

GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA

Número 137 - Tercera Epoca - Año XIV - Madrid - Noviembre-Diciembre 1961

Sumario

ESTUDIOS

La crónica en Julio Camba. Por Juan B. Fernández Filgueira 655

LA PRENSA EN LA PRENSA 675

Prensa 675

Prensa y Mensajes Pontificios 680

Prensa y Derecho de Información 685

Prensa extranjera 687

Organizaciones Profesionales 695

Historia 696

Televisión 705

Radio 717

Publicidad 719

Cinematografía 722

Teatro 744

Turismo 751

Bibliografía 767

Revistas extranjeras 769

Nuevas publicaciones	770
Revistas de próxima aparición	774
Actividades de la Hemeroteca Nacional	776
MERIDIANO HISPANICO	
Novísima versión del descubrimiento de América, 1961	778
Galeón de Indias o Correo de Ultramar. Por José Sanz y Díaz	779
INFORMACION DEL EXTRANJERO	
INFORMACION PROFESIONAL ESPAÑOLA	
Mutualidad Laboral de Periodistas	Anexo i
Movimiento de personal	vii
Concursos resueltos	viii
Concursos convocados	xii

CUADRO DE REDACCION

Director: Adolfo Muñoz Alonso, catedrático de Filosofía de Universidad, presidente del Instituto Internacional de Estudios Superiores (Bolzano), miembro del Comité Ejecutivo de la Comisión Española de la UNESCO, miembro de honor de las Universidades argentinas y doctor "honoris causa" de la Universidad Católica de Chile, miembro del Instituto de Estudios Políticos y colaborador honorario del Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Redactor-jefe: Arturo Giménez Barranco, Inspector Mayor de Prensa.

Colaboradores encargados de sección: Ramón Fernández Pousa, José Altabella, Juan Serrano, José Sanz y Díaz y Emilio Lázaro.

Redactor confeccionador: Epifanio Tierno, profesor de la Escuela Oficial de Periodismo.

Secretaria de Redacción: María Albert Hamilton.

Todos los artículos aparecidos con firma en esta GACETA son de inspiración particular de sus autores. LA GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA no se hace responsable de las opiniones en ellos expuestas.

Redacción y Administración: Avda. Generalísimo, 39, 7.ª, Madrid. Teléfonos: Redacción, 25 42 300 (20 16); Administración, 25-42 200 (22 88). Precio del ejemplar, 10 ptas. Suscripciones: Semestra, 30 ptas.; año, 60 ptas.. Número atrasado, 15 ptas.

LA CRONICA EN JULIO CAMBA

CAPITULO PRIMERO

SEMBLANZA

A MERCED DE LOS DIOS
Y DE LOS VIENTOS

Villagarcía, Cambados, Villanueva, la isla de Arosa... Costas y playas maravillosas en torno a la más ancha y más hermosa de las rías bajas gallegas. Camba nos habla con frecuencia de estas tierras donde él nació y vivió durante su niñez y primera juventud. Tierras habitadas por gentes que viven del campo, de la pesca y de las industrias que de esta última se derivan. Gentes modestas y sencillas que habitan uno de los países más pacíficos del mundo. La isla de Arosa está casi en el centro de esta ría, que lleva su mismo nombre. Es este un pueblo pintoresco —dice el mismo Camba— que se alimenta de verduras y pescados cocidos, como los enfermos del plexo solar. Sus habitantes, exentos de toda tutela autoritaria, viven completamente felices a merced de los dioses y de los vientos.

En la misma costa de la ría, enfrente a la isla, banda de babor como diría Camilo José Cela, está el pueblecito de Villanueva de Arosa. Aquí nace Camba: año 1882.

—¿1882? No. Yo he nacido en el año 1884. ¡Pero qué costumbre de ponerme dos años más! En todas mis biografías me ponen como fecha de mi nacimiento el año 1882. No es que me importe, créame. Pero tampoco le hace a uno mucha gracia que le echen al colete dos años más. Como si tuviera uno ya pocos años...

El maestro me hizo esta aclaración en su habitación del Hotel Palace: la número 338. Una tarde de mayo que fui a verle.

NO QUISO SER CURA

¿Cómo era Julio Camba en su niñez? Travieso. Con las manos en los bolsillos de sus pantalones; el vicio sempiterno del genial humorista. Uno se lo imagina colándose más de una vez en alguno de aquellos vaporcitos que hacían viajes a Puebla de Caramiñal —enfrente, «banda de estribor»— o a La Toja, Marín, Cambados, etc.

O paseando y charlando con aquellos pescadores, mientras componen sus redes. A los doce o trece años. Con las manos en los bolsillos de los

pantalones. Y con el cigarrillo en la boca: «tener novia, echar humo por las narices y estar en secreto de las cosas de la Iglesia!...

Sus padres querían a toda costa que fuese cura. Habían dispuesto ya que se marchase a Santiago, con el fin de entrar en el Seminario: «Mi ideas —dije con una gran prosopopeya en contestación a mis padres— no me permiten ser cura.» Camba nos cuenta sus razones por haber rechazado el deseo de sus padres. Y añade:

—Todavía hace poco tiempo que una buena mujer, aludiendo a los azares de mi vida periodística, me ha dicho:

—¡Cuánto mejor estarías en un curato que por aquí!

Y añadió:

—Mejor para el alma y mejor para el cuerpo.

CAMBA, EN LA ESCUELA

Oigamos su propio testimonio:

«El viejo maestro está orgulloso de mí. He oído decir que escribo bien, y lo considera como un triunfo.

—Ya desde que eras muy pequeño, le dije a tus padres que llegarías a escribir bien. No había otro para la letra inglesa.

Pero también le han dicho que soy un poco hereje, y esto le disgusta:

—¡Cuidado que yo hice lo posible para educarte como es posible! Pero el catecismo no te entró nunca en la cabeza.»

Este delicioso diálogo entre Camba y su antiguo maestro, don Joaquín, tiene lugar cuando el humorista gallego retorna a su tierra, después de varios años de ausencia, por consejo del médico, al indicarle las playas y montañas para descanso y fortalecimiento de sus nervios. Don Joaquín le invita entonces a visitar la escuela. Aquella misma escuela donde el humorista había aprendido a hacer los primeros palotes. En el momento de entrar en la escuela, Julio Camba revive aquellos recuerdos de su infancia, en la que la escuela era un auténtica «cárcel» para él y sus compañeros.

—Tú, Juanito —dijo, repentinamente el maestro dirigiéndose a un chico—, ya «te se» ha caído un borrón.

Se fue hacia el chico y le dijo:

—Pon la mano.

Juanito alargó una mano llena de miedo y de tinta. Entonces el domine empuñó el puntero y lo descargó con furia tres veces sobre aquel remo criminal. Juanito prorrumpió en ayes desgarradores, mientras sacaba la lengua y la pasaba sobre el borrón.

—Pero ¿no le hará daño esa tinta, don Joaquín?

—¡Quiá! Para aprender a escribir es preciso tragar mucha.

Pero el muchacho no debía tener grandes aspiraciones literarias, porque estuvo escupiendo tinta más de una hora,

—¡Qué diferencia —me dice el maestro— de ahora a cuando venías aquí! La verdad es que eras travieso.

Don Joaquín no me perdona una pequeña lección que yo le he dado un día. Tenía este don Joaquín la mala costumbre, cuando nos caía algún borrón sobre el cuaderno, de darnos cogotazos espantosos. Una vez que le vi venir hacia mí con la misma intención de castigarme, yo me llevé la mano a la nuca, como si lo hiciera por movimiento instintivo, pero sin abandonar la pluma, que puse la punta hacia fuera, como si fuera una lanza. Don Joa-

quín, sin fijarse, descargó la mano sobre mi pescuezo y alargó un alarido terrible. Aquel día se levantó la clase dos horas antes que de costumbre, y don Joaquín fue a enseñarle al médico una mano que manaba tinta.

—¿Te acuerdas? —me dice.

Luego me presenta a los alumnos más aventajados: dos grandullones a quienes ha conferido los títulos de inspector de orden. Yo he disfrutado también de ambos cargos bajo la férula de don Joaquín. Eran honorarios, pero tenían lo que se llaman «manos sucias». ¡Las inmoralidades que yo he cometido, dicho sea en el mejor sentido de la palabra, abusando de mi influencia!

Yo era corruptible a cualquier precio, que lo mismo se me podía pagar en alfileres que en botones o en calcomanías.

Termina la clase y los niños se ponen a cantar la tabla. Por fin se oye un coro formidable: «diez por diez, cien». Y los chicos salen a la calle con la misma alegría con que pudiesen salir de un presidio.

LA VEJEZ DE LAS COSAS

Cuando Camba retorna a su pueblo, lo encuentra más pequeño, más viejo, más triste. El periodista viajero vuelve a su charca, a su vieja charca, y la «rana viajera» se encuentra a su regreso, después de recorrer casi todo el mundo, con que las casas son más chatas, los techos más bajos, las calles más estrechas. Arrimado contra la pared estaba el viejo arcón. «¡Cuántas veces, oculto en ese arcón, he oído yo los gritos de mi padre que me buscaba para hacerme estudiar!

¿Y dónde están sus viejos conocidos? Se encuentra con la triste realidad de nuestro destino. Más de la mitad de sus antiguos conocidos han muerto: La Faneca, la hija de la señora Faneca, Antón el Furriñas, José el de las Cunchas...

La otra mitad se había casado o se había ido a Buenos Aires: Antón el Larpeiro, Pinchela, Tumba que dale...

¡Motes pintorescos que suelen transmitirse de generación en generación, como los títulos nobiliarios, que son a la vez una biografía y una psicología! ¡Ellos han ido acudiendo a mi memoria por el lugar y la conversación!

EL HUMORISTA, TAMBIEN POETA...

«Todo ha envejecido. Las casas son más pequeñas. Los cristales están más sucios, las sillas más cojas...», y en un instante el poeta se da cuenta también de que vuelve un poco viejo a su patria y de que las brisas del mundo, siquiera hasta ahora hayan sido primaverales, no despeinaron en vano su cabeza.

Hace viento. Se oyen rumorear las hojas de los árboles vecinos. Una racha violenta abre de golpe una puerta que estaba mal cerrada. Otra racha —tal vez la misma— nos trae el aullido de un perro y nos deja sin luz...

CAPITULO II

CAMBA, CRONISTA

LAS BOTAS DE SIETE LEGUAS

Creo yo que no ha habido una vida dedicada al periodismo que encierre el encanto y el romanticismo de la vida de Camba, dedicada enteramente y exclusivamente a esta profesión.

En su niñez, Camba pertenece a una tierra y a una época en que se lucha patéticamente con el problema ferroviario. Hay una falta agobiante de comunicaciones entre las aldeas y los pueblos. Y no digamos cómo andaba —porque creemos que no se debe decir cómo corría— el ferrocarril Madrid-Galicia. Claramente podemos darnos una idea cuando Rodiño, un amigo de Julio Camba, tiene que desplazarse de Madrid a Amsterdam, para de allí dirigirse a Moscú. Rodiño se encuentra atemorizado ante tal empresa. La pincelada de Camba nos da idea de la situación con esta aclaración suya caricaturesca a Rodiño:

—¡Bah! La dificultad está en llegar a Vigo. Lo demás es un paso.

No es de extrañar, pues, que estos sufridos gallegos tengan que calzarse las «botas de siete leguas» para realizar sus viajes y satisfacer así sus instintos de eternos viajeros y aventureros. Camba, todavía niño, tiene estas mismas inquietudes y deseos que sus paisanos. Así que un día él dice: «Yo también, yo también.» Y de lo dicho a lo hecho: se calza sus botas de siete leguas y empiezan sus aventuras y excursiones por tierras gallegas. Y un día, como esos chicos que dejan de jugar en la calle para unirse con su bastoncete a los soldados que pasan desfilando marcialmente cerca de ellos al son de las trompetas, así Camba se fue empujando sus peregrinaciones hacia los «loca sancta». El era feliz siguiendo a los soldados. Pero de pronto se encontró, con gran sorpresa suya, que los soldados a quien acompañaba orgullosamente se metieron en sus cuarteles. Y el pequeño soldado se quedó solo en la calle. Con su bastón. No tenía correa ni tampoco había jurado bandera. ¿Qué hacer?, se preguntaba el humorista en cienos. ¿Qué hacer en los «loca sancta» con un bastoncito en la mano? Pues lo mismo que había hecho en los «non sancta»: meterse las manos en el bolsillo y tomar el sol. Tener unas perras y entrar en un café a beber las copas del licor y del aburrimiento. ¡Y para eso había salido de su pueblo!

NACE EL PERIODISTA

Eso de meterse las manos en los bolsillos y tomar el sol no era oficio ni beneficio. ¡El tenía que ser algo! De eso estaba seguro. Entre tanto oía a los parroquianos de los «loca sancta». El pequeño «clown» les había caído en gracia a los soldados. Ellos le contaban sus cuitas y sus chistes. Le mostraban sus cuellos postizos, sus periódicos y sus modismos.

Pero el pequeño «clown» quería ser de los «loca sancta» y no le dejaban. Es entonces cuando, desesperanzado de entrar en las grandes disciplinas... se decidió a recorrer todas las indisciplinas. Hasta que un día, triste y desilusionado, se volvió al pueblo de donde había salido. Y volvió con sus gentes. Volvió al café y a las calles que le vieron corretear durante su niñez.

Sus amigos y admirados legionarios ya habían vuelto y ascendido. Y él seguía hecho «un pequeño golfante sin oficio ni beneficio».

Pero un día se le ocurrió contar a la gente, a los vecinos de su pueblo, lo que había visto en la calle y en los cafés de los «loca sancta».

Había nacido el periodista. Aquí comenzó su fama de juglar, de delicioso racontador. Empezó su fama de viajero incansable que todo lo ha visto y todo lo sabe. El, que parecía haber nacido para haber tomado el sol tumbado, se encontró al fin con un oficio y relativo beneficio. Con un destino de trotón, y su musa, que originariamente fue la butaca de su casa, se tornó por la colchoneta de ferrocarril.

Nace así el genial humorista gallego para el periodismo. Para bien del periodismo nacional. La vocación escondida y desconocida en el alma del pequeño «clown» revive aquí. Y en su alma se enciende la llama voraz de la vocación, que, instintivamente, inundará por completo su personalidad y será ya su razón de vivir.

De esta forma hace acto de presencia Camba en el escenario del Periodismo. Y como siempre, con las manos en los bolsillos. Sin apenas ademanes. Aparece entre las amplias cortinas con su sonrisita misteriosa en los labios fruncidos. Con sus ojillos entornados, chispeantes. Y con su voz lírica, guasona, sensual y profunda.

PERIODISTA Y VIAJERO INFATIGABLE

A partir de entonces Camba empieza a escribir en los diarios. Y a viajar incansablemente. Todo cuanto ve lo transforma en crónicas. La «rana viajera» deja su vieja charca y recorre casi todo el mundo: Portugal, Francia, Inglaterra, Alemania, Italia, Suiza, Constantinopla, Estados Unidos...

Antes de partir, Camba llega a un acuerdo con el director de su diario. Y a cuenta de anticipos sobre sus artículos se va a recorrer mundos, impulsado por el afán de aventura, de conocer nuevas psicologías de gentes y pueblos, para después contar en sus periódicos.

Camba escribió y colaboró en varios periódicos de su época. Empezó escribiendo en «El País», más tarde en «España Nueva», «El Mundo» (para este diario trabajó mucho), «La Correspondencia de España» (diario que le envió de corresponsal a Constantinopla), «La Tribuna», el diario «A B C», «El Sol», para volver al «A B C» más tarde.

Y así la «rana viajera» se cala sus gafas humoristas y todo cuanto ve a su paso lo relata, después de analizarlo y desmenuzarlo convenientemente. Todo cuanto ve Camba lo transforma en crónicas: desde lo más importante y sesudo hasta la nota más sencilla y pintoresca. Lo que capta en las calles. En los teatros. En los cafés. En los trenes. En todas partes. A todo le saca «jugo» periodístico.

¿A todo? Miento: menos a los museos y galerías de arte. ¿Por qué esta omisión? Creo que si le preguntamos por este «error por omisión» al mismo Camba, contestaría lo mismo que el gran escritor italiano Magalotti: «No he recorrido el mundo para copiar epitafios ni para contar los escalones de los campanarios.»

LA CRONICA EN JULIO CAMBA

La crónica de Camba es una perfecta obra de arte. No se puede pedir más en técnica y arte periodístico. Y no se puede pedir más porque, sencillamente, no se puede dar más.

Sus impresiones de viajes, recogidas en sus crónicas, son sabrosas, deliciosamente exquisitas y perfectas. Hechas a base de ágiles y breves pinceladas. Nada sobra ni nada falta en la crónica de Julio Camba. Bajo su graciosa pero ni frívola ni ligera pincelada se esconde una visión agudísima de la realidad. Y lo que es más importante en un periodista: una sana ansia enmendadora de vicios y malas costumbres. Esto, en Camba, «a pesar de todo y contra todo». Camba lo ve todo con sentimentalismo, con ironía, con agudísima crítica.

Y todo lo cuenta Camba: siempre sereno, siempre de buen humor. Con enorme habilidad sintética. Con su tonillo irónico, pero siempre jovial y garboso. Agradable, aunque a veces amargo, a veces solo, como la vida, pero siempre, y esto es lo fundamental, sin acidez.

Camba se crea así un numeroso público lector que saborea sus crónicas con deleite y curiosidad a la vez. Es tal el grado de perfección de las crónicas de Camba, que es corriente oír decir en el ambiente profesional que estas auténticas obras de arte le «costaban sangre a su autor el realizarlas». No puedo resistir mi curiosidad por saber que hay de cierto en tal rumor, y me animo a preguntárselo al maestro en su misma habitación del Palace. Don Julio Camba se sonríe, «chocándole» un poco mi pregunta:

—¡Hombre, no tanto! Pero sí algunas me han dado bastante trabajo. Eso ya depende del momento más o menos inspirado y del tema para que la crónica salga mejor o peor.

Camba nos da a través de sus artículos una aguda impresión de España. A través de ella vemos una asequible interpretación de nuestra Patria. Después de su contacto personal, y después de un extenso y duradero recorrido por diversos países del mundo, establece interesantes y agudas comparaciones.

En sus crónicas siempre está el hecho del día. Referido y comentado con su singular maestría. Y lo relata después de analizarlo y desmenuzarlo profundamente. A un observador superficial, las impresiones de Camba pueden hasta parecerle pueriles. Pero él con esta técnica, con este pretexto, se vale de ello para establecer relaciones sorprendentes y para llegar a deducciones inesperadas al juzgar la idiosincrasia y la psicología de un pueblo.

Nada más sencillo a la vez que el estilo de Camba. Todo lo hace sin pretensiones literarias. Sin ostentación de erudición o retórica. Siempre con un estilo sencillo y llano. Lejos de ser un cicerón, un expositor, un tratadista o un narrador, Camba no es sino un observador sagaz y penetrante. Dotado de una rica y rara sensibilidad. Huyendo siempre de toda afectación. Más de una vez había de exclamar en éstos o parecidos términos: «El artista cada vez que se supera sufre y se desencanta al no poder meter las exquisiteces de su arte en el molde grosero de la palabra.»

Esto nos da idea del concepto que tiene Camba del estilo. Camba trata de esconder bajo apariencias las maravillosas cualidades de su espíritu crítico. Desde su rincón, él mira pasar las pobres cosas de este mundo, cubiertas de ridícula pompa, y se complace en despojarlas de su máscara. Y las va mostrando en su originaria desnudez, en la diáfana y limpiísima luz de sus escritos.

CAMBA EN LAS UNIVERSIDADES NORTEAMERICANAS

Los libros de Camba, recopilación de sus crónicas, excepto «La casa de Lúculo», han sido adoptados como textos de literatura española en las universidades norteamericanas. Y nada más justo que esta distinción y acuerdo por parte de las citadas universidades. Ya que las crónicas de Camba, además de ser exquisitamente agradables, ofrecen interesantes y diversas ventajas. Sus escritos graban más fácilmente en la mente del estudiante las locuciones y giros. Y todo ello gracias al estilo característico de Camba, que escribe con enorme sencillez y claridad, empleando vocablos usuales y construcciones sintácticas, regulares y precisas. Y, además, esas demostraciones paradójicas que él tanto gusta en repetir las y, de distintos modos, pueden comparársele a esos ejercicios que hay en ciertas gramáticas que repiten con frecuencia una misma palabra en una misma frase.

«ADVERTENCIA LEAL CONTRA LOS LIBROS DE VIAJES»

Escuchemos ahora al propio Julio Camba. El nos dará su aguda impresión sobre las crónicas, sazónada con su magistral pincelada humorística:

«Hay quien envidia la suerte del escritor viajero.»

—¡Las cosas que verán tales hombres en este mundo!

Pero en este mundo, y supongo que en todos, el pobre escritor no ve más cosa que una: artículos. Para la mayoría de las gentes el desierto es el desierto, y el bosque es el bosque. Para el escritor, en cambio, el desierto es una crónica y el bosque es otra crónica. Usted, amigo lector, me deja a mí frente al mar, pongamos por caso, mientras va a darse un pequeño paseo, y cuando vuelva, ¿qué creará usted que he hecho yo con la azul inmensidad? Pues exactamente lo mismo que hubiera hecho con una iglesia románica, con un par de calcetines, con un discurso del señor Lerroux, con una puesta de sol o con un nuevo procedimiento para combatir la tuberculosis: la habré cogido y la habré transformado, reduciéndola a una superficie literaria de 150 centímetros cuadrados, poco más o menos.

Nada es como es, sino como nos lo representamos, y el escritor, colocado ante una cosa cualquiera, o no la ve o la ve en forma de artículo. La naturaleza, para él, es, efectivamente, un libro; un libro que va a escribir y del que piensa vender algunos miles de ejemplares a tres pesetas cincuenta. El diabético convierte en azúcar todo lo que ingiere; el hepático lo transforma en bilis, y el escritor lo reduce a literatura, ya biliosa o ya azucarada.

Los libros de viajes son una impostura, porque el escritor, que sólo ve sin prejuicios las cosas de que no habla, esto es, las cosas de una elaboración literaria más difícil, habla únicamente de las cosas que no ve, es decir, que no ve como tales cosas, sino como crónicas periodísticas o como capítulos de novela. De mí sé decir, por ejemplo, que obligado a veces a hacer un artículo, y disponiendo de una catedral gótica, que había visitado momentos antes, y de la levita del gerente del hotel como materiales a elaborar, me he decidido por la levita del gerente y he despreciado la catedral gótica. Para cualquier verdadero veraneante, aquella catedral, en cuya construcción habían trabajado sin descanso quince generaciones sucesivas de obreros y artífices, hubiera representado infinitamente más que una levita.

Para el escritor, en cambio, la levita tenía mayor interés, y no porque fuese una levita maravillosa, sino porque era una levita grotesca.

Decididamente, si hay un modo peor de ver el mundo que como escritor viajero, es como lector de las impresiones de los escritores viajeros. Advirtámoslo sinceramente en el pórtico de este libro de viajes.

CAPITULO III

EL HUMOR EN JULIO CAMBA

EL MAGO HUMORISTA

El humor de Julio Camba es «oro puro». No hay en él «trampa ni carón». No es el humor de un prestidigitador que juega simplemente con las frases: volviendo del revés unos cuantos tópicos para producir el resultado sorpresa. Hasta ahí el humor es oro falso. El humor de Camba es algo mucho más noble, más auténtico que todo eso: es oro puro. Oro desgranado en sus crónicas, siempre brotando del inagotable filón que atesora su personalidad privilegiada y genial.

A Camba, sí, a un mágico prestidigitador podría comparársele. A un auténtico mago que, con habilidad acrobática, juega con las palabras y con las ideas —he aquí la diferencia— como si fueran cuchillos, aros o platos. Alguien dijo que Camba era una especie de Ramper, sublimado y ennoblecido. Ese mismo alguien decía también que Ramón Gómez de la Serna viene a ser el Ochoa o el Uzcudum del humorismo: su aire siempre cejijunto y esforzado, de músculos en tensión.

Camba, no. A Camba nos lo imaginamos con una sonrisita de levantarse de una silla, donde reposaba a gusto, y ante la llamada de un traspunte inexorable.

A Camba le vemos cómo sale a escena: con ese fruncimiento de labios y los ojos entornados, chispeantes. Sin apenas accionar ha enmudecido al público. Y empieza a cantar sus cuplés: cortitos, definitivos, su género chico de consecuencias fulminantes. Y vemos cómo las dos cortinas se corren muchas veces. Hasta que el «farceur» corta a capricho el chorro.

Luego, fuera de escena, juglar tradicional, sabidor y famoso. Va reuniendo sus decires y lanza sus cancioneros: «Playas, ciudades y montañas», «Alemania», «Londres», «Un año en el otro mundo», «La ciudad automática», «La casa de Lúculo», «Sobre casi todo», «Sobre casi nada», «Aventuras de una peseta», «La rana viajera», «Haciendo de república», «Esto, lo otro y lo de más allá», «Etc., etc.», «Ni Fuh, ni Fah...»

EL CHESTERTON GALAICO

Enrico Nencioni define el humor de esta manera:

«El humor es una natural disposición del corazón y de la mente para observar con simpática indulgencia las contradicciones y absurdos de la vida.»

Camba fue llamado por algunos el Chesterton galaico. Otros le ven más cerca de la línea de Heine en el «Reisebilder», en el cual se dice que revive el humor de Larra.

Pero Camba es Camba. Un escritor personal como no hay muchos. Inconfundible e inimitable. Un escritor que se distingue por una mentalidad clara, lógica y precisa. Que tiene el raro don de expresarse en un estilo fluido, espontáneo, fresco y juvenil. Y nunca aburrido. Nunca, indigesto.

Viene a ser un auténtico «clown», de inagotable e ingeniosa vena satírica. Que dice chistes con la cara seria y hace piruetas sin descomponerse. Camba es un simpático trotamundos que corre por la vida con su aire desenfadado, las manos en los bolsillos, la sonrisa en los labios, la barbilla alzada...

FILOSOFIA Y HUMOR

«Camba, filósofo celta; yo, filósofo ibero. ¡Qué delicia para nuestros lectores celtibéricos!» (Don Miguel de Unamuno.)

Ciertos capítulos de Camba parecen inspirados en volúmenes muy densos de doctrinas. Como si estructurara el jugo de largas experiencias y severas meditaciones.

Camba es maestro en el arte de revivirse del raciocinio para enmascarar la sinrazón, la incongruencia, la contradicción. Se diría que su humorismo procede de una clara dialéctica, exclusivamente lógica.

Sus escritos, formados de conceptos y silogismos, tocan los más variados argumentos. Y a veces hasta tienen la contextura de rigurosas demostraciones, procedentes de lo absurdo. En otras ocasiones tienen la apariencia de auténticas investigaciones científicas, llegadas casi siempre a conclusiones profundas y amenas definiciones paradójicas. O a impulsadas observaciones que equivalen a ocurrencias preciosísimas.

De una afinación lógica vemos llegar a Camba, mediante ilaciones, a una conclusión diametralmente opuesta, aunque perfectamente lógica.

CAPITULO IV

EL PERIODISMO A TRAVES DEL HUMOR DE CAMBA

«UN SITIO PARA ESCRIBIR ARTICULOS»

Camba es periodista por encima de todo. Veamos si no cómo el genial humorista prefiere la redacción de un periódico al más idílico paisaje para escribir un artículo.

«Si yo tuviera una casita a orillas del mar, o bien en la falda de la montaña, ante un paisaje de esta y esta manera, ¡qué bien trabajaría allí!...»

Esto nos decimos todos, y, sin embargo, yo, por mi parte, nunca he trabajado más a gusto que en plena redacción, ante un compañero que hace chistes y pide pitillos, o que en un antrillo sórdido, debajo de una teja, o

en el quinto piso de una calle de mucho tránsito, llena de bocinazos, de pregones y de toda clase de ruidos. En plena Naturaleza soy hombre muerto. Lo que menos se me ocurre frente al mar inmenso o la augusta montaña es hacer un artículo para un periódico, y si lo hago es a la fuerza. ¡Dios bendiga a esos hombres que, ante el espectáculo de la Naturaleza, sienten el deseo irresistible de escribir para la Prensa periódica y que para confeccionar un artículo de tres cuartos de columna creen necesaria la colaboración del mar, del cielo, de los árboles y de los pájaros. A mí la Naturaleza me produce una sola inspiración: la de dormir, la de no escribir artículo alguno. Si al asomarme a mi ventana, recién levantado, veo el mar a mis pies, ya no encuentro manera de hacer una línea. Por lo demás, ¿qué clase de artículos puede escribir uno ante la Naturaleza? ¿Descripciones poéticas? ¿Es que es lícito cobrar un sueldo de un periódico para hacerle tragar a los lectores descripciones poéticas de la Naturaleza?

Yo no comprendo que la Naturaleza inspire a los escritores y que no inspire, por ejemplo, a los cerrajeros. Es decir: eso de que frente a la Naturaleza un escritor sienta el deseo irresistible de hacer un artículo me parece igual que si un cerrajero sintiera, en el mismo caso, el deseo irresistible de hacer una cerradura.

Porque los artículos y los dramas, los versos y las novelas tienen generalmente con la Naturaleza una relación semejante a la que pueda tener la cerrajería. No nos hagamos ilusiones. La literatura no es, como creen muchos literatos, una cosa tan grande y tan bella como el mar o como el cielo; a lo menos la literatura que hace todo el mundo. Es una mala manera de ganarse la vida y nada más. Irse al mar o a la montaña, a un lago o a un bosque, escoger cuidadosamente los cielos azules y crepúsculos áureos para luego sacar de todo ello tres cuartos de columna del cuerpo nueve... No.

Esos tres cuartos se escriben más dignamente a la luz de un quinqué, bajo el techo ahumado de un cuartito de seis duros, en el quinto piso de una calle cualquiera.

HUMOR Y PERIODISMO

Veamos ahora algunas disquisiciones sabrosas sobre la profesión de periodista. Y veamos cómo Camba se despoja de todo aditamento cómico o grotesco para ahondar en los contrastes y subrayarlos con impasible burla, finamente dosificada. Camba trata en algunos de sus artículos temas relacionados con la profesión, haciendo las más graciosas deducciones, como cuando dice que «se inventaron los lentes y nació la crítica», o cuando refiere cómo se trama misteriosamente en la alta noche el diario que ha de salir a la mañana, mientras los periodistas que debieran escribirlo charlan y fuman.

Sobre esto refiere Camba:

«Yo he «trabajado» durante dos años en un periódico que se hacía solo. Ordinariamente, los redactores nos reuníamos en torno de una mesa muy grande, pedíamos café y comenzábamos a charlar y a fumar pitillos. Abajo estaban los talleres. ¿Por qué procedimiento se transformaba nuestra conversación en artículos y noticias? Yo lo ignoro; pero ello es que, poco a poco, el periódico iba haciéndose.

—Ya no faltan más que dos páginas —decía el regente a las dos de la madrugada.

—Muy bien, muy bien —contestábamos nosotros—, que traigan más café. Y volvíamos a tomar café, a fumar pitillos y a discutir la política del día con un nuevo ardor. Pasaba una hora y el regente reaparecía.

—¡Tres columnas! —exclamaba.

—¿Todavía tres columnas?»

Camba va relatando todo esto hasta que llega la hora de cerrar el periódico. Cuando se han agotado los pitillos, el café... y el regente iba reclamando original, anunciando a la vez las columnas que faltan.

«Y la rotativa giraba, y el periódico salía, y hasta es posible que saliese mejor que nunca...

Decididamente, los periódicos, que parecen el producto de una civilización complicadísima, son algo tan natural y tan espontáneo como las flores y como los frutos. Los poetas debieran cantarlos. Los hombres de ciencia debieran estudiar su biología. Periódicos que llevan treinta o cuarenta años de existencia han brotado, a lo mejor, de un banquete o de un discurso político. Unos viven modestamente, como la violeta. Otros son pomposos y arrogantes. Ultimamente se ha pensado en industrializar el periodismo, así como, por ejemplo, se ha industrializado la patata; pero, de todos modos, una huelga de periodistas, a mí me parecería algo así como una huelga de cesantes.»

