en los que probablemente se expresaba la opinión predominante en la Prensa provincial.

33. *Atlantic*, *Harper's*, *American Magazine*, *Cosmopolitan*, *Ladies Home Journal*. Cinco revistas famosas que aparecen mensualmente con artículos de los autores más prominentes. La revista mencionada en último término se ocupa, como corresponde a su título, de modas.

THE CHRISTIAN SCIENCE MONITOR

BOSTON, THURSDAY, AUGUST 12, 1924

Special Number

Intimate Message: Washington

Pressing Food for Freedom

By Rocco Drummond

There are other messages being sent... Washington, D. C., August 12.—The... The problem is writing for a message which will...

urgency of producing food production from its own... It is true that agricultural production... The agricultural program this year is being accelerated...

Other "Whimsies"
Food means plentiful food and meat and regular...

It is also probable that an effort for treatment... of both men and women to open the...

The health of the nation is bad unless there is... a controlled labor force than a free... of such a challenge of labor law as to...

The United States Department of Agriculture... of the Government... of the Government... of the Government...

The Country Speaks: Atlanta

From Frequent

By Eldon R. Lipsey

The country is probably more interested in... to be made... to be made... to be made...

These "unconquered"... are not... are not... are not... are not...

The General is very... to be made... to be made... to be made...

These... are not... are not... are not... are not...

To Change the Subject:

Are War Memorials Necessary Now or Ever?

By Bruce Miller

How long is a small town... to be made... to be made... to be made...

These... are not... are not... are not... are not...

Other... to be made... to be made... to be made...

These... are not... are not... are not... are not...

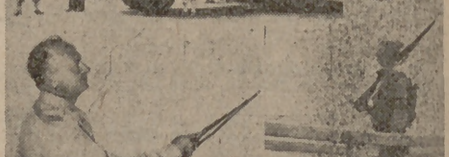
U. S. Military Police No Longer Regarded 'Villains'

First duty of Uncle Sam's M. P.'s today is a soldier—Now over 50

By Everett M. Smith

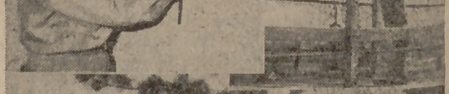


There is a new set of... to be made... to be made... to be made...



Important Tasks

Continued in the... to be made... to be made... to be made...



These... are not... are not... are not... are not...



Training Camp

To expedite the formation of the... to be made... to be made... to be made...



These... are not... are not... are not... are not...



Ready for Any Aids Here in U. S.

A statement... to be made... to be made... to be made...



These... are not... are not... are not... are not...



Arnold Not Satisfied on Plane Output

Washington, Aug. 12 (AP)—... to be made... to be made... to be made...



These... are not... are not... are not... are not...



Volge River Strands

Washington, Aug. 12 (AP)—... to be made... to be made... to be made...



These... are not... are not... are not... are not...



Nasza Młodzież. Walcząca w Obronie Wolności i Demokracji



Reprezentacja Klubowy
NOWE DACHY
 reprezentacja klubowa
S. C. LESNIAK
 1002-1006 W. 10th St.
 Toronto CANADA 880
 Czynne godziny - 10:00-6:00
 1002-1006 W. 10th St.

Signal 2073
 A. BROWNE, Mgr.
AL'S PAINT STORE
 PAINTS & OILS
 Warszawa, Polska Przewozy
 2001-2073 St. Czekaj 17



Photo-Art Advertising
 Bring Results—Phone Bn. 8700

Kupujcie
 Bondy
 Obrony
 Kraju

FABRYKA WYROBÓW
BLACHARSKICH
 Warszawa, Polska
NOVAK & CO.
 1001-1002 W. 10th St.
 Warszawa, Polska

Movidísima página gráfica de un suplemento al «Polish Daily Zgoda».

34. *Coronet* y *Esquire*. Dos revistas mensuales de la misma editora; la primera, en el más pequeño formato de bolsillo, con estampas artísticas y artículos ligeros; la última, en gran formato, muy amplia, destinada a los señores, con muchos anuencios y artículos sobre modas masculinas. Junto a esto, artículos de temas generales, en la mayoría de los casos con un contenido superficial; fotografías y chistes de un carácter fuertemente erótico.

35. *Forum* y *Commentator*. Revista aislacionista de poca difusión.

36. *American Mercury*. Anteriormente una buena revista, con trabajos valiosos; ahora, en pequeño formato, una revista tendenciosa contra los Estados totalitarios.

37. *Reader's Digest*. Revista mensual en formato de bolsillo, semejante a nuestra *Auswahl* o *Auslese*, presenta de forma considerada los artículos más importantes o más interesantes de otras revistas, y últimamente también tenía artículos propios. Edición de unos tres millones; edición española para Sudamérica, unos dos millones de ejemplares. Al final lleva una novela interesante, también resumida. Esta revista tiene más de cincuenta años de existencia.

38. *Fortune*. Revista mensual para plutócratas e imperialistas. El mejor papel, formato muy grande, muy amplia, impresión magnífica, destacadas fotografías en colores. Amplias explicaciones acerca de problemas económicos o de las grandes industrias. Periódicamente realiza comprobaciones de la opinión en cuestiones de política interior y exterior que en la mayoría de los casos se aproximan mucho a la opinión realmente existente.

39. *Foreign Affairs*. Revista trimestral sobre importantes cuestiones de política exterior. Muy buen nivel. Publicación del Council of Foreign Relations, una sociedad que hace la competencia a la Foreign Policy Association,

que edita informes mensuales (llamados *Bulletins*) sobre cuestiones aisladas de política exterior, entabla discusiones públicas y mantiene una red grande de filiales en las ciudades mayores.

40. Los más conocidos columnistas (véase número 2) y los periódicos que reproducen estos artículos:

Ranson Baldwin (crítico militar del *N. Y. Times*).

Raymond Clapper (*World-Telegram* y toda la Prensa de Scripp Howard).

Mayor Field Elliot (*N. Y. Herald Tribune*).

Louis Fisher (*Nation*).

Arthur Krock (jefe del Buró de Washington del *New York Times*).

David Lawrence (*Washington Evening Star* y *United States News*).

Ernest K. Linley (*N. Y. Herald Tribune*, entre otros; *News Week*).

Walter Lippman (*N. Y. Herald Tribune*).

Paul Mallon (los periódicos de Hearst).

John Odonell (*Ny Daily News* y otros periódicos).

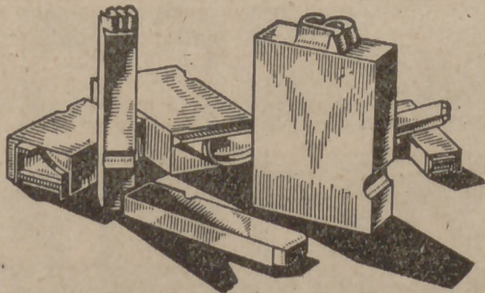
Drew Pearson (*Washington Times Herald* y otros trecentos periódicos).

Westbrook Pebler (*Washington Post* y 250 periódicos más).

Mark Sullivan (*N. Y. Herald Tribune*, *Washington Post* y otros periódicos).

41. Locutores de radio famosos: Hjalmar Baukhase (National Broadcasting Co.), Boake Carter (Mutual Broadcasting System), H. V. Kaltembron (Columbia Broadcasting System, tendencioso contra el III Reich).

42. Elmer Davis. Antiguamente famoso y muy apreciado como locutor de radio por sus relaciones objetivas (CBS); actualmente, jefe de la oficina de información de guerra. La oficina dirigida por Davis (O. W. I. Office of War Information), hace fuerte propaganda en el cine y edita la revista de propaganda *Victory*.



La Prensa india sometida a rígida censura inglesa

La Liga Musulmana **no tiene** periódicos, pero incluye sobre varios

Hamburger Fremdenblatt, de Hamburgo (29-X-41), publicó, con el título de «La Prensa india», por el doctor Abdur Rauf Malik, el siguiente artículo:

EN los últimos años han empezado a desempeñar un papel muy importante, ni no el que más, en la influencia sobre la opinión pública de la India los periódicos diarios y semanales. Bien es verdad que una serie de personalidades directoras indias—aunque ellas mismas sean editores o redactores de periódicos o revistas que salen diaria o semanalmente—están convencidas de que el constante contacto personal de hombre a hombre es más importante que el escribir largos artículos que pasan por las rotativas y se venden por personal a sueldo. Ellos creen que la simple aparición de un hombre de elevada moral y carácter sano y su palabra hablada, que sale de lo profundo de su corazón, son incomparablemente más convincentes que las letras muertas impresas sobre un trozo de papel. Por ello viajan los jefes, como son Mahatma Ghandi, Pandit Jawarlar Nehru, Subasch Chandra Bose, Maulana Azat y Jinnah, casi constantemente por toda la India. A pesar de ello, tiene hoy la India una Prensa que se puede ver. La India, con sus 400 millones de habitantes, es un país muy grande, y los grandes jefes no pueden establecer contacto personal con todos los indios. Además, los indios no sólo tienen interés en la política, sino que también se interesan por la literatura, los cuentos, el folletón y el deporte. A ello hay que añadir que el lector de los periódicos indios tiene el mayor interés en enterarse de los grandes acontecimientos y de las grandes convulsiones políticas, no sólo de la India, sino del mundo entero. El judío quiere saber a diario qué pasa en este mundo en que vive, quiere saber lo que se hace en otros grandes países y lo que allí se piensa; quiere conocer los problemas que hay en otros pueblos y cómo se abordan y qué plan se hace para el porvenir.

Esta necesidad de noticias nuevas la complementan periódicos grandes y pequeños. Según la distribución del pueblo indio, en partidos políticos de las tendencias más dispares, religiones y regionalmente en diversas provincias, los periódicos de la India y su presentación son distintas. Pero hay un cierto número de periódicos importantes y revistas que están influenciados directamente por el Gobierno angloindio. Podríamos llamarlos órganos oficiales o semioficiales.

NUMEROSOS PARTIDOS POLITICOS

Existen en la India muchos partidos políticos. Los más importantes son el Congreso Nacional Indio, la Liga Mahometana, la Federación Liberal India, la Mahasabha India, la Liga Sikh y el Partido Cristiano. Sería demasiado complicado ex-

poner al detalle las peculiaridades, el orden de tamaño y el radio de acción de las correspondientes prensas. Pero vale la pena decir que el Congreso Nacional Indio posee o controla una gran cantidad de periódicos o revistas que ejercen la mayor influencia sobre la opinión pública en la India y cuyo prestigio es muy grande, no solamente a los ojos del Gobierno indio, sino también de todo el extranjero, sobre todo de los Estados vecinos a la India, como son Ceilan, Tailandia, Birmania, Tibet, Afganistan, Irán, Irak, la Arabia Saudita, Egipto y el sur y el este de África. Sigue en importancia al Congreso la Liga Musulmana. Si bien la Liga Musulmana no posee un solo periódico o revista, tiene, no obstante, una influencia enorme sobre muchos órganos que son editados o publicados por mahometanos. De modo parecido disponen los demás partidos de los que hemos hablado anteriormente y las diversas sectas sus periódicos, que emplean como portavoz frente al mundo. Excepción hecha del Congreso Nacional Indio, los demás partidos políticos siguen directrices más o menos religiosas. Los periódicos de los diversos partidos políticos expresan también las opiniones de las respectivas confesiones.

DIVISION DE LA PRENSA

La situación de la Prensa en los Estados feudales es de lo más atrasado, simplemente por el motivo de que a los príncipes no les gusta que sus métodos de gobierno y sus ministros se sometan a una crítica pública.

La Prensa india puede distribuirse también en una Prensa panindia y en otra provincial. Se pueden contar entre la Prensa panindia las revistas y periódicos que también se leen en otras provincias, además de la que les edita, y como Prensa provincial aquellos órganos que casi no tienen lectores en otras provincias que en aquellas en donde aparecen.

Puede presentarse la cuestión sobre qué periódicos son los que representan la opinión de la Liga Musulmana, la del Congreso Nacional, etc., y cuáles son los portavoces del Gobierno angloindio. Para contestar brevemente quiero decir que *Hindustan Times*, editada en Delhi; *The Tribune*, en Lahore; *The Bombay Chronicle*, en Bombay; *The Hindu and the Swarajya*, en Madras, y *Amorrita Bazar Patrika*, en Calcuta, representan la opinión del Congreso Nacional.

The Star of India, de Calcuta; *Zamindar*, de Lahore; *Inquilab*, de Lahore; *Eastern Times*, de Lahore, y *Khilafat*, de Bombay, son los órganos que representan la opinión de la Liga Musulmana y de los musulmanes en general.

Y los siguientes periódicos representan al Gobierno angloindio: *The Statesman*, de Delhi; *The Statesman*, de Calcuta; *The Times of India*, de Bombay.

Finalmente quiero hacer mención que la Prensa india, y sobre todo los periódicos nacionales, están controlados constantemente por oficiales del Gobierno. Los periódicos tienen que someterse a *fortiori* a las rígidas prescripciones del Gobierno angloindio. Todo periódico que publique un artículo o lo imprima que no sea del gusto de las autoridades corre el peligro de tener que pagar grandes multas en metálico o de acabar en la prisión, o ambas cosas. De hecho, el Gobierno angloindio es extremadamente duro contra la Prensa nacional. En los tiempos de los acontecimientos políticos o durante una guerra, como en la actualidad, la Prensa india tiene que atenerse estrictamente a un Código especial, que es conocido bajo el nombre de Ley de Prensa o Reglamento de Prensa. Los periódicos que la infringen tienen que responder de su acción. Por ello, en la actualidad hay tantos escritores nacionales indios en las cárceles inglesas de la India. Tan sólo un Gobierno nacional puede y terminará con esta lamentable situación.



Las cuatro mejores planas de la Prensa española

EN nuestra selección de planas, hasta ahora no hemos señalado normas técnicas para el buen ajuste de las páginas. Sobre los periódicos seleccionados estudiamos en otras ocasiones lo que constituía acierto y lo que era desacertado, pero nada más. Quizá por este motivo algunos periódicos no hayan comprendido todavía nuestro propósito. En esta sección de la «GACETA DE PRENSA ESPAÑOLA» no se intenta generalizar; son otras las páginas a este efecto dedicadas. Pero quisimos adivinar ya en los periódicos cierta reacción contra el ajuste fácil y amazotado de las planas en bloques. Es difícil aún resolver el problema. Y hemos de recurrir, pues, a diarios que habitualmente cuidan la confección como algo esencial; periódicos que se han citado ya hasta cinco y seis veces.