Trataré de ir seleccionando de la obra del humorista algunos de sus párrafos insertos en sus crónicas y que se refieran a la profesión de periodista. Es bastante delicado, al menos para mí, realizar esta «mutilación» en cualquiera de las crónicas de Camba, tan perfectas en su conjunto, formando esa unidad tan armónica. Pero tratemos de cortar y seleccionar algunos de ellos, y que él nos perdone...

Sobre el calamar.—El calamar se parece al periodista en dos cosas fundamentales: en que puede tomar a voluntad el color que más le convenga y en que se defiende con la tinta...

... El calamar, tan notorio, tan ostensible, tan conspicuo en la cazuela, no es advertido en su medio natural más que por pescadores experimentadísimos. A veces, deslumbrado por el reflector, tarda demasiado en darse cuenta de que le persiguen; pero otras veces se siente descubierto, y entonces es cuando echa mano de la estilográfica. Instantáneamente se disuelve en el agua de un gran chorro de tinta. ¿Qué nos dice en aquel mensaje el calamar? No se ve nada. No se entiende nada. Para evitar nuestra persecución, el calamar nos ha lanzado al rostro un largo artículo de fondo y se ha escabullido. Dos, tres, cuatro columnas de negra prosa flotan por un instante en el líquido elemento, y o no hay opinión en el fondo de los mares, o esta opinión debe de conmovirse un poco.

Sobre la linotipia.—¡Maravilloso invento la linotipia, compañero linotipista! Ese brazo que sale de ella y se pone a distribuir los caracteres tipográficos, colocando las enes con las enes, las haches con las haches, las jotas con las jotas, etc., es un brazo casi humano. Uno le ve avanzar y retroceder, orientándose y buscando los sitios, como si obedeciera a las inspiraciones de un cerebro autónomo. Dan ganas de descubrirse, y así como aquel hombre que oyendo hablar a un loro se dirigió a él exclamando: «Usted perdone, creí que era usted un pájaro», decirle:

—Perdone usted. Creí que era usted una máquina...

... No se equivoca nunca, y esto es lo que demuestra su falta de raciocinio. Sólo yerra el ente de razón, y sólo un idiota o una máquina pueden jactarse de no haber hecho en su vida ninguna tontería...

... Y es que así como no se ha logrado nunca enteramente convertir en máquinas a los hombres, no creo que se logre tampoco jamás convertir en hombres a las máquinas, a pesar del señor Mergenthaler y de todos los que quisieran hacer intercambiables las piezas de la mecánica con las piezas de la humanidad.

Sobre la sintaxis y la sinceridad.—Decididamente el hombre bueno puede demostrar su bondad por procedimientos mucho más útiles que el de escribir mal. Escribir mal es una mala acción, lo mismo que cualquier otra. Pase que escribamos mal los escritores profesionales, ya que la necesidad nos obliga a ello; pero ¿a dónde iremos a parar si también dan en escribir mal los aficionados?

Sobre la mujer del escritor.—Por mi parte, yo opino que no es la ley de las afinidades, sino en la de los contrastes, donde el escritor debe buscar una buena armonía de su matrimonio. Una mujer analfabeta sería, acaso, demasiado pedir; pero, por lo menos, que la mujer del escritor no lea nunca las obras de su marido, y no tanto por la posibilidad de que le desprecie como por la posibilidad de que le admire. ¿Se imaginan ustedes la tragedia del escritor admirado en su casa?...

... Nada de literatura. La mujer del escritor debe ser una mujer perfectamente antiliteraria, y en cuanto a condiciones físicas, creo que cuanto más se caracterice por su fealdad, más logrará sugerirle a su esposo ese ideal de belleza necesario a toda obra de arte.

Fea, ignorante y, sobre todo, frugal. Tal es, en mi concepto, la única mujer posible para un escritor; pero ¿no vale más permanecer soltero, pagando lo que sea como impuesto de soltería, que casarse con una mujer así?

Literatura y mobiliario.—... Porque, en general, no se considera que la literatura sea el medio de decir las cosas, sino la manera de adonrarlas una vez dichas. Primero se exponen los conceptos o se reflejan las sensaciones y, luego, se les espolvorea de literatura, así como una cocinera espolvorea de azúcar un plato de arroz con leche.

Pero cuando el público de buena fe dice que una obra está muy bien escrita es que no piensa leerla. El público no debe darse cuenta de que un autor escribe bien. Si se da cuenta es que donde el autor ha querido poner tal cosa, no ha puesto más que las palabras; que ha carecido de precisión y de exactitud y, en resumen, que ha escrito mal.

Sobre las intervius.—... Esta anécdota se la destino a un querido camarada que, días atrás, me envió dos letras pidiéndome hora para someterme a una intervius. Yo he hablado centenares de veces con el camarada en cuestión, cuando se me ha aparecido solo, como tal camarada que es; pero en cuanto se me aparece representando a sus lectores, no logrará sacar de mí una sola palabra... El público me cohibe, y cuando ante el periodista que viene a hacerme una intervius se me ocurre, por ejemplo, frotarme las manos, reprimo en el acto este deseo inconsciente.

... y, aunque bastante parlanchín por naturaleza, si alguien me viene a entrevistar no encontraré absolutamente nada que decirle.

Sobre terapéutica literaria.—Renunciemos, de una vez para siempre, a este horrible título de intelectuales. Intelectual quiere decir hombre que trabaja con la inteligencia, y ¿qué escritor trabaja con la inteligencia en España? Si hay alguno, lo siento por él, ya que la inteligencia es la muerte de la personalidad. Los verdaderos escritores, los escritores de raza, trabajan con el hígado, con el estómago, con el riñón o con cualquier otro órgano antes que con la inteligencia. Baroja, por ejemplo, se nos ha definido a sí propio como un artrítico. Bonafoux se complacía en llamarse «el bilioso de Ansiers».

... Habrá escritores intelectuales, así como los hay sentimentales; pero los primeros serán, probablemente, unos esquizofrénicos, de igual modo que los segundos son, sin duda, unos cardíacos.

... A veces la muerte de un escritor nos explica, de un golpe, toda su obra.

«Ha muerto del estómago», dicen los periódicos.

Y entonces comprendemos por qué el escritor muerto se manifestaba en sus escritos tan amargo y tan acre. Era que hacía su literatura a base de ácido clorhídrico. Donde los críticos decían pesimismo, misantropía, irreligiosidad, etc., no había más que dispepsia.

... En cuanto a la crítica propiamente dicha, todos sabemos ya que, en el fondo, no pasa de ser una de tantas manifestaciones de la literatura y, seguramente, una manifestación de carácter hepático.

CAPITULO V

MUNDO VIEJO Y MUNDO NUEVO

Trataremos en este capítulo de recoger algunas de las impresiones del periodista viajero —de antes y después de la guerra— captadas durante sus estancias en Italia, Francia, Portugal, Suiza, Alemania, Inglaterra y Estados Unidos.

Pero antes veamos cómo y por qué, una vez más, el periodista viajero se lanza a correr mundos.

«DE COMO LA PESETA SE LANZO A VIAJAR»

¿Quién no recuerda la catástrofe económica que a raíz de la guerra del 14 se produjo en el mundo? Todas las monedas de los países beligerantes comenzaron a perder valor, y la peseta, que hasta aquel entonces no se había atrevido casi nunca a salir de España, comenzó a viajar. De Italia, donde valía varias liras, se iba a Alemania, donde la estimaban en cientos de marcos. Los escudos portugueses tenían que reunirse en grupos de dos o tres para hombrarse con la peseta, y la peseta invadió Portugal. En Austria, la peseta podía adquirir diez o doce coronas con cada céntimo, y no hablemos de Rusia ni de Polonia.

Había países donde la peseta tenía categoría de duro, países donde equi-

valía a cincuenta duros y países donde era sencillamente millonaria. ¿Cómo quieren ustedes que, en vista de esto, la peseta no se lanzara a correr el mundo? Nadie es profeta en su tierra, y mientras la peseta valía un millón en ciertas latitudes, aquí seguían dándole a usted por ella las mismas diez mugrientas perras gordas de 1914. Por eso fue por lo que la peseta se dedicó a viajar, y sus viajes por las tierras de moneda más despreciada no carecían de encanto ni de emoción. Como Gulliver en el país de los pigmeos, la peseta se sintió gigante de la noche a la mañana. ¡La pobre peseta, para quien, unos cuantos años atrás, eran gigantescas todas las otras monedas.

El autor de este libro ha ido en pos de la peseta por algunos países, observando sus andanzas y sus aventuras. Teutonia, Britania, Italia, Lusitania... Tales son las tierras que, después de la guerra, hemos recorrido juntos la peseta y yo. Y ahora, reintegrados ya a la triste calderilla nacional, permítasenos recordar aquellos días gloriosos, aunque sólo sea para endulzar un poco nuestra nostalgia.»

POR ITALIA

«*Lingua italiana*».—«*Lingua italiana, in boca toscana*», dice un proverbio. Cuando una mujer me habla en italiano, a mí me parece como si yo no tuviera ya nada más que pedirle...

...Hay, debidamente, en la vocalización del italiano algo tan sensual, que, si yo tuviera hijas, no le permitiría que aprendiese este idioma hasta después de casadas. La palabra de concepto más inocente temería que le sonase como una música demasiado tentadora.

...en boca de un cochero indignado, el italiano ya no tiene nada de caricia... Este idioma puede ser tan feroz como delicioso..., es el idioma más expresivo del mundo.

...se ve que este idioma está hecho como un fin más que como un medio, que está hecho por gentes para quienes el hablar constituía uno de los objetos principales de la vida.

Grandilocuencia.—Yo, mientras tanto, hacía esfuerzos de memoria.

—¡Ah, sí! —exclamé de pronto—. Aquí fue donde Marco Antonio pronunció aquella arenga...

Pero el cicerone me interrumpió:

—Marco Antonio no pronunció allí arenga ninguna. La arenga de Marco Antonio fue lanzada desde el templo de César...

Y es que uno se hace un lío. La Roca Tarpeya, Sodoma y Gomorra. Prometeo encadenado, la hidra de la reacción, los gansos del Capitolio... A fuerza de oír hablar de estas cosas en los mítines del partido republicano español, yo me imaginaba que debían de estar todas juntas. Por lo demás, desde que llegué a Roma yo tengo, no sé por qué, la idea de estar en un mitin republicano. Todo esto me parece oratoria. Todo, grandilocuencia. Y por las noches, después de darme mi ración de bustos clásicos, de columnas jónicas o corintias y de templos elevados a las divinidades paganas, yo me acuesto con una sensación, así como si hubiese estado oyendo un largo discurso de don Alejandro Lerroux.

Pintura.—Rafael sabía muy bien su oficio; pero esto es una cosa que a uno no le importa extraordinariamente. Cuando yo veo a un personaje

de Rafael alargar la mano con el pretexto de escoger una cosa, yo no caigo en el engaño. «Si ese tío alarga la mano —me digo—, es únicamente para demostrar lo bien pintada que la tiene...»

Para mí, además, el retrato tiene que ser siempre una pincaricatura, y no en el sentido de que el pintor interprete la psicología del retratado, sino porque yo creo que cada hombre, tal como se le ve, no es nunca más que una interpretación de sí mismo. En cada uno de nosotros yo creo que ha habido originariamente un tipo ideal del que nosotros no somos nunca más que la caricatura. Ustedes, lector, no es realmente usted. Usted es una caricatura de otro señor, es decir, una caricatura de lo que usted debiera haber sido.

Pero en la época de Rafael no había psicología, así como no había trajes de etiqueta. No había más que anatomía y desnudo.

El mundo moderno.—Florenia no tiene la grandilocuencia de Roma ni el sentimentalismo de Nápoles.

...La poca alegría de vivir que queda todavía en el mundo nos la han dado ellos, y si el lector puede ir a veces a bailar al Palace o a la Bombilla, piense por un instante que se lo debe a Florenia.

...El gran encanto de Florenia es que, constituyendo el tesoro artístico más rico del mundo, no tiene nada de ciudad-museo.

...Desde su piedra más vieja a su piedra más nueva, toda Florenia vive, y vive alegre, tranquila e inteligentemente.

Un hombre de dos idiomas.—Los hombres que sólo saben un idioma suelen envidiar a los que saben dos. Que estos hombres se consuelen y piensen que, si es triste saber un solo idioma, es mucho más triste saber los dos que sabe mi amigo y equivocarse constantemente en su uso, empleando el uno siempre que se debe emplear el otro.

POR PORTUGAL

Las filosofías del Tajo.—Ya próximo al término de su carrera, cerca del mar donde va a morir, el Tajo adusto desarruga su ceño y se deja vencer por la molicie portuguesa. ¿Qué pensará para sus barbas el viejo río a medida que entra en Portugal de su pasada vida castellana? ¿No encontrará, quizá, que ha sido en demasía áspera y ruda?

...Lo que más ha sorprendido siempre a todos los viajeros en Castilla es el orgullo de los hombres. La Naturaleza, por su parte, no posee un orgullo menor. ¿De qué presume el paisaje castellano? No tiene un árbol, no tiene una montaña, no tiene una roca. En cualquier otra parte del mundo un paisaje tan pobre se presentaría ante el viajero con una expresión de humildad lamentable; pero esto no es lo que ocurre en Castilla.

En Castilla, cuanto más árida es la tierra, cuanto más pelados y más resquebrajados y más polvorientos están los campos, mayor es la solemnidad de que se revisten.

Es posible que toda la grandeza del paisaje de Castilla estorbe en su austeridad. El paisaje portugués, en cambio, no tiene nada de austero. Es alegre verde, húmedo, lírico. Por su parte, el trágico Tajo parece iniciar también una cierta tendencia a la lírica al internarse en tierras portu-
gue-

sas. Se bordea de árboles, se cubre de barcas en forma de media luna, se acompaña de canciones...

Dilatación de categorías.—Al entrar en Portugal, uno se siente ascendido en su categoría. De don Fulano pasa a ser el excelentísimo señor don Fulano... Supongamos que ha ido en coche; pues los portugueses dirán que fue en tren... Los espejos de aumento en este caso están formados por la prodigiosa imaginación de nuestros vecinos.

...Pero si el natural del país se considera un gigante —que es lo que tiene que considerarse, so pena de que se considere un pigmeo— y si, por la disposición telescópica de sus ojos, la caja de cerillas se le aparece como un haz de rayos devastadores, su gesto resultará el gesto más lógico y más sencillo del mundo.

Por lo demás, que los portugueses no vuelvan a enfadarse cuan nos oigan hablar de su tendencia a la exageración. Esa tendencia es fantasía, es lirismo, es optimismo. Y todos sabemos que a fuerza de creerse muy grandes, fue como los portugueses ensancharon el mundo en aquellas homéricas portuguesadas de sus navegantes, que Cabral y Coutiño se obstinan todavía en repetir.

Nuestro portuguesismo.—...El té contiene cafeína en bastante mayor cantidad que el café, como España contiene mucho más portuguesismo que Portugal. Sin embargo, la cafeína se llama cafeína y no se llama teína, porque fue en el café, y no en el té, donde se la encontró por vez primera, y el portuguesismo es el portuguesismo y no el españolismo, porque habituados a ver la paja en el ojo ajeno antes que la viga en el propio, nosotros no hemos reconocido la existencia de este alcaloide mientras no lo vimos en el alma de nuestros hermanos.

POR INGLATERRA

En su libro «Londres», Camba hace una advertencia sobre éste, en la que dice se compone de trabajos escritos antes de la Gran guerra. Lo mismo que «Alemania» y «Playas, ciudades y montañas». Al reeditarlos el autor pensó en ratificarlos adaptándolo a la época. Pero luego, «pensándolo detenidamente», ha resuelto que no tiene derecho ninguno. Por lo que respecta a las cosas de que habla, sería como si rectificase un grabado de época, añadiéndole los edificios construidos posteriormente, y por lo que respecta a sí mismo, equivaldría a que le pusiera bigotes o barba a un retrato de su infancia.

La única rectificación honrada que de estos libros puedo ofrecer al lector es la de mis libros posteriores, «La rana viajera», «Aventuras de una pseta» y «Un año en el otro mundo», aunque más que como una rectificación, yo presentaría estos libros como una continuación lógica de los otros, no haciendo entre todos ellos más diferencia que la del momento en que fueron escritos».

El guardia, objetivamente considerado.—A mí, el guardia inglés, me parece algo sobrehumano, que está por encima de nuestras pasiones y de nuestra sensibilidad... Y es que cuando uno le pregunta a un guardia inglés, el guardia inglés no le contesta a uno, le contesta a la sociedad.

...Decididamente, estos guardias ingleses no son como esos guardias de Madrid, que dialogan en chulo y salen a los escenarios de los teatros por horas. Estos son imponentes y formidables. Tan formidables, que sostienen sobre sus hombros a toda Inglaterra.

Cómo comen los ingleses.—...El inglés es un hombre que come por necesidad, mientras que el francés come por placer. El francés es un epicúreo. Para él la comida es un fin, y no un medio, como lo es para el inglés.

...Inglaterra es un pueblo que come sin salsas ni gelatinas. Aquí no existe el placer de la mesa, y, al mediodía, la ciudad de Londres come de pie. ...Los ingleses comen mucho; pero como comen alimentos simples y no mixtificar el paladar, nunca, comen más de lo que su estómago necesita. Por otra parte, los ingleses no tienen paladar. Y así están tan ágiles, fuerte y sanos, y no pesados y gordos como los franceses.

El baño de los ingleses.—Los ingleses se bañan mucho porque Inglaterra es un país sucio, y los españoles se bañan poco porque España es un país limpio, al contrario de lo que suele decirse; esto es, que Inglaterra es un país limpio porque los ingleses se bañan mucho, y que España es un país sucio, etc.

La bonita y la fea.—Dice un proverbio que «cuando una inglesa se pone bonita...» En cambio hay que ver cuando una inglesa se pone a ser fea... Aquí las mujeres feas son malas, desgarbadas, antipáticas, estúpidas y cortas de vista; usan lentes y hacen propaganda del sufragio femenino.

Britania irreductible.—...El alemán se entrega a la larga o a la corta, y eso que Alemania es grande, fuerte, rica y que tiene mucho orgullo. El inglés no se entrega nunca.

No. Nunca. Un inglés es un inglés. Está hecho para ser un inglés y no puede ser otra cosa.

...Y llegará un momento en que la Humanidad se dividirá en dos únicas clases: a un lado la Humanidad propiamente dicha y al otro los ingleses, que seguirán en su isla comiendo «roast-beef» y hablando inglés.

Los barberos británicos son también verdugos.—...¡Ah, barbero francés! Barbero alegre y exhuberante. Eres un poco pegajoso, como el cosmético. Haces elocuencia como haces espuma de jabón.

...El barbero inglés ahorca las malas cabezas como alisa los cabellos rebeldes, todo ello para la buena armonía del Imperio británico... No debe haber cabezas independientes en Inglaterra. Todas deben aceptar las mismas leyes y el mismo cosmético.

¿Comprenden ustedes ahora por qué son tan serios los barberos ingleses? Pues porque todos ellos son un poco verdugos.

La tradición.—...En Inglaterra se hacen todavía ciertas cosas por la sola razón de que también se hacían bajo la dominación romana. La gran sacudida de la guerra rompió algunas costumbres y creó otras. Y estas otras seguirán en vigor, como si los alemanes estuviesen cerca de Calais, hasta que en el curso de los siglos, se arme un conflicto interplanetario y acabe con ellas.

Del loro a la langosta.—...Pero Londres es el país de los loros. Cuando se habla de una solterona inglesa que vive sola, se quiere decir que vive o

con gramófono o con un loro. El loro tiene también algo de solterona. Tiene el carácter irascible, la nariz ganchuda, la voz agria, la carne correosa y esa edad indefinida que lo mismo puede calcularse en cincuenta, que en cien, que en ciento cincuenta años. Y tiene, además, el traje de colorines, que le sienta como un tiro.

Teoría de la conversación.—...La conversación inglesa es una conversación manual, en la que cada pregunta tiene una respuesta correspondiente... La conversación inglesa es la manera más elegante de no decir nada que yo conozco. Bernard Shaw decía que los ingleses hacen sus preguntas lo mismo que echan monedas de a penique en las máquinas de las estaciones, a sabiendas del resultado que van a obtener.

Superioridad del té respecto al chocolate.—...¡Y pensar que si en vez de jugar al bridge los personajes de la obra en cuestión jugasen al tute, y si en vez de tomar el té tomasen chocolate, no habría éxito posible!

...Y el público, después de un acto de té, de otro de tenis y de otro de bridge, sale a la calle convencido de que ha visto una comedia espiritualísima.

POR FRANCIA

La llegada.—Al llegar a París de vuelta de Londres, yo recibo la misma impresión que experimenté un día saliendo de un museo de figuras de cera y encontrándome en mitad de la calle.

...Esto es humano. Estos franceses enfáticos, que se visten de una manera tan llamativa, son personas de verdad, y esos ingleses serios, fríos, afeitados, que no pierden el tiempo en palabras ni en gestos, son figuras de cera que tienen mucho parecido.

...Londres es el museo Gravin y París es el bulevar. De vuelta de Londres, París le embriaga a uno con la voz y la música y la alegría ruidosa. París es como un muchacho simpático y muy amigo de juergas, pero que no pierde la cabeza, que no pierde nunca la cabeza, que trabaja y que mete siempre su dinerito «de coté».

Sobre la cama.—...Las camas francesas son verdaderamente admirables sobre todo para los españoles. Un español se encuentra tan bien en una de estas camas francesas, que, por su gusto, no las abandonaría nunca. Pero en España no conviene hacer el elogio de las camas francesas, sino más bien el de las inglesas... Nosotros necesitamos una cama y una moral muy duras y desagradable. Necesitamos madrugar y trabajar.

Psicología del «champagne».—...El alma del «champagne» y el alma francesa son una misma alma. Yo haría la psicología de Francia en una botella de «champagne», como un sabio estudia una epidemia en un conejo de las indias. En el «champagne» se encuentran todas las virtudes y todos los defectos del espíritu francés: la fanfarronería, la ligereza, el ruido, la vanidad...

El nuevo pecado capital.—...Es el alma de París, y el sentido que esta gente le ha dado aquí a la vida, lo que le encanta a uno. En París, y no tal o cual cosa que haya en París.

París es como el opio, como la morfina, como la cocaína o como el arroz a la valenciana. Es un vicio. El que se dedica a París durante unos cuantos meses está perdido. Ya no le deja más, y, si le deja, vuelve, aunque sea a pie. Esta es la ciudad más seductora del mundo, y bien sabe Dios que yo no lo digo en su elogio.

Los «Magasines» de la cultura.—...No es que en Francia haya grandes hombres. Francia es un pueblo en donde todo es clase media. Aquí no hay grandes fortunas ni grandes miserias; no hay una gran cultura ni una gran ignorancia. Por el dinero, como por la educación, toda Francia es clase media... Me voy a Alemania, donde los sabios tienen un orgullo de señores feudales y no descienden nunca a hablar el lenguaje del pueblo.

POR ALEMANIA

El caos metódico.—Yo llegué a Alemania cuando los periódicos decían que allí había el caos; ¡pero qué caos tan metódico y tan ordenado!

...Lejos de mi ánimo la intención de pretender que las cabezas cabezas alemanas son inferiores a las otras, pero, indudablemente, son distintas, y quizás si no fuesen distintas no hubiese habido la guerra. Son unas cabezas en las que se confeccionan ideas que nosotros, con nuestros cráneos alargados, no podemos producir nunca.

La eterna Alemania.—...Después de seis años, yo estaba un poco más gordo y Alemania estaba un poco más flaca; pero, en el fondo, no habíamos cambiado gran cosa. Había cambiado Francia, el país de la democracia. Había cambiado Inglaterra, el país de la libertad. Había cambiado Rusia, el país de la tiranía... Nosotros, en cambio, amiga Alemania, éramos los de siempre...

¡Viva la desorganización!—...Y considerándome sin la energía necesaria para vencer tantas dificultades, me voy a la calle con unas granas locas de gritar:

—¡Viva la desorganización!...

Durante mucho tiempo yo me había limitado a creer que los alemanes habían perdido la guerra por exceso de organización. Desde las aventuras que acabo de relatar voy mucho más allá en mis convicciones, y creo que los aliados no hubieran podido vencer nunca si no estuviesen tan desorganizados como estaban...

POR LOS ESTADOS UNIDOS

He aquí la introducción del mejor autor a su libro: «Un año en el otro mundo». Seleccionaremos algunos párrafos de él.

Un año exactamente ha durado mi estancia en los Estados Unidos... Yo estoy acostumbrado a comparar unos países con otros. Con respecto a España, por ejemplo, Francia me parece un país donde se come. El soldado inglés es para mí un hombre de «sport» en relación con el civil alemán, que, para demostrarme su afecto, me saluda lo mismo que si yo fuera su coronel. Y así sucesivamente.

¿Cómo no había de producirme una mala impresión los Estados Uni-

dos? Fuera de la mecánica, apenas si existe allí nada verdaderamente importante. La cocina es pésima y la literatura es abominable...

...Yo creía, en fin, que la mecánica se desarrollaba en América más intensamente que el gusto y que el sentimiento; pero que no pretendía sustituirlos. Ahora comienzo a persuadirme de lo contrario. Y el día en que esté convencido de ello por completo, entonces América me parecerá un país de posibilidades infinitas. El país, sencillamente, de donde puede surgir nada menos que una nueva humanidad.

EL RETORNO: LA RANA VIAJERA

MI NOMBRE DE CHARCA...

Un día el director de un periódico donde yo trabajaba me metió algunos billetes en el bolsillo y me mandó a París. Mis artículos de entonces, como los que más tarde escribí desde otras capitales, tenían la pretensión de estudiar experimentalmente el carácter nacional; pero el único sujeto de experimentación que había en ellos era yo mismo. Yo estoy en mis colecciones de crónicas extranjeras como una rana que estuviese en una frasca de alcohol. El lector puede verme girar los ojos y estirar o encoger las patas a cada momento. Lo que parecen críticas o comentarios no son más que reacciones contra el ambiente extraño y hostil. Yo he ido a París, y a Londres, y a Berlín, y a Nueva York, con una ingenuidad y una buena fe de verdadero batracio. Y si lo que quería mi director era observar el efecto directo de la civilización europea sobre un español de nuestros días, ahí tiene el resultado: una serie constante de movimientos absurdos y grotescos.

Ahora el poeta vuelve a su tierra, es decir, la rana torna a la charca. Pero, y sin que haya llegado a criar pelo, ya no es la misma rana de antes. Con un poco de imaginación nos la podríamos representar menos ingenua y algo más instruida —que no en balde se ha pasado tanto tiempo en los laboratorios—, muy tiesa sobre sus ancas y hasta provista de gafas. ¿Qué efecto le producirán las otras ranas a esta rana que está transformada de tal modo? ¿Cómo encontrará su charca la rana viajera, después de una ausencia de tantos años?

Mientras he estado en el extranjero, yo he tenido un punto de referencia para juzgar a los hombres y las cosas: España. Pero esto era únicamente porque yo soy español, y no porque España me parezca la medida ideal de todos los valores. Ahora, y para hablar de España, me falta este punto de referencia. Forzosamente haré comparaciones con otros países.

Y no sólo resultará que España no puede ser un modelo para las otras gentes, sino que no sirve apenas para los mismos españoles. La rana encontrará su charca muy poco comfortable...

LA PRENSA EN LA PRENSA

Temas y noticias relacionadas con la Prensa, Radiodifusión, Televisión, Teatro, Cinematografía, Turismo e Información, tratados en la Prensa nacional y extranjera, seleccionados por la Redacción de la "Revista de la Hemeroteca Nacional", bajo la dirección de don Ramón Fernández Pousa, director de la Hemeroteca Nacional (1).

PRENSA

07(0)

Información.—Nada más insuficiente para enjuiciar la naturaleza y los móviles de un periódico que estimarlo como una empresa cualquiera de producción —en este caso producción de noticias— cuando el periódico es, al tiempo, un instrumento de representación popular, o un medio de opinión pública. Siempre habrá alguien que funde o que lance periódico —el Estado, los grupos políticos o los particulares—, porque es una de las demandas más apremiantes de la sociedad. Por eso, cuando un informador acude a las fuentes de información (personas o instituciones), no se puede ver en él exclusivamente al distinguido empleado o al experto profesional de una empresa, sino a la persona que, al solicitar una información, va a servir los deseos de la opinión pública. Este preámbulo se nos ocurre en función de que muchas veces el informador de periódico no encuentra las asistencias necesarias para el cumplimiento de su misión, cuando resulta que es, nada menos, el intermediario entre las gentes que quieren conocer cosas y tiene derecho al acceso a las noticias y las propias fuentes de información. Naturalmente que todo no puede decirse, y algunas informaciones necesitan ser diferidas por razones bien comprensibles. Pero hay otras que pueden ofrecerse inmediatamente al informador, y solamente cautelas excesivas, prudencias inadecuadas o perezas administrativas, hacen que la opinión pública se quede sin la información precisa. Ayer había una gran expectación en España por conocer las consecuencias de las recientes explosiones nucleares soviéticas. Nuestro país no hacía otra cosa que sentir lo que todos los pueblos del orbe, que es indignación y miedo ante la irresponsabilidad rusa de los experimentos nucleares. Nuestros redactores acudieron a todas aquellas personalidades científicas o sanitarias que pudieran decir alguna cosa referida a este asunto. Solamente encontramos dispuesto a decir algo al secretario del presidente de la Junta de Energía Nuclear.

En el periódico "Ya" de esta mañana aparece un artículo, firmado por don Julio Danvila Rivera, sobre la institucionalización del sistema bancario, que se inclina porque nadie tenga opinión sobre un asunto tan nacionalmente interesante como la organización bancaria, en tanto determinados organismos estudian y contestan a un memorándum que se les ha remitido. Pero el caso es que los periódicos son instrumentos de opinión y completan todo el aparato representativo de la Nación canalizando como una especie de representación pública aislada y fértil, que en ocasiones ha sido de preciadísima colaboración en las tareas de gobierno. Precisamente las características de la presente organización bancaria, si en ningún caso —y como cualquier asunto— no está necesitada de ruido, tampoco es buen remedio reducirla a la parvedad administrativa. Una gran parte de la actividad de los españoles pasa por los Bancos. Nadie reúne mejor que ellos los sueños, el estómago y las zozobras. El pueblo español quiere en este asunto información y opinión.

Por todo ello, pedimos para los periódicos comprensión, facilidades y tole-

(1) Se redactarán reseñas de los trabajos referentes a estas materias de los que se remitan dos ejemplares a la Dirección de la Hemeroteca Nacional, Zurbarán, número 1, Madrid.

rancia. En contrapartida, podemos asegurar que si fuéramos deficitarios de responsabilidad y rigor para tratar los asuntos públicos llevaríamos la peor penitencia: el desdén popular.—“Pueblo”, 26-X-61, 1.

07(0)

González Hoyos, Manuel.—**Flecha en la diana.**—Entendida la información como un menester, como un arma y como razón en el apostolado de todo buen periodista, se llega indefectiblemente a uno de sus frutos más delicados: el proselitismo. A esto aludía don Juan Beneyto, en la lección correspondiente por él explicada en el XV Concurso de Periodismo, celebrado en el pasado mes de agosto en la Universidad Internacional “Menéndez Pelayo”, de Santander. Ya, en otras intervenciones previas, don Fernando Martín-Sánchez Juliá, director de esta espléndida manifestación universitaria en torno a los problemas de la Prensa de hoy, había aludido, con la precisión de su palabra maestra, a la proyección de las tareas periodísticas en todos los ámbitos de las actividades humanas. Y esta fue la razón de que incluyese en el programa del Curso de referencia, el tema encomendado al ilustre profesor señor Beneyto: “Las consecuencias de la información”.

En la triple función del periódico figura la de formar mentes, enderezar criterios, mover voluntades, servir a la verdad, que es el bien; y por encima de la carga informativa, llevar a todos los ánimos el aliento de las convicciones y el influjo sereno sobre el proceder de la colectividad. Se trata del ejercicio de una facultad de aleccionamiento, de un arte de mover las resoluciones por la vía del raciocinio para llegar a una conclusión operante y legítima, catequizadora y convincente, con insinuación que se traduce en movimiento, y con claridad que afirma la certidumbre del pensamiento.

Aquí radica —más que en el floreo de lo noticiable y que en el empeño de entretener amenamente a los lectores— la suma transcendencia del periódico. Porque la pluma del periodista debe sentir la gravitación de un mensaje ideológico, el impulso de una manera de pensar y de sentir, ese desbordante afán comunicativo del espíritu que pone en los demás una como llama de entusiasmo seguida de una necesidad de identificación. Periódico sin carga de ideas y sin empeño de legítima propaganda, está falto de lo que le personifica y define, que es ese contenido palpitante que brota de la actualidad, marginándola, y acota los acontecimientos, dando a cada circunstancia su alcance, y a cada hecho su significación.

Por olvidar o pervertir esta clara finalidad del periodismo, padece el mundo actuales males tan continuados porque el que olvida esta sagrada misión, y antepone otros motivos al supremo servicio del bien común, y lleva el engaño como norma y la exacerbación de las pasiones como instrumento, sembrará veneno que oscurece las almas y lo enconará todo en un desquiciamiento peligroso. La propaganda del mal es fácil, porque encuentra terreno propicio en nuestra naturaleza mal inclinada.

En esta manifestación de la vida periodística es donde aparece con mayor evidencia su significación social, como instrumento de una minoría, enderezado a remover hasta el fondo las reservas espirituales de la sociedad. Toda cautela es poco, llegado este punto, porque en el camino abierto a tan peligrosa penetración moral, basta cualquiera torcida intención para originar incalculable daño. La difusión del engaño, el azuzamiento de los instintos, la excitación de todo lo que bulle y se agita fuera del campo del orden, de la legalidad y de la ética, constituye un abuso y un delito, de los que la sociedad tiene necesariamente que defenderse y liberarse.

La verdad es como una flecha que tiende indefectiblemente a su diana, que es el bien, con quien se confunde. Y flecha debe ser la pluma del buen periodista, para empaparla en deleitosa espiritualidad, y dispararla, luego, por el brio de su honradez, hasta hacer que se clave en el blanco del bien común, temblorosa de su vehemencia, firme en su seguridad, y alegre de la diana conseguida. ¡Gloriosa transverberación la que supone este alto servicio a la colectividad, merced al sacrificio y a la vocación del periodista, cuando se dedica a su profesión como a un gozoso apostolado.—“Diario de Burgos”, 22-XI-61, 8.

037

Vázquez, Jesús María, O. P.—¿Qué leen nuestros niños?—Las publicaciones infantiles pueden hacer un bien inmenso, por el contrario, un gran daño, a sus

pequeños lectores. El tema es de trascendencia tal, que todos los Estados modernos se han visto en la necesidad de regular la producción de tanto papelucho que suelen llamar Prensa Infantil. Sería un pecado de omisión, uno más en la vida española, si por las dificultades de enfrentarse con opiniones opuestas sobre lo que debe ser un tebeo, dejásemos de reflejar en alta voz los defectos y virtudes de la Prensa infantil.

¿CUANTOS TITULOS?

Las publicaciones infantiles que se venden en el mercado español llegan a los doscientos títulos. Existen muchos tebeos que deben considerarse como "piratas". Lamentamos que entre tantas revistas y periódicos como se publican para niños, la inmensa mayoría sólo tienen móviles comerciales. Nos duele en el alma el que impere una concepción de la Prensa infantil, tan apartada de lo que necesitan nuestros pequeños. En una frase certera y sagaz, Carmen Bravo Villasante reflejó el problema: "El tebeo se ha convertido en un papelucho sin ambiciones estéticas, que sólo intenta atraer al pequeño lector para que se gaste sus cuartos." En principio le damos la razón. Pero cabe añadir muchas más cosas.

¿QUE LEEN NUESTROS NIÑOS?

En términos generales, "tebeos" y publicaciones infantiles. Estos tienen el máximo porcentaje, con 99,5 por 100 para los niños y 95 por 100 para las niñas. El niño es, permítasenos la expresión, menos "cuentista" (61,75 por 100) que la niña, la cual es más asidua a los cuentos (95 por 100) que a los "tebeos". También es elocuente que los periódicos diarios tengan en nuestros niños pequeños de uno y otro sexo índices elevados de lectura (48,75 por 100 para los niños y 41 por 100 para las niñas). Las niñas son más aficionadas a las "revista" (25 por 100) que los niños (17 por 100).

El personaje "Supermán" es el favorito de nuestros niños... y mayores. Sigue de cerca "Roy Rogers" y a continuación "Roberto Alcázar y Pedrín", los del "TBO" y otros por el estilo. Las niñas siguen apegadas a los tebeos de hadas y los personajes de los clásicos cuentos ("Blanca Nieves", "La Cenicienta", etc.).

Estimamos que la Prensa infantil extranjera, con su evidente capacidad expansiva, ejerce una influencia que, si no se contrarresta adecuadamente, significará un impacto nefasto en el alma de estos niños. Son expresivas y gráficas las frases de los mismos niños cuando justifican la preferencia de sus "héroes" predilectos: "Porque se aprende a ser policía", "Porque nadie puede con él", "Bartolo, porque siempre está tumbado". Otras muchas por el estilo nos ponen en la pista del índice y del signo de la influencia de los tebeos en la educación de nuestros chavales. Bien está que existan papeles impresos para hacer reír. Pero esto no puede hacerse a costa de valores mucho más altos que un lucrativo y saneado negocio.

¿DEFECTOS?

Seamos sinceros reconociendo que nuestros tebeos necesitan una mayor altura moral, educativa y artística. No podemos engañarnos a nosotros mismos. Lástima que la brevedad del artículo no permita exponer cuántas taras y lagunas tiene la Prensa infantil actual. Señalemos las más importantes. Pero antes podemos afirmar rotundamente que —salvando excepciones aisladas los semanarios y demás Prensa periódica de carácter infantil— no responde a lo que debiera ser este tipo de publicaciones. No estamos de acuerdo, porque están concebidas y confeccionadas pensando en el adulto, y no en el niño.

Los temas que tratan tienen exceso de intrascendencia. Abusan de la violencia, y se debe desterrar lo truculento, lo chabacano y tanto pugilato vergonzoso. Son demasiados los fracasos del ingenuo y se concede demasiada importancia a las astucias e ingeniosas trapisondas de los pillos y maleantes.

En lo que se refiere al estilo literario, en general emplean un léxico inadecuado al niño, con frecuentes incorrecciones gramaticales. El estilo de nuestras

revistas infantiles peca de superficialidad. Pero lo que más nos preocupa es que es una Prensa carente de poesía, tan necesaria a la sensibilidad del niño. Nos oponemos a que personas dignas de toda consideración (la suegra, la anciana, el profesor y los tarados físicos) sean argumento idóneo y original inagotable de nuestros tebeos. Así no es posible educar ni cultivar el buen gusto de nuestros pequeños.

SE NECESITA LA COLABORACION DE PADRES Y EDUCADORES

No pedimos peras al olmo. Pero urge crear clima en la opinión pública española para que se interese y cotice, en su justo valor, la influencia que cualquier publicación tiene cuando la ponemos en manos de nuestros niños. En esto, como en otras muchas cosas, no se trata solamente de exigir al Estado coacción externa para evitar el mal. Tenemos una de las mejores legislaciones de Prensa infantil. Lástima que no se conozca suficientemente ni se cumpla en su totalidad por inconciencia o abandono.

Hay Prensa infantil buena y, por falta de la colaboración de padres, madres y educadores, no tiene la difusión que es de desear. Ello repercute en que carezca de medios suficientes para combatir a ese otro tipo comercial de tebeos chabacanos y facilones.

Una lista excelente para la lectura de vuestros hijos podría ser: "Aguiluchos", "Jóvenes", "Bazar", "3 Amigos", "Molinete", "Tampolín", "Volad", "Valentín" y algún otro. No muchos más.—"Apostolado Seglar", X-61, 11.

07(0)

Debén, Carmen.—**La calle.**—Cuando la labor periodística tiene por escenario la calle, el anecdotario profesional es amplio, surtido. Es como si el reportero le tomara el pulso a la vida, en todos sus ambientes. En todo ese peculiar ritmo que surge a lo largo de las veinticuatro horas.

Un reportero se aproxima al personaje, y al personajillo. Contempla éxitos, palpa climas de tensión. Siente, en una palabra, la presión arterial de una ciudad.

Por consecuencia, la labor del reporterismo exige periodistas combativos, incansables y un tanto "sportman", ya que en este cometido hay que superar los cien kilómetros contra el reloj.

Se busca, se "husmea" la noticia, se persigue, para servirla, poco después, en la bandeja negra de la platina. Ella acaba convirtiéndose en el manjar de plomo que, cada día, se "engulle" el periódico.

Resulta honrosa y bella esta profesión. Aunque tenga inconmensurables exigencias. Aunque requiera una completa entrega convencional.

Sin embargo, en algunos ambientes se estima y valora al periodista como un tanto "marioneta" al "servicio del consumidor". Y dichos personajes son los que merecen esta réplica.

Un periodista puede ser flexible. Puede ser amigo. Pero nunca puede ser un mequetrefe. O "claqué" de cualquier señorón o señoritín, que trata a los reporteros con el calificativo peyorativo de "chicos" y los maneja a su modo y arte.

Piensan que al periodista se le puede utilizar como a un peón. A base de "sobre azul". Ofreciéndole un almuerzo. Abriéndole una puerta.

Una cosa es que se nos obsequie amablemente, y otra que se nos compre. Es muy distinto esa invitación que surge del "tú a tú", ofrecida sin aspavientos, por cordial anfitrión. Y otra muy distinta que nuestra profesionalidad se venda como hizo Saúl con su primogenitura: por un plato de lentejas.

En España quedan todavía personas dispuestas a manejar a los reporteros como si fuesen muchachos de una coreografía. Y esto no vale.

Otros, considerándose auténticos señores feudales —aunque su feudo se limite a una industria, a una representación o a cualquier actividad pública—, tratan a los periodistas casi en calidad de siervos. Sus modales son el del puntapié o el del portazo.

Cuanto más importantes son nuestros entrevistados, más señores. Cuanto más insignificantes —en su categoría humana—, más mal educados.

Hace un par de días he vivido esta penosa experiencia. Se trataba de ver a un importante peluquero francés, campeón del mundo, que ofrecía una de-

mostración de su arte en nuestra capital. El fue cordial; sus "managers" españoles, insoportables. Era como si hubiesen olvidado el código de las buenas formas.

Cuando en todos los países del mundo comienza a ser asignatura primordial de cualquier negocio "las relaciones públicas", estos señores no sólo no las consideraron, sino que se las saltaron a la torera.

En París, los reporteros franceses se encuentran perfectamente agrupados. Cada año efectúan su balance de "experiencias" y asignan sus condecoraciones: la "naranja", para el personaje agradable, cortés; el "limón", para el hosco, el intolerante. Ostentar el "limón" significa tener "mala Prensa", entre la gente de Prensa. Y esto cuenta.

Aquí, en España, nos gana el individualismo. Cada reportero actúa por cuenta propia. Pero sería importante que, al estilo de nuestros colegas, hiciéramos agrupaciones y aplicásemos a estos "desagradables ejemplares" el mayor castigo: el del olvido.—"Pueblo", 28-X-61, 3.

07(0)

Incienso.—La crítica es una de las cuestiones de más delicado tratamiento, aunque sea el recurso más fácil para la gente. Hacer crítica no es lo mismo que criticar. Lo primero exige información, serenidad y desinterés; lo segundo ocurre casi siempre por problemas emocionales producidos por la decepción, la frivolidad, el resentimiento, el amor propio y hasta por esa disposición innata del hombre a la justicia. Criticar es todo un recurso de la conversación; es como un elemento de sociabilidad; pero hacer crítica desde un medio de información o de opinión, es otra cosa. La crítica en los espacios amplios, en las grandes ciudades o en la capital de un país, encuentra más tolerancia, acaso porque el poder está más repartido, mientras que en la ciudad pequeña el poder está asignado a menos personas, y la crítica constituye un impacto demasiado visible, y hasta escandaloso. En una pequeña ciudad se oyen las murmuraciones, se notan las cigüeñas, se escuchan las campanas, se siguen los desarreglos familiares.

Conviene tener esto en cuenta a la hora de ordenar la función crítica. Madrid cuenta con la crítica municipal más abierta, y a ninguno de sus alcaldes se le ocurrió nunca pedir la cabeza de un crítico. Entendieron que la crítica era un instrumento de colaboración, porque todo buen gobierno de una ciudad tiene que mostrarse agradecido por una crítica que le suministre información de deficiencias, reparo a gestiones desafortunadas y vigilancia a la actividad de todos aquellos obligados, por desinterés o por deber, a un servicio. La verdad es que Madrid tiene el numeroso poder de la capitalidad distribuido en muchos organismos, instituciones y personas, y la crítica suena menos, porque se distribuye entre muchos. El poder o la organización pública en una capital de provincia o en una ciudad pequeña está en media docena de personas, y hasta resulta tan íntimo, que tiene nombres propios a quienes todos conocen, con muchos alternan, y se hacen presentes en todas partes. Entonces, cuando aparece la crítica, resulta que estalla en don Fulano, y éste en seguida personaliza las cosas y estima que le han agredido. La crítica a las autoridades locales, que en Madrid suena bien y hasta lo agradecen, en provincias se traduce a veces en acuerdos corporativos contra el crítico en hacerle la pascua si se puede, y en no invitarle a la conmemoración, al homenaje o a la fiesta de turno. Lo que en Madrid son brisas de opinión, en las capitales de provincia constituyen tormentas en oposición. Todo parece que está en que por muy elevado que sea el rango político de una persona en Madrid, no se hace notar en el cine, en la calle, en los cócteles o en Galerías Preciados. Son muchos, y muy universales, los habitantes de Madrid, mientras que en una ciudad pequeña la investidura de poder, por modesto que sea, se nota en todas partes. La púrpura les acompaña. Es también conocido que la noción desmedida de poder conduce a la criatura humana a una reserva mayor respecto a la crítica de los demás. La contrapartida de esto es exigir a la función crítica rigor, honestidad, oportunidad y moderación. Cuando se produce todo esto, quedan sin validez los que consideran necesario para vivir una atmósfera de incienso.—"Pueblo", 10-XI-1961, 1.

07(0):253

La información, tarea esencial en nuestra sociedad.—Discurso del Papa a los corresponsales de prensa extranjera en Roma (25 octubre 1961; texto francés en "L'Osservatore Romano" del 26).—"Estimados señores: Estamos emocionados por los votos que vuestro dilecto presidente acaba de expresarnos en nombre de la Asociación de la Prensa Extranjera en Italia. Han pasado ya tres años desde nuestro primer encuentro, al día siguiente de nuestra elección, y cuando habéis manifestado el deseo de ser recibidos de nuevo por Nos, lo hemos acogido con agrado. La entrevista de esta tarde permitidnos que la consideración llana y familiar entre el que ha recibido de Dios la carga de conducir a sus hermanos por el camino de la verdad y una élite de los que le pueden proporcionar una ayuda muy preciosa en esta tarea: nos referimos a los responsables de la información y de la opinión pública.

INFORMAR, TAREA DE PRIMER ORDEN HOY

Vuestra profesión, cada uno en su puesto, es una de las situadas en primer plano en la sociedad moderna. Nadie puede despreocuparse de conocer más o menos lo que sucede en el mundo entero, y es a través de la Prensa por donde las noticias llegan al gran público; son los periodistas los que las recogen, las coordinan, las presentan y las comentan.

Podemos deciros que seguimos personalmente vuestro trabajo con el más vivo interés, y que, en el espacio de tiempo de que podemos disponer, nos ponemos en contacto con un gran número de periódicos y revistas. Así es como podemos notar —y lo hacemos siempre con una gran satisfacción— la importancia que se le da a la información religiosa. Permitid que os felicite. Estando en Roma estáis en situación privilegiada para informar a los órganos de Prensa, de los que sois corresponsales, sobre las diferentes manifestaciones de la vida de la Iglesia. Tenemos a bien deciros lo que apreciamos los esfuerzos realizados en este sentido por muchos de vosotros.

LA EXACTITUD EN LA INFORMACION RELIGIOSA

Pero hay maneras y maneras de tratar este género de informaciones, y sabemos que no es siempre fácil presentar al público de manera exacta, y con el respeto y discreción que se imponen, todo lo que se refiere a la religión. Sin querer herir a nadie, ciertamente, pero con afán de objetividad, manifestamos a los periodistas llegados en el momento del Cónclave, las fantasías que se habían permitido algunos de vuestros colegas comentando este gran acontecimiento.

Hoy tenemos el placer de decirlo, os tenemos que dirigir más que una censura un elogio. Nos parece percibir, en efecto, en algunos órganos de Prensa, en estos últimos años, la tendencia de un laudable deseo de precisión, dignidad, respeto, cuando abordan el terreno religioso. Se puede decir también que se ha hecho un esfuerzo aquí y allá para encontrar periodistas al corriente en cuestiones religiosas y sabiendo unir, en sus trabajos, la competencia al arte de la presentación. No podemos menos que alegrarnos y desear que este progreso se acentúe cada día más. Pues el talento, aunque sea muy grande, no reemplaza a la competencia; y son necesarios muchos conocimientos, unidos a un esfuerzo leal de comprensión, para hablar como conviene de asuntos religiosos. La Iglesia es una institución única en el mundo; divina y humana a la vez, con veinte siglos de existencia y, sin embargo, siempre joven, persigue incansablemente, a través de las actividades humanas, fines sobrenaturales que escapan fácilmente a observadores superficiales.

Pensamos especialmente en el próximo Concilio Ecuménico, sobre el cual es tan importante que el mundo esté informado, y con exactitud. En lo que a Nos concierne, hemos recientemente, como sabéis, sin duda, dado los primeros pasos para la creación de una Oficina de Prensa, que irá desarrollándose a continuación, cuyo objeto será informar a todos los corresponsales acreditados, con

noticias concretas sobre la preparación de este gran suceso y sobre su marcha. Con esto os queremos decir cuál es Nuestro interés en facilitaros vuestra tarea. Somos plenamente conscientes de los servicios que podrá suministrar la Prensa para hacer aparecer el Concilio en su verdadera luz, para hacerlo comprender y apreciar cómo debe ser por el gran público. Lo mismo que sería molesto, por el contrario, que faltos de información suficiente, o por falta de discreción o de objetividad, un acontecimiento religioso de esta importancia sea presentado de una manera que deforme su verdadero carácter y sus verdaderas perspectivas.

LA IGLESIA AL SERVICIO DE LA VERDAD

Y esto Nos conduce a concluir con un pensamiento que Nos es querido y que hemos expresado ya muchas veces en Nuestras alocuciones, lo mismo que en los documentos más solemnes de Nuestro Magisterio. Estamos y queremos estar ante todo al servicio de la verdad. Desead vosotros también estarlo, señores, de una manera especial; éste es el honor de vuestra profesión. No aceptéis nunca traicionar o ir en contra de esta verdad. Más vale el silencio lleno de dignidad y respeto que la difusión sin control de una noticia que se lanza imprudentemente al dominio público, y que se advierte en seguida falsa y deformada. El reagrupamiento de las buenas energías para servir más decididamente a la verdad, he ahí la "misteriosa consigna" que el Papa os quisiera dejar al final de esta entrevista familiar.

Trabajando por la verdad, trabajaréis también por la fraternidad humana. Pues es el error y la mentira lo que divide a los hombres; la verdad los une. Así, pues, escogiendo prudentemente y presentando objetivamente las noticias, evitando lo más posible todo lo que alimenta las pasiones o la polémica amarga y malévola, exaltando con preferencia los valores positivos, lo que es vida, generoso esfuerzo, deseo de perfeccionamiento, convergencias de esfuerzos hacia el bien común, favorece la unión, la concordia, la verdadera paz.

Deseamos que seáis ante todo buenos artesanos del gran ideal de la verdad y fraternidad humana, y pedimos a Dios que os ilumine y os guíe siempre en el cumplimiento de vuestra noble y bella tarea.—"Ecclesia", 4-XI-61, 7.

07(0):253

Postaudiencia a los corresponsales de Prensa (25 de octubre de 1961; texto italiano en "L'Osservatore Romano" del 26).—Después del discurso de Su Santidad, el presidente de la Asociación de Corresponsales de Prensa Extranjera le expresó profundo reconocimiento al Augusto Pontífice y le suplicó, si era posible, prolongara tan grata audiencia.

El Santo Padre accedió al deseo y añadió a lo que había dicho algunas reflexiones entre las cuales los recuerdos, el pleno conocimiento del periodismo, sus relaciones a la necesidad presente, brindaban nueva riqueza de luz y de magisterio.

El punto de partida se lo ofrecía el recuerdo relativo a la juventud, cuando al entonces seminarista Roncalli se le pidió un artículo destinado a un importante periódico. El gozo por este encargo fue muy grande, y ahora él comprende cuántos cuidados y preocupaciones requiere, y por ende, cuánta alegría causa un escrito destinado a muchos lectores. El periódico, en efecto, debe significar una difusión siempre más amplia de la verdad; esta misión la relacionó con los albores de la Iglesia, cuando, junto a la palabra y a los escritos del primer Papa, San Pedro, encontramos la admirable actividad de San Pablo (por muchos considerada como precursora y modelo de la profesión periodística), la cual tenía resonancia en el mundo entero, y que hoy, pasados veinte siglos, responde, en gran extensión de pueblos y convicciones, a los reclamos del gran apóstol.

Ahora, la tarea del Papa es más extensa. El ha recibido del Señor el mandato —que desea siempre cumplir con humildad, pero con fe sólida— de comunicar a toda alma inmortal la verdad; la verdad que hace libres, brilla y domina, brillando beneficia, portadora de gracias y prosperidad durable en todas las manifestaciones de la vida.

Es bello remontarse en el tiempo, más allá incluso del principio del Nuevo Testamento, acercándonos a la Ley divina dada por el Señor a Moisés en el monte Sinaí.

¡Los diez Mandamientos! Desde el primero, todos son una norma de justicia y rectitud. Recordarlos todos es naturalmente alimento de toda alma, que es preciso salvaguardar de tantas tristísimas cosas. Entre éstas está la falsedad, la mentira que Dios siempre prohíbe y rigurosamente condena: todos, por tanto, estemos siempre dispuestos a decir, difundir, servir a la verdad. El gran Alejandro Manzoni en un momento de su vida, en que aún no se puede afirmar su completo retorno al cristianismo, escribió, a este propósito, una frase digna de ser esculpida: "El santo ver pero no traicionar". Pues la verdad es cosa santa y necesita tratarse como deben ser tratados los santos, con el afán reverente y generoso, por el cual la comunicación de la verdad se sublima en un acto de caridad, de fraterno e incomparable amor.

El Papa está en la cima de esta tarea de propagación nefable; su primera obligación es presentar siempre la verdad.

De este gran tema —ser ecordará— él habló en el radiomensaje de Navidad de este año, invitando a todos los hombres a meditar en las enseñanzas del Hijo de Dios hecho hombre.

San Agustín, al dar un nombre al Verbo de Dios nacido en Belén, lo llama únicamente la Verdad, como Unigénito del Padre, resplandeciente en los tesoros de su naturaleza para iluminar a todo lo creado visible e invisible, material y espiritual, humano y suprahumano.

Por divina investidura la misión del Papa es universal. El, ciertamente, representa a la Iglesia. Naturalmente y también según lo da la experiencia de los siglos, él se reconoce una competencia que no está solamente limitada a aquellos que hacen profesión de fe cristiana y particularmente católica. A todos los hombres, en efecto, debe extenderse el afecto de su corazón para decir e indicar siempre, según el ejemplo del Divino Maestro, la verdad.

DURA VERDAD

Se cuenta en el Evangelio cómo Nuestro Señor Jesucristo, cuando se trataba de culpar el error, no omitía medios para hacerlo; cuando se trataba de sufrir, jamás se echaba atrás. El habló al fariseo y al publicano, difundiendo las infinitas riquezas de su corazón, la fuente misma de la caridad: sólo raramente encontraréis expresiones o actos de necesaria dudeza, pero siempre dirigidos a metas altísimas de misericordia. Además, abría la plenitud de su infinita bondad al sufrimiento humano, uniendo también sus lágrimas a las de las dolidas criaturas humanas.

Siguiendo el ejemplo del Redentor el Papa tiene los brazos abiertos a todo el mundo. Es obvio que él esté informado de todo cuanto sucede, pero esto en función de su alto cargo.

La jornada del Papa —y esto lo decía con intenso placer— está llena de plegaria.

Y él (suscitando en los oyentes profunda emoción y vivísimo interés), manifestaba esto a una clase de profesionales, cuya vida está acentuada por la actividad intensa y febril.

La santa misa y el breviario llevan consigo normas precisas a las que el Papa, como todos los sacerdotes, se atiene. Además, el Rosario, con sus quince misterios, que constituyen otros tantos episodios de la vida de Nuestra Señora Jesucristo y de su Madre: una gran oportunidad de meditación, de reconcentración del alma. El Rosario por esto —y el Sumo Pontífice lo ha repetido en un reciente documento—, no es solamente ejercicio de oración vocal, sino profunda y ágil meditación. Por ejemplo, en la recitación cotidiana del Rosario completo, en la primera parte, en la de los misterios gozosos, en el tercero, donde se recuerda el nacimiento del Salvador, el comienzo, pues, de los grandes acontecimientos por la Unión de la Divinidad con la humanidad, del Cielo con la Tierra, el Padre Santo recita las diez "Ave Marías" por todos los niños nacidos en las anteriores veinticuatro horas. Así es como en estos recién nacidos, encuéntrense donde se encuentren, flor y esperanza de la gran familia humana, está el pensamiento lleno de bendiciones y augurios de Aquel que representa, justamente por divino mandato, la unión de la humanidad con Dios.

Otras personas, de modo de vida diferente, también están igualmente en

el pensamiento del Papa, por ejemplo, en el segundo misterio aquellos que forman núcleos familiares; en el cuarto las diversas generaciones que salgan, dedicadas a Dios, para que asuman sus deberes de gran responsabilidad.

ROSARIO DE PERIODISTAS

¿Y el quinto misterio gozoso en que se contempla el encuentro de Cristo en el templo? Este está reservado por El especialmente a los periodistas (el auditorio manifestaba sentido agradecimiento) y a sus delicadas misiones. Releamos la bellísima página de San Lucas. María y José después de buscar tres días al niño de doce años, lo encuentra en medio de los doctores de la Antigua Ley "audientem illos et interrogantem eos". ¿No es la estampa de la profesión periodística, que consiste en escuchar y preguntar los acontecimientos humanos; y no puede óptimamente ascender a actividad sublime, a llegar a ser un efectivo apostolado, puesto que tal profesión se entiende como un concurso a la propagación de la verdad. Tenemos ejemplos que indican cómo este apostolado puede llegar hasta el sacrificio y hasta la inmólación de la vida.

Justamente en estos últimos días Su Santidad ha leído un bello libro; la biografía de Tito Brandsma, un culto e intrépido periodista holandés, nacido en 1881, y que unía a la actividad de publicista y profesor universitario la profesión de vida religiosa en la Orden del Carmelo. En el último conflicto mundial fue hecho prisionero por su actitud y disposiciones como consultor eclesiástico de la Prensa católica en Holanda; y murió el 26 de julio de 1942, en un campo de concentración, víctima de su caridad y de la constante defensa de la verdad. Más allá, pues, de los azares humanos, aun de las más dolorosas y crueles, queda la permanencia de Cristo en el mundo.

Pero todo esto, un ferviente augurio a los presentes y a sus actividades. Ciertamente, los periódicos hoy no son como los de hace años. Ni contienen pocas páginas; también es cosa ardua poder seguir las todas, tanta es la variedad no sólo de temas, sino de maneras de vivir y de actuar. Pero es siempre posible a través de los múltiples y vertiginosos trabajos de los hombres, recordar, difundir por todas partes la luz de Cristo, que es la verdad.

Se lee en la Historia Sagrada que en el encuentro entre el santo rey Ezequías y el gran profeta de Israel, Isaías, habiéndose éste atemorizado con las amenazas de graves y ruinosos acontecimientos, Ezequías respondió: "Buena es la palabra del Señor que me habéis referido, sólo me bastan la paz y la verdad para mis días".

Hacer honor a la verdad —concluía el Papa— significa preparar siempre para sí y para los demás días de bendición y de paz.—"Ecclesia", 4-XI-61, 9-10.

07(0):253

Apostolado indispensable.—Así ha calificado el Papa a la tarea periodística, en su discurso a los directores de semanarios de provincia de Francia. "En un mundo —dice Su Santidad— en que las modernas técnicas de difusión proporcionan a un número de hombres cada vez más considerable noticia de los acontecimientos de todos los órdenes que suceden en nuestro planeta, es importante que católicos competentes participen en esta tarea informativa."

Apostolado, por otra parte, de gran trascendencia y responsabilidad, pues se trata "del indudable poder de formar la opinión pública, cuya influencia es tan grande sobre la marcha de los acontecimientos". Opinión pública que tiene su base en la presentación de los hechos que al lector se ofrecen y tal como se le ofrecen, guiado muchas veces, sobre todo el menos formado, por la interpretación que el propio periodista o comentarista ha querido darles. Fase ésta en que puede anidar el peligro de una tendenciosa influencia sobre el pensamiento ajeno. Máxime cuando, a sabiendas, se han ocultado otros hechos concretos o aspectos interesantes de los narrados.

De ahí que el Papa abogue por una información lo más completa y exacta en todos los sectores: económico, político, social, cultural, de la actividad nacional e internacional, sin despreñar las noticias locales —añade—, "siempre tan interesantes por ser las más próximas a la vida de cada uno". Detalle este último en que conviene reparar, pues no es infrecuente que los profesionales del periodismo hurten o minimicen en sus publicaciones esas informaciones de sabor local por estimarlas intrascendentes.

Formar informando, al servicio de la verdad, es la expresión que condensa el pensamiento pontificio y que, efectivamente, define la excelsa misión del periodista. Lo que supone una obligada jerarquización de valores a la hora de enjuiciar hechos, acontecimientos, posturas, criterios propios y ajenos. Y que, a su vez, exige un delicado respeto a la opinión de los demás cuando aquélla no atenta contra los principios universalmente válidos, y por ello mismo intangibles, al dogma o a la moral en los aspectos hurtados a la libre discusión de los hombres.

El Papa ha querido insistir especialmente en una elemental razón de respeto, comprensión y colaboración entre los periodistas que militan en el campo católico de la información. Parecería que la advertencia fuera superflua, pero es lo cierto —y lo corrobora la insistencia de Su Santidad—, que no siempre entre los propios informadores católicos reina la fraternidad, comprensión, caridad y atención que recíprocamente se deben ellos y las publicaciones que, con medios diferentes, concurren a un mismo fin: ser, por medio de la Prensa católica activa, buenos artesanos del reino de Dios.

Por ello el Pontífice invita de nuevo a buscar y experimentar “los beneficios del trabajo fraterno, de la colaboración franca y abierta y de la ayuda mutua”, sin perjuicio de que cada publicación conserve sus propios caracteres y guarde sus orientaciones particulares, “aportando así su nota original en esta gran sinfonía” de la Prensa católica.—“Ecclesia”, 4-XI-61, 4.

07(0):253

Su Santidad a los dirigentes de la Prensa periódica francesa: Formar informando al servicio de la verdad.—El Augusto Pontífice ha recibido en audiencia especial a los dirigentes de la Asociación Nacional Francesa de Periódicos Católicos de Provincias.