Es lamentable el deficiente ajuste de la generalidad de los periódicos españoles en los días de gran información. Si no es lucido el trabajo en jornadas grises y grande es la dificultad de cierre cuando no existen noticias destacadas en que fundamentar la confección de la plana, hemos de aceptar plenamente el juicio adverso que puede proporcionar a los observadores técnicos el nivel medio de nuestra Prensa. Sería de solución fácil si todos los directores, en su justo medio, procurasen a sus periódicos una confección particular después de observar la solución que los restantes diarios de sus mismas características dieron a este importante problema. Examinado este aspecto y vistas las posibilidades elementales de sus propios talleres, podrían resolver el ajuste de manera posiblemente aceptable; pero el ir de espaldas a la realidad, a la lección diaria que ofrece cada periódico, lleva consigo el ajuste desordenado que generalmente ofrece gran parte de la Prensa española. No puede ser novedad cuanto decimos, que no es sino repetición de lo que ya hemos apuntado otras veces.

Con frecuencia puede adivinarse con facilidad cuál sea el día elegido durante el mes para la selección de las cuatro mejores planas. Sólo en dos ocasiones hemos introducido alguna modificación para conseguir la elección de periódicos de segunda o tercera categoría. Pero muy bien pueden aspirar a este galardón los periódicos pobres de recursos materiales, por cuanto en los cortes, en la fitulación y, en resumen, en cuanto respecta al ajuste y al conjunto armónico de la página influirá, sin duda, la escasez de elementos; pero no es el todo.

De los números del mes de septiembre se eligió el día de la estancia del Caudillo en Burgos, con la apertura de las fiestas del Milenario de Castilla; el día 7. No todos los periódicos han podido ofrecer una plana variada en este día, de información amplia. Como siempre, gran número de diarios ajustaron la plana en bloques, en confección amazotada. Si se estudia el aspecto general de una



Arriba

Bajo la presidencia del Caudillo comienzan las jornadas conmemorativas del milenario de Castilla

LAUDIO POR LA GRACIA DE DIOS

El Tratamiento y la raíz de nuestro Movimiento—ha dicho Franco—están en el espíritu de heroísmo, de sacrificio y de sacrificio que supo crear el Gran Castillano.

A los actos asisten el Presidente de las Cortes y los Ministros Secretario General del Movimiento y de Educación Nacional.

Asisten además el secretario de la Realidad de los Burgos.

El Tratamiento y la raíz de nuestro Movimiento—ha dicho Franco—están en el espíritu de heroísmo, de sacrificio y de sacrificio que supo crear el Gran Castillano.

A los actos asisten el Presidente de las Cortes y los Ministros Secretario General del Movimiento y de Educación Nacional.



CERTAMEN POETICO EN EL TEATRO AVENIDA MARIA DEL CARMEN FRANCO REINA DE LA FIESTA

Primer premio del certamen de poesía de Burgos.

El Premio Nobel de la Paz quedara desierta durante la guerra

Discurso de Franco

en la gran plaza de Burgos

Burgos rinde homenaje al Generalísimo

El pueblo burgalés celebra el milenario de Castilla

BOCA DE LOS CHACHOS **ya** **ARTICI**

Franco preside las fiestas del milenario de Castilla en Burgos

En el salón de sesiones del Ayuntamiento burgalés el Caudillo recibió la mañana de oro de la ciudad

El pueblo de burgalés se entregó a las fiestas de la GRAN CASTILLA LOS TRES REINADOS EN SU HISTORIA, Y ESTE ES EL FUNDAMENTO LA RAZA TRADICIONAL DE NUESTRO MOVIMIENTO, HA DICH EL GENERALISIMO EN SU DISCURSO

Calcular el desarrollo de este Milenario... El pueblo burgalés celebra el milenario de Castilla

Discurso del Caudillo

en la gran plaza de Burgos

CLAMOR UNANIME DE UNIDAD

El pueblo burgalés celebra el milenario de Castilla



ALERTA

ALARMAS EN BURGOS

SOLIDARIDAD NACIONAL

EL CAUDILLO PRESIDE EN BURGOS LAS FIESTAS DEL MILENARIO DE CASTILLA

Atendiendo a los actos los Ministros Secretario General del Partido, Educación Nacional y el Presidente de las Cortes Españolas

FRANCO RECIBIÓ EL HOMENAJE ENTUSIASTA DEL PUEBLO BURGALÉS

El entusiasmo hecho de mano del Marqués de S. S. el marqués del Conde Fernán González

SOLEMNE IMPOSICIÓN DE LA MEDALLA DE ORO AL JEFE NACIONAL DE LA FALANGE



DISCURSO DEL CAUDILLO EN BURGOS

"La República..."

SENDA INMUTABLE

Por Ramón de Sanabria

Las fiestas milenarias de Castilla revisten una extraordinaria brillantez

El Caudillo, que las preside, es objeto de continuas y calorosas manifestaciones de adhesión y entusiasmo

La Exposición del Mar de Castilla, inaugurada en Burgos por el subsecretario de la Presidencia

La hija de S. I. el Jefe del Estado preside la entrega de premios de las Justas Literarias



Emoción y brillo en el Burgos milenario

Figura del día

La representación del Caudillo en las banderas del rey Santo

Numerosas localidades conculcadas en Calabria por el VIII ejemplar

Radio Roma dice que las conmemoraciones de gran alcance a Italia son preceptivas

La Ilustración Italiana ha publicado de Taurino

El ejemplo de Castilla

EL CAMPEONATO DE BOLS

LA CIUDAD DE BURGOS

LA CIUDAD DE BURGOS

LA CIUDAD DE BURGOS

Pedraña vence en San Sebastián a Oria

confección de gran extensión como la afectada en los números seleccionados hoy, se observará que es una especie de confección de tiranía. Se refiere al manejo de una información sensacional con tantos ángulos que cubrir, que, naturalmente, se divide en una sucesión de informaciones que comienzan con un resumen de todos los detalles importantes y que gravitan en una serie de informaciones auxiliares que ocupan ángulos específicos. Pero el «lead» no se cultiva en España, no obstante su interés y su importancia periodística. La información mayor del día está constituida por los actos de Burgos y los discursos importantes, cuya inserción requiere más de una página. El encargado de la confección tiene que ser rápido en hacer sus planes para asegurar el máximo grado de despliegue tipográfico que llegue hasta las últimas y más insignificantes informaciones. El problema se complica si al mismo tiempo hay que destacar otros acontecimientos importantes. Pero en este día el conflicto está resuelto, y después queda tan sólo el problema de los titulares. De esto ya se habló en otro número de la «GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA».

De los periódicos seleccionados este mes, sólo el de Barcelona aparece por vez primera ante los lectores de la «GACETA». En él pueden señalarse algunos defectos que en otras ocasiones hemos notificado a distintos periódicos de provincias: cabeceras artificiosas en su composición y desorden tipográfico en los titulares de la información bélica de Finlandia. La confección de «Solidaridad Nacional» es variada, y no obstante los dos recuadros de la mitad inferior, la página no resulta amazacotada y monótona. Hay una nota peculiar en este periódico, y es el empleo de tipos finos en los titulares.

«Arriba», de Madrid, debido a su cabecera, viene obligado al bloque de entrada a dos columnas, con el editorial. Perfectamente se destaca la uniformidad tipográfica y la debida gradación. No recoge en primera sino la información de Burgos, a la que dedica toda la plana, sin prestar atención a noticias de otro tipo y de las que no debió prescindir en absoluto. Los titulares son informativos, y procuran variedad a la página un ajuste ágil y la información gráfica.

«Ya», de Madrid, armoniza la información de Burgos con notas internacionales del día. Abusa del titular en barra, que repite en la información de entrada cuatro veces. En un trabajo muy personal ofrece una plana movida, procurándole variedad con la diversidad tipográfica de titulares, las fotografías y el gráfico. No resulta muy acertada la doble cabecera partida que emplea como cuarto elemento de los titulares de Burgos, y es nota característica a la que recurre con frecuencia en los días de confección de gran extensión.

«Alerta», de Santander, es la sexta vez que fué seleccionado. Lo fundamental de un periódico en todos los aspectos es el trabajo original, la presentación particular de sus números que constituyen nota distintiva, y además la esmerada atención que presta a los detalles más minúsculos. Valora bien el espacio y la información está perfectamente calibrada, a tal punto que incluso notas locales de gran interés se ofrecen en este día en primera página, como imprescindible elemento informativo. La parte gráfica de los actos del Milenario no puede ser recogida en este diario, que ilustra la información con una fotografía de archivo que avanza el conjunto de la página.

Hay una nota diferencial que se ha observado en gran número de los restantes diarios. Los que hemos seleccionado, si se observan, destacan debidamente el discurso del Caudillo y, lo que es también de gran interés, lo han titulado. Esto no lo han hecho todos los periódicos. De los seleccionados, algunos ofrecen el discurso en recuadro, sin otro indicativo; pero entonces recogen frases locales de los titulares de la información, o bien, como lo hacen «Solidaridad Nacional» y «Alerta», lo titulan en el recuadro, y las cabeceras informativas prescinden de las frases entrecuadradas. Son dos soluciones aceptables.

Desarrollo histórico del reportaje

Por ANTONIO HEREDERO

*Las noticias.—El periodista.—El periódico.
Prensa particular.—El feudalismo.—Las
mensajerías.—Las «Relaciones».—El periódico
completo.—Periodismo sintético.—
Periodismo político.—Los folletines.—Los
comentarios.—La interviú.—El telégrafo.—
El reportaje.—Su aclimatación en la Prensa
española.*

Al hacer este esbozo de las diversas formas y evoluciones del periodismo hasta llegar al reportaje, no tenemos la pretensión de hacer una historia rigurosa de este género profesional, quizá el más interesante, por su misma ligereza, la soltura de su redacción y su objetividad.

Un ligero examen sobre la historia de la Prensa diaria nos llevaría a fijar la necesidad del reportaje antes de que surgiera el primero, que se debió a la sagacidad de un experto y audaz periodista americano.

Para presentar esta justificación permítasenos hacer unas breves divagaciones sobre la Prensa, hasta llegar a su actual estado de prosperidad y perfeccionamiento.

LAS NOTICIAS

Cuantos han escrito sobre el origen del periodismo dicen que César, el fundador del primer Imperio militar romano, creó asimismo una institución muy semejante a lo que es hoy la Prensa. Claro está que dentro de aquel clima era una forma avanzada y civilizadora, aun con su limitada actuación. Hay quien asegura que el periodismo en su forma primitiva existía antes de César. Es posible. Lo que César hizo fué darle forma. Antes que él fuera elevado al Imperio, los Pontífices publicaban los *Annales Maximí* y los exponían, escritos sobre una tabla blanca, en la fachada de la casa del Gran Pontífice. Esa tabla se llamaba *Album*. En esa tabla se hacían constar los hechos acaecidos durante el año anterior a la fecha de la aparición de dicho *Album*. Ya entonces se consideraba conveniente, por los poderes públicos, hacer llegar a las gentes ciertos sucesos y noticias de interés general. Es decir, la noticia tuvo ya en aquellos siglos lejanos una valorización muy destacada. El periodismo daba sus primeros pasos.

EL PERIODISTA

¿Por qué fueron suprimidos los *Annales*? Nada encontramos en las historias del periodismo que nos explique esta desaparición. ¿Tuvo César una idea más ambiciosa y pensó crear algún órgano de más amplitud? Poco se ha escrito sobre esto. Se sabe, sin embargo, que la Roma de los Césares estimaba el sistema insuficiente y pobre, y los grandes señores

del Imperio, los Senadores, los Cónsules y los altos dignatarios de la política, se procuraban cada uno de ellos, según su acierto o su tacto para elegir personas, el medio de estar al corriente de cuanto acontecía en la ciudad. Deseaban pulsar las opiniones de aquella gran urbe en sus medios más populares, que eran justamente los que desconocían.

Y la elección de personas capaces de realizar con acierto esta función, delicada y no fácil, sería sin duda tarea ardua, aun para las clases más ilustradas de la época. Alguien ha escrito que entre los desigandos tuvo especial relieve un liberto que servía a Marco Antonio, y se hizo célebre en los medios romanos por su sagacidad y su inteligencia. Cuentan que Cicerón tuvo a su servicio varios de estos sujetos, jóvenes, activos, audaces, y que los elegía entre los libertos mejor preparados.

Habían desaparecido los *Annales*, que eran en definitiva lo que llaman los franceses *affiches*, y los españoles avisos o carteles públicos. No se consideraban suficientes. Se pidió mayor amplitud a la información pública. Los que estaban en condiciones de poderse permitir el lujo de estar enterados mantenían esa especie de empleados o corresponsales, aun alejándose de Roma. Los generales que se desplazaban para ponerse al frente de sus ejércitos, en España o en Africa, tenían empeño en estar al corriente de cuanto acontecía en la ciudad, y a ser posible en el Imperio.

Y entonces esos corresponsales debían recoger no sólo las noticias y los edictos, sino hasta los rumores y las noticias frívolas que hoy se llaman de *sociedad*. Todo esto no resultaba desdeñable para una mentalidad como la de Cicerón, ni para el propio Scipión.

Pero todas esas noticias debían ser redactadas para poderlas enviar. El corresponsal tenía que disponer de otros auxiliares, a los que llamaba *operari*, que, según cuentan, resultaban algo caros.

Como se advierte, después de sentirse la curiosidad por las noticias, surgió seguidamente el captador de ellas. Y apareció el periodista.

EL PERIODICO

¿Pudo ser aquella la primera manifestación del periodismo? No. La comunicación en el Imperio no era todavía una cosa regular. La posta no había hecho su aparición. Los correos eran enviados especiales del Gobierno a sus representantes en los países sojuzgados, o a los generales de sus ejércitos. Algunos otros eran costeados por comerciantes, pero de forma irregular. Quedó el intento limitado a aquella especie de publicidad privada, que a nadie podía satisfacer.

Pero las gentes estaban cada día más deseosas de estar enteradas de los negocios públicos, y César encauzó aquellas aspiraciones, ordenando la redacción de las *Acta Senatus* y las *Acta diurna populi romani*, que se hacían en tablas enceradas, y de las que se permitía sacar copias, para enviarlas a los altos dignatarios que residían fuera de la ciudad. Las sagundas tuvieron un éxito insospechado. ¿Cuánto tiempo duró el sistema? No hay datos bastantes para determinarlo. Según algunos autores, el procedimiento de las Actas fué corrompido por su carácter oficial. Degeneraron en una especie de *Le Moniteur* francés o de *La Gaceta* española.