El presidente de la Asociación, Alberto Garrigues, renovó al Sumo Pontífice la filial devoción de todos los presentes.

Su Santidad, al acoger el cálido homenaje, dirigió a la representación el siguiente discurso:

“Queridos hijos:

Hace quince años, la primera visita de los dirigentes de la jovencísima “Asociación Nacional de Periódicos Católicos de Provincias” fue para el nuncio apostólico en París, y, más tarde, el patriarca de Venecia continuó manifestando la misma cordialidad a vuestras personas y a vuestras publicaciones. Esto os lo decimos para manifestaros con qué alegría el Padre Común os acoge hoy en Su casa como hijos muy queridos, cuyas actividades sigue desde hace mucho tiempo con una viva simpatía y que trata de animar de todo corazón en su trabajo de periodistas católicos.

Vuestra tarea —no estaréis nunca excesivamente convencidos de ello— es un apostolado indispensable. En un mundo en el que las modernas técnicas de difusión llevan a un número de personas cada vez más considerable el conocimiento de los acontecimientos de todo orden que se desarrollan en nuestro planeta, es necesario que católicos competentes participen en este esfuerzo de información. Lo que se arriesga es grave, en efecto, porque se trata del temible poder de formar la opinión pública, cuya influencia sobre la marcha de los acontecimientos es tan grande. Pues ¿cómo pueden los lectores juzgar los hechos que se les cuentan sino basándose en el relato que se les hace y muy a menudo en la interpretación que se les da y que, por sí misma, excita a la afrotación o despierta la reserva? Y ¿cómo podrían conocer los hechos que se les presentan camuflados o insuficientemente contados?

Es aquí, queridos hijos, donde se sitúa vuestro apostolado al servicio de la verdad y al servicio de la Iglesia. Informar ampliamente sobre todos los sectores, económico, político, social, científico, cultural, de la actividad nacional e internacional sin descuidar las noticias locales, siempre tan interesantes porque están más cerca de la vida de cada uno. Pero también, formar informando, según la jerarquía de los valores que sabéis respetar, otorgando el lugar que les corresponde a los distintos hechos en relación con los acontecimientos importantes de la comunidad y cristiana. Ser, en fin, testigos activos de la vida de la Iglesia, convirtiéndolos en el reflejo de su vitalidad y el eco de las directrices pontificias y episcopales, completando así las indicaciones a veces parciales y sumarias de la Prensa de información.

Tal debe ser vuestra constante preocupación. Y es para Nos una gran esperanza saberlos en esta tarea.

Y es por esto, queridos hijos, por lo que Nos bendecimos de todo corazón vuestro apostolado, lo animamos muy vivamente y deseamos que todos los católicos comprendan su importancia y os proporcionen, con su simpatía activa, medios cada vez más adecuados para ejercerlo mejor.

Por último, una palabra, queridos hijos, con motivo del quinceavo aniversario de la fundación de vuestra Asociación. Durante los pasados años habéis podido experimentar los beneficios del trabajo fraterno, de la colaboración franca y abierta y de la ayuda mutua. No os animaremos nunca lo suficiente a proseguir por este camino y a desarrollar este esfuerzo. Es legítimo, e incluso indispensable, que en el seno de la Prensa católica cada publicación conserve sus caracteres propios y guarde sus orientaciones particulares, aportando así su nota original en esta gran sinfonía. También conviene que cada cual respete la opinión de los demás en la medida en que esté de acuerdo con el pensamiento de la Iglesia. Sobre todo es necesario que todos sepan conservar la preocupación constante del bien común de la sociedad humana y cristiana.

Sabed ser, pues, siempre fraternales, comprensivos, caritativos y socorredores para las demás publicaciones católicas que, con diferentes medios, tienden al mismo fin: ser, mediante una activa Prensa católica, buenos artífices del Reino de Dios. Es éste Nuestro más caro deseo y rogamos al Señor que os ayude a realizarlo.

Con esta esperanza, invocamos de todo corazón, dilectos hijos, sobre vosotros, sobre vuestras familias, y sobre todos los redactores y lectores de los semanarios católicos de provincias que dirigís, la abundancia de las divinas gracias, en prenda de las cuales os concedemos Nuestra paternal Bendición Apostólica."

Después de la Bendición Apostólica el Santo Padre habló afablemente con el señor Garrigues, con el vicepresidente, Luis Jacumes, y con los otros pertenecientes a la delegación, renovando a todos sus amables deseos y paternales exhortaciones a su apostolado.—"L'Osservatore Romano", 21-X-61, 1.—A.

PRENSA Y DERECHO DE INFORMACION

07(0):342.3

González Hoyos, Manuel.—**El deber del silencio.**—En el interesante temario del XV Curso de Periodismo que, de la sabia mano de don Fernando Martín-Sánchez Juliá, tan brillantemente ha desarrollado sus actividades en la Universidad Internacional "Menéndez Pelayo", de Santander, figuraba un apartado de trascendencia suma. Es el que hacía referencia a las repercusiones de la información en la vida privada, punto en el que tan graves tropiezos han tenido plumas alocadas, o mal intencionadas, o apasionadamente pervertidas. El periodismo llamado de escándalo es deporte, con frecuencia ejercido en algunos países por buscar en lo sensacional y en lo morboso el picadillo que atrae a ciertos lectores, la salsa burda en que se refocila la malsana curiosidad de muchas gentes.

El profesor don José María Sánchez de Muniain tuvo a su cargo la exposición de doctrinal correspondiente sobre el tema, y supo esgrimir poderosas razones para cohonestar la misión del informador con el respeto que deben merecer a todos no sólo el ámbito sagrado del hogar, sino la intimidad intangible de las personas, en cuya conciencia a nadie es lícito entrar por allanamiento, y menos de la mano del escándalo. Una barrera de auténtico respeto se interpone entre la bullanga callejera y el recogimiento individual; entre la noticia que a nadie agravia y la que airea lo que por justicia y caridad debe ser inaccesible para la veledad de los hombres.

La difamación y la calumnia constituyen cuerpo de delito reconocido en todos los Códigos; y a ambos extremos se puede llegar cuando el informador estima lícito cualquier camino para su tarea; y cuando, al impulso de lo noticiable, espiga en todo lo que se agita en torno a la noticia, aunque se ensañe en el dolor o en la llaga viva. Y no es que se deba faltar a la verdad en semejantes casos, sino que es preciso detenerse en donde la verdad divulgada empieza a ser ataque a la fama ajena.

Corresponde al periodista informar "de", y en ocasiones "con" la vehemencia que la licitud de su apostolado le permite como cuando trata de mover las voluntades hacia el bien, de enaltecer altos ideales cuya defensa asume, de traducir la frivolidad pasajera de la noticia en un pragmatismo de urgencia y ne-

cesidad. En su ingenio, habilidad y honradez puede hallar el escritor de periódicos el arte de descubrir ese caudal de poesía y de ternura humana que se abre de improviso cuando se acerca uno a la vida fascinadora de muchos personajes célebres.

Lícito será siempre, en la medida que la prudencia impone, dar a conocer a las multitudes el perfil desconocido de esos hombres extraordinarios, cuyo reflejo en la vida pública suele ser, en ocasiones, tan decisivo. Siempre interesa a los pueblos las menudencias de la vida de los personajes que la fama ha popularizado por su talento, por sus virtudes o por su significación cualquiera de sus dotes especiales que les otorgan un extraordinario relieve social. Las entrevistas, las semblanzas, los apuntes biográficos, la pormenorización de la originalidad o sencillez de sus costumbres, el divulgar lo que el renombre oculta tras la dorada apariencia de la celebridad, ocasiones son en que el informador puede dar vado libre a sus inquietudes, siempre que su actividad no se convierta en osadía, y cuando los apuntamientos que trate no rocen lo que es privativo del santuario de los hogares y de la intimidad absoluta del individuo.

La información al filo de la difamación es flaqueza en que no cabe incurrir un periodista honrado. Porque su arte no se cifra en el alboroto, ni en la sensación causada con sus noticias, sino en la mesura y circunspección con que informa, en el discernimiento de lo que le permite su deber de informar y de lo que le prohíbe el derecho de los demás a ser respetados. Porque hay veces en que el deber callar es más grave que el derecho de decir lo que la verdad pregonaba. Pues la ufanía del que alcanza el éxito allanando la paz y el buen nombre de otros, se parece a la vanagloria del que logra una fortuna utilizando la ganzúa para abrir las arcas del tesoro ajeno.—“El Correo de Andalucía”, 18-X-61, 9.

07(0):342.3

H. St.—**Libertad y responsabilidad de la Prensa.**—Lección inaugural de M. Paul Ladame.—La Universidad de Ginebra ha encargado a M. Ladame dar un curso de metodología de la información. Se ha creado así una nueva cátedra en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales. Después de haber sido presentado por el profesor Terrier, decano de esta Facultad, M. Paul Ladame ha abordado el tema de su curso inaugural, titulado “Libertad y responsabilidad de la Prensa”.

Exposición dinámica, vivaz por la agudeza de las palabras y de la presentación de los hechos, que mostraba cómo ha emergido la noción de libertad lentamente desde la invención de Gutenberg, después de miles de siglos de oscurantismo. Según su exposición, “el hombre, al inventar los caracteres móviles, iba al fin a poder buscar la verdad, y la verdad a hacerle libre, como anunciaba el Evangelio”.

M. Ladame trazó los episodios y las peripecias del nacimiento de la libertad de la Prensa, cuya historia está señalada por jalones que llevan los nombres de Milton; con la abolición del “Licensing Act”, en 1695, de Jefferson, y de las enmiendas del “Bill of Rights”, que iban a garantizar los derechos de la información; Mirabeau, Jules Ferry, etc.

“La libertad, nacida apenas hace tres siglos, progresa desde entonces a un ritmo resuelto, mientras que la tiranía retrocede proporcionalmente y sólo mantiene sus posiciones por el terror.” Sigue una serie de cifras elocuentes: “En estos tres siglos, la población del mundo ha pasado de 500 a 3.000 millones de seres humanos: se ha multiplicado por seis. Pero, durante el mismo período, el área de la libertad ha pasado de 0,6 por 100 a 33 por 100, de 3 a 1.000 millones de seres humanos: se ha multiplicado por más de treinta.”

Abordando después los principios de la información, M. Paul Ladame subraya ciertas paradojas: “Cuanto más dinero quiera ganar un órgano de información, más bajo debe apuntar, y cuanto más bajos sean sus puntos de mira, más lectores tendrá y, por consiguiente, más publicidad.” Y da una receta de aplicación universal: “La fórmula está hoy sofisticada: un cuarto de espanto (la bomba atómica y sus secuelas); un cuarto de sexo (Brigitte Bardot en sabía “deshabillé”); un cuarto de escándalo (un crimen crapuloso en una buena familia); un cuarto de actualidad nacionalista (discurso del jefe del Estado o desfile militar); todo sazonado con un chorrito de agua de rosas (amores entre un plebeyo y una testa coronada) y de tres gotas de virtud, de religión y de moral. Removed bien y servidlo caliente.”

Pero si la responsabilidad de la Prensa es grande, la del lector o del oyente lo es también: son libres de reclamar, de escribir y de protestar contra el embrutecimiento general.

No hay que olvidar que el mejor remedio contra el peligro número uno de la Prensa, que es la propaganda, es conocer su técnica. Esta es la finalidad de este curso de metodología de la información.

Exposición inaugural que augura un curso realmente necesario, tanto para la formación cívica como al espíritu crítico de los futuros ciudadanos. A lo sumo sería de desear un pensamiento menos contrastado, más matizado. En efecto, la tesis del oscurantismo de los siglos pasados está muy en desuso. Y si ya nadie debería ignorar que los caracteres móviles no fueron inventados por el bueno de Gutenberg, sino por los chinos varios siglos antes, es ir un poco rápido en la tarea saltar sin decir ni una sola palabra por encima de la invención de la escritura, lo que es incluso más importante, como medio de información, que todas las técnicas de difusión que han seguido a ella. No hay que olvidar que el mundo romano ha conocido por los "scriptoria" una difusión relativamente amplia de sus documentos escritos. Y las lamentaciones de un Cicerón demuestran que la libertad de expresión por medio de los escritos era ya un ideal que lograr.

Es verdad que la visión de M. Ladame es optimista: nuestra historia camina sin cesar hacia el progreso. Pero de ello no se puede deducir de golpe que lo hemos inventado todo: si la muerte de Sócrates produjo escándalo en su época —¿nos hubiese llegado si no su eco?—, es natural que molestase a la opinión de algunos para los que la libertad de Prensa era vital. Su expresión en las plazas públicas y las ágoras, desde lo alto de la tribuna de los oradores, tenía asegurada una difusión válida en el seno de la ciudad. Nuestra palabra "tribuna", ¿no se remonta a ese origen oral de la información?—"La Tribune de Genève", 265, 11/12-XI-61, 5.—A.

PRENSA EXTRANJERA

07(0)

Chantemps, Camilo.—**La Prensa soviética.**—Lo primero que llama la atención cuando se habla de los periódicos soviéticos es que son mucho menos numerosos que los de los países libres. A excepción de "Pravda" e "Izvestia", órganos, respectivamente, del Partido Comunista y del Gobierno, no hay más que periódicos especializados, como "Konsomolskaya Pravda", que representa a la juventud comunista, y "Trud", que pasa por expresar la opinión de los obreros. Hay que advertir que este órgano de las organizaciones obreras estén o no afiliadas al Partido y sometidas a su dirección, no disfruta de menor libertad. Se publican también algunas revistas literarias o científicas. En rigor, los rusos están limitados a leer uno de los dos grandes diarios "Pravda" o "Izvestia" para saber lo que pasa en el mundo. Ahora bien, esos diarios, cuyo texto está sometido al Partido o al Gobierno, no son libres.

Existe en Nueva York un Instituto de Prensa Internacional que publica mensualmente un boletín. En ese boletín, un especialista de Prensa rusa, Mr. Leo, que se limita a leer diariamente "Pravda" e "Izvestia", publicó un análisis que no deja de ser interesante. Divulga un cierto número de noticias importantes de las cuales los rusos no encontraron vestigios en sus periódicos. El Partido Comunista y el Gobierno soviético, de los que, como se sabe, es jefe la misma persona, Kruschev, no se preocupan de la opinión pública, tanto de los rusos como la de los países extranjeros. Según Mr. Leo —y no hay razón para poner en duda sus declaraciones— los rusos ignoran todavía, y tal vez no lo lleguen nunca a saber, que dos millones de alemanes del Este no dudarían en dejar su país, abandonando sus bienes y a sus parientes y amigos, para buscar refugio en Occidente, donde tienen la certeza de vivir libres. Los rusos tampoco saben que ese éxodo en masa fue el verdadero motivo de las medidas tomadas por los soviéticos para retener a los alemanes del Este en su prisión. Están persuadidos de que, después de la construcción el 13 de agosto del muro "K", de lo que además sólo tuvieron conocimiento por una breve nota del "Izvestia" a mediados de septiembre, nadie ha pensado nunca en rechazar con peligro de su vida la tiranía comunista.

Nadie les ha dicho tampoco que el muro separaba familias, de las cuales

ciertos miembros no habitaban en el mismo sector. Les hicieron creer que los miembros de esas familias podían circular libremente entre los dos sectores.

Igualmente, nada han sabido de los numerosos incidentes, durante los cuales la Policía de Alemania oriental hizo uso de lanzallamas y de bombas lacrimógenas.

Los periódicos rusos no dijeron que las tropas soviéticas estaban en pie de guerra, prontas a intervenir a la primer llamada de los comunistas alemanes, ni que el mariscal Koniev, el hombre que mandó el ejército ruso durante la guerra, había sido enviado a Alemania oriental para asumir provisionalmente el mando en caso de conflicto con las potencias aliadas.

Finalmente, los lectores soviéticos ignoraron las numerosas manifestaciones de protesta que se organizaron en Berlín Oeste, o se les describieron como "las habituales aglomeraciones de provocadores".

El público soviético no fue informado, si no muy tarde, de la reanudación de las pruebas nucleares ni del número alarmante de esas pruebas. Sólo cuando Kruschev quiso rechazar la propuesta occidental de un tratado de prohibición de las pruebas nucleares en la atmósfera cuando finalmente se resolvieron a hablar de ellas, porque representaban parte de la campaña de intimidación que debía tener su epílogo en la explosión de la bomba de 50 megatones el 31 de octubre (y a la cual Kruschev se refería en otros tiempos como un crimen contra la Humanidad), a despecho de las protestas unánimes de los pueblos e incluso de una resolución formal de las Naciones Unidas. Para justificarse, el jefe ruso pretende, contra toda verdad, que se vio obligado a ello por los "preparativos militares agresivos" de las potencias occidentales, cuando todo el mundo puede comprobar que fue él quien inició la crisis, atropellando los derechos de Occidente en Berlín, según los dos tratados firmados por él después de la guerra.

En cuanto a las noticias que no es posible ocultar totalmente, como las del conflicto de Berlín, Kruschev no deja pasar en su Prensa más que sus respuestas, casi siempre tendenciosas, a las notas de los otros Gobiernos. Las notas de esos Gobiernos aparecen, por regla general, muy resumidas, impresas en caracteres minúsculos y colocadas después de sus respuestas para que resulten incomprensibles. No admira, en estas condiciones, que se vea apoyado por la opinión pública de su país.

Cuando el Japón dirigió una nota de protesta a los Gobiernos de Estados Unidos y Rusia contra la reanudación de las pruebas nucleares, la primera nota fue publicada íntegra por la Prensa soviética, pero la segunda quedó en el olvido.

Así, la Prensa soviética está completamente al servicio del Partido Comunista. No tiene libertad alguna. Tal vez sea cómodo gobernar así y manipular con la opinión pública a gusto.

Désenos, sin embargo, permiso de preferir otros métodos de gobierno más conformes con los principios de los pueblos civilizados. Evidentemente, la total libertad de Prensa tiene sus inconvenientes, y algunos países han adoptado sensatas medidas para evitar que la libertad degenera en libertinaje. Pero ninguno fue tan lejos como la Rusia soviética en la cínica manipulación de la opinión pública.—"Diario de Noticias", 5-XI-61, 1 y 6.—A.

07(0)

Royo, Rodrigo.—**Periodismo en gran escala.**—Querido lector: Dos noticias de esta semana han llamado poderosamente mi atención profesional. Aunque se trata de cuestiones técnicas del periodismo, espero que no le resulten a usted anodinas, sobre todo porque se pueden deducir de ellas consecuencias políticas de interés muy general.

Una de las noticias se refiere al diario "The New York Times", que anuncia la inauguración, para finales de 1962, de su tercera edición simultánea, ubicada en Los Angeles, con el nombre de "Edición del Pacífico". Por medio de sus telélinotipias, el "New York Times", que ya tiene dos ediciones simultáneas—una "doméstica", que aparece en Nueva York, y otra "internacional", que sale al mismo tiempo en París—, apretará la tecla de sus linotipias en su taller neoyorquino y producirá a la vez que su propio lingote allí, otro exactamente igual en París y otro en Los Angeles. Es un alarde de la técnica y la organización que puede exhibir con legítimo orgullo un periódico cuya capacidad profesional es sólo comparable a la animadversión que siente por España.

La otra noticia se refiere a la revista "Time", que no guarda más relación con el diario "New York Times" que la similitud en el nombre, aparte de ser, en el campo de los semanarios, algo así como el equivalente, por la pericia y lujo de medios, del diario aludido. El semanario "Time" lanza actualmente cinco ediciones simultáneas, dos en Estados Unidos, otra en Hispanoamérica, otra en el Extremo Oriente y otra en Europa. Su circulación ha pasado de los tres millones de ejemplares, contra unos setecientos mil que tira el "New York Times".

Y ahora vamos a la segunda noticia: en su edición del 3 de noviembre dice la revista que sus páginas en color, no más de ocho, aparte de las cuatro de cubierta en cada número, le cuestan ochocientos cincuenta mil dólares al año. A lo largo de este año, dice, llevamos ya publicadas 134 páginas en color. Pero ochocientos cincuenta mil dólares son cincuenta y un millones de pesetas, y la revista "Time" pone en circulación 52 números al año. Es decir, que sólo para producir su ocho páginas en color la revista gasta casi un millón de pesetas, sin incluir aquí, naturalmente, los costos de impresión y papel. Sólo en la realización fotográfica de sus páginas en color para un número, "Time" gasta el doble de lo que vale una edición entera de "SP", incluida la redacción, gastos generales, imprenta y papel. Dicho en otra forma, "Time" se gasta solamente en fotografías en color diez veces más que lo que cuesta hacer la revista "SP", todo comprendido, durante todo el año.

Yo creo que este lujo de medios económicos es una exageración. Que un periódico opere con telelnotipias, manteniendo una señal electrónica que enlaza su taller neoyorquino con París, por un lado, y Los Angeles, por otro, al costo de una gran cantidad de pesetas por letra; o que una revista se gaste cincuenta y un millones de pesetas al año en hacer fotos en "Ektachrome", me parece una gran exorbitancia. Porque usted puede coger un ejemplar de esta paupérrima "SP" y ponerlo al lado de un ejemplar de la muchimillonaria "Time" y comprobar que la diferencia no es tan grande. Lo cual quiere decir, en primera instancia, que nosotros somos muy listos, porque somos capaces de hacer con cuatro cuartos lo que los americanos sólo consiguen con millones y millones de pesetas.

Sin embargo, analizado el problema con más perspectiva, llegamos a la conclusión de que no somos tan listos. Los americanos son unos genios en materia de propaganda. Nosotros vivimos todavía apegados al prehistórico lema de que el buen paño en el arca se vende. En Estados Unidos existen negocios cuyo montaje económico destina cien para publicidad y diez para gastos de fabricación, generales, etc. Yo, que ando metido en negocios periodísticos, le puedo hacer a usted la confidencia de que cuando se le menciona a un financiero español la cifra de un millón de pesetas para un asunto de inversión periodística, se lleva un gran susto y pone el grito en el cielo. Pero, señor, un millón de pesetas es el dinero que se gasta la revista "Time" en hacer ocho fotografías en color.

Todo esto puede parecer una locura, pero yo tengo mis razones para creer que no le falta lógica. Porque utilizando ahora dimensiones nacionales e históricas, no es un gran país lo que produce un gran periodismo, sino al contrario: es un gran periodismo, una gran propaganda —en el buen sentido de la palabra—, un gran sistema de relación, comunicación e información, lo que produce a la postre, a un gran país. Los profanos podrán argüir que yo estoy arrimando el ascua a mi sardina, pero cualquiera que haya alcanzado un cierto grado dentro de la profesión militar estará de acuerdo en que un ingrediente básico en la eficacia de los ejércitos es la buena información. No digo que la información sea todo, pero sí que es fundamental, lo mismo en el terreno militar que en el desarrollo económico-social de una sociedad política. En el principio fue el verbo, que es idea, proselitismo, conocimiento, información.

Si no al tamaño mastodóntico de las publicaciones americanas, España debe situar su periodismo a nivel no sólo de sus realidades, sino de sus ambiciones. Un periodismo en gran escala irá abriendo el cauce de un futuro cada día más realizado y más prometedor. Comparativamente hablando (ya se ha visto con las elocuentes cifras dadas al principio), el periodismo español es un poco de risa. Y no es del todo risible gracias a que los periodistas somos listísimos y hacemos con medios de artesanía medieval productos que parecen de gran industria moderna y en serie.

Le saluda afectuosamente, su buen amigo, Rodrigo Royo.—"SP", 15-XI-61, 9-10.

Sussens, Aubrey.—**La Prensa inglesa ante el "Apartheid".**—Tal vez el hecho más notable en la política sudafricana es que la Prensa, durante los últimos trece años de Gobierno nacionalista, ha permanecido tan libre, en lo fundamental, como en Inglaterra o Norteamérica.

La Prensa redactada en inglés forma un cuerpo político de oposición como pocos Gobiernos tienen ante sí.

El autor evoca un suceso: el intento de asesinato del jefe de Gobierno, doctor Verivoerd, en el verano de 1960. Pocos días antes el diario de la mañana de mayor circulación en inglés, el "Rand Daily Mail", había publicado un editorial titulado, a toda plana, "Verivoerd debe marcharse". La Prensa "afrikaans" expuso su creencia de que el autor del atentado había obrado influido por la Prensa inglesa. Y el Parlamento, los miembros del partido gubernamental la atacan con frecuencia y duramente. Incluso es raro que un ministro o un político notable del partido nacionalista pronuncie un discurso sin censurarla.

Estima el autor que es muy difícil escribir con objetividad en los periódicos de Sudafrica por los hechos aludidos, ya se trate de una publicación redactada en "afrikaans" o en inglés.

Aunque el 60 por 100 de la población blanca de Sudafrica conoce el idioma "afrikaans", el 50 por 100 de los periódicos que circulan están escritos en inglés. Estos periódicos que son, en el fondo, conservadores y que representan grandes intereses económicos, se han hecho por un proceso casi inconsciente de evolución, cada vez más literales, en la cuestión de los habitantes de color.

Su discrepancia fundamental en el Gobierno radica en el hecho de que consideran el "apartheid" es una política injusta, lo mismo en el aspecto físico y económico que en el político. Y en lo que hacen resaltar así, con casos individuales, presentados en forma dramática ante sus lectores.

El Gobierno logra sus aspiraciones, de modo legal, mediante el Parlamento. Pero como se da el caso de que existen en Sudafrica muy pocos corresponsales extranjeros, el lector interesado en este problema conoce sólo la versión de los hechos por la Prensa inglesa en Sudafrica. Y una parte de los "afrikaners", precisamente los más jóvenes, están dispuestos a luchar contra la Prensa escrita en lengua británica para que su raza sobreviva en el Poder.

En cuanto a las publicaciones periódicas en "afrikaans", han envidiado siempre las enormes ediciones de los diarios ingleses de la nación. Sus campañas contra éstos son permanentes; lo más ordinario es que pretendan demostrar que son algo ajeno al modo de vida "afrikaans".

Una excepción notable se ha observado: "Die Burger", que fue un tiempo órgano del partido nacionalista, ya no obedece a su línea de conducta y ha actuado valientemente durante el pasado año, conservando a su público de lectores y es posible que contribuya a salvar a la Prensa inglesa. También existen en el Partido nacionalista muchos hombres que tienden a romper con la estrecha ideología de su política, en lo que se refiere al "Apartheid".—"Niemans Reports", Cambridge (Mass.), vol. XV, núm. 4, october 1961, 8-9.—J.

Echevarría, Adolfo.—**El virus de la Prensa ataca a los millonarios norteamericanos.**—Ahora que la competencia mutua y la de la televisión ha situado a la mayoría de las grandes revistas norteamericanas en una posición económica muy poco confortable, a los millonarios de este país les ha atacado el virus de la Prensa, lanzándose a la financiación de nuevas publicaciones, aventura cuyo éxito se cifra en el factor especialidad y en el hecho de que la educación, los ingresos y el tiempo de distracción aumentan en este país.

No obstante las cifras enormes de circulación que esgrime la mayoría de las revistas norteamericanas, algunas hinchadas artificialmente para efectos de atracción del anunciante, dos de cada cinco operan con déficit y, según la estadística de la Magazine Publishers Association, los beneficios netos de treinta y cinco de ellas se redujeron el año pasado al 1,7 por 100 del ingreso bruto, contra el 4,3 por 100 en 1950.

Siguiendo la suerte aciaga de otras, la popular revista "Coronet" terminó su vida este mes, y "American Gun", el pasado verano. El diario "Washington Post" compró recientemente el paquete mayoritario de acciones del semanario "Newsweek"; "Time", "McCall" y otras buscan ingresos adicionales en la edición de libros: las publicaciones dedicadas a la mujer luchan por la supervivencia,

que saben lograrán destruyendo al adversario, y hasta "Life" y "Saturday Evening Post" se ven obligadas a renovar el contenido para poder mantener su prestigio universal.

NUEVAS REVISTAS

No obstante esta gris perspectiva, aquí no recuerdan un período tan prolífico en nuevas publicaciones como éste, atribuido, en parte, a la querencia del americano que ha conquistado la fortuna hacia el otro poder, el cuarto, y, en parte también, al éxito reciente de "Show", revista mensual de un dólar dedicada al teatro en general —patrocinada por el heredero de la fortuna Atlantic-Pacific, la enorme cadena nacional de tiendas de colmados o ultramarinos—, que ha venido a redescubrir el filón de las publicaciones especializadas.

Así han nacido también ahora "Show Business Illustrated", estilo de la anterior, aunque más popular y con mayor énfasis en la fotografía; "Bravo", especial para los aficionados a los conciertos musicales; "Campus Illustrated", dedicada a los estudiantes universitarios; "Automobile Quartely", y otras.

Pronto aparecerán "Fair Sex" ("Bello Sexo"), "revista para la mujer inteligente y altamente educada", según reza su lema; "FM-Stereo Guide", orientada hacia los radioescuchas de música selecta; "USA-1", mensual, de un dólar también, que se dedicará al lector interesado en el aspecto confidencial de las noticias trascendentales, y "Nevadarrama", publicada por una Asociación de agencias de turismo interesada en popularizar los pueblos "timbas" y los otros, los en un tiempo poblados por tribus de indios en Nevada.

Hace unos días se celebró en el Club Nacional de Prensa, aquí en Washington, el bautizo del periódico quincenal "World" ("Mundo"), que, según explicó su director, Ralph de Toledano, popular escritor anticomunista que perteneció al equipo de "Time", tratará de ofrecer al lector interesado en política internacional la noticia dentro de la noticia, es decir, el análisis que no llega a calar la Prensa diaria. "World" es por ahora quincenal, y en su primer número publicaba un comentario sobre las relaciones hispano-francesas con motivo de la detención de "El Campesino" por la Policía del país vecino.

ESTAF A

"World" está financiada por un auténtico millonario del Sur, y decimos auténtico porque "Fair Sex" se encontró en una situación embarazosa desde que en marzo pasado un supuesto minero capitalista de Arizona se comprometió a invertir 300.000 dólares en la aventura. Todo iba viento en popa, porque, además, el minero en cuestión se presentó en Nueva York para tratar del negocio directamente con los organizadores y resultó ser un tipo de película: alto, delgado, moreno, una especie de Gary Cooper joven, impresionante. Allí fue, naturalmente, muy obsequiado y celebrado.

Aconteció, sin embargo, que el cheque de 100.000 dólares correspondiente a la primera entrega, que venció en junio, no acababa de llegar, y los Bancos de Arizona desconocían al minero "millonario" del cuento.

Practicada la investigación debida, éste resultó ser un modesto jardinero de Phoenix que quiso aprovechar la oportunidad de pasar unos días felices en Nueva York. Así logró convertir en realidad un sueño de toda su vida.—"Informaciones", 1-XI-61, 5.

071
Del primero al último puesto.—El desaparecido William Randolph Hearts fundó, contra el estilo habitual del periodismo en los Estados Unidos, el "American Weekly", contribución especial a las lecturas del sábado. Se trataba de un suplemento agregado como un parásito a las ediciones dominicales de los periódicos de Hearts y suministraba lo que sus detractores llamaban "las tres C" (crimen, concupiscencia y corrupción). El "Weekly" obtuvo un notable éxito económico. Cuando su fundador murió, en 1951, contaba con una tirada de casi diez millones de ejemplares y daba dinero. Pero últimamente los hombres de negocios que gobiernan lo que queda de los dominios de Hearst, estaban tratando de atraer a

los clientes del "Weckly", a diestro y siniestro, en un desesperado esfuerzo, para mantener a flote el suplemento.

Desde el mes de enero, el "Weckly" ha sido suprimido en las ediciones dominicales de cinco ciudades. Pronto desaparecerá de veintiuna otras más, de modo deliberado, y esto reducirá su tirada de 8.544.535 ejemplares, a cuatro millones. Cuando esto ocurra, el "Weckly" sobrevivirá únicamente en el diario de Chicago "American", y en nueve periódicos más de la cadena de "dominicales" de Hearst, que seguirán admitiendo el suplemento porque no tienen más remedio que hacerlo. Al haber dejado de ser el primero en su campo, el suplemento de Hearst se quedará en los últimos puestos de este género de publicaciones.

Pero el primero o el último, el "Weckly" ha marcado una huella indeleble en el ambiente del periodismo. Fue creado en 1896 como "magazine" dominical del "New York Journal" y para ser empleado como arma en el duelo a muerte entre el "Journal" de Hearts y el "World" de Pulitzer. También éste esgrimió un suplemento dominical—"Sunday Magazine"—, pero tuvo que luchar sin la ayuda del imaginativo director de su periódico del domingo, Morrill Goddard. Se lo había arrebatado Hearst aquel año, con la Redacción en pleno de la edición dominical del "World".

Goddard dirigía el suplemento de Hearst, según su convicción de que el gusto de los lectores no difería mucho del nivel del hombre prehistórico. Y preguntándose a sí mismo lo que un literato de Neanderthal hubiera preferido, Goddard se contestaba cada domingo con artículos sobre dos temas: el sexual y el pseudo-científico.

Hearst tenía más afecto al "American Weckly" que el que sus lectores le profesaban. No admitió anuncios en el suplemento hasta 1917. Y cuando algunos diarios que no le pertenecían le pedían que les suscribiese al suplemento, no lo consentía. Su exclusivismo fue una seria equivocación.

En 1935 un grupo de veintidós diarios independientes decidieron que, si no podían unirse a Hearst, podrían ir contra él. Lanzaron entonces un suplemento de competición—"This Weck", que empezó con una tirada de 4.293.000 ejemplares— (o sea, unos dos tercios de la edición del "American Weckly") y que aumentó rápidamente desde entonces. Aparecieron otros suplementos: "Parade", en 1941; "Family Weckly", en 1953; "Suburbio Today", en 1959. Lo que había sido un cómodo monopolio durante cuarenta años, se convirtió en una lucha por la vida para el "American Weckly".

Y fue una lucha que este suplemento tenía que perder. Aunque Hearst no se diera cuenta de ello, el lector de la Prensa norteamericana había salido de la jungla y pedía algo mejor de lo que el "Weckly" le ofrecía. En comparación con este semanario, los nuevos suplementos eran de calidad intelectual, y mientras el "Weckly" decaía, ellos mejoraban. La decadencia del "Weckly" se acentuó por la terca insistencia de Hearst que quería seguir, en primer lugar, a toda costa. "Era una obsesión", ha escrito Arthur H. Motley, director del suplemento "Parade".

En 1951, cuando Ernest V. Heyn fue llamado para renovar el "Weckly" éste se hallaba ya por debajo de "This Weck". E. V. Heyn elevó el tono del semanario y consiguió que se suscribieran a él doce periódicos.

Pero en muchas ciudades, el "Weckly" tenía que competir directamente con "This Weck" y "Parade". El campo del suplemento dominical estaba demasiado trabajado y alguien tenía que ceder. Desde 1957 a 1960 los ingresos del "Weckly" bajaron de unos 25 millones a 10,9 millones, y aún siguen disminuyendo. Durante el mismo tiempo, "This Weck" subió de 39,2 millones de ingresos a 41 millones. En cuanto a la tirada, el "Weckly" está en tercer lugar. Antes de él se encuentran "This Weckly", con 14,1 millones de ejemplares, y "Parade", con 10,2 millones.

Si el "American Weckly" puede sobrevivir, incluso después de una operación quirúrgica, es problemático. "Un suplemento—ha dicho Ernest Heyn, actual redactor-jefe de "Family Weck" y "Suburbia Today"— tiene la solidez que poseen sus periódicos." El "Weckly" debe sacar ahora sus energías de las ediciones dominicales de un imperio periodístico que se está hundiendo desde hace veinticinco años.—"Time", 3-XI-61, 51.—J.

07 (0)

Bertoldi, Silvio.—Amigos lectores, los vendedores de periódicos interpretan así vuestros gustos y vuestros deseos.—Si la emoción producida por un acontecimiento se puede medir por el número de ejemplares que se venden, cuando

los periódicos refieran al acontecimiento dirán sin duda esto: que la sacudida más violenta, el "trae" sentimental más profundo de los últimos tres años los ha experimentado la afición pública italiana con la muerte de Coppi. Guste o no, las emociones del público se pueden medir también por el interés periodístico que despiertan. Es una conclusión a que hemos llegado por un método infalible: organizando una encuesta entre los vendedores de periódicos (esos sensibilísimos "termómetros" del humor y de las inclinaciones de la gente) para conocer cuáles son los hechos y los personajes que, en relación con el momento en que se producen y su actividad, determinan un aumento de curiosidad general, que se manifiestan por un aumento de petición de publicaciones. Los vendedores de periódicos son observadores ideales. Su memoria es un archivo permanente, su contacto con el público les proporciona una medida cotidiana precisa de los gustos del lector. Hemos elegido, para esta encuesta, una cuenta típica: una gran ciudad como Milán, varía en sus tratos sociales, en sus preferencias, opiniones y riqueza.

Examina varios sucesos: Muerte de Coppi, a la que la Prensa dedicó amplio espacio, que algunos lectores les pareció excesivo, si bien si se hubiese tenido en cuenta la emoción real provocada entre la gente por la muerte del corredor, habría que haberle dedicado todas las primeras páginas y muchas interiores.

Una lista de otros sucesos que conmovieron al público y se tradujeron por una notable venta de periódicos habría que encabezarla con los muertos. La muerte de personajes famosos, especialmente si son imprevistas o dramáticas, emocionan matemáticamente. Muertes que conmovieron profundamente y provocaron cumbres elevadísimas de venta de semanarios y diarios fueron las de Fred Buscaglione, y sobre todo la de Mario Riva, por su patetismo y la simpatía humana del personaje. La última de ellas, la del corredor Von Trips.

[La encuesta se ha realizado a través de los quioscos situados en las siguientes zonas de Milán: centro turístico-comercial (plaza Scala), centro mundano (calle Montenapoleone), centro ferroviario (Estación central), dentro de alta burguesía y corazón del tráfico (plaza Oberdan), centro del viejo corazón civil y de la "pequeña" gente (zona Ticinese-Génova), centro de la periferia popular y de la juventud de "tejanos" (Giambellino), centro obrero (la Bovisa), centro de la clase media de empleados e industriales (zona Tunisia).]

Después otros acontecimientos dotados de "pathos": el proceso Fenaroli, el robo de la calle Osoppo, la Olimpiada de Roma.

Por un corto espacio, y aunque sin enorme repercusión, el lanzamiento del primer "Sputnik" ruso al espacio (el lanzamiento del primer hombre no despertó movimiento en la venta de periódicos). El desgraciado suceso del funicular del Mont Blanc y el terremoto de Agadir. La salida del nuevo "Fiat" 1.300-1.500 y, en general, la aparición de cualquier coche auténticamente nuevo. De manera sensibilísima, el Festival de San Remo y tres acontecimientos reales: la boda de Margarita, la de Farah Diba y la de Balduino de Bélgica. Por último, todos los episodios deportivos clamorosos. En resumen, sucesos de interés universal, según el resultado de nuestra encuesta son: la muerte de personajes populares y queridos, los desastres y las desgracias naturales, los episodios de la vida privada de gente ilustre, rica y conocida, las victorias deportivas de fondo nacionalista.

Los acontecimientos que no producen sensación, que no interesan son, en general, los acontecimientos graves, o serios o decisivos. En primera línea, con una concordancia inferiormente, todo lo que se refiere a la política. Cualquier noticia, aparentemente sensacional en el campo político, deja al público totalmente indiferente. Pasando a otros temas, se advierte que la crisis de Berlín ha tenido escasisimo eco entre los lectores. Caracterizados en sentido negativo, los experimentos nucleares rusos, las crónicas de acontecimientos literarios y científicos, las aventuras espaciales soviéticas y norteamericanas, los sucesos de Argelia, las manifestaciones de Italia del 61.

Sobre la fase de la simpatía de los personajes, es decir, de su atractivo periodístico, el personaje más popular todavía hoy, tanto en el centro como en la periferia, es Farah Diba, ya que el mito de la Cenicienta sigue siendo eterno y gozará del favor popular siempre. Sigue en la cotización Soraya, por las razones contrarias: la hermosa mujer que sufre, humillada y sin paz. Sofía Loren atrae e interesa más que Gina Lollobrigida y registran buenas cotizaciones. Vittorio De Sica, Amadeo Nazzari, Ingrid Bergman y Rosellini, María Pía de Saboya y sus dos gemelos, Gino Cervi y, sobre todo, Elizabeth Taylor. Hay

que tener en cuenta que estas preferencias no se refieren a los lectores de semanarios o a los de los diarios por separado, sino a los lectores de uno y otro tipo de publicaciones en conjunto. Un elemento interesante: los personajes reales y sus historias interesan mucho más en la periferia y zonas obreras que en el centro; interesan, especialmente, en las zonas rojas. Por otra parte, hay datos suficientes para poder decir que entre los más fieles lectores de tebeos están los militantes del partido comunista. Damos ahora la lista de los personajes cuyos hechos producen aburrimiento al público: a la cabeza, María Callas; después, Brigitte Bardot; después, Vittorio Gassman, Alberto Sordi, Milva y Jacqueline Kennedy.

Por último se recogen en el artículo las opiniones de varios vendedores de periódicos, cuyas palabras confirman el resumen de temas y personajes que especialmente atraen o dejan indiferente al público lector y que se traduce en una mayor venta de publicaciones periódicas.—“Oggi”, 44, 29-X-61, 20-23.—A.

071

Nuevo periódico dominical en Johannesburgo.—Un nuevo periódico dominical ha aparecido en Johannesburgo el 8 de octubre. Su título es “Sondagblad”. Se trata de la edición dominical del diario nacionalista de la tarde “Die Vaderland”, inspirado por el doctor Albert Hertzog, ministro de Correos y Telégrafos e hijo de un ex primer ministro. Con “Sondagblad” son seis los periódicos dominicales que se publican en la ciudad; tres están escritos en inglés y los restantes en “afrikaans”. El “Sunday Times” tira cerca de 350.000 ejemplares; es el más antiguo y el más leído. El “Sunday Express” es el de formato más pequeño. El “Golden City Post” está destinado solamente a los “no blancos”. El “Dagbreek” el de mayor circulación en lengua “Afrikaans”; es hermano de “Die Transvaler”, órgano del doctor Verwerd, y el diario nacionalista de la mañana. El sexto dominical es “Die Arikaanse Stem”, que no tiene matiz político.—“The Times”, 9-X-61, 10.—J.

07(0).9

Cimas, Enrique.—**Requiem por un periodista.**—No podemos substraernos a la emocionante sensación que nos causan las noticias sobre los periodistas que a diario, libran las más dispares batallas en el cumplimiento de su misión y en cualquier rincón de este mundo. Ni podemos por menos de rendirles, llamada, íntimamente, el homenaje de nuestro reconocimiento o el tributo de una oración...

Ser periodista es constituirse en avanzado de la verdad, de la atención al bien común. Es investirse de una inequívoca condición de soldado; hasta de sacerdote. Decía San Pío X que más puede hacer un periodista que cien predicadores, y cuando Papa de tan gran fulgor en la constelación del pontificado lo decía, tendría indudablemente sus razones.

Pero no solamente es héroe o adelantado de la profesión el que llega a derramar su sangre en holocausto de su deber. También lo son esa pléyade de profesionales que, de forma oscura, gris y sin relieve, contribuyen a orientar a las gentes, a entretenerlas, a endulzarles las amargas horas con sus reportajes, editoriales y crónicas distintas. Una gacetilla sobre cualquier tema son quince o veinte líneas. Pero a ellas se asoma con frecuencia la conmiseración o el gozo, y hasta el alma de quien las redactó.

Pero hoy queremos referirnos concretamente a un valiente que dejó su vida en aras de su trabajo, que era el del servicio a sus lectores. Kurt Lichienstein, redactor-jefe de un diario alemán occidental, cayó hace unos días en Berlín cuando un policía rojo le disparó en la misma línea fronteriza, siendo posteriormente arrastrado su cuerpo al interior de la zona soviética. Su viuda ha recibido un telegrama que dice: “Puede disponer cenizas marido fallecido. Rogamos autorización de inhumación para enviar inmediatamente cenizas por correo.—Firmado: Servicio de Cementerios e Inhumaciones.”

Así, simple, lacónicamente, le dice el comunismo a una esposa que su marido, el hombre entero y quizá jovial, que salió por la mañana a “redactar sus cosas”, ha sido convertido en cenizas. Reducido a la nada.

De este modo se imposibilita, desde un punto de vista judicial, la determinación de circunstancias y responsabilidades de un crimen repugnante. Con esa frialdad de la burocracia marxista se le informa a una mujer que ha perdido a su esposo, y a unos hijos que han quedado sin padre. “Recibirán las cenizas por correo...”

Uno más a la lista de los escogidos, de los héroes de esta profesión, de este apostolado, que paga el caro tributo de su vida por estar allí donde estaba la noticia. Nuestro reconocimiento, compañero. Y nuestra oración conmovida.—“Unidad”, 3-XI-61, 5.

ORGANIZACIONES PROFESIONALES

07(0).6

Concluyen los trabajos del Congreso de Prensa en Rapallo (Italia).—El día 16, tras la declaración de los representantes de las Asociaciones de Milán, Florencia, Bari y Trieste, y las sucesivas declaraciones del presidente, Lufis, el Congreso, prácticamente, había terminado.

Las delegaciones que se quedaron se reunieron por la noche con los representantes de las delegaciones que habían abandonado el Congreso. A la mañana siguiente, asumió nuevamente la presidencia Falvo, de Nápoles, con Marino, de Palermo, y Gavagnin, de Venecia.

Abierta la sesión, Falvo leyó esta declaración conjunta, que cierra definitivamente los trabajos del Congreso-constituyente:

“Los representantes de las delegaciones de Cagliari, Génova, Nápoles, Palermo, Turín y Venecia, como consecuencia de los acuerdos tomados en la reunión celebrada en Rapallo el 16 de octubre de 1961, se han puesto en contacto con los representantes de las delegaciones de Bari, Florencia, Milán y Trieste, y han afirmado que por parte de estas delegaciones se confirma el propósito de mantener la unidad federal y de colaborar en la reforma orgánica de las estructuras de la Federación Nacional de Prensa italiana. Decidido el aplazamiento de los trabajos de la asamblea, sobre cuya necesidad están de acuerdo, se comprometen a designar a los órganos federales encargados de la ordinaria administración los propios representantes (un titular y un suplente) para la constitución de la Comisión de reforma del Estatuto Federal, sobre la que decidirá el Congreso-constituyente, que volverá a convocarse de aquí, y no después, al 31 de mayo de 1962.”

Por su parte, los periodistas romanos de “Renovación sindical” han hecho constar que han intervenido en el Congreso para sostener la tesis de los periodistas romanos, y de haber realizado tentativas para acabar con las diferencias entre la Asociación romana y la Federación. Precisa el comunicado que ya se había llegado a un acuerdo sobre muchos puntos cuando se produjo una grave disensión sobre la incompatibilidad de los cargos en los órganos ejecutivos de la Federación y del Instituto de Previsión.—“Corriere della Sera”, 18-X-61, 6.—A.

07(0).6

Fracasa clamorosamente la “constituyente de la Prensa”, en Italia.—El octavo Congreso de la Federación Nacional de la Prensa italiana, inaugurado el pasado jueves en Rapallo en presencia del jefe del Estado y con asistencia de los delegados de la Asociación de la Prensa Romana, parece marchar hacia un clamoroso fracaso. En la sesión del día 17, tras algunas discusiones sobre la admisión de los “romanos disidentes” y la aceptación de algunas de sus propuestas, se ha producido un golpe de escena. Ferruccio Lanfranchi, consejero delegado de la Asociación de la Prensa Lombarda, se ha puesto al micrófono y ha declarado que abandonaba el Congreso, junto con los delegados de su Asociación, “para reanudar los contactos con la Asociación de la Prensa Romana legalmente constituida, en interés de la unidad federal”. Su decisión has ido inmediatamente seguida por análogas resoluciones de otras delegaciones. La delegación toscana, por boca de su representante, Biondi, ha recordado su tenaz oposición a la inopinada transformación del Congreso en la llamada “Constituyente de la Prensa”. De las demás asociaciones, sólo la ligur y la siciliana, que representan en total menos del diez por ciento de los periodistas italianos, se han declarado a favor de la continuación del Congreso.

En vista de la situación el presidente del Congreso, Lufis, abandonó la presidencia, después de comprobar que de 139 delegados se habían ido 90, y que de 55 periodistas, 33 habían tomado la misma decisión. Esto, sin tener en cuenta que los legítimos representantes de la Prensa romana habían rehusado participar en el Congreso, y que los delegados de varias regiones habían aban-

donado las sesiones después de la transformación del Congreso en "constituyente". Los delegados que quedaron, después de elegir un nuevo presidente en la persona de Falvo, de Nápoles, decidieron reunirse al día siguiente, con la esperanza de poder llegar, mientras tanto, a un acuerdo con los secesionistas. Tal acuerdo se debería fundar en una propuesta de aplazar el Congreso seis meses, nombrando una comisión encargada de formular un nuevo estatuto.—"El Tempo", 17-X-61, 2.—A.

HISTORIA

07(0).9

Valdés, Joaquín.—**El diario del frente de Madrid.**—Procedente del frente de Málaga, donde acabábamos de tomar el pueblo de El Saucejo, enrolado yo entonces en el Tercio de Requetés de la Virgen de los Reyes, llegaba a Toledo, cumpliendo órdenes del jefe-delegado de la Comunión Tradicionalista don Manuel Fal Conde, el último día de septiembre de 1936.

Sólo hacía tres días que Toledo había sido liberado y dos amaneceres que este diario, "El Alcázar", que ahora cumple veinticinco años, pregona las victorias del Ejército nacional.

Bien ajeno estaba yo aquel día, al llegar de paso a la imperial ciudad, de que desde aquel momento y hasta muchos meses después del día de la Victoria aquel periódico, que tan heroicamente había amanecido, iba a ir creciendo en mis manos, convirtiéndose en el gran diario del frente de Madrid. Bien es verdad que nada de esto hubiera podido ser de no haber contado con el entusiasmo y la fe de aquel grupo juvenil, que con tanta emoción recuerdo ahora y siempre.

José Luis Zamanillo, que entonces era jefe nacional del Requeté, me ha contado varias veces que camino de Toledo, con la plana mayor de los voluntarios tradicionalistas, el día de la liberación de la imperial ciudad, fue ya bautizado por ellos el periódico, que inmediatamente pensaban publicar una vez que Varelá entrara con sus fuerzas en la ciudad. No podía tener este periódico otro nombre que el de "El Alcázar". Pero no sabían ellos entonces que con ese título se estaba publicando ya, dirigido por el más tarde general Martínez Simancas dentro del recinto que tan heroicamente defendieron Moscardó y sus hombres, otro diario "El Alcázar", del que éste que hoy obtuvo el privilegio de ser continuador. Me cupo a mí, más tarde, el honor de la iniciativa y petición del título honorífico de periodista para aquel ilustre militar que entre metralla, muerte y ruina lanzó los primeros números que dan timbre de gloria a este periódico que tiene, por ello, origen legendario.

Salió "El Alcázar" en el Toledo liberado, impreso en una máquina plana de la Diputación Provincial y con su redacción instalada en la casa del que fue primer alcalde nacional de Toledo, don Fernando Aguirre. Allí nació este "Alcázar", y allí también comenzó a crecer. A aquella redacción llegué yo, con mi fusil caliente de los frentes de Andalucía y mi improvisada pluma de cronista, que entonces se ocultaba, un poco por rubor, bajo el seudónimo de Jorge Villarín. En aquella inolvidable redacción, que muchas veces viene a mi recuerdo con el grato aroma que circunda el pasado más querido, tropecé con otro Jorge, también Jorge de pega, Diego Ramírez Pastor, ilustre periodista catalán, inolvidable maestro y amigo, que firmaba por aquel entonces Jorge Claramunt. El fue, aunque sólo por varias jornadas, el primer director de este diario después de la liberación de Toledo.

En la modesta historia de los tres años primeros de este periódico, en los que a mí me tocó el honor de ser su capitán, no pueden silenciarse los nombres beneméritos de aquellos que hicieron de este diario el gran periódico del frente de Madrid.

Aurelio González de Gregorio, primer presidente del consejo de "El Alcázar", junto con Ramón Maura, conde de la Mortera, y José Javier Herreros de Tejada, me alentaron y ayudaron al crecimiento del periódico con la adquisición de medios técnicos y sus valiosos consejos. De la Diputación y de la casa de Aguirre pasamos a la calle de Juan Labrador, al pie mismo de las ruinas del Alcázar, donde, al fin, instalamos rotativa y linotipias, compradas en Zaragoza y Granada, que nos permitieron llegar a los cien mil ejemplares, gracias también a la habilidad y al trabajo sin reposo del mejor operario con

que he tropezado en mi ya larga vida de director de empresa editorial: Antonio Montero.

Los nombres de los componentes de aquella redacción de imberbes, en la que no había más veterano que Gómez Camarero, son hoy casi todos bien conocidos: Miner Otamendi, subdirector que sufría y suplía con paciencia defectos y ausencias del director; Cid Leno, Moreno Nieto, Martín Morales, Estéfani, Ancos, Máximo Gómez y otros, quizás, formaron el equipo que todas las mañanas dejaban sobre la flota de automóviles del periódico que repartía "El Alcázar" por todo el frente, desde Talavera y Garabitas al Cerro de los Angeles y desde los Carabancheles a Navalcarnero, la crónica de un día de guerra que siempre iba llena de heroísmo, de alientos y de esperanzas.

Y "El Alcázar", que siempre pensó tras la victoria entrar en Madrid, también vio el amanecer el 28 de marzo de 1939 en la capital de España, saliendo con un pregón de victorias de los talleres de la calle Larra, al tiempo que continuaba por algunas semanas tirándose en su rotativa de Toledo.

Esta es la síntesis de la historia de los primeros pasos en la vida de este periódico que, aún lleno de juventud, nos trae, sin embargo, en esta celebración de sus bodas de plata el recuerdo de unos años lejanos en los que sólo guiaban la fe, el desinterés y el patriotismo. Este recuerdo que conduce a la meditación nos lleva también a la esperanza de que a las generaciones jóvenes de hoy y de mañana les siga alentando, para el bienestar y el futuro de nuestro pueblo, la misma inquietud de entonces llena de las mejores virtudes.—"El Alcázar", 29-IX-61, 7.

07(0):92

Gozalo, Miguel Angel.—José Antonio, periodista.—El semanario se llama "F. E.". El número 11, publicado el 19 de abril de 1934, lleva un artículo titulado "Carta a un estudiante que se queja de que "F. E." no es duro". En el artículo se dice: "No te tuvo Dios de su mano, camarada, cuando escribiste: "Si "F. E." sigue en este tono literario e intelectual, no valdrá la pena de arriesgar la vida por venderlo". Entonces tú, que ahora formas tu espíritu en la Universidad bajo el sueño de una España mejor, ¿por qué arriesgarías con gusto la vida? ¿Por un libelo en que se llamara a Azaña invertido y ladrones a los ex ministros socialistas?; ¿por un semanario en que quisiéramos tender las líneas del futuro con el lenguaje pobre, desmayado, inexpresivo y corto de cualquier prospecto anunciador?"

El autor del artículo lleva un apellido conocido: Primo de Rivera. Se llama José Antonio.

LA LLAMADA

Hay en todos los hombres con un gran acervo de virtudes humanas diversidad de aficiones y quehaceres. La política es, sin duda, una pluri-vocación, para la que se requieren aptitudes poco comunes. En José Antonio se da esa calidad entre intelectual, poética y combativa necesaria para asomarse al periodismo.

No es el suyo un periodismo profesional, de Escuela de Periodismo o meritocracia de madrugadas. Nadie le aconsejó que cuidase los adjetivos, que intercalase ladillos en sus trabajos o aprendiera los secretos de la titulación. Fue en esto un autodidacta. Pero las circunstancias le empujaron al periodismo político, para el que necesitó, como cualquier profesional, de las dos virtudes básicas de que habla Teodoro Heuss, el antiguo presidente de la República Federal Alemana, al referirse a la que también fue su profesión, el periodismo: humildad y valentía.

Y para, con humildad y valentía, decir todo lo que tenía que decir, José Antonio Primo de Rivera se lanzó de lleno a un periodismo decidido, tenaz y completo, en el que había que quemar, con rapidez inusitada, las etapas que llevan de una simple noticia comentada a un pensamiento político duradero.

José Antonio fue accionista de Empresas periodísticas, fundador de revistas, escritor de periódicos. Tuvo que aprender, con la urgencia que imponían las circunstancias, la técnica del ajuste y el cierre, la mecánica de las linotipias y hasta los secretos jeroglíficos de la corrección de galeradas.

"Un periódico violento puede extraviarse en la chabacanería. Nuestras pu-

blicaciones han de ser siempre decorosas, limpias, repletas de ideas expuestas con palabras decorosas y sin desprecio, a ser posible, de la retórica más exigente. Ya sé que en España la bate más arrebatada y urgente y la gente no está acostumbrada a esto; quisiera un panfleto desgarrado, donde se dijieran atrocidades contra nuestros enemigos. Pero mientras yo pueda, no se hará esto." José Antonio se refería con estas palabras al estilo de "F. E." y "Arriba". Era un estilo nuevo, que aspiraba a cambiar las cosas.

EL ESTILO

Si toda la Prensa de la primera hora nacionalsindicalista tiene, desde el principio, un aire nuevo, José Antonio encarna, como promotor de este periodismo incipiente, el nuevo estilo. Frente al tono facilón, insidioso e incluso procaz, José Antonio opone un lenguaje de corte clásico, que no se pliega "al gusto zafio y triste" de lo que le rodea, para no ser igual a los demás.

Escribe Agustín del Río: "En el periodismo inicial de la Falange hubo un peculiar estilo: de hombres sin doblez dispuestos a dejarse la piel y las entrañas y llegar a la otra orilla de salvación y recreación de España."

Estas virtudes se acentúan en la figura de aquel discípulo de Ortega y admirador de los hombres del 98 que fue José Antonio. Porque las claras ideas de aquel gran periodista que hubiera podido ser hijo de Ortega Pinilla, influyeron en la facilidad de síntesis, la clarividencia de pensamiento y el espíritu abierto, poético, de José Antonio. Su vocación era de intelectual, de investigador. Por eso llevó al periodismo, junto a una nueva poética, que ya había insinuado en el discurso fundacional, todo el rigor, la precisión y el orden de un oficio de abogado bien aprendido.

LOS COMIENZOS

José Antonio Primo de Rivera, que por su vocación literaria escribía con relativa asiduidad desde sus años juveniles, vivió algún tiempo en una casa de la calle de Serrano, frente "ABC". Con "ABC" iba a tener José Antonio diversos contactos después.

El 28 de marzo de 1931 publica José Antonio en "La Nación" un artículo en defensa de su padre, que merece ser reproducido por "ABC". José Antonio aprovecha la ocasión para agradecer a Juan Ignacio Luca de Tena la divulgación de un trabajo en defensa del General, al igual que "la satisfacción" del principiante del periodismo que ve de pronto su nombre rotulado a dos columnas.

Después habían de seguir otras muchas colaboraciones en la Prensa, a la que José Antonio ya no dejaría nunca de estar vinculado. El movimiento renovador de Falange Española iba a plasmarse en varias publicaciones notables, vendidos, al mejor estilo de aquella voz que tantas voluntades supiere agrupar, al aire libre y en la noche clara.

En "J. O. N. S.", que había sustituido, de la mano de Ramiro Ledesma, en 1933, a "La Conquista del Estado", también colaboró José Antonio, al igual que en "Libertad", el semanario de Valladolid, fundado y dirigido por Onésimo Redondo.

Sin embargo, la salida reveladora y definitiva de José Antonio se hace con "El Fascio". Los sucesos del 10 de agosto de 1932 habían motivado la suspensión de 114 periódicos españoles de Madrid y de provincias. En Madrid habían sido suspendidos "ABC", "El Debate", "La Nación", "Informaciones", "El Siglo Futuro", "Gracia y Justicia", "Acción Española", "Blanco y Negro". Para "La Nación" y "Gracia y Justicia", de la Empresa de Delgado Barreto, fue un duro golpe. Las circunstancias aconsejaron entonces la publicación de un semanario fascista, que bien pudiera tener un éxito entre los sectores que deseaban tener información de los acontecimientos políticos que hacían vibrar a Europa.

Todo estaba previsto. Se imprimió en los talleres de "La Nación" el primer número, para el que José Antonio había escrito un artículo titulado "Orientaciones. Hacia un nuevo Estado". Pero la noche del 14 de marzo de 1933, el

periódico fue secuestrado por la Policía, y sólo algunos de los cien mil ejemplares de que constaba la tirada pudieron circular clandestinamente.

Faltaban sólo unos meses para el mitin de la Comedia.

"F. E."

Tras el acto fundacional, José Antonio proclama la necesidad de un periódico de difusión nacional, de un órgano serio, intelectual, unificador de criterios y que llevase a todos los sectores españoles el aliento cálido de un quehacer en marcha.

Así surgió "F. E.". Antes se habían propuesto otros nombres: "Alerta", "Le-panto", "Alarma". "F. E." era, sobre una iniciales inconfundibles, una consigna, un tesón, un grito casi. Una verdadera afirmación fundacional.

El 7 de diciembre de 1933 cayó en jueves. En el tercer piso, letra I, del número 10 de la calle de Eduardo Dato se habían instalado la redacción y administración de la revista. La impresión se hizo en los talleres de "El Financiero". Desde entonces, y durante catorce jueves más, "F. E." iba a estar en la calle frente a las hostilidades de los grupos marxistas, voceado por gargantas jóvenes.

Aquel primer número de "F. E." fue dirigido por José Antonio, al que prestaron su ayuda en las tareas de redacción José María Alfaro, que hacía esa especie de trabajo de carpintería que es la confección; Rafael Sánchez Mazas y Ernesto Giménez Caballero.

EL PRIMER GRITO

Aquel primer número de "F. E." fue pródigo en incidentes. José Antonio lo cuenta en un largo trabajo —un reportaje completo de la emoción de un difícil primer intento— que apareció en el número 2 de "F. E.": "Apenas se anunció la salida de nuestro semanario, la U. G. T. lo declaró el "boicot". Todos los obreros del Arte de Imprimir, afiliados a la Casa del Pueblo, recibieron órdenes terminantes de no comprar ni hacer "F. E."

La orden era general. Sin embargo, "F. E." se compuso. ¿Cómo? José Antonio lo cuenta así: "¡Claro que se compuso! Ninguno de nosotros podrá olvidar la emoción de este número primero. A las cuatro de la tarde del martes 5 de diciembre nos encerramos en el taller. Para nosotros, los más de los redactores, era una emoción nueva la de componer una página. Hay un goce casi divino en esto de reducir a norma, a dibujo, a medida, todo un confuso caos de planchas, renglones aún calientes de la linotipia y caracteres sueltos. Nuestras manos se ennegrecían con la tinta y el plomo.

"A las seis de la tarde vimos la prueba de la primera página, con el alegre grito de sus dos iniciales. Todos la miramos con emoción suspensa, como a un recién nacido. Aún estaba fresca la tinta y fragante el papel, con ese olor incitante de las imprentas."

La odisea del primer número iba a ser sólo un prólogo de las luchas desencadenadas después. El estado de prevención imponía llevar cinco ejemplares al Gobierno Civil, para que fueran aprobados. Surgieron dificultades sin cuento, complicaciones burocráticas y, tras la primera autorización, la denuncia por el fiscal de dos de los artículos incluidos en el número, con lo que veinte mil ejemplares quedaban inservibles. Hay que empezar de nuevo.