Las Actas romanas eran, según parece, bastante pobres. Resumen de causas célebres. Relatos de las ceremonias públicas. Rumores. Detalles de encuentros de gladiadores. Para completar aquella exigua información, se contrataron gentes especializadas, que todavía no se llamaban periodistas, y escribían *gacetas* para los curiosos de provincias. Pero la idea no debió tener gran éxito. Tales sujetos no estaban a la altura del encargo que recibían. No tenían suficiente cultura ni bastantes relaciones para cumplir su misión. Este sistema lo aplicó Francia en el siglo xviii; pero encargó a literatos de renombre aquel cometido. Eran, por lo general, amigos de personajes de relieve, íntimos de ministros, y se les recibía en los grandes salones. Naturalmente estaban en mejores condiciones para realizar aquella función.

Luchando con tales dificultades, era tan viva la ansiedad de aquellos hombres, sin excluir a los más eminentes, por enterarse de cuanto acontecía en lo que ya se llamaba el gran mundo—que Tácito consideraba una institución completamente nueva—, que se recurrió al sistema epistolar para llenar aquel hueco que los espíritus emocionados por la cosa pública no encontraban otra forma de expansión. Y aquellas cartas fueron los primeros periódicos. Livianos. Escasos. Pobres de contenido. Ahora bien, en aquellas cartas se encierra toda la historia de una época.

PRENSA PARTICULAR

Lo que la curiosidad hizo surgir en los medios selectos*hubo de tener la natural desviación al deslizarse en los medios populares.

Al lado de los periodistas que buscaban noticias para comunicárselas a los Senadores y a los Cónsules o a los Generales, aparecieron otros, de aspiraciones más modestas, con igual tipo de inquietud, que se procuraron auditorios en las clases más inferiores de la sociedad. Y éstos, entre los que también los hubo inteligentes, aunque menos afortunados, establecían sus puntos de reunión al aire libre, y les rodeaban grupos de gentes desocupadas u ociosas, que escuchaban las noticias y los comentarios de los sucesos de la ciudad. Aquellas reuniones fueron, sin duda, un anticipo de las tertulias de café en los tiempos pasados.

A pesar de su modesto origen y de la calidad inferior del público que cultivaba tales centros informativos, algunos llegaron a tener tal influencia social entre las gentes, que en ocasiones, los aspirantes a ciertos puestos públicos, cuidaban de procurarse el apoyo de los más populares.

Al mismo tiempo que los altos dignatarios y la nobleza romana se procuraban los servicios de aquella especie de repórter para que los tuviera bien informados de los acontecimientos, se fué desarrollando el mismo deseo e idéntica ambición en una clase de nuevos ricos, o de burgueses enriquecidos, entre los cuales hubo alguno al que no le bastaba el servicio de un repórter. Quiso humillar más a la nobleza, por la que se sentía despreciado. Y se cita el caso extraordinario de Trimalción, antiguo liberto, y esclavo en su primera juventud, al que la suerte colocó al frente de un verdadero reino, que llegó a gobernar económicamente, rodeándose de una vida de fauste, como hubiera correspondido a un verdadero príncipe. De él se cuenta que hacía editar en sus dominios una publicación diaria con solo noticias de sus pueblos y sus tierras, en cuya lectura se recreaba. Y de aquel periódico particular se conservan párrafos de esta índole:

Diá 7, antes de las Kalendas de Agosto. En la tierra de Cumas, que pertenece a Trimalción, han nacido 30 niños y 40 niñas. Se han levantado de las eras, para encerrarlas en los trojes, 500.000 fanegas de trigo. Se han reunido en los establos 500 bueyes de labor. En el mismo día ha sido crucificado el siervo Mitridates, por haber blasfemado contra el genio del Señor. En el mismo día ingresaron en la caja 10.000.000 de sextercios, para los cuales no se encontró empleo. En el mismo día estalló un incendio en los jardines de Pompello, que se había comunicado desde la casa del colono.

Siguen otros detalles que prueban claramente cómo la idea del periódico iba prendiendo en las gentes, aunque sin precisar otras razones que aquellas que le inspiraba la exaltación de su vanidad.

EL FEUDALISMO

Derrumbada la jerarquía romana por la invasión de los bárbaros, quedó Europa tan dividida en pequeñas porciones de territorios que fracasaron al deshacerse la unidad todas las que pudieran llamarse conquistas del espíritu. Y entre los escombros de aquella civilización se perdió también el primer atisbo de periodismo. Se suprimieron las relaciones entre comarcas y aun entre reinos. Se aislaron los pueblos unos de otros. Los siervos no tenían más curiosidad que la que se desprendía de la voluntad de sus señores, y por otra parte no se hubieran atrevido a sentir otra distinta. Las únicas noticias que interesaron eran las de la guerra. Y como tenía ésta una tan palpante actualidad, se conformaron con las cosas que les contaban, de pueblo en pueblo, los juglares y buhoneros que recorrían las comarcas, aun exponiéndose a ser azotados, cuando cometían alguna indiscreción, a juicio de los señores del lugar o del castillo.

Dentro de tales restricciones, que los tiempos imponían, aquella manifestación expansiva del espíritu humano se replegó, pero se resistió a morir. Es verdad que tomó una forma de expresión más reducida, pero en el fondo era la misma idea de conocer lo que acontecía en el mundo. Y se cambiaron mensajes entre los altos dignatarios de la Iglesia, las Universidades tuvieron entre sí correspondencias muy interesantes, en las que se hablaban unas a otras de los acontecimientos de mayor interés.

No era ésta una adecuada sustitución; pero no era posible otra. Los tiempos eran duros, y fuera de esas clases privilegiadas, eclesiásticas y universitarias, el pensamiento y la cu-

riosidad desaparecieron casi totalmente. Por otra parte, la educación entre las clases elevadas, la que podía llamarse aristocracia, era tan mezquina, que muy pocas gentes sabían leer, y en menor número escribir. Lo importante era saber pelear. Y a esa tarea dedicaban su atención, sin preocuparse de ninguna otra.

LAS MENSAJERIAS

En los primeros resplandores del Renacimiento se alza de nuevo la aspiración periodística. Es Venecia la ciudad que lanza una publicación diaria, que se tituló *Notizie Scritte*. La costean las autoridades y las entidades comerciales, pero ni su vida fué larga ni próspera. Los encargados de redactarla se llamaban *novellanti* o *gazzetanti*. Su desenvoltura y acritud para comentar los negocios públicos debió ser tan biliosa, que fué considerado como un grave peligro social, y una Bula del Pontífice Gregorio XIII les prohibió divulgar noticias sin las debidas garantías, bajo pena de ir a galeras y de serle confiscados sus bienes.

Dejaron de publicarse aquellas *Gazzetas*, pero ya era incontenible el deseo de las gentes de enterarse de los negocios públicos. No les bastaba saber las listas de precios de los productos ni la marcha de los mercados. Tampoco eran suficientes las noticias que recibían por carta de sus amigos o correspondientes.

Y entonces, mediado ya el siglo xvi, se fundó en Alemania la primera institución que había de contribuir a la difusión de las noticias, y más tarde sería la encargada de distribuir las primeras publicaciones.

Esta institución se llamó Mensajerías Urbanas, destinadas al transporte de las cartas de las autoridades de las ciudades y de los comerciantes. Pocos años después aparecieron las postas. Desde aquel momento eran posibles las relaciones entre unas ciudades y otras. Las noticias podían circular y transmitirse. Era, por lo tanto, posible hacer circular al mismo tiempo cualquier publicación periódica. Aun no tenía nombre apropiado lo que debía llamarse periódico. Pero seguidamente aparecieron documentos informativos que merecieron la general aprobación.

LAS «RELACIONES»

Todos estos sucesos coincidieron con la invención de la Imprenta. Es verdad que tardó bastante en aprovecharse para fines periodísticos, pero su aparición avivó de tal suerte el espíritu público, que surgió por todas partes la iniciativa de las publicaciones periódicas.

Las primeras que se aprovecharon de la Imprenta fueron las autoridades, que la emplearon en los edictos y carteles de carácter oficial. Como eran muy solicitados, por la novedad de la letra impresa, las mismas autoridades pensaron en la conveniencia de unir a las órdenes y avisos algunas otras noticias, que convirtieron los carteles en notas de información más o menos precarias. La iniciativa obtuvo un gran éxito. Aquellas fueron las primeras hojas impresas, y se les llamó *Relaciones*.

Sin embargo, no encajaba la idea del periódico. ¿Era falta de ambiente? No. Quizá falta de confianza en las propias fuerzas de las entidades o personas que podían haberse interesado en tales empresas.

De nuevo aparecieron varios *Boletines* de mercados y precios, que aseguraron el intercambio entre ciudades o entre provincias, mezclando datos con alguna que otra noticia. Las mensajerías ofrecieron desde el primer momento las mayores garantías de seriedad, y estas publicaciones eran distribuidas con todo escrúpulo. Estaba, pues, garantizada la distribución antes de que apareciera el primer periódico.

EL PERIODICO COMPLETO

Parece que fué Alemania la fundadora de *Las Mensajerías*, la que pensó en hacer una publicación, de carácter objetivo, de pura información, que debiera distribuir aquella otra entidad que tanto éxito había alcanzado. Cuajó la iniciativa en Nuremberg, y es allí donde se funda un centro informativo que recoge las noticias de toda Europa; la reúne, impone un orden y un método a su publicación. Crea agentes correspondientes en todas las grandes ciudades. Asegura la probidad de sus fuentes de información. Y, por último, lanza a la publicidad una especie de publicación semanal, que es distribuida con el mayor cuidado, y logra adquirir una sólida reputación. Lo abarca todo. La política. La guerra. El comercio. Los rumores públicos. Las quejas de los ciudadanos. Cuanto podía interesar en aquella época es objeto de su atención, y lo mantiene con un ritmo de seriedad y ponderación tal,

que entre la masa de abonados figuran varios monarcas. Este fué su mayor éxito. No hacía política. Informaba.

De momento fué bastante. Se consideró un gran adelanto. Era, en efecto, la más completa expresión pública de una inquietud popular, encerrada durante siglos entre la férrea prisión de la coraza y la espada del feudalismo.

PERIODISMO SINTETICO

Mientras Alemania difundía su publicación, que debía ser la primera en su género, los *nouvellistes* establecían en Francia otro tipo de periódico, oral, más a propósito con la oscura política cardenalicia de Richelieu y Mazarino. Aquellos periodistas, además de saber enterarse de los acontecimientos, debían ser buenos conversadores. Se tenía un estilo para escribir y otro para conversar. El que podía buscar una información y no sabía expresarla con soltura, con naturalidad, y aun con cierto donaire, estaba descartado de la profesión.

De estos *nouvellistes* o reporteros, Richelieu mantuvo mucho tiempo uno de los más notables. Mazarino llegó a pagar bien, no obstante su histórica sordidez, a un repórter que se le conocía como el mejor de París.

Estos reporteros crearon una verdadera escuela. Ellos fundaron un sistema de periodismo sintético que consistía en referir, en el menor espacio de tiempo, el mayor número de noticias posibles. Al mismo tiempo se distinguían por su estilo conversacional. Su lugar de reunión era el Jardín de Luxemburgo. Allí acudían las personalidades de las letras, de la política y del Gobierno o de la Corte para saber de viva voz, de los *nouvellistes*, los acontecimientos más notables de la vida en la ciudad. Tenía público más selecto el que sabía dar a sus palabras mejor expresión o mantenía un estilo más peculiar. Allí nació el periodismo sintético.

Mantenia cada uno de aquellos *nouvellistes* una especialidad. Unos hablaban de literatura. Otros, de política. Otros, de temas urbanos o municipales. Aquellos elegían temas de la Corte. Pequeñas novelas. Aventuras de amor. Intrigas cortesanas. Lo que formaba la vida pública en tal época. Mantenia el mayor respeto cada uno de ellos para el tema de su compañero.

Una de las mejores fuentes de información entonces era Holanda. De allí venían los grandes infundios. Los *nouvellistes* holandeses estaban reputados como los de menos escrupulo de Europa. Para ellos no había dignidades ni jerarquías. Allí se forjaron aquellas historias que molestaron tanto los últimos días de Luis XIV.

En los grupos de *nouvellistes* del Jardín de Luxemburgo se fundaron algunos grandes periódicos franceses, entre ellos, *Journal des Debats*.

Para contrarrestar la influencia que mantenían en la opinión aquellos reporteros, el Gobierno concedió algunas exclusivas de publicaciones. Aparecieron los primeros boletines impresos; pero todo el mundo sabía que eran órganos del Gobierno, y algunos eran redactados por los mismos ministros. Esto contribuyó a su rápido descrédito.

PERIODISMO POLITICO

Hay cierta propensión, siempre que se habla de alguna conquista espiritual, de atribuírsela a la Revolución francesa. Es verdad que con ella surgió un tipo de periodismo político, pasional, desenfrenado, tempestuoso, lleno de pasión y de arrebatadas exaltaciones que hizo prosélitos en diversos países de Europa, principalmente Italia y España.

Pero ya antes que se produjera aquel tremendo acontecimiento en Francia, casi mediado el siglo anterior, aparecieron en Inglaterra, a raíz de su revolución, y después del Parlamento Largo, periódicos que empezaron a debatir con violencia los asuntos públicos con el fervor enconado de un partido naciente que se adueñó del Poder y procuró por todos los medios aumentar el número de prosélitos y extender sus doctrinas por todo el país. De allí puede decirse que arranca el verdadero periodismo político. El polemista apareció entonces, y en la historia de la Prensa inglesa figuran varios nombres de aquella época que impresionaron fuertemente a Francia, vacilante ya, en las etapas de los últimos Luises, y estrechecía a sus ministros ante el vigor de aquella nueva fuerza, que reflejaba el descontento, no de un país, sino el de una época entera.

El período violento de la Prensa inglesa, aun siendo anterior a la Revolución de Francia, tuvo una vida corta. Los mismos que lo desencadenaron volvieron poco después a restablecer la serenidad de su crítica, que estaba más en armonía con su carácter y con el genio de su raza.

La Prensa de la Revolución francesa no es comparable en violencia con la de ningún otro país. Cuando se leen algunos de aquellos periódicos, en que los firmantes de tales trabajos se jugaban la vida cada día, asombra la potencialidad de aquel ambiente dramático, donde la defensa de las ideas tenía más fuerza dominadora que el temor a la muerte. El tipo de polemista político de la Revolución no se ha presentado en ningún país hasta el pasado siglo en la propia España, cuando las pistolas eran un elemento indispensable de las mesas de redacción, y los *retacos* estaban colocados junto a los paraguas y los *garrotes* en el vestíbulo de los periódicos.

Inglaterra conservó de aquellos primeros esfuerzos por mantener la libertad de la crítica, sin excluir los asuntos públicos, una mayor desenvoltura que la Prensa francesa. Es verdad que Francia fué dominada después del Terror por la mano férrea de Napoleón, y la Prensa hubo de ceder primero a sus exigencias, y sucumbir más tarde ante los caprichos del Corso, que decía: «Un periódico es un club que se esparce.»

LOS FOLLETINES

La caída del Imperio francés trajo como consecuencia una fuerte reacción de la Prensa, y aparecieron no sólo los periódicos que habían sido suspendidos, sino otros numerosos que se disputaron el favor del público, recurriendo a diversas modalidades y procedimientos. Junto al periódico político, se lanzó a la pelea el informativo, y se produjo una encarnizada competencia entre empresas y profesionales.

No era fácil todavía el triunfo para la Prensa informativa. Fueron necesarias reformas importantes. Aportaciones de tipo literario. Dibujos. Nuevos tipos de letras más llamativos. Noticias nuevas que escapaban a aquéllos. La lucha seguía siendo dura, sin embargo.

Y entonces surgió Girardin, el formidable periodista francés, que perfeccionó el periódico político, especializándolo, dentro de su categoría, y después de un estudio de su época y del público fundó en 1836 *La Presse*, que defendía los intereses del duque de Orleans. Su éxito fué grande. La lucha estaba ganada. Ahora bien, había que conquistar a la publicidad, muy repartida en París entre los periódicos ya acreditados.

Entonces Girardin pensó hacer algo que diferenciara a su periódico de todos los demás. Recabó para el que dirigía un sello personal y singularísimo. Estableció, pues, la publicación de novelas en folletín. Su éxito superó a sus esperanzas. Por aquellas columnas pasaron los mejores autores de Francia. Su redacción llegó a ser la más brillante de París. Los folletines merecieron del público una acogida de verdadero clamor. Numerosos periódicos de todo el mundo imitaron aquella aportación interesante a la Prensa periódica, que contribuyó a aumentar su difusión de tal suerte, que el gran escritor Julio Verne, interrogado sobre el porvenir de la novela por un redactor del *Daily Mails*, de Londres, dijo:

—Yo no creo que haya novelas, al menos en forma de libros o de volúmenes, dentro de cincuenta o de cien años. La novela será en todas partes suplantada por el periódico diario, que ha tomado su puesto en las naciones progresivas.

LOS COMENTARIOS

A la Prensa inglesa, creadora del artículo de combate y del trabajo apasionadamente político, le corresponde asimismo la aportación del comentario. Es un tipo de trabajo que le va mejor al carácter inglés. Tiene menos proporciones que el artículo polémico. Es más sobrio en su fondo y en su forma.

Los periodistas británicos tuvieron, sin embargo, durante el siglo XVIII y el XIX inteligencias tan claras y plumas de tal agilidad dedicadas a este género de trabajos, que se promovieron verdaderos escándalos públicos, en los que hubo de intervenir el propio Parlamento, expulsando de su seno a un escritor con motivo de una campaña en que enjuiciaba actos de la propia corporación.

Pero ya entonces tenía la Prensa tal peso en la opinión inglesa, y tan alto era el prestigio de aquellos periodistas, que merecieron la intervención de hombres de Gobierno como Disraeli, cuya autoridad puso digno remate al conflicto.

Y sin duda llegaría a sorprender a cualquier lector de nuestros días la lectura de aquellos comentarios que levantaron la tempestad en los medios políticos londinenses. Tenían bastante corrección en la frase, y estaban escritos en un estilo limpio, con cierto fondo de humor, que pocas veces abandona al escritor inglés. Tal vez lo que motivó la iracundia parlamentaria fuera la ironía acerba de algunos de los párrafos de tales artículos. Eran tra-

bajos breves, concentrados. Saltaban con agilidad de un asunto a otro. Nunca repetían los temas. Para el aplauso y la censura se marcaban un límite, y raramente lo sobrepasaba. El lector británico lo prefería a cualquier otro, justamente por su brevedad y por su agudeza.

LA ENTREVISTA

Mientras los periódicos ingleses procuraban mejorar su presentación con nuevos métodos que suscitaban el interés del lector, la Prensa francesa, no menos ágil, lanzaba una nueva iniciativa periodística, en la cual batieron a casi toda la Prensa de Europa. Fué el período de la gran competencia entre los periódicos de París. Cada día aportaban nuevas secciones de las cuales se olvidaban al día siguiente, para sustituirlas por otras.

No les bastaba con asimilarse las iniciativas de la Prensa de otros países. Cada periódico se procuraba una fisonomía peculiar, y esta inquietud transformaba la Prensa casi a diario.

En estas condiciones la lucha, parece que fué *El Figaro* el que lanzó la primera entrevista, con una personalidad de las letras de Francia. Ignoramos si fué la pluma del redactor o el tema elegido lo que determinó el éxito. Este fué clamoroso. Se sucedieron los trabajos de este nuevo género en tal profusión, que ningún periódico se pudo sustraer al interés que suscitó en los lectores. El público devoraba materialmente los diarios que tenían más acierto en la elección de tema, o más fortuna en designar redactores encargados de estos trabajos. Se puede asegurar que las mejores plumas de la Prensa parisina se especializaron en tan singular género periodístico.

Toda la Prensa de Europa y de América lo cultivó con más o menos fortuna; pero ninguna superó la agilidad amena ni la elegante soltura de aquellos periódicos.

EL TELEGRAMA

La aparición del servicio telegráfico, coincidiendo con la publicidad, crearon de nuevo una especie de periódico sintético, más difícil de elaborar que aquellos primeros de los siglos XVI y XVII. Ya no se conformaban los lectores con saber los asuntos del país en que se editaban los periódicos. Querían saber los del mundo entero, o por lo menos los de Europa. Cada día eran más exigentes. El espacio era el mismo, dada la capacidad de las máquinas. Las mesas de las redacciones se llenaron de aquellas hojas, azules o blancas, y los periodistas tuvieron que volver al estilo sobrio de los tiempos primitivos. Había que dejar espacio para los telegramas. Le sobraba la imaginación al periodista.

Cuando el servicio se extendió, como las tarifas eran casi prohibitivas, hubo que estrechar a los corresponsales para que escribieran en una especie de clave, ahorrando el mayor número de palabras.

Entonces se tropezó de nuevo con otra dificultad. Aquellos telegramas, a veces verdaderas charadas, había que descifrarlos y darles una redacción adecuada. A veces de tres líneas era preciso hacer veinte o cuarenta. Resultó conveniente el periodista con imaginación.

Crujió estrepitosamente toda la contextura del periódico. Siempre que un redactor recibía la orden de realizar algún trabajo informativo era conocida la frase del director al despedirle:

—¡Cortito, eh!...

El cumplimiento de tal orden implicaba un mayor sacrificio y ellos no lo ignoraban. La limitación en el espacio, para un escritor, significa un mayor esfuerzo. Tan verdad es esto, que parece paradójico, pero ello es así. Se cuenta de uno de los más notables periodistas franceses que al enviar al director de su periódico un trabajo que le había encomendado le puso la siguiente nota:

Perdóneme usted si le resulta largo. No he tenido tiempo de escribirlo más corto.

EL REPORTEAJE

En los últimos años del pasado siglo, la Prensa norteamericana había iniciado ya el impulso que debería conducirla a su actual grandeza. Las grandes rotativas. El volumen de su publicidad. La abundancia del papel. El enorme campo de difusión. El precio a que se venden los periódicos. Todo, en fin, había contribuido a ello. Pero lo determinante era la agilidad mental de sus capitanes de equipos periodísticos o directores, que supieron en cada caso aprovechar todas las coyunturas para aumentar el interés de sus diarios.

En un período de calma de asuntos de interés, en que los periódicos decaen, sin poder

explicar la razón, durante un tiempo en que nada acontecía en el mundo, fué cuando surgió, según recuerdo haber leído en una vieja revista americana, el primer reportaje periodístico.

El suceso se produjo del modo siguiente:

Se trabajaba en la redacción de uno de los más importantes diarios americanos—tal vez de Chicago—. Estaba instalada en un gran salón. Al fondo, una puerta forrada de piel, con un cristal en la parte superior, separaba el despacho del director de la sala de batalla.

Balbuzeaban las primeras máquinas de escribir. Se laboraba intensamente. Era la hora del cierre de la edición de la tarde. A la mesa del jefe de redacción afluyen originales y pruebas, que revisaba nervioso y ágil, entre el torbellino de compañeros jóvenes y ruidosos.

En tal punto apareció en la sala el más popular de los redactores. Había asistido, en nombre y representación del director, a la inauguración de una fábrica de alfileres, y tenía el encargo de su jefe de hacer unas líneas.

Peró la empresa de aquella instalación industrial había obsequiado con esplendidez a sus invitados. Se comió bien y se bebió con abundancia. El muchacho tenía pocos años. No mucha costumbre de tales agasajos. Un ímpetu juvenil pintoresco. Un ingenio fácil y una imaginación llena del sol de aquellas tierras maravillosas de los Estados del Sur. No tenía apenas deseos de escribir. Pero deseaba charlar, y refirió a sus compañeros de trabajo cuanto había visto aquella mañana. Lo hizo con tal riqueza de colorido, con tan espontáneo donaire y tal facilidad de conceptos, que los redactores suspendieron el trabajo encantados para escuchar aquel relato del joven camarada.

El repórter tenía el secreto del buen conversador. Al parecer, lo había curioseado todo. Habló de su conversación con los propietarios. Con los ingenieros directores. Destacó la eficacia de los capataces. Describió el funcionamiento de las máquinas. Su rendimiento aproximado. Sus entrevistas con las obreras. Casi dibujó el departamento de empaquetado y de embalaje. Se detuvo en el taller de colocar las etiquetas. Y aquello, tan trivial y tan falto de interés, fué adquiriendo a través del relato del joven un relieve, una vida y un calor, que sus compañeros le escuchaban deslumbrados. Había diálogos con las muchachas. Frases de humor en sus charlas con los ingenieros. Emoción en sus conversaciones con los obreros. Para cada rincón de la fábrica tuvo el joven periodista una pincelada llena de luz y de interés.

Inesperadamente se abrió la puerta del despacho del director, y apareció el capitán del equipo periodístico, con un gesto grave y una luz afable en la mirada. Avanzó hasta colocarse frente al muchacho, que distraía a sus compañeros del trabajo, y le dijo con tono peyoratorio.

—Todo eso que les acaba usted de contar a sus camaradas, pero con el mismo garbo, con igual humor e idéntico colorido; sin limitación de espacio, pero sin omitir uno solo de sus aspectos, lo va usted a escribir ahora mismo, para contárselo a los lectores del periódico esta misma noche. Acabo de anunciarlo en nuestra edición de la tarde. ¡A trabajar!

—¿Le interesará al público todo esto?

—Vamos a verlo.

Unas horas después se pudo comprobar que sí le interesaba. El periódico tuvo un éxito resonante. Al joven periodista se lo disputaron otras publicaciones. Su reputación quedó fijada justamente por aquella especialidad, que le mantuvo durante su actuación.

Se puede asegurar que posteriores derivaciones del género nuevo que nació aquel día lo han deformado lamentablemente. Tal vez el acierto inicial no se ha sabido mantener con idéntica dignidad profesional. Pero lo cierto es que, interesante, turbulento o chabacano, el reportaje es un producto de la Prensa norteamericana, y de ella pasó a otros países, ganando, sin duda, en galanura de estilo, en donaire y quizá en agilidad lo que perdía en emoción y en calor.

SU ACLIMATACION EN LA PRENSA ESPAÑOLA

En la Prensa española prendió muy pronto el nuevo estilo de trabajo. En las colecciones de periódicos de los últimos años del siglo pasado ya se advierte esta influencia. Aun no se les da el título, por esa especie de pudor que impedía entonces al periodista apropiarse de pensamientos ajenos para incorporarlos a sus trabajos. Sin embargo, en muchos de aquellos artículos o crónicas se notaba la influencia del nuevo género.

Azcrín fué enviado por un periódico de Madrid en viaje de información por Andalucía, con motivo de una crisis obrera. Aquella tragedia dolorosa y mansa, puesto que aun no se rebelaban contra ella, quedó estampada por el gran escritor en crónicas insuperables, de

un dramatismo sin imprecaciones, y sin gritos, pero hondo y triste. La soltura de aquella prosa, y el colorido de los cuadros que Azorín llevó a su trabajo, no creemos que se haya podido superar. Pero no se le daba el título de *reportaje*. ¿Por qué? ¿Por altivez? ¿Por modestia sin duda?

Con motivo de nuestra guerra de Cuba, algunos de los periodistas que fueron destacados por sus periódicos a la isla ensayaron el nuevo estilo de trabajo. Pero tampoco daban en la manera de titularlo, a fin de que se diferenciara de los periódicos norteamericanos. Era igual. Entre aquellos periodistas, el más destacado fué Luis Morote, redactor del *Heraldo de Madrid*, que gozaba en aquella época de gran popularidad. Fué agregado al Cuartel General del general Martínez Campos, del que llegó a ser excelente amigo.

Algunas de las crónicas de Luis Morote eran auténticos reportajes, llenos de interés, de color y de amenidad. Representaban una forma nueva de contar las cosas que sorprendía sobre todo a los profesionales. Tenía una agilidad y una fluidez que el público acogió desde el primer instante con la mayor simpatía. No carecía de emoción ni de gracia. Aquellos trabajos eran más amplios, pero nunca se hacían pesados. Se podía decir que lo esencial se presentaba envuelto en careles, que las gentes agradecían.

Los enemigos del nuevo estilo fueron los escritores que no acertaron a ensayarlo. Le llamaban *ladrillos*, que en el argot profesional era lo peor que se podía decir de un artículo.

Luis Morote fué hecho prisionero por la partida de Maceo, y estuvo a punto de ser fusilado. Tras una larga y fatigosa negociación, pudo ser libertado, y refirió su dramática aventura en una serie de crónicas—auténticos reportajes—verdaderamente maravillosas. Así, al menos, parecían entonces. Ciertamente, eran trabajos muy extensos. Algunos llegaron a ocupar casi toda la primera plana del *Heraldo*. El interés del público no decayó ni un solo instante. La salida del periódico se esperaba con la más ruidosa ansiedad.

Con Morote se mostraban algunos escritores crueles. No le perdonaban que el director le concediese aquella amplitud. Olvidaban que también jugaba el interés del lector en aquellas cuestiones, y él había mostrado su preferencia por aquel tipo de trabajo y por aquel periodista.



ESPAÑA

ESCUELA DE PERIODISMO. — Creación.