José Antonio no se desalentaba así como así. Como un periodista entrenado que no descansa y que no desmaya, que no se desanima y no abandona, vuelve al taller. "Los admirables obreros de la imprenta descomponen otra vez las planas, regletean artículos, reducen los huecos, llenan con anuncios de la propia revista los blancos que quedan. Otra vez se empieza a tirar.

LA CALLE

En la imprenta había que luchar con el boicot. Pero "F. E." pudo ser impreso. En la calle había que luchar con el insulto, con las actitudes provocadoras, con la agresión abierta de los contrarios.

“¡F. E.!” “¡F. E.!”

José Antonio ha dispuesto todo con la serenidad que le es característica. Se esperan dificultades en la distribución y venta del periódico. Pero “F. E.” tiene que salir y venderse por encima de todo.

“Nuestros muchachos de la Falange están en la calle disciplinadamente desde primera hora para proteger la venta de “F. E.”. Los socialistas también han prohibido que el periódico se venda. Ellos y los comunistas han anunciado que impedirán la venta airadamente. No llegará la sangre al río. Pero, previsores, los mozos que participan en el espíritu de nuestra Falange están en la calle desde temprano.”

A la una y cinco minutos en punto un grito recorre, como una llamada, las calles de Madrid. Es el grito falangista de los que venden “F. E.”. El grito de los que van a jugarse la vida defendiendo la bandera alzada un 29 de octubre en el teatro de la Comedia de Madrid.

El público arrebató los ejemplares. Sujetos sospechosos miran de soslayo a los vendedores. Pero la debilidad de los vendedores va protegida por la fortaleza serena de nuestros muchachos. No ocurre el menor incidente. Se agota en pocos minutos.”

“Ya está “F. E.” en la calle irrevocablemente. Contra todas las amenazas, contra todas las persecuciones, contra todos los engorros burocráticos.” “F. E.” se ha salido con la suya, se ha hecho voluntad inquebrantable, mensaje verdadero. Hay una segunda edición del primer número y dificultades crecientes en los siguientes. Hay que ganar la calle, de la que se han adueñado los grupos hostiles. Es un pacto secreto e irrevocable. Y por vender “F. E.” en cuarenta y la muerte, en la calle, Francisco Sampol, Vicente Pérez, Matías Montero.

“ARRIBA”

Tras la suspensión de “F. E.”, en el verano de 1934, José Antonio y sus camaradas buscan un nuevo órgano de expresión. “Estoy convencido de que “F. E.” —dice José Antonio a Mariano García— no volverá a publicarse; pero nosotros no podemos estar sin periódicos, y he pensado solicitar autorización para publicar uno que se llame “Unidad”.

Pero la autorización para “Unidad” no llega. Sigue la danza de nombres: “Comunidad”, “Haz”, “Falange”, “Arriba España”, “Verdad”, “Sí”, “Fe”. Ninguno cuaja, sino el de “Arriba España”, recortado, a propuesta de Alfaro y Ximénez de Sandoval, en “Arriba”, que, autorizado, sale por primera vez el 21 de marzo de 1935.

En “Arriba” se afila más el sentido periodístico de José Antonio, su intuición de creador que conoce ya muy bien el oficio.

—Tienes que buscar para la Sección un título llamativo, pero no cubista. ¿eh? —dice un día José Antonio a Ximénez de Sandoval.

Sandoval propone “Ventana al mundo”.

“Arriba” tiene una hechura clásica, pero es un periódico combativo que aspira a seguir la línea de “F. E.”. Se hace en la calle de Ibiza, y allí lo es José Antonio casi todo: escribe, titula, corrige, marca originales, confecciona. Con él están Alfaro, Julio Fuertes, Vicente Gaceo, Cadenas, Ximénez...

“Arriba” sale un año, entre temores, persecución y odios. José Antonio aspira a que el periódico se haga diario. “Necesitamos un diario. ¡Y lo tendremos! Cada uno de nosotros se transformará en altavoz y multiplicará por diez su actividad, para que no haya rincón de España donde el anuncio de nuestros diarios no llegue.”

La idea del diario —“Sí” iba a ser el título— no llegó a cuajar. “Es un título anchifalangista: corto, ligeramente agresivo, juvenil, afirmativo, optimista, denodado”, había dicho José Antonio de aquella iniciativa.

LA BANDERA

Hay todo un ciclo de periodismo en José Antonio. Desde sus primeros títulos de “La Nación” o de sus polémicas famosas, en las que sabía conjugar la mejor ironía con una brillante capacidad de réplica, pasa a su etapa de director y organizador de toda la Prensa de la Falange. Sale, en Barcelona, “So-

lidad Nacional", obedeciendo órdenes de José Antonio desde la Cárcel Modelo. Antes había salido "Haz", primer órgano oficial del S. E. U.. En el primer número —apareció el 26 de marzo de 1935—, José Antonio escribió su artículo "España incómoda".

Pronto iba a quedarse sólo "Haz" como portavoz de la opinión de la Falange. Pronto iba a ser suspendido también el órgano estudiantil. Pero la respuesta no se hace esperar. Es "No importa", definido por Ismael Herráiz como "la orden de combate más arrematadora y urgente y la levadura más inmediata ante el alzamiento nacional". Es un periódico clandestino, de ataque, realizado con evidente riesgo. Al tercer número es descubierto el taller en que se imprime.

En "No importa" está José Antonio dando consignas desde la cárcel, escribiendo artículos, animando a sus compañeros. Como está en "Aquí estamos", boletín clandestino de la Falange de Baleares, donde publicó su último artículo, titulado "Prieto se acerca a la Falange".

En sus escritos mejores hay siempre, junto a la elegancia que le era característica, junto a la claridad o la ironía —que se aprecia, sobre todo, en sus crónicas parlamentarias—, un innegable, poderoso, sencillo y evocador aliento poético. Ese fue su verdadero estilo. Porque José Antonio había alzado una bandera de unidad a la que defendió, desde el periodismo, con un lenguaje nuevo y cálido. Alegremente, poéticamente.—"Arriba" 19-XI-61, 8-9.

07(0).9

Sois, Ramón.—**La primera revista española de deportes.**—En agosto de 1877 inicia su publicación en Cádiz una nueva revista. Se titula "El Sport Español" y tiene un formato de tamaño folio y cuatro páginas de texto. Sin duda es la primera revista, dedicada al deporte en general, que se publica en España; al menos de ello presumen sus editores que, en el preámbulo de su número primero afirman rotundamente que su propósito es el de lograr un semanario dedicado al "sport" a la manera de los que se publican en Inglaterra y de los cuales no existe ni hubo anteriormente ninguno en España, pues los pocos que se publicaban estaban dedicados a un deporte concreto.

El "sport", como entonces pomposamente se decía, era en aquellos momentos algo muy minoritario, incluso la utilidad de la educación física estaba aún por divulgar, de aquí que los editores se consideren desde el primer número paladines de esta nueva causa abogando por una mayor y más popular práctica de estos juegos y competiciones.

"El Sport Español" sorprende por la copiosa información que reúne de los más diversos lugares, pese a las dificultades de la época. Recoge ampliamente las pruebas deportivas que se celebran, no ya en la ciudad, sino también en Gibraltar, Lisboa, Barcelona y muy especialmente en las ciudades andaluzas. El propósito de este semanario, que luego reduciría su periodicidad a tres números mensuales, era el de servir de vínculo a todas las asociaciones deportivas de España. En un principio son las agrupaciones gaditanas las que patrocinan o amparan a la revista. Entonces había en Cádiz cuatro clubs: el "Veloz Club", el "Jockey Club", el "Club de Regatas" y el "Skating Club", todos con sus anglicanismos imprescindibles al deporte de aquellos días. Ya en sus primeros números hay bastantes asociaciones de otros lugares de España que comienzan a enviar sus informaciones y seguramente listas más o menos importantes de suscriptores, que era lo que más interesaba a los editores. En el número 12 hacen un llamamiento a los deportistas de toda España, señalando que dicha revista es de ámbito nacional e informa de cuantas competiciones se celebren en el territorio patrio. Se queja el editorialista de la falta de colaboración de algunas regiones, de los individualismos y rencillas que han surgido tras de la publicación de sus primeros números. El principal inconveniente con que tropiezan es la sede de su redacción: "... y si por circunstancias —dice en uno de sus números señalando esta realidad— pudo nacer entre las saladas brisas de la apartada Gales le hubiera sido del mismo modo indiferente recibir en su primer momento el helado soplo del Guadarrama en la opulenta Villa del Oso y el Madroño". Pero sus razonamientos, por lo que se ve, no pudieron vencer este obstáculo. Resulta curioso hoy que la Prensa deportiva acapara el mayor contingente de lectores, ver lo precario de su situación en un momento en que, por el contrario, se editaban sólo en Cádiz cinco o seis revistas literarias. Sin embargo, quizás lo que más contrasta con nuestra época es la forma en que se redactan las crónicas, los anuncios de competiciones y sus noticias.

Visto desde nuestro ángulo histórico hay textos que resultan graciosos, como los elogios que se dedican a la "bella Filomena", más conocida por la "Reina del Velocipedo", que ha obtenido tan grandes éxitos en Madrid y Lisboa, que los "sportman" gaditanos deciden traerla a la ciudad para hacer una demostración pública de sus habilidades. Otras veces surge la sorpresa, como ocurre en una competición de velocipedismo que ha de celebrarse en Barcelona, donde el Ayuntamiento ofrece tres premios: uno para el que en menos tiempo recorra la distancia marcada; un segundo, para quien más lentamente la recorra en una segunda carrera, y un tercero, para aquel que "con más acierto ascienda y descienda por un plano inclinado". Las más de las veces el texto nos resulta extraño por su redacción. La crónica deportiva, por lo menos en esta revista, era antes que nada, y por encima de todo un género literario. Es delicioso leer la reseña de cualquiera de aquellas competiciones, en las que al igual que en los antiguos torneos se elegían a un grupo de muchachas como presidentas. Al azar elegimos un trozo. Se trata de la crónica de las regatas celebradas en Cádiz el 7 de octubre de 1877; comienza así: "...El viento había cesado; el Sol brillaba en todo su esplendor; ya las olas no se estrellaban irritadas contra las piedras deshaciéndose en capas de agitada espuma y sólo se notaba en el mar una suave ondulación acompañada de un dulce y sonoro murmullo, como si desde el seno del agua entonasen las ondas su más armonioso canto en honor al próximo y encantador festejo..."

No menos delicioso es el que en una carrera de velocípedos, en la que se disputaba una lujosa carterá de piel de Rusia y una medalla, el vencedor, vestido de "azul y oro", disputara en reñida lucha el trofeo a otro velocipedista cuyos colores eran "encarnado y plata". Tiene un cierto sabor taurino que aumenta cuando se describen los detalles complementarios del ornato del velódromo, de la llegada de las presidentas, etc., etc.

Los deportes predilectos de "El Sport Español" eran las carreras de caballos, las regatas a vela o remo, el patín, el velocipedismo, la natación y el tiro de pichón; era a estos temas a los que dedicaba más espacio en sus informaciones sin que por eso olvidara otros deportes, como la esgrima, "las corridas de galgos", etc. El fútbol, que entonces se llamaba simplemente "juego de pelota", es algo aún que a nadie interesa y sólo una vez se habla de ello y muy de pasada. "El Sport Español" no creo llegara a vivir más de un año. Lo más curioso es que sus editores terminaron por pasarse al género artístico literario, que sin duda era más productivo. En un principio editaron una nueva revista que era, sección de la anterior. Se titulaba "La Ilustración Andaluza" y estaba dedicada a los amantes de la Poesía, la Música y las Bellas Artes. Poco después, "El Sport Español" deja de publicarse, mientras la nueva revista literaria, con más posibilidades de venta, prosigue su labor por algún tiempo.—"A B C" (Madrid), 17-XI-61.

07(0).9

Torrent, Juan.—**Periódicos barceloneses: Dos revistas ilustradas.**—Al empezar el presente siglo iniciaron su publicación en Barcelona dos interesantes revistas ilustradas que, por su interés y su importancia, consideramos dignas de que les sea dedicada nuestra atención.

La primera de estas dos revistas se titula "La Ilustración Llevantina", el primer número de la cual se publicó el día 10 de marzo de 1900, con el subtítulo "Revista artístich-literària de Catalunya, Valencia, Mallorca y Roselló", subtítulo que nos indica claramente los propósitos que guiaban a los fundadores de esta importante publicación.

Es interesante conocer los orígenes de la fundación de "La Ilustración Llevantina", cuyo título fue debido a inspiración del conocido poeta Jaime Collé. La idea de fundar esta revista salió del escritor Mariano Serra, que en aquella época publicaba en Canet de Mar un periódico titulado "La Costa de Llevant". Considerando el citado escritor que el poeta José Alemany Borrás, que residía habitualmente en Blanes, era un buen elemento para dirigir la revista, le indicó la conveniencia de trasladarse a Barcelona para dirigir "La Ilustración Llevantina", lo cual aceptó complacido dicho poeta.

Cada número de esta revista constaba de 24 páginas, con cubierta ilustrada con un dibujo alegórico original de Alejandro de Riquer. Muy bien impresas, sobre excelente papel, las páginas de "La Ilustración Llevantina" van profusamente ilustradas con fotograbados y dibujos.

En el artículo "Nostres propòsits", publicado en el primer número, nos dice

la Redacción que la revista no tiene otra finalidad que la de "enaltir la nostra terra, remarcant tots els avenços y iniciatives dels seus fills y constituir un veritable llas de unió..."

Es muy notable la colaboración literaria en esta revista, en la cual leemos interesantes trabajos firmados por conocidos escritores. Entre ellos vemos los siguientes nombres: Luis Doménech y Montaner, Juan Alcover, Alberto Llanas, Teodoro Llorente, J. Güell y Mercader, Ezequiel Boixet, Francisco Flos y Calcat, Jules Delpont, Luis B. Nadal, Martín Genis y Aguilar y otros.

En el segundo número de "La Il·lustració Llevantina" las páginas centrales están dedicadas a saludar a la Prensa catalana, publicando con este motivo una lámina en la cual están reproducidas todas las cabeceras de los periódicos que se publicaban en aquella época escritas en lengua vernácula. En esta lámina están reproducidas 37 cabeceras de otros tantos periódicos publicados en Cataluña, Baleares y uno de ellos en Manila.

En el número 7 de "La Il·lustració Llevantina" fue publicada una información gráfica, con dibujos de Xavier Gosé, de la llegada a Barcelona del ministro Eduardo Dato. Uno de los dibujos de esta información fue considerado delictivo por la autoridad, siendo impuesta una multa a esta revista, contratiempo que, junto con otras dificultades, hizo que sólo se publicase otro número, que fue el 8, con fecha 20 de mayo.

Después de transcurridos seis meses de la publicación del último número de "La Il·lustració Llevantina", reapareció esta revista, el día 1 de noviembre del mismo año 1900.

En su reaparición no se titulaba continuación de la anterior "Il·lustració Llevantina", empezando nuevamente por el año I, número 1. La presentación de la revista también es diferente, el tamaño de las páginas es mayor y en lugar de salir decenalmente se publicaba cada quince días. Su director continuó siendo José Alemany y Borrás.

En el artículo de presentación del primer número leemos las siguientes palabras: "Encoratjada per l'èxit obtingut, se presenta aquesta revista catalana completament cambiada de forma y ab importants millores... Fèrms en nostre propòsit de dotar... una publicació purament de la terra, no sòis en sa forma exterior, sinó que també en l'esperit que bategui en ses planes... avui podèem oferir al públich una veritable il·lustració catalana..." Tanto los trabajos literarios como los artísticos, así como la parte tipográfica, son dignos de ser remarcados.

La colección completa de esta revista, en su segunda etapa, consta de 28 números, con un total de 340 páginas. El último número tiene fecha del 16 de diciembre de 1901.

Otra interesante y magnífica revista ilustrada empezó su publicación el día 14 de junio de 1900, con el título "Catalunya Artística". En el subtítulo leemos "Setmanari Il·lustrat de literatura, arts y teatres". Su director y propietario era el poeta Joaquín Rabell.

En el artículo de presentación de "Catalunya Artística" la Redacción dice que ofrecen "al públich un setmanari que sense fer ostentacions de grans empenyas ni empresas colossals, logri el favor de quants estimin y vulgan veure enaltida nostre literatura, nostres avenços dintre de totes las manifestacions de l'art y l'engrandiment del teatro de casa..." Las páginas de esta revista literaria profusamente ilustradas con dibujos y fotografías y la colaboración de Ribera era extensa y selecta. Citaremos los siguientes nombres: Apeles Mestres, Eduardo Marquina, Manuel Folch y Torres, Pompeyo Creuhet, Ignacio Ribera Rovira, Plácido Vidal.

"Catalunya Artística" dejó de publicarse después de haber salido su número 125, del 6 de noviembre de 1902, año tercero de su publicación. Es muy interesante la parte gráfica de este último número, pues en ella son reproducidos nueve dibujos originales del malogrado artista Isidro Nonell, artista que años más tarde tenía de conseguir fama y gloria.

Esta revista publicó una segunda época que empezó nuevamente por el primer número, el día 14 de julio de 1904.

En el artículo dirigido "Al públich", firmado por su director, Joaquín Ayné Rabell, leemos "que el que formen part de la Redacció son els mateixos que publicaven la "Catalunya Artística", en la seva primera época" y que ahora, procurando "per la prosperitat del periòdich"... "vol ferla sortir novament cent el lloch que havia adquirir".

Las páginas de esta revista están dedicadas preferentemente a la literatura,

contando entre sus colaboradores a los mismos escritores de su primera época, además de algunos otros nombres como Xavier Viura, Juan Manén, Ramón Surinyach Senties y otros.

La segunda y última época de "Catalunya Artística" terminó con el número 36, publicado el 30 de marzo de 1905.

Las dos interesantes revistas a las cuales hemos dedicado este artículo señalan una interesante etapa en el movimiento literario catalán, pues en ellas colaboraron, además de algunas firmas ya consagradas, muchos escritores que entonces iniciaban su carrera literaria.—"Destino", 18-XI-61.

07(0).9

A los sesenta años.—Hoy hace sesenta años aparecía por primera vez, en las calles bilbainas nuestro diario. Había nacido realmente unos meses antes, en Loyola, cuando un religioso de gran visión moderna y apostólica supo infundir en el corazón de nuestros fundadores aquella idea que León XIII expresó tajantemente: "Me ayuda más un buen periodista que muchos predicadores".

Porque "La Gaceta del Norte" nació, por encima de todo, para ayudar y servir a la Iglesia como Ella quiere ser servida. Sus objetivos fueron bien claros desde el primer momento: hacer un buen periódico católico y, políticamente, independiente de todo partidismo. Servir a la Religión y a la Patria en sus más altos ideales.

Un buen periódico: No se trataba de hacer una publicación que amparase su mediocridad tras una capa de buenas intenciones. "La Gaceta del Norte" no amó nunca los camuflajes y desde el primer momento voceó su catolicismo aun a riesgo de perder lectores. Y, políticamente, se mantuvo alejada de todo partidismo, de toda sumisión e intereses de grupos o de clases.

* * *

De 1901 a hoy han pasado muchos años. Ninguno de los fundadores de este periódico vive ya. Quienes les suceden y cuantos hoy lo hacemos no podemos menos de sentir una honda emoción al recorrer las viejas colecciones, revivir las duras campañas, los años difíciles por las que nuestra publicación ha pasado.

* * *

En todas ellas —podemos decirlo con satisfacción— "La Gaceta del Norte" ha mantenido —dentro de las muchas e inevitables imperfecciones de toda obra humana— los propósitos de su fundación. La palabra de la Jerarquía, dándonos ánimos siempre, y la atención del público que nos sigue, nos han permitido recorrer un largo camino en el progreso técnico y en la difusión de nuestro diario.

Por eso hoy podemos mirar esta fecha de los sesenta años con satisfacción y agradecimiento. Agradecimiento a Dios en primer lugar, que aun en los momentos más difíciles ha sostenido nuestra obra, concediéndonos hasta la hermosa casualidad —mejor diríamos providencia— de que la fecha fundacional de nuestro periódico se uniese, dos años más tarde, a la festividad de la Madre de Dios de Begonia, como si de un modo especial quisiera colocarnos bajo su manto.

Y agradecimiento sincero a nuestros lectores, a quienes en definitiva debemos todo nuestro progreso y avance periodístico.

* * *

Y junto al agradecimiento, una sincera satisfacción de cara al pasado, que se nos convierte, mirando al futuro, en exigencias. No ignoramos que, a pesar de todos nuestros esfuerzos, aún tenemos que andar muchos pasos para ser un gran periódico católico. Lo estimulante de ser católico es esto: que, por mucho que se ante, siempre queda mucho más que recorrer, porque alcanzar este ideal es algo demasiado grande para que se pueda realizar a la perfección en sólo sesenta años.

No estamos aún satisfechos de nuestra propia tarea y tenemos la cabeza y el corazón llenos de sueños y deseos de incansables mejoras. Viviendo muchas horas difíciles, hemos aprendido que toda hora es difícil para quien quiere hacer algo grande. A todos nos acecha el riesgo de la laxitud y el desaliento.

sobre todo en estos tiempos en los que el mayor peligro es —como dijo Pío XII—
"el cansancio de los buenos".

Esto es, junto a nuestra alegría por lo realizado, lo que tenemos que decir a nuestros lectores: que no estamos cansados, que nuestros objetivos siguen vivos y despiertos en nosotros. Y que los vamos a realizar lo mejor que sepamos. ¡Quieran Dios y la Virgen de Begoña que nuestros sucesores, dentro de sesenta años, puedan estar orgullosos de quienes hoy hacemos este periódico, tanto como nosotros lo estamos de quienes lo fundaron y guiaron en sus primeros pasos!—"La Gaceta del Norte", 11-X-61, 1.

TELEVISION

621.396

La TV llega a Orense.—Ha quedado instalado en el alto Sabadelle, en las proximidades de esta capital, un repetidor de televisión, el cual permitirá apreciar con claridad las imágenes retransmitidas por la emisora de Santiago.—"Información Española", 30-X-61, 1.

621.396

¿Qué es TV?—Para hablar del contenido de TV, es decir, para responder a la pregunta tantas veces formulada: "¿Qué es lo televisivo?", o ¿qué es TV?, creemos fundamental e insoslayable intentar antes definir la aportación original de TV. Trataremos, en consecuencia, de ver los caracteres diferenciadores que separan a este medio de comunicación humana de aquellos otros con más larga vida y experiencia, tales como la Prensa, la radio, el cine; o sea, cómo se integra dentro de ese grupo de medios relacionados con la información que los teóricos anglosajones han denominado "mass communications" y que nosotros vamos a llamar "medios de comunicación comunitaria".

En definitiva, debemos diferenciar a TV, precisamente, por sus caracteres técnicos, que la configuran de una especial manera, y con esta base elaborar una teoría de su función y cometido. Hay que reconocer que la teoría en esta importante cuestión es tan profunda como confusa, y que nuestro intento se reduce a clarificar conceptos fundamentales, de enorme importancia y repercusión. Es indudable que el concepto o teoría que domine acerca de la esencia de lo televisivo va a repercutir en la pantalla de cada televidente; le hará ver tal programa y no aquel otro. En suma, no planteamos discusiones doctrinales sin aplicación práctica, sino cuestiones cuyas consecuencias se hacen patentes de una forma tangible, real e inmediata.

Una terminología, que ya deviene clásica, configura a TV como un medio informativo y recreativo. Pero esto no es suficiente; es necesario ahondar mucho más en su esencia y, sobre todo, plantearse el problema de la prelación jerárquica de estos tres elementos heterogéneos, partiendo de la aportación original y específicamente diferenciadora de TV.

En la larga trayectoria histórica que explica el proceso de percepción por el hombre del mundo de la imagen, podemos distinguir un primer momento, en el que la imagen jamás aparece separada del objeto que representa, o, lo que es lo mismo, el hombre cuando ve un árbol, un caballo o una estrella, tiene los ojos puestos en el sitio donde se encuentra el objeto de referencia. Un buen día descubre, inclinado sobre las aguas, que la imagen que ve puede existir fuera del objeto. (No olvidemos que nos referimos al mundo externo y material. En el mundo interno del hombre funciona una facultad capaz de hacerle crear imágenes y rememorar las que no están en su presencia: la imaginación.)

Posteriormente, el hombre incorpora las imágenes a objetos materiales; va consiguiendo la fijación de estas huidizas imágenes por procedimientos cada vez más perfectos; el primer proceso de incorporación de la imagen a un elemento material es la pintura, empleada ya por el hombre prehistórico; luego, ya en la Edad Contemporánea, las experiencias de Niepce, Daguerre, Talbot y Madox hicieron posible la fotografía —definitiva y perfecta fijación de la imagen— y presupuesto básico para el nacimiento del cine. Estas imágenes ya han cobrado vida independiente del objeto que representa y, por estar incorporadas materialmente a otro objeto transportable (un lienzo, un cristal, un cartón), pueden

tener una vida independiente y separada de la imagen que copian. Sin embargo, aún falta en ellas algo tan importante como el movimiento.

La cinematografía, basándose en el fenómeno fisiológico de la persistencia de las imágenes en la retina del ojo humano y, gracias a los sucesivos inventos de Plateau, Reynaud y Edison, que culminaron en la linterna mágica de los Lumière, consigue hacernos ver la imagen en movimiento. Sin embargo, esta imagen en movimiento, que el cine ha ganado para nosotros, sigue aún, como la pintura, como la fotografía, incorporada a una sustancia material, de la cual no se puede separar. En consecuencia, si queremos transportar las cintas de celuloide —en las que la imagen va incorporada— tendremos que utilizar un medio material común de transporte. La imagen cinematográfica jamás podrá trasladarse más rápidamente que el avión más veloz. Y esto prescindiendo de que los procedimientos de fijación, revelado y copia llevan un tiempo considerable.

La TV culmina este proceso aportando una innovación revolucionaria; algo que — pese a que estamos viviendo en un siglo en que nadie se siente sorprendido por los más fantásticos descubrimientos de la técnica—, de vez en cuando nos maravilla. Y esto, a pesar de que el hombre de nuestros días ha perdido, en gran medida, la capacidad de maravillarse que caracterizaba al hombre primitivo. Se trata de la simultaneidad con que pueden “transportarse” las imágenes televisadas, gracias, precisamente, a su inmaterialidad. La imagen en TV ya no viene incorporada a una sustancia. Podemos decir de ella que es inmaterial, aunque sólo relativamente, porque las últimas investigaciones científicas han llegado a la conclusión de que la luz y la materia tienen una sustancialidad común. La luz que el sol envía a la tierra diariamente se concreta en unas ciento cincuenta toneladas de materia que se devuelven al cosmos en forma de energía radiante.

Creemos que de estas notas específicas de TV, es decir: 1.ª La posibilidad de ver “aquí” lo que pasa “allí”, y 2.ª La simultaneidad, el ver “ahora” lo que está pasando “ahora”, realmente se deduce la esencia misma de lo televisivo. De estas dos notas, la primera es común con el cine, sólo que en éste la visión es siempre y necesariamente posterior a la acción.

En definitiva, la nota esencial de TV, aquella que no puede predicarse de ningún otro medio informativo actual, es la simultaneidad. Esto, sin embargo, no significa que la simultaneidad se de en todos y cada uno de los programas. En todos los países del mundo existen emisiones diferidas filmadas y en “videotape”.

Obsérvese que esta nota de simultaneidad es común con la radio. No hemos hecho alusión a esta cuestión porque nuestro examen está centrado en el mundo de la imagen, y aunque el sonido en TV es un elemento valiosísimo, no afecta a la verdadera esencia de lo televisivo (piénsese en la retransmisión de un espectáculo deportivo).

Esta nota de simultaneidad hace que la TV sea, como medio informativo, el que llega adonde ningún otro medio puede llegar en cuanto a rapidez visual informativa. De aquí podemos deducir que un programa es tanto más televisivo cuanto más nos dé una versión simultánea de una acción real.

¿Quiere esto decir que sólo es “televisivo” una retransmisión “en directo”? No se trata de una cuestión de exclusión, sino de grado. No debemos olvidar que si la segunda nota apuntada es la específica de TV, el fenómeno televisivo abarca otra nota de contenido más amplio, la posibilidad de ver lo que está a distancia, sin más; y en tal sentido, televisivo será, en mayor o menor grado, todo lo que al hombre interese, todo lo que sea capaz de despertar su curiosidad.

Otra semana sacaremos las consecuencias de nuestros puntos de vista sobre esta cuestión. El tema, según creemos, lo merece.—“Tele-radio”, 201, 30-X-5-XI-61, 13.

621.397

Baget, José María.—Hay que realizar una publicidad digna.—“La televisión es una ventana abierta al mundo”, ha dicho acertadamente André Brincourt en su libro “La Télévision et ses promesses”. Y sentados en su alféizar, ante los grandes espacios que nuestra pequeña pantalla nos ofrecen —situaciones polifacéticas y cambiantes, con cargas profundas de emoción y realidad— refle-

xionamos unos momentos sobre alguno de los aspectos o valores característicos que la TV representa en nuestro mundo actual.

I.—FUNCION CULTURAL DE LA TELEVISION

Para nadie es un secreto que la televisión —como todos los medios de difusión hoy en boga— debe estar especialmente al servicio de la cultura, en sus más variadas facetas, aunque ello vaya en detrimento de los otros aspectos, informativos y recreativos; y, aún más nos atreveríamos a decir, que éstos deben estar en función de aquélla.

Varios son los países que producen emisiones educativas —dejando aparte los diversos programas culturales o sociales de carácter más elevado dedicados particularmente a las zonas rurales, menos dotadas de posibilidades formativas. En esta línea destaca Italia con dos excelentes programas: “Tele-escuela” y “Nunca es demasiado tarde”. El primero está dirigido a la población escolar y tiene una duración de cuatro horas diarias, y en algunos sectores se utiliza en forma colectiva.

Muy interesante es también la otra emisión, dedicada a los adultos analfabetos y que es seguida con apasionante interés por miles de personas. Entre los alumnos, hemos visto estos últimos días, hombres y mujeres de edad avanzada —incluso de ochenta años— ejercitándose en sus lecciones. Italia, en consecuencia, está realizando a través de la TV una verdadera labor divulgadora, digna de todo encomio, con lo que cumple ampliamente su misión educativa y cultural.

En Francia, 3.000 centros escolares han utilizando regularmente las emisiones especiales, controladas por el Museo Pedagógico del Ministerio de Educación Nacional, durante el curso 1958-59.

España tiene actualmente un solo programa educativo: “Universidad”, cuyo curso acaba de terminar. Su éxito ha sido innegable y muy merecido. Con toda la emisión es reducida (dos horas y cuarto semanales) y se hace necesario pensar en ampliarlo, en la próxima temporada, máxime teniendo en cuenta el interés suscitado, lo que demuestra el deseo de elevación cultural de nuestro país. No obstante, debido a que el tono de algunas charlas resulta de una categoría cultural sólo asequible a aquellos que han realizado o realicen estudios universitarios, conviene decir —de acuerdo con la finalidad y eficacia de la emisión— si debe mantenerse el tono actual o bien completarse o adaptarse con otros espacios a nivel del telespectador medio.

En nuestro país, y particularmente en el ambiente rural, la TV tiene una misión importante que cumplir: la difusión de técnicas de formación profesional, y llevar los mejores profesores a los más apartados rincones, donde debe ser instalado un aparato receptor. La elevación sensible de la cultura en estos medios es condición indispensable para el desarrollo de nuestras zonas nacionales atrasadas.

La televisión no tiene que convertirse, en modo alguno, en una cátedra continua ni mucho menos. Pero sí debe convertirse en algo digno de estudio y positivo interés. Actualmente la TV aparece todavía —especialmente entre nosotros— como algo intrascendente, de escasa importancia... como un juguete de última moda.

¿Cuál es el modo de interesarse por la TV y darle la categoría que merece? La respuesta acaso la hayan dado los mismos franceses con la creación de los “Télé-Clubs”.