(O. 17 noviembre 1941. Vicesecretaría de Educación Popular.)

(Conclusión.)

título de bachiller, maestro u otro análogo; ser militante de Falange Española Tradicionalista y de las J. O. N. S. y hallarse comprendido entre los dieciocho y treinta años.

Art. 10. A las instancias solicitando ser matriculado como aspirante a la Escuela se habrán de acompañar: partida de nacimiento, certificaciones de buena conducta, de estudio, de antecedentes penales y de ser militante de Falange Española Tradicionalista y de las J. O. N. S. Podrán acompañar, además, todos aquellos documentos que se refieran a méritos de los aspirantes.

La aptitud acreditada y los servicios profesionales y políticos serán circunstancias favorables al ingreso de los aspirantes.

Art. 11. Queda vigente, en cuanto no se oponga a lo establecido en la presente, la orden de 24 de agosto de 1940 (1).

Disposiciones especiales.—1.ª. Por una

sola vez, y para dar cabida a todos aquellos profesionales de periodismo que carecen del correspondiente carnet, se abre una convocatoria especial, cuyo plazo de matrícula terminará el día 25 de noviembre.

A la solicitud de matrícula habrán de acompañarse los documentos que acrediten plena adhesión al Movimiento y a la profesionalidad.

2.ª. Los periodistas admitidos en la convocatoria anterior habrán de asistir a un cursillo intensivo de seis meses de duración.

Las clases comenzarán el día 1 de diciembre próximo y terminarán con el mes de mayo de 1942.

3.ª. Estos profesionales seguirán las clases y estudios establecidos para los cursillos ordinarios, teniendo en cuenta la formación periodística de los mismos.

4.ª. Al final del cursillo intensivo se entregará a los alumnos aprobados el carnet correspondiente.

(1) R. 1941, 1.530.

ALEMANIA

BIBLIOGRAFIA DE LAS PUBLICACIONES DIARIAS Y PERIODICAS ALEMANAS

7.—ELABORACION DE REDACCION (CONTENIDO DE LA PRENSA)

CLOSTERHALFEN (Annemarie): «Das Bild in der publizistischen Sprache (Diss. Berlin)» (La fotografía en el lenguaje periodístico (Diss. Berlin). O. O. 1942, 136. Cuatro hojas en cuarto, a máquina. Trabajo publicado independientemente.

HEYBROCK (W.): «Tagespresse und Astronomie. Grundaetzliches zur Stellung des Schriftleiters zur Wissenschaft» (Prensa diaria y Astronomía. Grandes rasgos acerca de la posición del periodista con respecto a la ciencia). En *La Estrella*, año 22, 1942, 11, págs. 168-170.

«Die Kleinanzeige im Textteil. Belehrung der Leser und Anzeigenkunde. Unterstuetzung der Maenner und Frauen am Schalter» (El pequeño anuncio dentro del texto. Asesoramiento de lectores y anunciantes. Apoyo de hombres y mujeres en la taquilla). En *Editorial Periodística*, año 43, 1942, 50, páginas 395-396.

SCHICK (Wilhelm): «Der gute Zeitungsroman ein Problem? Fort mit dem Kitsch!-Der deutsche Dichter darf nicht beiseite stehen» (La buena novela periodística-¿un problema? ¡Fuera con ello! El poeta alemán no puede mantenerse a un lado). En *Editorial Periodística*, año 43, 1942, 56, págs. 393-394.

SCHWARTZ (Helmut): «Die Struktur des modernen Leitartikels, entwickelt am Leitartikel seit der Jahrhundertwende (Diss. Muenster)» (La estructura del artículo de fondo moderno, desarrollada en él desde comienzos del siglo (Diss. Muenster). O. O.

1942, 152 hojas en cuarto, a máquina. Trabajo aparecido independientemente.

WALTERLIN (Kurt): «Die Flexion des Adjektivs hinter Pormwoertern in der neuere deutschsprachigen Presse (Diss. Zuerich)» (La flexión del adjetivo tras palabras formales en la nueva Prensa en lengua alemana. (Diss. Zuerich). 1941, 117 páginas en cuarto. Trabajo aparecido independientemente.

8.—ELABORACION TECNICA (IMPRESION, ETCETERA)

BARO (Leo): «Die Bezieherwerbung der deutschen Zeitungsverlage.» (Diss. Heidelberg)» (La propaganda de suscripciones de las editoriales periodísticas alemanas. (Diss. Heidelberg). O. O. 1942, 136 hojas en cuarto, a máquina. Trabajo aparecido independientemente.

D-C: «Postvorschriften ueber Zeitungsbeilagen» (Reglamentos de Correos sobre envío de periódicos). En *Comunicaciones Suizas*, año 46, 1942, 11, págs. 227-229.

ERXLIEBEN (Eleonore): «Muenchener Zeitungsverleger von der Aufklaerung bis zum Revolutionsjahr 1848, nach archivalischen und sonstigen Quellen zusammengesetzt. (Diss. Muenchen)» (Editores de periódicos de Munich desde ... (Diss. Munich). 91 páginas, 8 hojas ilustradas. Aparecido independientemente en *Periódico y Vida*, vol. 1, 92.

FRANKE (Karl): «Formsaubere Werkzeitschriften in Antiqua» (Periódicos pulcros en la Antigüedad). En *Dt. Drucker*, año 49, 1942, páginas 37-38, con grabados.

LEIBL: «Rechtliche Stellung der Zugverkäufer (D. Ztg. u. Zs.)» (Posición jurídica de los vendedores en los trenes. En el comercio librero de las estaciones). En *La Empresa*, año 7, 1942, 22, págs. 169-170.

WALTER (Heinrich): «Die Weihnachtsgabe für Presse u. Leser. Sechs zusätzliche Seiten fuer die Weihnachts- und Neujahr-ausgaben» (El regalo de Navidad para la Prensa y para los lectores. Seis páginas suplementarias para ediciones de Navidad y de Año Nuevo). En *Editorial Periodística*, año 43, 1942, 48, págs. 370-379.

«Zeitungspapier mit herabgesetzten Zellstoffgehalt» (Papel de periódicos con disminución e nel contenido de celulosa). En *Gaceta Papelera*, año 67, 1942, 24, págs. 531-533.

9.—GESCHICHTE DER GROSSDEUTSCHEN PRESSE

GEHARD (M. F.): «Der 100 Jaehrige Geburtstag des Wochenblattes der Landesbauernschaft Sachsen-Anhalt» (El 100 aniversario del semanario de los agricultores de Sajonia-Anhalt). En *Anuario de Historia y Literatura Agrícola*, año 41, 1942, págs. 67-69.

GENZMER (Fritz): «Der Elsnerschluessel (Werkzeitschrift v. Otto Elsner)» (Las llaves de Elsner (revista de Otto Elsner). En *Dt. Druck*, año 49, 1942, pág. 55, con grabados.

HESMER (H. u. H. H. Hilf): «An die Mitarbeiter und Leser des Forstarchivs» (A los colaboradores y lectores del Archivo de Cotos de Caza). En *Archivos de Cotos de Caza*, año 18, 1942, 17-18, págs. 225-228.

HOERMAN (Stephanie): «Fünfzig Jahre Byzantinische Zeitschrift» (Cincuenta años de periódico bizantino). En *Semanario Filológico*, año 62, 1942, 49-52, págs. 669-672.

JOST (Heinrich): «Die Offenbacher Monatsrundschau» (El panorama mensual de Offenbach). Año 19, 1942, 10, págs. 36,40, con grabados.

KLOSS (Hildegard): «Publizistische Mittel in Einblattdrucken bis 1550.» (Diss. Berlín) (Medios publicitarios en impresos de una hoja hasta 1550. (Diss. Berlín). O. O. 1942. 87 hojas, 39 con grabados pegados. En 4.º y a máquina. Trabajo publicado independientemente.

SCHNEIDMÜLLER (Wilhelm): «Die katholische Presse- u. parteipolitische Interessenvertretung in Hessen 1871-1918 im Spiegel des Mainzer Journals. Ein Beitrag zur Geschichte des polit. Katholizismus. (Diss. Heidelberg)» (La representación de los intereses de la Prensa y de los partidos políticos católicos del Ducado de Hesse en 1871-1918. reflejada en el Diario de Main. Contribución a la historia del catolicismo político. (Diss. Heidelberg). O. O. 1942. 122 hojas en 4.º, a máquina. Trabajo publicado independientemente.

10.—PRENSA ALEMANA EN EL EXTRANJERO. PERIODICOS DEL FRENTE

KOELLER (Ernst): «Der Heimat nahe. Geist u. Gesicht der Frontzeitungen» (Junto a la Patria. Espíritu y aspecto de los periódicos de campaña). En *Dt. Prensa*, año 32, 1942, 25, págs. 252-253.

11.—PRENSA EXTRANJERA

PICHLER (Hildegard): «Die französischen Kriegsziele im Spiegel der Tagespresse Frankreichs zur Zeit der Waffenstillstands- und Friedensverhandlungen 1918-1919. (Diss. Frankfurt)» (Los fines de guerra franceses a través de la Prensa diaria de Francia en el tiempo de las negociaciones del armisticio y de la paz en 1918-1919. (Diss. Frankfurt). O. O. 1942. 145 hojas en 4.º, a máquina. Trabajo publicado independientemente.

REUTER (Gisela): «Deutsche Karikaturen als Waffe der feindlichen Propaganda im Weltkrieg. (Diss. Berlín)» (Caricaturas alemanas como arma de la propaganda enemiga en la guerra mundial. (Diss. Berlín). O. O. 1942. 310 hojas en 4.º, a máquina, con grabados pegados. Trabajo publicado independientemente.

«Jüdische Zeitungen in New-York» (Periódicos judíos en Nueva York). En *El Impe-tuoso*, año 20, 1942, 50, pág. 3.

Asociación de la Prensa de Oviedo

A fines de diciembre del año 1909 nos reunimos los periodistas en uno de los salones de la Cámara de Comercio, y en aquella reunión acordamos constituir la Asociación de la Prensa diaria ovetense, que tiene como fines principales el velar por el prestigio y dignidad de la profesión y facilitar a los asociados el servicio médicofarmacéutico, sin limitación de ninguna clase.

Pocos días después quedó aprobado el Reglamento y se nombró la Junta directiva, que empezó a realizar sus trabajos para asegurar la vida de la Asociación.

Como la cuota que se pagaba era insignificante, porque también lo eran los sueldos que en aquella época se percibían (el director de un periódico cobraba 125 pesetas mensuales, el redactor jefe 75 y los demás redactores 60 pesetas el que más), se pensó en la organización de espectáculos, y el día 2 de febrero de 1910, festividad de las Candelas, organizamos el primer baile, en el teatro Campoamor, que nos dejó un beneficio de 4.500 pesetas.

Con este dinero hicimos frente a las necesidades que nos habíamos impuesto y, además, en días señalados del año distribuíamos socorros en metálico entre aquellos compañeros más necesitados.

El baile de la Candelaria siguió celebrándose mientras se mantuvo la festividad del día, pues una vez suprimida ésta quedó suprimido también el festival; pero continuamos celebrando otros espectáculos, aprovechando el paso por Oviedo de compañías de teatro, y con los beneficios que nos proporcionaban cubríamos los gastos del año y aún nos quedaba dinero en Caja.

Se publicaban entonces en Oviedo los periódicos diarios siguientes: «El Carbayón», de tendencia derechista; «La Opinión de Asturias», de los conservadores de Pidal; «Las Libertades», de los tradicionalistas, y el «Correo de Asturias», de los liberales de Suárez Inclón. Hoy todos han desaparecido, y de los periodistas sólo quedamos cuatro supervivientes, dos de los cuales continuamos en activo.

Los periodistas no teníamos días de descanso, y un domingo salimos todos para Infiesto, con objeto de asistir a un homenaje que se celebraba en honor de Salvador Rueda. Sucedió que aquel día perdimos el último tren y, por tanto, no pudimos regresar a Oviedo.

La preocupación nuestra eran los periódicos. Como antes he dicho, estábamos todos en la capital del concejo de Piloña y no había quien trabajara aquella noche en las redacciones, pero nuestra sorpresa fué grande cuando al siguiente día llegamos a Oviedo en el primer tren de la mañana y vimos que se habían

publicado todos los periódicos sin necesidad de periodistas. Los regentes habían requerido el auxilio de la tijera y de esta forma salieron de aquel apuro.

Aquella misma semana celebramos Junta general, en la que se acordó nombrar una Comisión, con el encargo de visitar a los representantes de las empresas periodísticas para exponerles la siguiente pretensión:

A partir del domingo próximo desearíamos que se estableciera el descanso para los periodistas, publicando los lunes un periódico, para lo cual se establecerá un turno, a fin de que ninguna de las empresas resulte perjudicada.

La propuesta quedó aceptada y desde entonces empezamos a disfrutar el tan deseado descanso.

Uno de los ingresos más importantes que hemos tenido ha sido el que nos proporcionó la corrida regia que organizamos para conmemorar la Coronación de la Virgen de Covadonga, el día 8 de septiembre de 1918. En aquella corrida toreó «El Gallo», al que pagamos 20.000 pesetas. Hecha la liquidación vimos, con la consiguiente satisfacción, que nos habían quedado seis mil duros libres.

En la primavera del año siguiente celebramos una Asamblea, en la que se acordó construir un grupo de casas, acogiéndonos a los beneficios de la ley de Casas Baratas de 12 de junio de 1911. Se designó la Comisión que había de llevar a la práctica tal proyecto, y después de no pocas gestiones, se logró de los Bancos locales un empréstito de doscientas mil pesetas para construir seis casas con arreglo al proyecto confeccionado por el arquitecto municipal, que fué aceptado por el Instituto de Reformas Sociales. En el mes de agosto de 1920 quedaron terminados los edificios y habitados por los periodistas que había designado la suerte.

Cuando surgió el Glorioso Movimiento Nacional teníamos pendientes de pago tres anualidades para que las casas pasaran a ser propiedad de los periodistas que las habitaban. Pero los edificios estaban emplazados en una zona que fué muy castigada por el cañoneo marxista, y sufrieron daños importantísimos, quedando tres destruidos y los restantes con averías de consideración.

Después de las elecciones de febrero de 1936, la Directiva pasó a poder de los marxistas. Intentaron éstos que la Asociación ingresara en la U. G. T. Se celebraron tres asambleas para discutir este punto. Fuimos cuatro los que combatimos semejante proposición, y después de acaloradas discusiones se acordó celebrar un referéndum para que cada uno de los asociados hiciera constar por escrito si estaban o no conformes con la propuesta de los socialistas. Este referéndum no llegó a celebrarse porque surgió la guerra, y al sumarse Oviedo a las fuerzas de Franco, los marxistas hicieron desaparecer los fondos que tenía la Asociación. Al ser liberada Asturias nos encontramos sin dinero y con débitos que pasaban de 2.000 pesetas, por diferentes conceptos.

Se reorganizó la Asociación, designándose la actual Directiva, que fué reelegida dos veces. Tan pronto como las circunstancias lo permitieron se modificaron varios artículos del Reglamento y se organizaron corridas de toros, verbenas y otros festejos, y con los primeros beneficios que se han obtenido se pagaron las deudas, y la Asociación volvió a disfrutar de una vida próspera como jamás ha tenido.

El servicio médicofarmacéutico quedó nuevamente restablecido, ampliándolo a los familiares de los asociados, y actualmente tiene en estudio la concesión de pensiones y jubilaciones a los periodistas que por diferentes causas quedan incapacitados para el trabajo.

JOSE MARIA VILLANUEVA
Presidente de la Asociación de la Prensa
de Oviedo.

Cómo leen los españoles su prensa

(Facilitado por el Servicio Español de Auscultación
de la Opinión Pública de la Delegación Nacional de Prensa)

UNA de las primeras encuestas nacionales realizadas por el Servicio Español de Auscultación de la Opinión Pública tuvo como materia de análisis la Prensa.

Este Servicio, de la Delegación Nacional de Prensa, ha explorado, mediante un concienzudo interrogatorio, la predilección de los lectores para con las distintas secciones de que constan los diarios, así como la distribución de éstos, la forma de adquisición por diferentes públicos y otras muchas observaciones de interés, no sólo para la labor rectora de la Delegación, sino para todos los profesionales del periodismo.

El trabajo ha sido muy arduo, debido a lo complejo de las operaciones preliminares de distribuir los diferentes grupos de la encuesta, ya que las 5.119 personas consultadas fueron proporcionalmente divididas entre las provincias, y después distribuidas nuevamente las fichas correspondientes a cada Delegación Provincial de Educación Popular, considerando la representación profesional de cada grupo por edades, nivel de vida, etc., dentro del conjunto, al objeto de que los resultados obtenidos fueran rigurosamente exactos.

Después de tabuladas en máquinas especiales electrocontables todas las respuestas, fué elaborado un documentado Informe de cien folios aproximadamente, con 98 mapas y gráficos, del que sintetizamos y extractamos—pues ambas operaciones hemos tenido que hacer—la presente información.

Téngase en cuenta que la encuesta corresponde a un momento histórico determinado, y que por eso su vigencia se condiciona a la vigencia de los muchos factores—psicológicos, políticos, económicos, temporales, bélicos, diplomáticos, etcétera, etc.—que influyeron en las personas interrogadas para que hayan contestado como en el aludido Informe está expuesto.

Quede con esto bien sentado que los resultados de la presente encuesta no van a ser aceptados como perennes; nada de eso. Actualmente se prepara una nueva auscultación sobre la Prensa, en la que se han de introducir mejoras muy notables, cual es considerar los periódicos editados en cada provincia y los recibidos en ellas de fuera, deslindando cuáles son los gustos impuestos por la masa lectora y cuáles han sido fomentados por la peculiaridad de cada publicación. No olvidemos que cada diario tiene sus rasgos personales y que el hábito crea la necesidad.

Ante todo, hemos investigado el promedio de diarios leídos por la opinión; si eran de la mañana o de la tarde, y el procedimiento por el cual habían llegado a poder de los interrogados. El resultado obtenido fué favorable a los diarios matutinos, en la proporción siguiente:

| | % |
|---------------------------------|-------|
| De la mañana..... | 53,17 |
| De la noche..... | 17,28 |
| De la mañana y de la noche..... | 18,09 |
| Ninguno..... | 11,46 |

Es natural que las publicaciones diurnas tengan mayor número de lectores, ya que la mayor parte de las personas interrogadas pertenecen a provincias donde sólo existen periódicos matutinos.

Quisimos matizar más nuestra elaboración, a cuyo objeto hemos interrogado a individuos de diferentes profesiones, edades y provincias, con arreglo a lo que cada uno de estos grupos representa dentro del concierto nacional. La labor reporteril fué muy compleja, pero hoy tenemos la satisfacción de haber obtenido una media científica de cada uno de estos tres grupos, lo que hace que nuestra encuesta sea, en líneas generales, exacta. Es decir: hemos interrogado a tantos profesionales de una rama determinada, a tantos individuos de una provincia o a tantos otros de un grupo de edad definida, según le haya correspondido en el oportuno reparto proporcional, obteniendo resultados de exactitud matemática. De esta forma tenemos la seguridad de que ningún grupo ha influido injustamente en los totales, sino que los resultados obtenidos son la auténtica manera de leer la Prensa por los españoles.

En esta síntesis no vamos a dar cifras referentes a todas las provincias, que nos extendería demasiado, sino que citaremos únicamente como ejemplo una de ellas y algunos índices profesionales y de edad.

INFLUENCIA DE LA PROFESION EN LA LECTURA DE PERIODICOS

«¿QUÉ PERIÓDICO LEYÓ USTED AYER?»

| | De la noche | De la mañana | De la noche y de la mañana | Ninguno o no lo dijo |
|---------------------------------------|-------------|--------------|----------------------------------|-------------------------|
| | % | % | % | % |
| Agricultura | 14,38 | 64,38 | 11,22 | 10,02 |
| Pesca | 19,04 | 61,90 | 4,76 | 14,30 |
| Industria | 14,90 | 54,49 | 10,58 | 20,03 |
| Comercio | 13,31 | 51,55 | 8,78 | 26,36 |
| Transportes | 23,63 | 46,66 | 11,51 | 18,20 |
| Servicio doméstico | 11,55 | 52,55 | 24,57 | 9,36 |
| Profesiones liberales e Iglesia | 11,85 | 45,36 | 9,79 | 33,00 |
| Administración | 26,08 | 46,19 | 3,80 | 23,93 |
| Militares | 7,22 | 62,65 | 1,20 | 28,93 |
| Profesiones no especificadas | 20,84 | 47,23 | 17,91 | 14,02 |

La población agricultora y la militar son los dos sectores sociales que menos diarios nocturnos leen. Entre los primeros, porque la vida en el campo se hace acorde con el día y porque, además, los periódicos de la noche no llegan a los núcleos rurales a su debido tiempo. Algo parecido ocurre con el sector militar, en que, por estar asentadas muchas guarniciones en poblaciones donde no se publican ni llegan tampoco diarios nocturnos, esta cifra es muy baja.

La administración es, por el contrario, el grupo que mayor porcentaje da de lectores nocturnos, debido a que en su mayoría es una profesión que reside en las grandes ciudades, donde sí existen diarios de la noche.

«¿CÓMO ADQUIRIÓ AYER SU PERIÓDICO?»

| | Me lo llevaron a casa | Lo com- pré en un puesto | Lo com- pré en la calle | Lo leí en el casino | Me lo prestaron | No sabe cómo o no lo dijo |
|---------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------|--------------------|------------------------------------|
| | % | % | % | % | % | % |
| Agricultura | 44,79 | 12,34 | 12,65 | 7,65 | 12,85 | 9,72 |
| Pesca | 33,33 | 23,80 | 9,52 | 9,52 | 14,28 | 9,55 |
| Industria | 43,23 | 14,56 | 15,23 | 8,41 | 8,87 | 9,80 |
| Comercio | 48,72 | 18,13 | 12,46 | 6,79 | 5,38 | 8,52 |
| Transportes | 33,93 | 13,93 | 24,34 | 7,27 | 12,12 | 7,91 |
| Servicio doméstico | 18,64 | 5,93 | 7,62 | 17,79 | 28,81 | 21,21 |
| Liberales e Iglesia | 58,24 | 15,46 | 7,63 | 3,60 | 5,15 | 9,82 |
| Administración | 42,39 | 20,10 | 16,84 | 7,06 | 9,23 | 4,36 |
| Militares | 37,34 | 30,12 | 13,25 | 14,45 | 2,40 | 2,44 |
| Personas no especificadas | 35,83 | 13,02 | 14,00 | 8,46 | 16,68 | 12,01 |

Las personas que en mayor proporción reciben el periódico en su casa se encuentran en el grupo de profesiones liberales e Iglesia, comercio y administración, en los cuales es costumbre que, bien sea el propio vendedor, a quien muchos pagan periódicamente; la muchacha o el repartidor, le llevan el periódico a su propio domicilio. El sector agrícola también da un porcentaje bastante elevado, debido a las suscripciones, que en este grupo, residente en núcleos rurales apartados, es muy corriente, como único medio para obtener prensa.

El servicio doméstico, por su peculiaridad, es el grupo que en menor cuantía recibe el periódico en casa, aunque por esta misma peculiaridad es el que mayor porcentaje da como lector de prensa prestada.

Debemos aclarar que aunque el servicio doméstico figure en el índice comparativo con la cifra más alta de lector de casino, etc., no debe achacarse a error la misma por considerar que los sirvientes son las personas que menos frecuentan estos centros. En casino incluimos los lectores de sala de espera, murales, etc., es decir, toda la prensa que está a disposición pública o de un gran número de personas. Obsérvese que es también el servicio doméstico el sector que menos dinero invierte en prensa y que, por el contrario, más elevadas cifras da en el apartado de prestados y en el de quienes no saben cómo lo adquirieron; que en definitiva es síntoma elocuente de poca afición a la lectura.

«¿QUÉ PERIÓDICO LEE USTED?»

| | A) DE LA MAÑANA | | | | B) DE LA TARDE | | | |
|---------------------------------|-----------------|-------|------|---------|----------------|-------|------|---------|
| | Uno | Dos | Tres | No dijo | Uno | Dos | Tres | No dijo |
| | o/o | o/o | o/o | o/o | o/o | o/o | o/o | o/o |
| Agricultura | 65,40 | 13,06 | 1,42 | 20,12 | 20,81 | 0,81 | 0,20 | 78,18 |
| Pesca | 57,14 | 19,04 | 9,52 | 14,30 | 38,09 | 4,76 | — | 57,15 |
| Industria | 59,61 | 16,72 | 3,64 | 20,03 | 29,46 | 3,64 | 0,68 | 66,22 |
| Comercio | 64,58 | 14,73 | 4,94 | 16,45 | 35,69 | 4,53 | 0,56 | 59,22 |
| Transportes | 63,63 | 12,12 | 1,81 | 22,44 | 60,62 | 1,81 | — | 60,62 |
| Servicio doméstico..... | 58,47 | 10,16 | — | 31,37 | 22,88 | 2,54 | 1,69 | 72,69 |
| Liberales e Iglesia..... | 55,67 | 22,68 | 5,15 | 16,50 | 36,58 | 10,30 | 1,03 | 52,08 |
| Administración..... | 52,17 | 18,47 | 5,43 | 23,93 | 36,41 | 11,95 | 0,54 | 51,09 |
| Militares | 59,03 | 28,91 | 6,02 | 6,04 | 24,93 | 8,43 | — | 56,64 |
| Personas no especificadas | 56,02 | 13,35 | 2,62 | 28,03 | 28,99 | 2,28 | 1,30 | 67,43 |

El grupo de pescadores es el más aficionado a adquirir tres diarios de la mañana. Es un sector que, por no estar capacitado para otra literatura, neutraliza las horas de espera y el aburrimiento en el mar leyendo mucha prensa periódica, de la que lee y relea hasta los anuncios; razón por la cual adquiere varios diarios distintos.

Siguen en la consideración de muy lectores, con tres publicaciones distintas de la mañana, los militares, la administración y liberales e Iglesia, profesiones éstas de mayor cultura.

INFLUENCIA DE LA EDAD EN LA LECTURA DEL PERIÓDICO

«¿QUÉ PERIÓDICO LEYÓ USTED AYER?»

| | De la noche | De la mañana | Los dos | Ninguno |
|------------------------|-------------|--------------|---------|---------|
| | o/o | o/o | o/o | o/o |
| De 10 a 15 años..... | 14,65 | 52,49 | 23,99 | 8,87 |
| De 16 a 45 años..... | 16,15 | 54,74 | 9,67 | 19,34 |
| De 46 a 56 años..... | 18,48 | 52,12 | 6,51 | 22,89 |
| De 57 en adelante..... | 21,47 | 55,82 | 6,74 | 15,97 |
| No dijeron edad..... | 25,00 | 39,28 | 14,88 | 20,84 |

No debe extrañarnos que el grupo más joven sea el que más periódicos lee de la mañana y de la noche, puesto que para ellos el periódico sólo es el impre-

sionismo de los grandes titulares, los chistes y los deportes, y, por tanto, la visión del mismo es rápida, necesitando impresionarse con nuevas ediciones. Reúne todos los periódicos que entran en su casa.

Las personas comprendidas en el grupo de mayor edad son las que más diarios leen, tanto de la mañana como de la tarde.

«¿CÓMO ADQUIRIÓ SU PERIÓDICO?»

| | Me lo llevaron a casa | Lo compré en un puesto | Lo compré en la calle | Lo lei en el casino | Me lo prestaron | No sabe cómo |
|------------------------|-----------------------|------------------------|-----------------------|---------------------|-----------------|--------------|
| | % | % | % | % | % | % |
| De 10 a 15 años..... | 34,46 | 8,53 | 9,01 | 11,27 | 14,97 | 21,80 |
| De 16 a 45 años..... | 42,88 | 15,53 | 15,53 | 7,74 | 9,71 | 8,61 |
| De 46 a 56 años..... | 43,21 | 19,81 | 15,15 | 6,64 | 9,17 | 6,02 |
| De 57 en adelante..... | 49,38 | 16,56 | 11,34 | 8,28 | 9,58 | 5,86 |
| No dijeron edad..... | 35,71 | 29,16 | 9,52 | 7,63 | 9,38 | 15,60 |

El apartado de adolescentes es el que, en razón de su edad, menos periódicos compra, ya que los que ve le han sido prestados por distintos conceptos.

Las personas de mayor edad—de cuarenta y seis a cincuenta y seis años y de cincuenta y siete en adelante—son las que más prensa compran, bien sea en puestos o vendedores ambulantes. Y también los que más porcentaje dan como habituales de un periódico determinado, que es precisamente aquel que le llevan a casa.