II.—LOS TELE-CLUBS

¿Qué son los tele-clubs? Grupos de personas, amigos y vecinos, que se reúnen ya sea en un bar o en el hogar de uno de los afiliados, etc., para discutir, comentar, analizar y desmenuzar las emisiones de televisión. Son grupos heterogéneos para así entablar una cordial pero verdadera polémica con referencia a los programas. Conviene aclarar que estos tele-clubs, constituidos según el módulo de los cine-clubs, están oficialmente reconocidos por las televisiones nacionales y envían regularmente las opiniones que les merecen los más interesantes programas. Sería interesante que los tele-clubs comenzaran ya su labor

orientadora en España, pues redundaría su acción en beneficio de los dirigentes de la televisión y de los propios telespectadores, que podrían ver reflejados sus gustos en los programas. Esta colaboración sería altamente eficaz.

Los tele-clubs que comenzaron en Francia y se han extendido en la mayoría de los países —Japón, entre ellos— pueden tener en España una importancia extraordinaria. No olviden, los primeros que se decidan a emprender esta tarea, que pesará sobre sí una gran responsabilidad. Sus comentarios y orientaciones deberán estar presididos por la lógica y la justicia, dejando aparte visiones particulares y posiciones intransigentes con respecto a los programas concretos, que es lo que desmerece la crítica y la particulariza.

Los tele-clubs son, con la opinión de la Prensa, las dos bases públicas que deben servir de guía especial y cuidada a la dirección de los programas de la TV.

III.—TELEVISION. ¿OFICIAL? ¿COMERCIAL?

Uno de los grandes problemas que en la actualidad la televisión mundial tiene planteados es: ¿debe ser sostenida por subvención oficial? o ¿cubierto su presupuesto por publicidad comercial? Las opiniones, como en todas las grandes cuestiones que afectan a inmensos sectores de la Humanidad, están muy divididas. Se trata, en síntesis, de un problema vital para la TV, pues ésta requiere multitud de costosos gastos, por lo que el Estado debe apoyarla con un inmenso presupuesto, so pena de caer en la comercialidad.

En Sudamérica y Estados Unidos, la televisión es netamente comercial. Y, lo que es peor, está absolutamente saturada de publicidad que invade los hogares a todo momento y en toda hora. Son innumerables las anécdotas que corren acerca de esa desenfrenada publicidad que no respeta prácticamente nada. Un solo ejemplo: Sir Lawrence Olivier (que representaba "Hamlet" en la televisión norteamericana) fue interrumpido en su famoso monólogo para presentar un corto publicitario que, para redondear la cosa, estaba inspirado en dicho momento de la representación... La publicidad, en esos casos, es excesiva a todas luces y como las firmas patrocinadoras sólo "apadrinan" los programas populares (telefilms y concursos, muy en especial), nos encontramos con una televisión no sólo comercial, sino, sobre todo, mediocre e incluso de mal gusto.

En nuestro continente, la publicidad aún no ha invadido la televisión, aunque ya lo está intentando. La Televisión Francesa y sus críticos se horrorizan sólo ante la idea de tener que aceptar la publicidad en sus emisiones. Claro que tiene una aportación concedida por el Estado, que es verdaderamente astronómica. Tampoco la segunda cadena —próxima a inaugurarse— será publicitaria, y todos los críticos de televisión se han mostrado, por una sola vez, de perfecto acuerdo. No obstante, al otro lado de los Alpes, Italia está haciendo sus pinitos publicitarios, aunque con excelentes resultados, pues se trata de cortos comerciales muy entretenidos y que se proyectan a horas fijas, por lo que los telespectadores ya saben a qué atenerse. Quizá ha sido Inglaterra quien ha encontrado la mejor solución: una cadena (la B. B. C.) sin publicidad; otra cadena (la I. T. V.) totalmente comercial, aunque ésta se halla supervisada por la censura británica, por lo que tiene un tono muy digno, casi idéntico al de la B. B. C., emisora de la nación, que es una de las estaciones europeas con mayor número de horas diarias de servicio.

De este pequeño panorama de la televisión en su plano comercial o publicitario hemos mantenido ausente a nuestra televisión española. Según nuestros datos, su fórmula es absolutamente original: se halla vinculada al Ministerio de Información y Turismo, pero admite publicidad. La solución es interesante, y digna de ser estudiada. De todos modos, ha de advertirse que —en el momento presente— la televisión española (acaso forzada por necesidades de subsistencia y extensión) acepta muchos anuncios en sus emisiones diarias. Como dato recogido el pasado día 2 de mayo, entre las 8,15 y las 23,15 de la noche, se pasaron ¡57 anuncios!, lo que resulta fastidioso para el telespectador. Por si fuera poco, buena parte de esa publicidad tiene muy poca categoría, por lo que resulta un verdadero suplicio tener que soportarlo. Salvo muy raras excepciones, la publicidad de televisión está muy mal enfocada y es un problema que, a la larga, puede perjudicar seriamente a todos: a la televisión y a los anunciantes.

Como puede verse, son muchas y muy variadas las fórmulas televisivas en el mundo, pues evidentemente de la televisión norteamericana a la televisión francesa media un gran abismo, en medio del cual se halla, posiblemente, España.—“Revista Gran Vía”, 7-VII-61, 24.

621.396

Sánchez-Cordovés, J.—**Televisión vía América-Satélite-Europa.**—Un satélite de la tierra es para las ondas electromagnéticas —luz o radio— un espejo que se mueve sobre nuestra superficie. La Luna es un inmenso reflector de la luz solar, que ya ha servido también para reflejar ondas portadoras de conversación telefónica entre Inglaterra y Norteamérica.

Sin embargo, un satélite que se mueve constantemente como la Luna es un reflector incómodo que habrá que perseguir con antenas direccionales en el extremo transmisor y en el receptor.

La velocidad de rotación de un satélite depende de su distancia a la Tierra. A una distancia de 2.000 kilómetros se tardan tres horas en una revolución completa alrededor del eje terrestre. A 40.000 kilómetros, el recorrido completo de la órbita es veinticuatro horas, es decir, el mínimo tiempo que la Tierra tarda en dar una vuelta alrededor de su eje, y, por lo tanto, el satélite aparecerá inmóvil en el espacio para un observador terrestre.

Se prepara para 1962 situar un satélite de este tipo de trayectoria, que servirá de enlace para señales de televisión y de sonido entre América y Europa.

Se están instalando estaciones en Inglaterra y Francia, y se espera que puedan realizarse las primeras pruebas en la primavera de 1962.

El principal problema técnico es obtener en el puesto receptor una amplificación suficiente de la señal recibida, sin introducir ruido de fondo, que es el precio que hay que pagar por la amplificación. Debe tenerse en cuenta que la potencia radiada desde el satélite a la Tierra es del orden de dos a tres vatios, y el camino recorrido de más de 40.000 kilómetros. Hay que prescindir de la vieja y ruidosa válvula termoiónica usada en nuestros aparatos domésticos, y recurrir a un especial amplificador llamado Maser, cuyo funcionamiento se basa en la radiación producida en un cristal sintético por el salto de partículas entre diferentes niveles de energía, todo ello funcionando a la temperatura del helio líquido, o sea a 269 grados bajo cero.

Como el satélite no se mantendrá completamente inmóvil en su posición respecto a las estaciones transmisoras y receptoras, la posición de las antenas estará controlada por un computador electrónico excitado por señales recibidas a través de un cable trasatlántico.

En Europa, la estación receptora conectada a la cadena de la Eurovisión podrá enviar la imagen y sonido a todos los países conectados con ella.—“Hoja del Lunes” (Madrid), 2-X-61, 19.

621.397

Eurovisión y TVE.—Gran parte del público ha pensado que eso que conocemos con el nombre de Eurovisión es una red permanente, en constante funcionamiento. En realidad, un programa de Eurovisión se transmite por medio de una conexión ocasional establecida entre las redes nacionales de determinados países interesados en televisar un programa concreto.

Los problemas se agravan cuando un país situado en el extremo del continente desea televisar un programa que no interesa a sus vecinos. En algunos casos, no podrá hacerlo ni aun pagando el coste del circuito a través del país vecino, pues éste sólo tiene una red que se halla ocupada por el programa nacional. No puede, pues, dejar pasar —enlazar— otro programa. En otros, sin embargo, es posible hacer esta operación gracias a que tienen una doble red de enlace. De esta manera pueden dar el programa nacional normalmente, mientras que por la segunda red de enlace antes citada pasa un programa de Eurovisión destinado a otro país.

En este segundo caso, sin embargo, nos encontramos con que la situación geográfica es un factor decisivo en los costos de un programa de Eurovisión. Países como Noruega, Yugoslavia o España tendrán siempre que pagar mucho más, en la generalidad de los casos, para conectar con la Eurovisión, y esto simplemente porque los gastos técnicos de circuito son más elevados.

Queremos con esto significar que TVE tiene con frecuencia que abonar gastos muy superiores a los de sus colegas europeos para ofrecer a los telespecta-

dores españoles sus conexiones con la Eurovisión. Queremos también hacer constar que, no obstante las dificultades económicas, esto se ha hecho con una frecuencia satisfactoria. Están muy recientes todavía, para que se hayan olvidado, las retransmisiones de los partidos Real Madrid-Odense; el desfile de canciones infantiles, desde Suecia; los Juegos Atléticos de Otoño, desde Roma; la exhibición de la Escuela de Equitación española, desde Viena; el Festival de la Canción Italiana, desde Zurich, y tantos otros que harían la lista interminable.

Por ello resulta tanto más penoso tener que comentar aquí, obligados por las circunstancias, la actitud adoptada por determinadas entidades que, constituidas en forma de sociedades mercantiles, muestran un desmedido afán de lucro, totalmente incompatible con el espíritu de los tiempos en que nos ha tocado vivir. Porque no podemos olvidar que TVE desempeña, sobre todo, una función social y es un servicio público.

Pero, además, ocurre que el tratar de percibir beneficios suplementarios de estas conexiones es totalmente anómalo. Los programas de Eurovisión suelen ofrecerse por las organizaciones de TV respectivas, sin ningún gasto suplementario, además del ya elevado de los circuitos de visión y sonido. La TV del país que ofrece el acto a la Eurovisión ha llegado ya a un acuerdo con la entidad interesada, acuerdo que unas veces es gratuito y otras oneroso. Cuando la Eurovisión ofrece este programa a toda su red, cada país sabe que solamente tendrá que abonar los costos técnicos de los circuitos, pero no mantener ninguna relación económica con la organización televisora originaria del programa, ni mucho menos con los organizadores o intérpretes del programa de referencia.

Dejando aparte estas consideraciones, cabría también hablar de un "ius usus innocui", que a la entidad deportiva no daña y a la sociedad española beneficia. La posición contraria representaría un resabio del más viejo individualismo y, sobre todo, un flagrante olvido de la doctrina del bien común.

Esto no quiere decir que TVE se niegue a respetar el legítimo interés de las empresas privadas, sino que, por el contrario, aun pudiendo en muchos casos usar de su derecho a televisar determinados espectáculos, se abstiene muchas veces de hacerlo y otorga las máximas consideraciones para evitar perjuicios económicos. Buena prueba de lo dicho es que TVE deja de anunciar previamente la retransmisión de determinados espectáculos con el fin de no restarles afluencia de público, y soporta las quejas de los telespectadores. TVE, que se debe, sobre todo, a los telespectadores, con los que tiene las máximas atenciones posibles, carga con tales quejas con tal de no perjudicar económicamente a una entidad en sus legítimos intereses, y, por otra parte, esta aparente descortesía representa, en realidad, un deseo conciliador entre los intereses de los telespectadores y los de las empresas o personas que actúan en TVE.

Como dato anecdótico, digamos que TVE tuvo que pagar más de trescientas mil pesetas para la transmisión del partido Odense-Real Madrid, como coste de circuito desde la frontera alemana hasta España, al no retransmitir Francia. Para los restantes países que retransmitieron este programa, el costo del circuito pagado a la Eurovisión fue notablemente más reducido.

En consecuencia, TVE está afrontando con medios escasos y con auténtica voluntad de servicio los problemas técnicos y los cuantiosos gastos que suponen poner a la TVE a la altura de la mejor europea. Parece, pues, excesivo que soporte, además, el desmedido afán de lucro de ciertas empresas mercantiles que, inmersas en un capitalismo a ultranza, ignoran los intereses colectivos. TVE no reparte dividendos; tan sólo reparte servicios de interés general.—"Tele-Radio", 202, 6-XI-61, 13.

621.396

Fellot, Luc.—El "Secam", nuevo triunfo de la TV en colores.—El general Leschi director de los servicios técnicos de la RTF, al dirigirse a los miembros de la Sociedad de Fomento de Investigación e Invención, anunció recientemente que se iniciarían el año próximo emisiones experimentales de TV en color. Precisó que estos ensayos se rodearían de la mayor discreción.

Desde que se abordó en Francia el problema de la TV en color, se tropieza con las mismas dificultades que Norteamérica tuvo que superar hace seis años, sin poder asegurarse, sin embargo, que su elección haya sido acertada y la solución adoptada la más apta para un feliz progreso.

Consideraciones económicas, factores sociales y humanos se mezclan con los datos técnicos. De 1947 a 1953, Norteamérica ha gastado unos cientos de billo-

nes de francos para perfeccionar diferentes procedimientos que tuvieron que ser finalmente abandonados. Sólo un sistema ha subsistido: el NTSC (National TV System Committee), pero ocho años de explotación no han sido suficientes para imponerle. Hoy sus imperfecciones gravan con su hipoteca el porvenir de la TV europea en color.

La calidad de la imagen no es discutible, pero el sistema obliga a utilizar receptores costosos y complejos, dotados de un gran número de botones de reglaje destinados a "atrapar" los virajes de color.

Además se ha comprobado que la mayoría de los telespectadores, teniendo a su disposición los reglajes de varios parámetros de la coloración, agravan los defectos tratando de reducirlos.

El programa de los experimentos franceses —y juntamente los ensayos previstos en Gran Bretaña, en Suiza, en Italia, en Alemania Federal y en Checoslovaquia— surge en el momento en el que un nuevo procedimiento acaba de nacer en Francia. Concebido por Henri de France y puesto en funcionamiento por la C. F. T., filial de la C. S. F. (Compañía General de Telegrafía sin Hilos), y de la Compañía de Saint-Gobain, el sistema Secam parece que podrá remediar los defectos del sistema norteamericano. Como éste, es un sistema compatible; es decir, permite a los poseedores de receptores para blanco y negro captar las imágenes en color que se perciben en blanco y negro, y a los poseedores de aparatos de color recibir las emisiones tradicionales en blanco y negro. Pero las ventajas esenciales del sistema francés, que se derivan del empleo de la modulación de frecuencia para la transmisión en color, residen en la estabilidad de los tintes, la simplicidad de los reglajes y, en resumen, una mayor simplicidad de los receptores.

El sistema Secam podría utilizar, sin modificaciones, la infraestructura de emisión, los aparatos de registro magnético y la red de cambios utilizados para las emisiones en blanco y negro. Una conexión experimental Hamburgo-Munich y regreso y una conexión París-Londres realizadas por medio de equipos normales de la Radiodifusión han confirmado las promesas de laboratorio. Pero sólo un conjunto de experimentos en condiciones reales de explotación con recepción en zonas de campo débil o de propagación difícil podrá ser definitivo.

Finalmente se ha comprobado que el sistema Secam permite la fabricación de receptores a un precio que apenas es superior en un 50 por 100 al de los receptores de blanco y negro.

Las bases de la TV en color se conocen desde hace tiempo. (Los primeros experimentos fueron realizados en Inglaterra por John Baird, en 1928.) El cine no existiría si no hubiese sido posible reducir a 24 e incluso a 16 imágenes por segundo el número infinito de las posiciones de un cuerpo o de un objeto que se desplaza. La TV en blanco y negro se sirve también de la persistencia de las impresiones retinianas para realizar a la cadencia de 25 imágenes por segundo un análisis rudimentario de los movimientos de los que el ojo hace fácilmente la síntesis. Pero todavía era necesario que nuestro órgano visual fuese tan complaciente como para aceptar como imagen plena un número limitado de puntos yuxtapuestos y sucesivos, correspondientes cada uno a una intensidad luminosa localizada en el espacio y en el tiempo, de la imagen a transmitir. Una nueva propiedad fisiológica del ojo, su poder separador, ha permitido que se limitase a transmitir por ondas hertzianas un número limitado de informaciones para que el mosaico de estas minúsculas porcioncillas de la imagen transmitida sea imperceptible y dé finalmente sobre la pantalla una imagen desprovista de toda solución de continuidad. ¿Y para el color? ¿Aceptaría también el ojo ser engañado y aceptar como infinitas nubes de tintes las rudimentarias informaciones de color que se limitarían a transmitirle? Por suerte, superponiendo en nuestra retina tres imágenes monocromáticas de un objeto, y en particular una imagen roja, una imagen azul y una imagen verde, se pueden reproducir todas las sensaciones coloreadas de este objeto.

El principio de la "tricomía", que es la base de todos los procedimientos de fotografía en color, permite imaginar un proceso muy simple de TV en color. La imagen original se descompone por medio de filtros, en sus tres colores fundamentales. Tres cámaras transmiten por tres ondas portadoras de esas tres imágenes monocromas recibidas en tres pantallas fosforescentes y finalmente superpuestas.

Un procedimiento más juicioso y que presentaba la inmensa ventaja de no

necesitar para la toma y recepción más que un material relativamente simple y barato, fue adoptado oficialmente en Norteamérica entre 1950 y 1953. El procedimiento del Columbia Broadcasting System se apoyaba, una vez más, sobre los fenómenos de persistencia retiniana. En vez de transmitir simultáneamente tres imágenes monocromas, ¿por qué no hacerlo sucesivamente? Sólo era necesario colocar ante la única cámara de toma —parecida a la de la TV en blanco y negro— un disco girando que llevaba filtros ópticos, de tal modo que las imágenes transmitidas fuesen sucesivamente las selecciones del azul, del verde y del rojo. En la recepción, un disco análogo, sincronizado con el disco utilizado en la emisión e intercalado entre la pantalla y el ojo del telespectador, permitía realizar la síntesis de los colores de origen. La solución era evidentemente seductora en razón de su simplicidad, pero no exenta de críticas. Los inconvenientes no atañían solamente a las servidumbres de una pantalla considerablemente reducida (la definición de la imagen pasó de 525 a 405 líneas), a una menor finura de trama en la imagen y a una pérdida de luminosidad. Lo más grave era que los receptores en servicio no habrían podido recibir en blanco y negro las emisiones en color del nuevo sistema, lo que era inadmisiblemente en un país que contaba ya entonces con 25 millones de aparatos en servicio.

Era necesario volver a pensar el problema. Este es precisamente el mérito de los ingenieros de la R. C. A.: haber vuelto a considerar totalmente las teorías proteiformes de la Información para utilizar todos los recursos de la electrónica y todas las "picardías" de las transmisiones radio-eléctricas al servicio de la TV.

La idea en que se apoyó la R. C. A. y la National TV System Committee se refiere también a ciertos aspectos de la psicología de la visión, especialmente la aptitud del ojo para distinguir los detalles, según que la imagen sea en blanco y negro o en color. La percepción de los colores se efectúa en amplias superficies. Si se transmiten, en TV, tres imágenes monocromáticas de una misma escena, se transporta tres veces lo que se podría llamar la envoltura geométrica de la imagen con todas las gradaciones de luminosidad que permite su superficie. Se triplican las informaciones relativas a los detalles finos que se sobreañaden tres veces.

El procedimiento presentaba enormes ventajas. Por una parte —y es un punto esencial—, los receptores normales podían recibir las emisiones en color y, recíprocamente, los de color captar las emisiones en blanco y negro.

Los sistemas R. C. A., N. T. S. C. y Henri de France (Secam) no difieren más por la manera cómo han sabido adaptar del modo mejor el "embalaje" de la imagen (los norteamericanos dicen "packaging") y realizan un sistema de código que permite una transmisión relativamente simple de las informaciones de colores y relativamente fácil de "descifrar" en el momento de la recepción. En el sistema R. C. A., una cámara equipada con tres tubos de toma produce tres señales de video-frecuencia correspondientes a las tres imágenes elementales, verde, azul y roja, de la escena que hay que televisar. Pero para no transmitir más que una sola vez los detalles finos de la imagen, se filtran en componentes de alta frecuencia que determinarán la luminosidad de la imagen y en componentes de baja frecuencia que proporcionarán las informaciones de cromaticidad.

El camino estaba abierto: desde el momento en que los receptores de color podían recibir las emisiones tradicionales en blanco y negro, y los receptores normales los programas emitidos en color, y que el canal de transmisión de señales conservaba la misma longitud de ondas, la experiencia se hacía viable en el plano comercial.

En el sistema N. T. S. C., la señal video completa es la suma de dos términos. El primero es una señal parcial que expresa la luminosidad de la imagen, el segundo traduce por medio de dos señales las informaciones de color. La señal de luminosidad es una señal compuesta elaborada a partir de las tensiones proporcionales a los componentes verde, rojo o azul del color de la imagen explorada. Expresada así la luminosidad total, no quedará más que "colorear" la imagen. Como el ojo distingue mal los detalles finos que no se diferencian más que por variaciones de tinte sin variación de luminosidad, la banda de frecuencia ocupada por las señales de cromaticidad puede ser relativamente muy reducida.

La solución del N. T. S. C. es elegante, pero exige un empleo relativamente delicado.

El procedimiento Henri de France, conocido por el nombre de Secam (Systeme Séquentiel à mémoire) ha permitido paliar los defectos del N. T. S. C.

El quid ha consistido en añadir a la señal de luminosidad, no una combinación de dos ondas moduladas de dos maneras, en fase y en amplitud (con todos los riesgos de interacción que ese dispositivo lleva consigo), sino una sola onda subportadora y modulada de una sola manera. Como hay informaciones cromáticas que transmitir, se ha resuelto el problema por una transmisión sucesiva de esas informaciones. Y para que las señales primarias verde, roja y azul se presenten simultáneamente en el sistema reproductor de imagen, se ha imaginado un dispositivo "memorístico" de la información cromática durante la duración de una línea de análisis.

Lo que hay que tener en cuenta del procedimiento es la simplificación obtenida en los circuitos de recepción.

El interés más destacable del sistema es que se traduce por receptores que no llevan más que circuitos de ajustado simple, que pueden comprobar o arreglar por cualquier técnico de TV en blanco y negro, sin ninguna otra maniobra especial para el color, tan grande es la estabilidad de los tintes.

¿Se puede afirmar que la solución Secam, por satisfactoria que sea, es económicamente aceptable en Europa? Es difícil apostar sobre el futuro. Cuando se trata de TV en color se tropieza no sólo con dificultades técnicas, sino también con incidentes de orden económico y político.

Ya en 1957, René Mayer, presidente de la C. E. C. A., señalaba los problemas administrativos y diplomáticos planteados por el establecimiento de redes de TV en color.

Un proteccionismo mal concebido, decía en sustancia, ha hecho aceptar la partición televisual de Europa, en la que sus "standards" distintos han hecho difíciles los intercambios de programas e impedido el desarrollo de las redes nacionales. Por esta razón, el advenimiento de la TV en colores suscita en Europa tantas esperanzas y tantos temores. "O bien —añadió— conservamos nuestro estado actual de aislamiento nacional; entonces, como la puesta en servicio de los programas cuesta por lo menos cuatro veces más caro que para la TV monocroma, asistiremos al más deplorable estancamiento; o bien establecemos un acuerdo europeo los términos del cual hagan posible instalar en Europa una nueva red utilizando normas únicas y capaces de difundir simultáneamente programas en un territorio demasiado amplio para que esos programas lleguen por lo menos a 120 millones de oyentes potenciales...

Han pasado cinco años. La Conferencia europea de Radiodifusión, que se celebró la pasada primavera en Estocolmo, ha confirmado las esperanzas de M. Mayer. Las definiciones de la imagen se han uniformado en 625 líneas (en las tandas IV y V) y se ha establecido un plan de asignación de frecuencia de TV en colores para Europa. Francia posee hoy un magnífico elemento de transmisión de imágenes en color; sería cruel que no figurase más que en los futuros manuales para uso de los laboratorios de electrónica o de física aplicada.— "Science et Vie", 529, X-61, 112-20.—A.

621.397

J. J. S.—La TV en la escuela.—Acaba de realizarse, bajo el nombre de MPATI (Midwest Program on Airborne TV Instruction), un experimento que promete abrir una nueva era en el campo de la enseñanza: unos 500.000 alumnos y estudiantes norteamericanos de seis Estados del Midwest han podido seguir en una pantalla de TV cursos que trataban de quince materias diferentes. Un avión, volando a más de 7.500 metros por encima de Montpellier (Indiana), es el que hacía el papel de emisora. Este aparato puede cubrir él sólo un campo de emisión que normalmente necesitaría el empleo de catorce estaciones.

En ocho años, la TV educativa ha progresado muy rápidamente, por dos razones: primero, ha llegado a ser un complemento indispensable de la enseñanza tradicional; segundo, los recursos que ofrece, desde el punto de vista educativo, es difícil que se agoten. Desde 1952, la Comisión Federal de Comunicaciones ha designado 242 canales de frecuencia TV destinados a la enseñanza. La Fundación "Ford" y otras asociaciones han concedido cantidades importantes para la creación de estaciones emisoras locales. Además, un organismo central ha nacido: el "Joint Council on Educational TV", encargado de buscar las soluciones a los problemas técnicos y jurídicos que puede ocasionar la puesta en servicio de emisoras situados a bordo de aviones, habiéndose con-

fiado el mantenimiento de las estaciones al "National Educational TV and Radio Center".

La primera estación de TVE entró en servicio el 25 de mayo de 1953 en Houston. Hoy existen 45 estaciones aéreas y una decena en vías de instalación.

La TV escolar comprende dos grandes categorías de programas: Por una parte, programas culturales y de información para adultos; por otra parte, verdaderas lecciones televisadas que forman parte de cursos en un establecimiento escolar y que permite adquirir los "créditos" (puntos que se conceden a los estudiantes por su aplicación en seguir los cursos) necesarios para los exámenes.

Una de las primeras experiencias que se realizó en el marco escolar fue la de New Jersey en la primavera de 1954: los alumnos de quinto año (niños de nueve a diez años) pudieron seguir una serie de cursos televisados sobre la historia norteamericana, escalonados en un período de dos semanas y presentados por seis profesores y sus ayudantes.

Hoy, casi todos los cursos inscritos en el programa normal de los establecimientos escolares o universitarios norteamericanos se difunden por una estación de TVE u otra. No existen estadísticas precisas en cuanto al número de telespectadores que siguen estos cursos. Pero se cree que:

1.º Tres millones de alumnos, por lo menos, repartidos por todo el país en unas 7.500 escuelas primarias y secundarias, siguen cada día cursos televisados que forman parte de sus programas regulares.

2.º El número casi igual de estudiantes siguen cursos televisados llamados de "enriquecimiento" que, sin formar parte del programa regular del año escolar, completan las lecciones cotidianas.

3.º Unas 250 facultades y universidades ofrecen cursos televisados, válidos para conceder "créditos", para unos 250.000 estudiantes. Además, 300 establecimientos universitarios conceden "créditos" a los alumnos que siguen los cursos de la emisión "Continental Classroom", difundidos cinco veces a la semana por la Cadena NBC, de seis a siete de la mañana.

La extensión alcanzada por este método de enseñanza se explica: La TVE permite, entre otras cosas, resolver el problema planteado por el aumento del número de estudiantes y la relativa penuria de profesores competentes para ciertas materias. Unos 20 millones de dólares, proporcionados por asociaciones particulares —entre otras, la Fundación "Ford"— desde 1954, han financiado una cincuenta de experimentos sobre el empleo de la TV escolar.

Estas experiencias demuestran que la TV escolar puede ofrecer numerosas ventajas. Primero permite a los mejores profesores del país tener un auditorio mucho más vasto. Esto se ha demostrado de una manera sorprendente durante la emisión "Continental Classroom" que, en su origen, estaba destinada a formar a los profesores y elevar el nivel de la enseñanza de la física, la química y las matemáticas en las "high schools". Los sondeos han demostrado que 35.000 profesores por lo menos que enseñan estas materias han seguido esos programas televisados desde su difusión. En algunos de estos cursos han intervenido galardonados con el Premio Nobel. Parece poco probable que una universidad pudiese jamás reunir a catorce Premios Nobel a la vez, como lo ha hecho ese programa. Hay que tener en cuenta que esos cursos no están destinados a treinta, cuarenta o incluso a cien estudiantes, sino a un auditorio de varios miles de personas, profesores de enseñanza secundaria, estudiantes, amas de casa, hombres de negocios, ingenieros; en fin, todos los que quieren estar al corriente de esos problemas porque tienen interés particular de ellos.

La TVE dispone, por otra parte, de potentes medios que están a menudo fuera del alcance de la enseñanza tradicional. Un material educativo procedente de los museos, las bibliotecas, sociedades históricas, empresas industriales y agencias gubernamentales que hasta ahora era muy difícil procurarse, se presenta ahora ante las cámaras de TV. La TVE reemplaza a también las visitas de instalaciones que pueden interesar a los estudiantes.

La capacidad de la TV para dar la sensación de lo real, para dar al espectador la ilusión de participar en la acción "como si estuviese allí" contribuye a justificar su empleo en la enseñanza.

Las controversias sobre las posibilidades de la TV en la enseñanza han surgido desde las primeras emisiones escolares. Se ha objetado, por ejemplo, que la TV era un medio de comunicación de sentido único y que privaba al estudiante del contacto personal con el profesor. Argumento que suscita esta

respuesta de los "pro-TV": dando su curso por TV, un buen profesor despierta el deseo de aprender mucho más que un pedagogo mediocre en la atmósfera familiar de un aula.

Por otra parte, el hecho de haber recurrido a profesores eminentes para las emisiones televisadas ha traído consigo la necesidad absoluta de aumentar el valor del magisterio completo. Varios directores de escuela han podido comprobar que la TV había mejorado en amplia medida la calidad de la enseñanza y que incluso los mejores profesores habían podido mejorar considerablemente sus técnicas observando a sus colegas en el estudio de TV.

Sin embargo, como el libro, la TV como medio de transmisión de ideas y de informaciones, anima, en cierta medida a la pasividad. Por grandes que sean los esfuerzos de los organizadores de TVE, la calidad de la enseñanza que difunden corre el riesgo de no ser siempre igual. Esto es el punto más delicado. Un profesor mediocre que da un curso televisado comunica su mediocridad a un público mucho más vasto que si enseñase en una clase. Y viceversa.

La enseñanza televisada obliga a los profesores de clases a un trabajo de equipo que acentúa su interés por su propio curso: establece una colaboración fructuosa entre los profesores encargados del curso televisado y los de la enseñanza escolar.

En el plano técnico, los problemas de enseñanza planteados por clases que tienen numerosos alumnos no han sido resueltos todavía totalmente. El comportamiento a adoptar, teniendo en cuenta las diferencias esenciales entre los individuos, debe ser también atentamente estudiado.

La objeción más importante que se hace es la siguiente: ¿Podrá el avión emitir con regularidad en condiciones atmosféricas desfavorables? A esto responden los ingenieros que un profundo estudio de las previsiones meteorológicas y el empleo de un avión auxiliar de socorro, permiten un sistema aéreo de operar de un modo eficaz en el 95 por 100 de los casos, porcentaje ligeramente superior al de los sistemas escolares tradicionales.

Los resultados obtenidos hasta ahora han sido positivos. Alumnos y estudiantes que siguen los cursos televisados adquieren conocimientos iguales y a veces superiores a los que obtienen por la enseñanza clásica.

Se ha demostrado que los cursos televisados exigen por parte del estudiante un sentido más agudo de sus responsabilidades. Se ha podido comprobar que los alumnos de cursos televisados frecuentan más a menudo que los otros las bibliotecas escolares y leen más.