«¿QUÉ PERIÓDICO LEE USTED?»

| | A) DE LA MAÑANA | | | | B) DE LA NOCHE | | | |
|------------------------|-----------------|-------|------|---------|----------------|-------|------|---------|
| | Uno | Dos | Tres | No dijo | Uno | Dos | Tres | No dijo |
| | % | % | % | % | % | % | % | % |
| De 10 a 15 años..... | 59,90 | 8,05 | 1,61 | 30,46 | 16,42 | 1,28 | 0,16 | 82,14 |
| De 16 a 45 años..... | 61,24 | 16,27 | 3,72 | 18,77 | 30,28 | 3,89 | 0,79 | 65,04 |
| De 46 a 56 años..... | 60,74 | 19,23 | 3,84 | 16,19 | 32,71 | 4,25 | 0,79 | 62,25 |
| De 57 en adelante..... | 62,57 | 15,33 | 2,76 | 19,34 | 26,99 | 6,74 | 0,92 | 65,35 |
| No dijeron edad..... | 50,00 | 26,78 | 4,76 | 18,46 | 20,23 | 13,09 | 0,59 | 66,09 |

En este cuadro podemos apreciar cuántos diarios leen cada uno de los cinco grupos de edad en que hemos dividido a la población. Podemos apreciar que es desde los cuarenta y seis a los cincuenta y seis años la edad en que más diarios distintos se consultan, seguido del grupo anterior. Esta afición por leer diversas publicaciones decrece en las personas de edad superior a cincuenta y siete años, igual que en el sector más joven.

INFLUENCIA DEL NIVEL ECONOMICO EN LA LECTURA DE PERIODICOS

«¿CÓMO ADQUIRIÓ AYER SU PERIÓDICO?»

| | Clase media | Ricos | Pobres | Bur-gueses | Indeter-minados |
|-------------------------------|-------------|-------|--------|------------|-----------------|
| | % | % | % | % | % |
| Me lo llevaron a casa..... | 37,36 | 65,69 | 21,20 | 55,03 | 37,11 |
| Lo compré en un puesto..... | 19,53 | 11,88 | 11,05 | 17,71 | 7,21 |
| Lo compré en la calle..... | 17,40 | 8,74 | 12,98 | 11,73 | 6,18 |
| Lo lei en el casino, etc..... | 7,85 | 3,81 | 14,26 | 5,31 | 10,30 |
| Me lo prestaron..... | 8,13 | 5,60 | 22,36 | 4,87 | 6,18 |
| No sabe cómo lo adquirió..... | 9,73 | 4,28 | 18,15 | 5,35 | 33,02 |

El sector social a quien hemos calificado de ricos es el que mayor porcentaje da en el apartado de suscriptores o de personas a quienes les llevan tradicional-

mente el periódico a casa. Le continúan sucesivamente, y por este orden, burgueses, clase media y pobres.

El grupo que más toma la prensa espontáneamente, es decir, quienes la compran en un puesto o en la calle, es la clase media, debido a que los miembros del mismo son personas que trabajan, y al marchar a su faena la adquieren al primer vencedor que encuentran. Continúan en esta preferencia los burgueses y los pobres

El sector humilde es el que más lee la prensa prestada, cual demuestra su mayor porcentaje como lector de casino, etc., y no sabe cómo lo adquirió, que en definitiva es sin haberla pagado.

INFLUENCIA DEL SEXO EN LA LECTURA DE PERIODICOS

«¿CUÁNTOS PERIÓDICOS LEE USTED?»

| | A) DE LA MAÑANA | | B) DE LA NOCHE | |
|---------------------|-----------------|---------|----------------|---------|
| | Hombres | Mujeres | Hombres | Mujeres |
| | o/o | o/o | o/o | o/o |
| Uno | 62,04 | 54,69 | 28,36 | 25,18 |
| Dos | 17,12 | 11,11 | 4,49 | 7,90 |
| Tres | 3,50 | 2,46 | 0,74 | 0,24 |
| No lo dijeron | 17,34 | 31,74 | 66,41 | 66,68 |

Los hombres son más lectores que las mujeres, cual demuestra el mayor porcentaje, tanto de la noche como de la mañana, en el apartado correspondiente a tres diarios distintos. Además, exceptuando la primacía femenina como lector de dos periódicos nocturnos, el resto de los índices son favorables al sexo masculino. Estas cifras son absolutas y no quieren decir que la mujer sea poco aficionada a la lectura de prensa periódica, pues en el análisis por materias, que en lo reducido de este trabajo nos impide transcribir, hay muchas secciones en las cuales el sector femenino tiene una mayoría notoria.

INFLUENCIA DE LA GEOGRAFIA EN LA LECTURA DEL PERIODICO

Como era imposible analizar en este breve trabajo las preferencias de cada una de las provincias españolas, hemos elegido a modo de ejemplo una de ellas: Madrid.

A continuación reproducimos la ficha de Madrid, en la que se han jerarquizado con arreglo a las preferencias de la opinión pública las veintiocho materias que componían el cuestionario de la estadística:

| | o/o |
|------------------------------------|------|
| 1.—Información de guerra..... | 4,87 |
| 2.—Información nacional..... | 4,50 |
| 3.—Información local..... | 4,20 |
| 4.—Deportes | 3,84 |
| 5.—Artículos | 3,76 |
| 6.—Boletín de abastecimientos..... | 3,76 |
| 7.—Editoriales | 3,69 |
| 8.—Cartelera | 3,69 |
| 9.—Crónica del extranjero..... | 3,69 |
| 10.—Crítica de libros..... | 3,69 |
| 11.—Chistes | 3,54 |
| 12.—Modas y páginas femeninas..... | 3,54 |
| 13.—Fotografías | 3,47 |
| 14.—Informaciones económicas..... | 3,39 |
| 15.—Anuncios | 3,32 |
| 16.—Folletones | 3,32 |
| 17.—Crítica de cine..... | 3,32 |
| 18.—Crónica de sociedad..... | 3,32 |
| 19.—Sección religiosa..... | 3,32 |
| 20.—Boletín meteorológico..... | 3,32 |
| 21.—Crucigramas y pasatiempos..... | 3,32 |

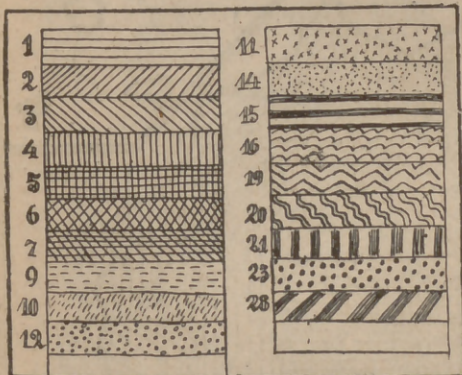
| | |
|---|------|
| 22.—Información de enseñanza y oposiciones..... | 3,32 |
| 23.—Crítica musical..... | 3,24 |
| 24.—Crítica teatral..... | 3,24 |
| 25.—Esquelas..... | 3,24 |
| 26.—Entrefiletos..... | 3,24 |
| 27.—Necrologías..... | 3,24 |
| 28.—Boletín Oficial..... | 3,24 |

Cuando se hizo la presente encuesta (última decena de diciembre de 1942 y primera del mes de enero de 1943) estaba palpitante en la opinión pública el reciente desembarco aliado en el Norte de Africa, que venía a reanudar la atención del público por las informaciones de carácter bélico. Es, por tanto, todo lo que se refiere a la guerra lo que ocupa el primer lugar en el interés de los lectores.

A continuación siguen, en el orden de materias buscadas con más ansiedad por el público, todas las noticias de carácter nacional, que son las que en tiempo normal interesaban más a los lectores.

En los últimos años el deporte ha tomado un incremento grande en nuestra Patria, razón por la cual los periódicos complacen el gusto de los lectores publicando extensas informaciones deportivas.

Los artículos y el boletín de abastecimiento están en igualdad de cifras en la tabla de valoraciones, pues mientras las personas más formadas intelectualmente buscan los artículos diariamente, en las actuales circunstancias de racionamiento impuestas por el conflicto internacional, todo cuanto se refiere a abastos es de gran interés para un sector de personas. En el momento



La numeración de las distintas señales corresponde a la de la tabla que se inicia al final de la página.

determinado que se verificó la investigación de esta encuesta, los editoriales eran bastante solicitados por la opinión pública madrileña, que deseaba saber la orientación política española frente a los acontecimientos de entonces.

El que los chistes ocupen lugar tan destacado en el interés del lector no es extraño, teniendo en cuenta que la guerra y sus consecuencias influyen en el ánimo de la opinión, en la que han ido dejando cierto malestar.

En todas las coyunturas más difíciles de la Humanidad, para contrarrestar el pesimismo ambiente siempre surgió el humor. Así, esta preferencia por los chistes entre los lectores españoles en este momento determinado, en que lo prolongado del conflicto internacional requiere cierto esparcimiento de espíritu.

Modas y fotografías están equiparadas en porcentaje; las informaciones económicas ocupan en Madrid un lugar bastante destacado, y los anuncios, folletones, críticas de cine, crónicas de sociedad, sección religiosa, boletín meteorológico, crucigramas y pasatiempos e información de enseñanza y oposiciones, también están equiparadas. Por último, queda la crítica musical, de teatros, esquelas, entrefiletos, necrologías y el boletín oficial, con una media idéntica.

Para final de este trabajo transcribimos la tabla general de predilecciones del público, obtenida mediante la tabulación de todas las provincias y jerarquizada en razón de su interés:

| | % |
|------------------------------------|------|
| 1.—Información de guerra..... | 5,79 |
| 2.—Información nacional..... | 5,44 |
| 3.—Chistes..... | 5,39 |
| 4.—Información local..... | 5,37 |
| 5.—Boletín de abastecimientos..... | 4,81 |
| 6.—Información deportiva..... | 4,63 |

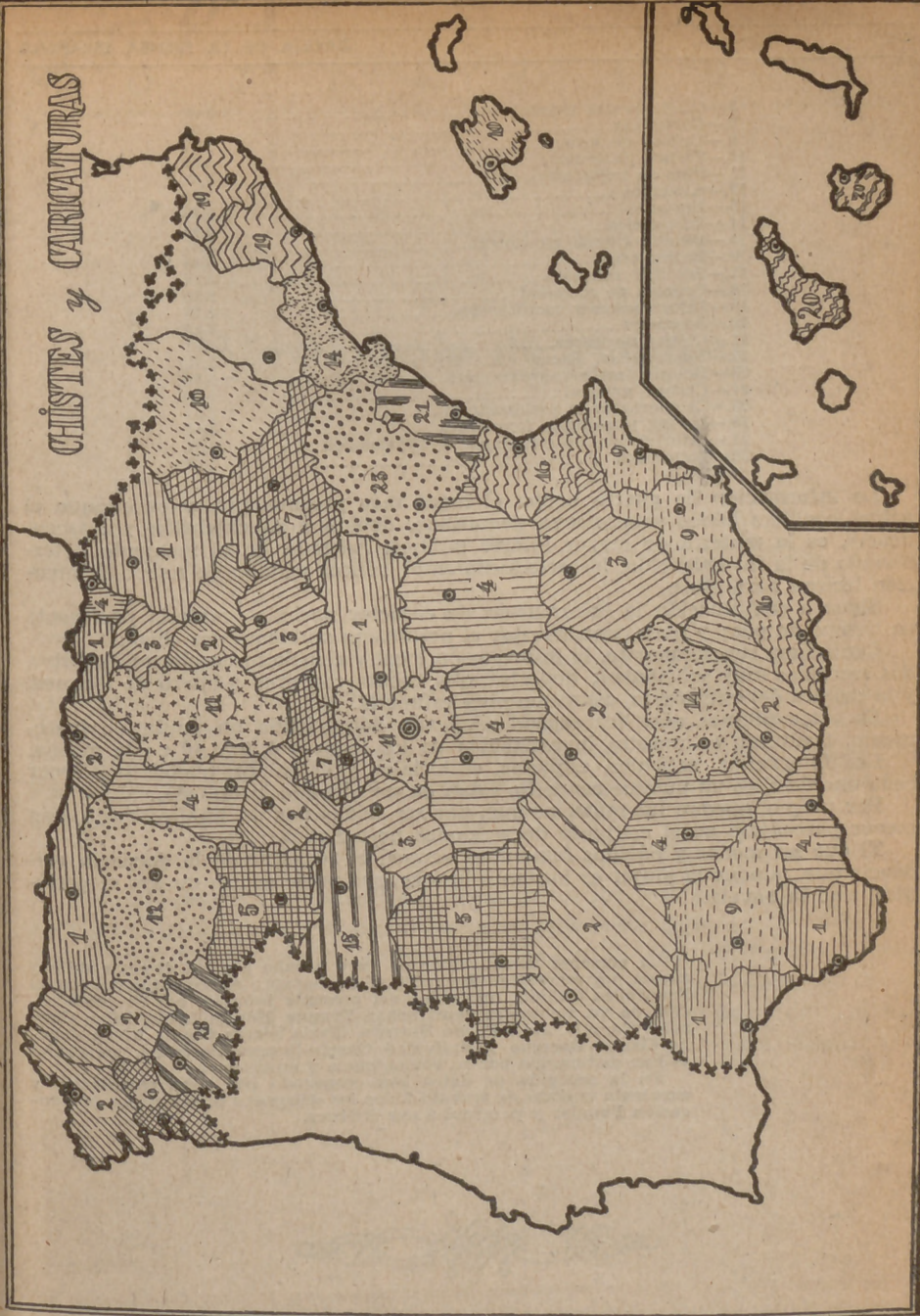
INFORMACIÓN GENERAL DE GUERRA



Quando se hizo la presente encuesta (última decena de diciembre de 1942 y primera de mes de enero de 1943) estaba palpitante en la opinión pública el reciente desembarco aliado en el norte de Africa, razón por la cual el interés del público se concentra en aquellos acontecimientos, de los que, incluso, se hacían conjeturas para todos los gustos. Es, por tanto, todo lo que se refiere a la guerra lo que ocupa el primer lugar en la atención de los lectores.

(Mapa reproducido del Boletín núm. 5 del Servicio Español de Auscultación de la Opinión Pública.)

CHISTES y CARICATURAS



El que los chistes ocupen lugar tan destacado en el interés del lector, no es extraño teniendo en cuenta que la guerra y sus consecuencias influyen depresivamente en el ánimo de la opinión. En todas las coyunturas más difíciles de la Historia, para contrarrestar el pesimismo del ambiente, surgió siempre el humor. Así esta preferencia por los chistes entre los lectores españoles, en este momento determinado en que lo prolongado del conflicto internacional requiere cierto esparcimiento para el espíritu.

(Mapa reproducido del Boletín núm. 5.—Encuesta de Prensa.)

mera de
sembrar
en aque
Es, por
ción de
la Op

| | |
|---|------|
| 7.—Crónicas del extranjero..... | 3,95 |
| 8.—Cartelera..... | 3,89 |
| 9.—Crítica de cine..... | 3,87 |
| 10.—Crítica de teatro..... | 3,87 |
| 11.—Pies de fotografías..... | 3,80 |
| 12.—Artículos..... | 3,62 |
| 13.—Esquelas..... | 3,48 |
| 14.—Editoriales..... | 3,46 |
| 15.—Boletín Oficial (resumen)..... | 3,37 |
| 16.—Entrefiletos..... | 3,33 |
| 17.—Sección religiosa..... | 3,17 |
| 18.—Crónica de sociedad..... | 2,89 |
| 19.—Informaciones económicas..... | 2,85 |
| 20.—Anuncios..... | 2,82 |
| 21.—Crítica de libros..... | 2,81 |
| 22.—Necrologías. Paces..... | 2,76 |
| 23.—Boletín meteorológico..... | 2,71 |
| 24.—Crítica musical..... | 2,66 |
| 25.—Crucigramas y pasatiempos..... | 2,61 |
| 26.—Modas y páginas femeninas..... | 2,44 |
| 27.—Información de enseñanza y oposiciones..... | 2,42 |
| 28.—Folletones..... | 1,79 |

La información de guerra ocupa el lugar más preeminente, pues aunque el actual conflicto bélico se prolonga demasiado, debido a su extensión y trascendencia, es la materia de mayor interés público. Además, en el momento determinado de la investigación, los acontecimientos bélicos atraían de nuevo la atención lectora para ellos.

Sigue a continuación la información de carácter nacional, materia preferente en tiempo de paz; y para contrarrestar el pesimismo ambiente, los chistes.

Continúan, sucesivamente, la información local y el boletín de abastecimientos, dos secciones muy solicitadas; deportes, que cuenta con gran número de lectores, y la crónica del extranjero, asimismo muy estimada.

En estos últimos años los espectáculos van adquiriendo un paulatino incremento, traducido en nuestra investigación en los lugares 8, 9 y 10 de la misma.

Las fotografías, artículos, esquelas, editoriales y el boletín oficial, por tener cada uno de ellos un público concreto, están en un término intermedio.

Por último, quedan las materias que, por ser leídas por un público vario, dan menor porcentaje en el conjunto de secciones periodísticas.

El que las modas y páginas femeninas ocupen el 26 lugar de la encuesta evidencia que, aunque la mujer es bastante lectora, sus preferencias no son el periódico, sino la novela.

La presente investigación se llevó a cabo por un director de encuesta, un secretario, Justo Peral de Acosta; el coyunturista Rafael Fernández Chillón, realizador del presente informe, con la colaboración de las siguientes camaradas: Yvonne Merino Louis, Pilar González Garrido, Julia Pachó Herrera, María Teresa García Rivas, Amelia García Barreno y Natividad García-Cuerva Bejerano, las cuales se han distinguido por su competencia y entusiasmo.

En la recogida de datos han cooperado con gran entusiasmo y excelente espíritu de trabajo todos los delegados provinciales de Educación Popular y personal a sus órdenes.



Movimiento de personal

Desde el 31 de agosto de 1943 hasta el 30 de septiembre del mismo año se han producido en las plantillas de la Prensa nacional las siguientes variaciones:

ALTAS

José González de Ubieta, redactor-jefe de *Juventud*, de Madrid; Juan González Ramírez, redactor de *La Tarde*, de Santa Cruz de Tenerife; José Enriquez de la Rúa, redactor de *El Correo de Zamora*, de Zamora; Andrés Ruiz Delgado, redactor interino de *Falange*, de Las Palmas; Francisco Pérez Báez, redactor interino de *Falange*, de Las Palmas, y Juan Antonio Rando, redactor provisional de *Sur*, de Málaga.

BAJAS

Julián Carbo del Cerro, director de *Lunes* y redactor de *A B C*, de Sevilla; Ignacio García Camus, redactor corrector del *Diario Montañés*, de Santander (fallecido); José Vara Finez, redactor de *El Correo de Zamora*, de Zamora; Emeterio Martín Suárez, redactor de *Falange*, de Las Palmas; Ubaldo Pazos Vidal, redactor de *Primer Plano*, de Madrid; Gerardo Erauquin Olazabal, auxiliar del *Diario Vasco*, de San Sebastián (incorporado al servicio militar), y Luscinda Martí Prieto, dibujante de *Solidaridad Nacional*, de Barcelona.

LA GACETA DEL NORTE

BILBAO - Calle de Henao, 8. Teléf. 14790.
Apartado de Correos 125. Propiedad: Editorial Vizcaína.

Director: Aureliano López Becerra (carnet 13).

Subdirector: Angel Puente Fuentes (carnet 809).

Redactor jefe: José María Mateos Larrucea (carnet 810).

Secretario de Redacción: José María Irizar Jayo (carnet 813).

REDACTORES

Antonio González Martínez (carnet 811). Lucio del Alamo Urrutia (carnet 812). Eusebio Zuloaga y de la Prida (carnet 937). Fortunato Díez García (carnet 814). Julio Rodríguez Ruiz (carnet 815). Julio Herrero Echevarría (carnet 816). Basilio Barroso Prieto (carnet 938). Cecilio Fernández Echevarría (fotógrafo, tarjeta Sec. C., núm. 15).

Administrador: Ramón Azcué Arrátegui.

VICISITUDES

Fundado el 11 de octubre de 1901. En el período 1931-1936 sufrió varias suspensiones y multas. Desde la fecha de iniciación del Alzamiento hasta la liberación de Bilbao, el 19 de junio de 1937, fué incautado por el Gobierno del Frente Popular, siendo asesinado por los rojoseparatistas de San Sebastián el presidente del Consejo de Administración.

LA GACETA REGIONAL

SALAMANCA - Plaza de la Fuente, 6. Te-
léfonos: Dirección y Redacción, 1724; Ad-
ministración, 1628. Apartado de Correos
número 52. Propiedad: Editorial Castella-
na, S. A.

Director: Francisco Bravo Martínez (carnet 24).
Redactor jefe: Manuel García Blanco (carnet 690).
Secretario de Redacción: Juan Delgado (carnet 692).

REDACTORES

Antolín Martín Hernández (carnet 69). Enrique de Sena Marcos (car-
net 975). Virgilio Garrote Carranza (carnet 764).

(Las demás plazas, vacantes.)

Administrador: Francisco Sierra Elvira.

VICISITUDES

Fué fundado el 20 de agosto de 1920.



MALAGA - Alameda de Colón, 2.
Teléfonos: Dirección, 2941; Redacción, 3925, y Administración, 2463.
Apartado 269. Propiedad: Prensa del Movimiento.

Director: **Juan Cortés Salido** (carnet 64).
Redactor jefe: **Benito Marín Ruiz** (carnet 623).

REDACTORES

Fernando González Martínez (carnet 626). **José Botella Zamorano** (carnet 624). **Rafael Cortés Alencia** (carnet 625). **Benito Marín Puente** (carnet 627); **Antonio Gallardo Sánchez** (carnet 884).

(Las demás plazas, vacantes.)

Administrador: **Francisco Sierra Viano**.

VICISITUDES

Fué fundado, con el título de «Boinas Rojas», el 9 de febrero de 1937. Cambió su nombre por el actual el 1º de marzo de 1940.

LA TARDE

SANTA CRUZ DE TENERIFE - Calle Suárez Guerra, 34. Teléf. 295. Apartado de Correos nº 200.
Propiedad: Prensa del Movimiento.

Director: **Víctor Zurita y Soler** (carnet 1.079) (*).
Redactor jefe: **Servando Lubary Medina** (carnet 1.080).

REDACTORES

Ángel Acosta Hernández (carnet 1.368). **José Alberto Santana Díaz** (carnet 1.532). **Luis Membiela de Vidal** (carnet 1.440).

Administrador: **Francisco Medina Martín**.

(Las demás plazas, vacantes.)

VICISITUDES

Fué fundado el 1º de octubre de 1927.

(*) Los números de esta plántilla corresponden a la antigua inscripción en el Registro Oficial de Periodistas.

LA ÚLTIMA HORA

PALMA DE MALLORCA - Calle de Olmos, 2.
Teléfs: Redacción, 1243; Administración, 2820.
Propiedad: José Tous Ferrer.

Director: **José Tous Ferrer** (carnet 549).
Redactor jefe: **José Tous Lladó** (carnet 1.109).

REDACTORES

Guillermo Suñeda de Armas (carnet 914). **Manuel Tous Lladó** (carnet 553).
Fernando Tous Lladó (carnet 559). **José Fernández Bosch** (carnet 550). **Eduar-**
do Fernández Planas (carnet 554). **Pedro J. Pujol Abraham** (carnet 552). **Juan**
March Alorda (carnet 915).

(Las demás plazas, vacantes.)

Administrador: **José Tous Ferrer**.

VICISITUDES

Fué fundado el 1º de mayo de 1893.

LA VANGUARDIA

ESPAÑOLA

BARCELONA - Calle de Pelayo, 28. Teléfono 14135. Propiedad: D. Carlos de Sadó y Valls.

Director: Luis de Galinsoga de la Serna (carnet 48).
Subdirector: Eduardo Palacio Valdés (carnet 38).
Redactor jefe: Antonio Martínez Tomás (carnet 63).

REDACTORES

Santiago Nadal Gaya (carnet 952). Antonio Carrero Baringo (carnet 968). José Casán Herrera (*). Luis Ferrer Eguizábal (carnet 956). Urbano Fernández Zanni (*). Francisco González Serra (carnet 965). Francisco de A. Garrigó Riu (carnet 405) (**). Emilio Oliver Amorós (carnet 1.640) (**). Paulino Díaz de Quijano (carnet 966). Emilio Pellicer Jeremías (carnet número 1.622) (**). Joaquín Sola Borrás (carnet 955). Joaquín la Llave Valeriano (carnet 954). Francisco Canto Arroyo (carnet 967). José Pardo Fuentes (carnet 951). Juan Cebamano Melús (carnet 969). Julio Ichaso Oñate (carnet 953).

Administrador: Andrés Sosa Méndez.

VICISITUDES

Fué fundado el año 1881. En el año 1896 fué objeto de grandes reformas, ampliándose su tamaño (que entonces era la mitad del actual) al que hoy tiene. En 1926 fué nuevamente objeto de modificaciones importantes, instalando modernísima maquinaria, capaz para producir periódicos hasta de 56 páginas. En octubre de 1929 estableció su sección de huecograbado. Al producirse el Glorioso Alzamiento Nacional fué incautado por la Generalidad y por un Comité rojo, que retuvo el periódico en su poder hasta la liberación de Barcelona.

(*) Carnet pendiente de tramitación.

(**) Este número corresponde a la antigua inscripción en el Registro Oficial de Periodistas.

LA VERDAD

MURCIA - Plaza de Apóstoles.
Teléfonos: Dirección y Redacción, 1074. Administración, 1901.
Apartado de Correos 13. Propiedad: Editorial «La Verdad».

Director: José Ballester Nicolás (carnet 742).

Redactor jefe: Francisco Candel González (carnet 743).

Secretario de Redacción: José María Llanos Hilla (carnet 746).

REDACTORES

Isidoro Martín Martínez (carnet 663) (*). Eduardo Corbalán García (carnet 749). Antonio Gómez y J. de Cisneros (carnet 745). Francisco García Baró (carnet 747). Adelaido Gómez Muelas (carnet 744). Miguel Herrero Malats (fotógrafo, Sec. C., núm. 5).

(Las demás plazas, vacantes.)

Administrador: Antonio Juzgado Cervera.

VICISITUDES

Fué fundado en 1903. En 1932 fué suspendido. Sufrió dos asaltos y dos incendios durante la República. En julio de 1936 se incautó de él el Frente Popular.

(*) Este número corresponde a la antigua inscripción en el Registro Oficial de Periodistas.

La Voz de Asturias

OVIEDO - Gil de Jaz, 5. Teléfonos: Dirección y Redacción, 23-79. Administración, 16-69. Apartado de Correos 29. Propiedad: Sres. Tartiere y Alas Pumarino.

Director: José Díaz González (carnet 398).

REDACTORES

Isidoro Costillas Sánchez (carnet 401). Ramón Martínez Suárez (carnet 400). Ricardo I. Eguren (carnet 399).

(Las demás plazas, vacantes.)

Administrador: Carlos G. Uera.

VICISITUDES

Fué fundado el 10 de abril de 1923

LA VOZ DE AVILES

AVILES - Calle del Marqués de Pinar del
Río, 32. Teléfono 64. Apar. de Correos 19.

Director: **Juan González-Wes Dintén** (carnet 766).

REDACTORES

La plantilla de Redacción, vacante.

Administrador: **Fernando González Dintén**.

VICISITUDES

Fué fundado el 26 de enero de 1908. El día 19 de julio de 1936 fué suspendida su publicación por el Frente Popular.

LA VOZ DE ESPAÑA

SAN SEBASTIAN - Calle de San Marcial, 8 y 10. Teléfs.: Dirección, 10144; Redacción, 10989; Administración, 10024. Apartado de Correos 44. Propiedad: Prensa del Movimiento.

Director: José Molina Plata (carnet 62).

Redactor jefe: Juan María Peña Ibáñez (carnet 837).

Secretario de Redacción: Horacio Peña Iriarte (carnet 842).

REDACTORES

José Rivas Montenegro (carnet 839). José Cortaderría Basauri (carnet 840). Mateo Uría Aranguren (carnet 841). José Rodríguez Ramos (carnet 1.089). José Luis Banús Aguirre (carnet 838). Luis Acosta Noriega (carnet 846). José Antonio Sánchez Pascual (carnet 1.006). Manuel Vázquez Martín (carnet 847). Francisco Urrestarazu Echevarría (carnet 843).

Administrador: Regino Recalde Díaz.

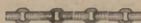
VICISITUDES

Fundado el 16 de septiembre de 1936, por incautación de «La Voz de Guipúzcoa».

FICHERO DE PERIODICOS

NOTA

En el número anterior de la GACETA DE PRENSA ESPAÑOLA, correspondiente al mes de septiembre, al insertar la plantilla del periódico **LA ALMUDAINA**, de Palma de Mallorca, en el epígrafe **propiedad** se consignó erróneamente **Prensa del Movimiento**. Rectificamos dicho error en el sentido de que la propiedad del citado periódico corresponde a la empresa **La Almudaina, S. A.**



También en nuestro número anterior y en la plantilla correspondiente a **INFORMACIONES**, de Madrid, se omitió, en su cuadro de **redacción**, el nombre de **MILLÁN BORQUE MARTÍNEZ**, con carnet de Prensa número 147. Gustosamente subsanamos la omisión.