Cuando comenzaron los ensayos del MPATI, la preparación de los cursos fue casi tan ardua como las investigaciones electrónicas exigidas para la puesta en marcha del dispositivo aéreo. Después de haber consultado al profesorado de la región, un comité eligió los cursos que debían presentarse. Un jurado de profesores, de inspectores y de técnicos de TV educativa seleccionó cuidadosamente a los profesores que debían encargarse de ellos. El personal del MPATI hizo editar folletos para ayudar a los profesores de las escuelas equipadas con receptores.

La TV educativa adquiere así una importancia cada vez mayor en la vida del estudiante moderno. Está llamada a interesar a un número cada vez más elevado de alumnos; tal vez incluso será necesario utilizar un satélite artificial que permitiría a millones de personas en todo el mundo seguir en el mismo momento el mismo programa traducido inmediatamente a todas las lenguas.— "Information & Documents", 147, 1-IX-61, 24-25 y 28-29.—A.

621-397

Salvador, Tomás.—**Con la televisión en casa.**—Hace una par de años fui llevado ante una cámara de Televisión. El locutor me preguntó:

—¿Qué opina el novelista de la Televisión?

Contesté, hace dos años, repito con las frases improvisadas que el ambiente me iba dictando:

—El novelista, ante la televisión, no dice nada. Calla y observa. Por primera vez en la historia de cualquier arte o disciplina, si exceptuamos el cine y no siempre el novelista y en realidad todos los hombres de su tiempo están presenciando el nacimiento y la juventud de "algo" totalmente nuevo y por nuevo abarcarable en todas sus perspectivas. Es nuestro. Y el novelista se encuentra fascinado y perplejo. Estos aparatos, estas cámaras o escenarios, no tienen asidero con el pasado. No hay detrás de ellos un Velázquez, un Lope, un Galileo,

un Andrés Vesalio o cualesquiera otro nombre fabuloso simbolizando un arte o una ciencia. Es decir, la Televisión, sin herencias ni antecedentes, nace ahora y serán nuestros nietos los que hagan historia. Será lo que queramos que sea, o lo que podemos hacer que sea. Por eso el novelista no dice nada. Calla y observa, meditando la parte que a él le corresponde en el nuevo elemento social que acaba de nacer.

Por lo visto, la cosa sorprendió bastante y a mí me sorprendió que sorprendiera. Posteriormente he ido comprendiendo que la mentalidad genérica tiende a la aceptación de las cosas más peregrinas y los inventos más sorprendentes, como si fueran frutos naturales, como si nacieran por generación espontánea. Al que da vueltas al dial de un transistor lo único que se le ocurre decir, cuando el sonido sale fuerte y limpio; es "funciona estupendamente". Y se queda tan tranquilo. Diríase que ha sido educado para dar vueltas a una rueda con dos dedos de la mano. Los sabios, los artistas, los artesanos que se han afanado para ofrecer la maravillosa síntesis de que disfrutan, quedan en una oscura penumbra. Acostumbrados a los milagros técnicos nadie se sorprende de nada. Habrían de ver un mecanismo antigravitatorio, por ejemplo, y decir: "¡Qué bonito!"

¿Se puede pedir a la masa que preste más atención a lo que es patrimonio de su tiempo? ¿Se puede responsabilizar al que acepta utilitariamente los adelantos de su época con lo que haya de ser futuro de un arte o industria? Presentando las cosas desde otro ángulo. ¿Pretende el técnico o inventor ser comprendido en su totalidad?

Ante preguntas como las anteriores, que envuelcran el tiempo y el espacio, el hombre y el material, la diversión con la maravilla del ingenio humano, se comprende muy bien lo atrasadas que han quedado ciertas filosofías reducidas a una preparación del hombre ante el hombre, pero cerradas a la Deontología del Programa, entendiendo por tal que otros hombres preparan y popularizan para que una masa los acepte sin darse cuenta. Sólo conozco un libro, "Luz en las antenas", del padre Jesús Ruiz García, que apunta algunas y muy sabrosas consecuencias.

Pero volviendo a la Televisión española y a nuestro tiempo, diré con un poco de rubor que la televisión se me ha metido en casa. Llevo ya un año con ella en la sala. He tenido tiempo para darme cuenta de sus vicios y virtudes. Incluso de su carácter de auténtico acontecimiento social. Estamos lejos, atunadamente, de la populchería de algunos países sudamericanos, donde hay ciudades con cinco emisoras y chavolas con antena encima de los techos de latón. Estamos más lejos todavía de los programas abracadantes, el anuncio abusivo, de la adulación al telespectador, de la casi glorificación del sexo y la violencia. Aunque no sea totalmente cierto, dado que hay muchos matices, diríase que la Televisión ha irrumpido en Europa con signo minoritario, en forma más elegante, más contenida. Para los que se quejen de que sea un monopolio estatal, diremos que esto, en Europa, es general.

Mis experiencias de varios meses son de variada índole. Mis hijos, por ejemplo, han conseguido gran predicamento en la barriada. Tienen en su mano nada menos que el facilitar la entrada para ver "Rin-Tin-Tin", el "Investigador submarino" o "El último Mohicano". En consecuencia, se hace valer y rifian mucho menos, salvo cuando ellos quieren. He observado también que fallan los cálculos de algunos ingenuos: "Ya lo verás. La novedad de las primeras semanas los hará estar pendientes del televisor, pero se les pasará en seguida." No es cierto; los niños siguen tan absortos como el primer día.

Técnicamente, la televisión española me parece buena. No sé gran cosa sobre canales, frecuencias y demás obligadas reducciones al tecnicismo. Sobre la programación, hay cosas buenas y cosas malas. Los programas directos son los mejores. El reportaje vivo, caliente, tiene una grandeza que por sí misma justificaría una copiosa inversión. La publicidad no es particularmente pesada, aunque se ve bien claro que todavía no han encontrado los técnicos, salvo excepciones, una publicidad televisiva. Me asombra la cantidad de detergentes que se anuncian. ¿Es que antes la gente no lavaba la ropa? En cierto modo hay una cadena que une al televisor con los aparatos domésticos, los más anunciados: neveras, radios, calentadores, lavadoras y más televisores.

No es mi propósito, claro, hacer la crítica de los programas, entre otras razones porque yo no soy como los niños y raramente veo un programa completo. Lo que ha constituido un fenómeno francamente apreciable es la nube de crí-

ticos con página en prensa periódica. Se hace muy cuesta arriba que puedan permanecer atentos a la pantalla las muchas horas que actualmente programa nuestra Televisión. De todas formas, como síntoma no está nada mal. En Francia hay, o había, ilustres precedentes. Naturalmente hay que evitar que la crítica de la Televisión se convierta en algo rutinario o circunscrito a unas filas o fobias. Lo importante es que nuestro arte —en la medida del tiempo que antes indiqué— cree pronto la deontología o conciencia de su propia importancia profesional. A tanta influencia, tanta responsabilidad. La Televisión tiene que encontrar su propio equilibrio, distante por igual de los programas populacheros y de los minoritarios.

Habría que redactar una Ley del Programa, algo que fuera difícil en su creación y fácil en su comprensión. Si hemos quedado que las masas aceptan los prodigios, ¿por qué no habrían de aceptar una conciencia perceptiva? La Televisión es un formidable elemento que metemos en nuestra casa. Puede influir sobre nuestra mentalidad futura. Todavía, ni lo sabemos, ni lo sabremos hasta que nuestros hijos crezcan; pero bueno es prevenirse con anterioridad. ¿No estamos empezando? ¿No es un arte nuestro? ¿No ha de ser lo que queremos que sea? Pues vayamos intentándolo.—“Mediterráneo”, 22-X-61, 14.

RADIO

657-19

Vasallo, Jesús.—**Declaraciones de Teresa Yñigo, primera mujer que dirige una emisora de radio.**—Los vallisoletanos conocen muy bien a una agradable voz amiga que durante ocho años ha venido comentando un tema de actualidad de la sección “Buenas Noches”, de la emisora EFE número 1 de la REM “La Voz de Valladolid”. Ha firmado esta sección, desarrollada con garbo y estilo poético, María Teresa Yñigo de Toro. Ahora ha sido designada directora de dicha emisora por el delegado nacional de Prensa, Propaganda y Radio del Movimiento. Es la primera mujer que ocupa un cargo de esta índole, precisamente cuando está todavía reciente la Ley de Igualdad de Derechos de la Mujer, tan admirablemente defendida en las Cortes hasta su aprobación por Pilar Primo de Rivera.

María Teresa Yñigo de Toro es licenciada en Filosofía y Letras, Premio Finde Carrera “Onésimo Redondo”, y procede del SEU. Es auxiliar de clases prácticas en la Escuela del Magisterio y regidora provincial de Prensa y Propaganda de la Sección Femenina. Colabora en diversas revistas y emisoras, y tiene publicado el libro “Cartas a una amiga”, en el que se recogieron muchos de sus comentarios radiados. Ocupa el primer plano de la actualidad vallisoletana. Por eso hemos mantenido con ella una breve charla:

—¿Cuál es, según tú, el papel actual de la radio?

—Creo que la radio es no sólo importante, sino mucho más, imprescindible. Del brazo de la Prensa ha conquistado los hogares, las familias, las sobremesas de cada uno. La radio ha entrado cordialmente en la casa de cada cual. Quizá de ahí, de su difusión, de su amplitud, surge su ya insoslayable importancia. Por ello debe ser, como lo es la Prensa, un elemento positivo, formativo, a la vez que artístico, cultural.

—¿Papel de la mujer en ella?

—Hasta ahora ha tenido mucho campo. Me refiero a la labor de locutorio, de redacción y confección de programas, de discoteca, archivos y labores burocráticas normales.

—¿Y en cuanto a la labor de dirección?

—Es una nueva puerta que se abre para la mujer. Yo creo que no tenía por qué ser privativa del hombre. La dirección de una emisora tiene mucho de coordinación del elemento humano, del aprovechamiento de los valores profesionales de todos y cada uno de los componentes de la misma. Tiene también, o puede tener, un matiz especial de cuidadosa preparación, de encabezar un equipo.

—¿Crees en la tarea de equipo?

—Sí. Es el secreto del buen funcionamiento de una emisora. ¿De qué sirve un buen programa si los locutores no lo leen bien? Y si ellos lo leen bien, pero el montador de la música apropiada no da con ella, ¿qué será del programa? En ningún sitio como en una emisora puede comprenderse que la labor aislada

no sirve, que el esfuerzo individual ha de estar siempre complementado, continuado, revalorizado por la labor de todos los demás. Ahí está, por ejemplo, la magnífica labor desarrollada por mi antecesor en el cargo, camarada Antolín Santiago Juárez. La emisora comenzó con dos anuncios y gracias a su labor con el personal a sus órdenes ha llegado a situarse en la vanguardia de las emisoras de la REM.

—¿Tienes miedo a tu labor futura precisamente por ser mujer?

—Siento sobre mí la tremenda responsabilidad de ser la primera de representar en cierto modo a tantas mujeres, perfectamente capacitadas, pero que hasta ahora quizá no hallaron su oportunidad. La nueva Ley de Igualdad de Derechos para la Mujer me ha dado a mí esa oportunidad, que públicamente agradezco, el cuidado amoroso a la clara y sincera mentalidad de una mujer excepcional, que ha de ser siempre un modelo para cuantas salimos a la calle a trabajar tratando de no perder en manera alguna las cualidades esenciales de nuestro ser de mujeres: Pilar Primo de Rivera.

En efecto, la vigilante atención de Pilar, que se concreta en realidades como esa nueva Ley, la creación del Montepío Nacional del Servicio Doméstico y tantas otras obras diarias, ha dado a Teresa Yñigo una oportunidad que, sin duda, ella sabrá aprovechar en la dirección de "La Voz de Valladolid".—"Arriaba", 13-X-61, 5.

657.19

G. P.—¿En qué punto está la reorganización de la radio suiza?—A la vez que atribuía a Ginebra, Zurich y Lugano los estudios de TV, el Consejo Federal, a fines del pasado año, dio orden a la Sociedad suiza de radiodifusión de presentar, antes del 30 de junio de 1962, un plan de organización de la que él mismo fijó las líneas directrices.

Recordemos, resumiéndolas, las instrucciones gubernamentales: no habría en adelante, en ninguna de las tres regiones lingüísticas, más que una sola sociedad de radio y de TV; no habría más que una sola dirección para los programas radiofónicos y otra para los programas televisados; por último, los estudios de radio que no estuviesen de un estudio de TV —Basilea, Berna, Lausana—, recibirían ciertas compensaciones en el terreno de las emisiones sonoras.

¿Qué se ha hecho después de nueve meses de haberse tomado esta decisión? En la Suiza italiana no hay problema. La reorganización proyectada no cambiará en gran cosa la situación actual, ya que no ha habido nunca en esta región más que una sociedad y un estudio.

En la Suiza francesa, Ginebra y Lausana, durante mucho tiempo rivales y que han llevado a veces la acumulación hasta el antagonismo, han comprendido la necesidad de poner fin a las querellas por su prestigio, ahora fuera de lugar. Las dos sociedades regionales, la "Fondation romande de Radiodiffusion", con sede en Lausana, y la "Fondation des Emission Radio-Genève", con el concurso de representantes de Friburgo, Valais, Neuchâtel y Berna, han elaborado un anteproyecto de estatuto de una sociedad "romande" de radio-TV. El órgano supremo sería una asamblea general compuesta por los delegados de los cantones "romandes" y del Jura bernés, de las dos ciudades en que están establecidos los estudios y los representantes de las dos sociedades regionales actuales.

Esto parece dejar entrever que la creación de esta sociedad no suprimiría las sociedades regionales existentes. Lo más, modificaría sus atribuciones y sin duda las reduciría. Pero cabe preguntarse si tal "reorganización" responde a los deseos del Consejo federal.

La situación es todavía confusa en la Suiza alemana, en la que existen seis sociedades regionales: tres disponen de un centro de emisión cada una (Berna, Zurich y Basilea), y las otras tres (Suiza oriental, Suiza central y comunidad "romanche") tratan de que los estudios no descuiden los elementos originales que su región puede aportar al conjunto de los programas.

En el proyecto de reorganización, algunos de nuestros Confederados han creído ver un golpe al federalismo, si se quiere usar este término para designar el legítimo afán de hacer de la radio el espejo de nuestras diversidades. La dirección general ha respondido diciendo que nadie trata de atacar la riqueza que son para los programas, los recursos locales. Lo que se busca, al instituir el sistema de una dirección única, es la coordinación. Se quiere remediar una dispersión de fuerzas y de recursos; se quiere que se trabaje más racionalmente,

eliminando primero los dobles empleos. No es cuestión de dar a este director poder para imponer programas y emisiones a este o a aquel estudio. Su papel consistirá en preparar planes a largo plazo, discutirlos con los jefes de cada estudio, establecer esquemas de emisión; en resumen, poner a punto una "técnica de los programas" que exigirá para su realización", la colaboración de todos.

Pero, en la Suiza alemana, un solo director para la región lingüística significa que por lo menos una de las dos ciudades que poseen un estudio será sacrificada. Zurich, como se sabe, tendrá la dirección de la TV. Para la de radio, el Consejo federal piensa en Basilea. Entonces, ¿qué queda para Berna? Un estudio, es verdad, pero con un subdirector solamente, y esto no lo pueden admitir los berneses.

Las seis sociedades regionales de la Suiza alemana han anunciado "su deseo de buscar una solución".

¿Esperanza o ilusión? El porvenir responderá. De momento, parece que el Consejo federal ha intervenido demasiado tarde para intentar ejercer su influencia sobre la organización de la radio suiza.

Las estructuras antiguas han tenido tiempo de cristalizar y las situaciones conseguidas de consolidarse. En estas condiciones, la decisión de noviembre de 1960 podría considerarse, a fin de cuentas, como una simple manifestación veleidosa.—"Journal de Genève", 6-X-61, 2.—A.

PUBLICIDAD

659

Moral publicitaria.—El IV Congreso Internacional de Publicidad, clausurado hace pocos días en Madrid, ha puesto de relieve la tremenda importancia que tiene hoy este difícil y a la vez imprescindible arte de la persuasión. De la publicidad se ha dicho —no sin razón— que es el oxígeno de los negocios. De ahí su avance arrollador y el montaje, a escala grandiosa, de una industria especializada que, a su vez, es un negocio al servicio de todos los negocios. Especialistas, científicos, laboratorios, imprentas, dibujantes..., dinero, mucho dinero, constituyen hoy en este campo un entramado tan característico y tan poderoso que ya no se concibe una técnica de producción sin su correlativa de publicidad.

No se puede dar un paso por el mundo sin que el anuncio de esto o aquello nos acompañe. En caminos, carreteras, calles, edificios, periódicos, libros, revistas, espectáculos, radio, televisión, el asalto es constante; a veces con tal fuerza obsesiva que, sin quererlo, en el subconsciente, estamos repitiendo insensiblemente un "slogan" publicitario en las más diversas actividades de nuestra vida: en el trabajo, en el paseo, en la cancioncilla que se nos escapa. Hasta en el propio hogar nos persigue; desde el cenicero a la agenda y en esa multitud de pequeñas cosas que a diario nos rodean.

Todo esto se ha tenido en cuenta en el citado Congreso y ha sido objeto de estudio del casi millar de especialistas de unos cuarenta países. Pero poco o nada se ha dicho que sepamos —nos gustaría que nuestra información no fuera exacta— de los problemas morales que esa grandiosa industria de la publicidad entraña, precisamente por su avasallador empuje y por la "dictadura" que de hecho ejerce hasta en la psicología más o menos profunda del hombre actual. En primer lugar, en el aspecto de honradez, digamos, a que debe responder en las proclamadas virtudes o excelencias de este o aquel producto para no estafar al consumidor ganado por la machaconería de sus recomendaciones.

Y después, ese otro aspecto de la simple decencia natural y de los obligados límites de la moral cristiana. Pues es el caso —por demás conocido— que entre los medios de sugestión adoptados por las técnicas publicitarias se acude con demasiada y peligrosa frecuencia a imágenes, grabados, literatura e incluso música por demás sensuales que nada tienen que ver con las cualidades del producto anunciado.

Es evidente, como alguna otra vez hemos dicho en este mismo lugar, que nada postula que para anunciar un coche, una radio o cualquier otra cosa haya de recurrirse a un semidesnudo femenino.—"Ecclesia", 7-X-61, 4.

Lees los proyectos, los catálogos, los carteles que esparcen su mensaje por doquier, en alta voz.

He aquí, en ellos, la poesía de la mañana.

RIMBAUD

Una mirada superficial a nuestro alrededor permite observar que el volumen de la propaganda es inmenso, crece de día en día; nos asedia. La propaganda es uno de los fenómenos más amplios y característicos de nuestra Edad, en la que constituye una fuerza social cuya resonancia no podemos eludir. Su vibración estremece el cuerpo social entero, pues son pocos, poquitos, los ámbitos extraños a su influjo (1).

Este es el fenómeno, tan palpable que su solo enunciado roza el tópic; pero era preciso constatarlo como punto de partida. No obstante, dato curioso: frente a esta importancia y en aparente contradicción con ella, nos topamos la antitesis de ser la propaganda, por lo general, muy desconocida. Al profano le parece demasiado simplista y por no penetrar, siquiera en atisbo, la complejísima estructura de su problemática, habla de ella ligeramente, cuando no con desdén (2). Pero es que inclusive el intelectual, filósofo o sociólogo, si bien se preocupa más o menos de su presencia en el seno social, no llega ésta a suscitar en él un deseo de aventura suficiente para impulsarle a escalar las cimas del fenómeno y de ellas, serenamente y sin temores apasionados, señalar su contorno panorámico y describir sus perspectivas. Carecemos por esta razón de una elaboración pensada —filosófica y sociológica— unitaria y total de la propaganda. El predominio de la propaganda comercial, hija de hombres prácticos y urgida por exigencias económicas inmediatas, ha orillado como un lujo las reflexiones en profundidad; salvo en algunos aspectos, pocos y parcialmente enfocados (3).

Esta visión a ras de tierra, que enfoca experiencias aisladas sin intentar aunarlas en una visión formulada y panorámica, es causante de la falta de precisión y ambigüedad que imperan tanto en la terminología como en el contenido y función de la propaganda. Muchas sombras se desvanecerían si estas zonas oscuras de la misma fueran sometidas a la precisión luminosa del saber filosófico o al depurado análisis que forzosamente precede a toda abstracción teórica.

El que la materia propagandística sea eminentemente práctica y movizada no habría de constituir un obstáculo para ello, sino un acicate. Pues filosofía verdadera es la que atenaza la realidad problemática y multiforme que empuja al hombre en su tiempo para dominarla envolviéndola en claridad.

Por lo dicho no es extraño que la confusión aparezca ya al pisar el umbral de su nomenclatura. En efecto: se habla de Propaganda y de Publicidad; ambos términos se citan y emplean unas veces como sinónimos, otras como divergentes. Este parpadeo terminológico significa a fin de cuentas que no se percibe claramente su contenido. Y no es daño pequeño para cualquier disciplina que su concepto, por ofrecerse vacilante y ambiguo, suponga más un obstáculo que una invitación a penetrar en ella.

* * *

(1) Cfr. HEPNER: *Modern Advertising*, págs. 4 y 5, y HENRI TANNER: *La Publicité, poésie du commerce*, págs. 98 y 99.

(2) Cabe aplicar a la propaganda lo que certeramente expresa el profesor Sánchez de Munita al hablar de la Estética: «Hay ciencias que se parecen a esos pedazos de tierra que, por estar en el camino de muchas partes o términos, o por la apeticibilidad de la fruta que cuelga al alcance de la mano, son hollados y saqueados sin miramientos. Son tentación de todo el que pasa y amargan la vida del dueño. A tales parcelas de la cultura agraria e intelectual hay que protegerlas con setos de espino.» (*Estética del paisaje natural*, pág. 62.)

(3) Tal vez haya contribuido a ello el ser la propaganda un conjunto de técnicas sin más hilo de unión entre sí que el fin para el cual las conjuga en cada caso el propagandista. También que el pueblo donde la propaganda comercial tiene mayor desarrollo —el norteamericano— sea poco propicio a construcciones teóricas. Por eso escribe Pierre Martineau: «A despecho de la prosperidad y larga historia de la propaganda comercial, falta un cuerpo de teoría aceptable respecto a los fines reales de la misma. Se echa de menos una comprensión de lo que juega en el proceso comunicativo, en el cual la convicción exige algo más que llamadas más o menos ostentosas, palabras y mera información.» (*Motivation in Advertising*, pág. 2, McGraw-Hill, Nueva York, 1957.)

Generalmente, con el término Propaganda se designa la actividad o arte de inducir a otros para que adopten una opción o conducta determinada, sea religiosa, política, cultural, etc. Sin embargo, el término Publicidad expresa esa misma actividad o arte, pero concretados al campo económico de la compra y de la venta. Ahora bien; esta distinción no es correcta. Y la ambigüedad proviene, como decimos, de la inseguridad conceptual. Porque Propaganda y Publicidad no se contraponen, sino que se enlazan y complementan como el alma y el cuerpo, según vamos a ver.

Propaganda —derivada del verbo latino “propagare”, plantar vides— apunta una actividad de comunicación generadora de sociabilidad, ejercida intencionalmente por el propagandista para afectar ideas o comportamientos ajenos (4). Sin embargo, Publicidad —de “publicum facere”, en la línea semántica de “publicare”— hace alusión inmediata y concreta a la actividad realizada para encarnar en un medio generalmente material —Prensa, radio, cine, televisión, etc.— una idea o mensaje que pueden ser propagandísticos o no. Ahora bien; como el mundo de los negocios es el que viene utilizando para su propaganda con más profusión y frecuencia dichos medios materiales de publicidad; este término, denominación del simple “continente”, por un modo sincopado de hablar ha pasado a designar también su más frecuente “contenido”, a saber: la propaganda comercial.

De ahí la mezcla y confusión con que se barajan ambos conceptos; y que pudiera haberse evitado de haber tenido presente la claridad que derrama el origen etimológico de cada uno, que con tanta diafanidad y certeza apunta a su contenido exacto (5).

La propaganda tiene, por consiguiente, razón de fin; la publicidad, razón de medio. No hay que buscar diferenciarlas en el campo de aplicación —ideas la primera y bienes materiales la segunda, como vulgarmente muchos piensan (6)—, sino en la distinta naturaleza de actividades de una y otra. En que la propaganda es una actividad de comunicación y la publicidad una técnica de encarnar esta comunicación en un medio material. Por consiguiente, debería hablarse de propaganda personal —la ejercida directamente por el propagandista— y de propaganda material —la objetivizada en uno de los medios antes aludidos—. Pero no, como se hace, contraponer la primera a la publicidad, pues el contenido de ésta es más amplio y excede a lo meramente propagandístico. Porque publicidad es la simple noticia o información, que, sin embargo, no es propaganda, por faltarle la elaboración técnica de ésta y, en resumen, la “intencio”; propagandística.

No obstante lo dicho, nos damos cuenta de que es tarde para desandar el camino recorrido y no habrá otro remedio que, de acuerdo con el uso establecido, emplear el término publicidad como sinónimo de toda propaganda —no sólo de la comercial— encarnada en un medio material de comunicación. Sucede aquí, como en otra cualquier actividad, que el hombre se desvive por acuñar palabras para expresar lo nuevo y, cuando lo consigue, se resigna a echar mano de las ya establecidas. Y es que la innovación verbal no es tema fácil. Como dice el P. Ceñal siguiendo a Heidegger: “Los poetas son los que instituyen los verdaderos nombres. El hombre vulgar se paga de solas palabras, papel moneda, sin valor real; sólo el poeta nombra y crea originariamente” (7).

En nuestro deseo de perfilar y esclarecer el concepto también una distinción se impone entre propaganda y educación; entre la actividad del propagandista

(4) La propaganda descansa en la comunicación, pero no es una comunicación simple, sino una comunicación vital generativa. «A» comunica, es decir, comulga, se liga, une y establece un lazo de sociabilidad con «B» para afectar sus ideas o comportamiento. El asentimiento arrancado coactivamente (fuerza física, soborno, retribución, etc.) no es propaganda.

La falta de elemento intencional nos da la figura del propagador, no del propagandista. Surge aquella, cuando inintencionadamente influimos en los demás.

Objeto de la propaganda: todo aquello que cae dentro de la fe o creencia, entendiéndose por ésta no sólo la religiosa, sino cuantos conocimientos no pueden ser sometidos a demostración exclusivamente científica y racional.

(5) La forma ha recubierto la esencia y se ha hecho pasar por ella. Siempre acecha a la palabra el mismo peligro: que la primicia de verdad contenida en ella se convierta más tarde en etiqueta, y en etiqueta muchas veces desprendida de aquella pura y primera verdad; y así el hablar, en vez de recoger y atesorar, es dispersión y pérdida. (Cfr. P. RAMÓN CEÑAL, S. J., en «Tres Lecciones sobre Heidegger»; Cuadernos Hispanoamericanos, abril, 1960, pág. 19.)

(6) Menos, como opina Frat Gaballi, en que la propaganda se dirige a las masas y la publicidad a los individuos. (Cfr. *Publicidad Combativa*, pág. 147, 2.ª ed., Editorial Labor, Barcelona, 1960.)

(7) Cfr. R. RAMÓN CEÑAL, S. J., en «Tres Lecciones sobre Heidegger»; Cuadernos Hispanoamericanos, abril, 1960, pág. 127.)

y la del maestro. Muchas veces se cruzan y confunden sus campos. Sin embargo, siquiera la distinción bordee muchas veces la línea limitrofe, es, no obstante, normalmente clara. La instrucción se dirige a la inteligencia, su objeto es la verdad, su instrumento primordial el raciocinio. La propaganda se dirige a captar la voluntad, su objeto es el bien y su instrumento primordial los sentimientos y las emociones. Finalmente, la educación —término derivado de "educere": sacar a luz— es actividad más amplia, pues se propone el desarrollo y la forja de la personalidad, comprendiendo el hombre completo (inteligencia, voluntad y sensibilidad).—"Razón y Fe", 11-X-61, 257-260.

CINEMATOGRAFIA

778. 5

Gómez Mesa, Luis.—**Apertura del Curso 1961-62 del Instituto de Investigaciones y Experiencias Cinematográficas.**—Celebrado el acto en el "Palacio de la Música", habló en primer lugar José Luis Sáenz de Heredia, director del Instituto, dando a conocer los datos estadísticos del curso que empieza. En 1960 fueron diplomados Boran, Patino, Picazo y Summers, ninguno de los cuales se ha incorporado de modo activo a nuestro cine. Se proyectaron las películas de los tres alumnos que han obtenido diploma de director: "La cinta", de Horacio Valcárcel; la "La lágrima del Diablo", de Julio Diamante, y "Despedida de soltero", de José Luis Vilorio.

Por último, el director de Cinematografía y Teatro, Jesús, Suevos, José Luis Sáenz de Heredia, Florentino Soria Heredia, subdirector del Instituto, y Andrés Zavala, secretario, entregaron los diplomas.—"Arriba", 7-XI-61, 19.—A.

778.5:253

Colaboración de todos por un cine mejor.—Discurso de Su Santidad al Comité Director de la Oficina Católica Internacional del Cine (6 de octubre de 1961: texto en francés en "L'Osservatore Romano" del 7).—Venerables hermanos y queridos hijos: Poco tiempo después de haber celebrado con nuestra carta "Nostra Patris" el XXV aniversario de la encíclica "Vigilanti Cura" nos consideramos particularmente felices recibiendo hoy al presidente y al Comité Director de la Oficina Católica Internacional del Cine, a los dirigentes del Centro Católico Cinematográfico Italiano y de la Asociación Católica del Cine, a personalidades católicas pertenecientes a la producción cinematográfica e igualmente a cuantos han deseado participar en el Congreso organizado por "Pro Civitate Christiana" en Asis con ocasión de este jubileo.

Nos place, en primer lugar, felicitarnos por vuestra acción. Hemos leído en vuestras miradas el ardor con que os esforzáis por hacer que penetren, cada vez más, en los medios cinematográficos y en los de su producción la luz del Evangelio y la buena simiente de las enseñanzas de Jesucristo. En efecto, vuestra tarea no es fácil; pero Nos conocemos vuestro celo infatigable por suscitar un cine que no sea para el hombre causa de degradación artística, intelectual o moral, sino que, por el contrario, contribuya a su educación, a su desarrollo, a su grandeza y también a su diversión.

Ahora bien, el éxito de tal empresa se encuentra seguramente en la acción común y perseverante de todos los católicos, eclesiásticos y seglares, ayudados por los hombres de buena voluntad. Y la armonía de esta tarea está garantizada por una fidelidad cada vez más estrecha a las sabias directrices de la Iglesia, y tan de la que vuestra presencia aquí es preciosa garantía. Sin las magistrales y oportunas encíclicas "Vigilanti Cura" y "Miranda Prorsus" de nuestro predecesores no nos sería dado ver alrededor nuestro a los representantes de cerca de una cincuentena de Oficinas Nacionales del Cine. Hemos querido, por nuestra parte, confirmar y desarrollar los efectos de estos documentos mediante el "motu proprio" "Boni Pastoris" que ha establecido concretamente el Estatuto Jurídico de la Comisión Pontificia, teniendo por fin, entre otros, coordinar e intensificar la actividad católica en favor del buen cine, y a la que nos es grato expresar ante vosotros nuestra satisfacción.

En la misma perspectiva nos ha parecido importante establecer entre los organismos de preparación del próximo Concilio Euménico, un secretariado para los medios modernos de la difusión, y de la que una de las principales atribuciones es el estudio de los problemas planteados por la Iglesia por el cine. "Ecclesia", 25-X-61, 10.

Barneschi, Renato.—**Los secretos de la censura cinematográfica.**—Un cementario de guerra: una desolada extensión de blancas tumbas, todas iguales, todas coronadas con una pequeña cruz. El objetivo de la cámara las recorre en una lenta, exasperante marcha que la banda sonora comenta con una balada de tristísima melodía. La áspera voz de Charles Aznavour canta: "Las cigüeñas han vuelto, ha vuelto también la primavera a poner flores sobre la tierra, pero éstos no verán el verano." Sobre las últimas imágenes de la melancólica secuencia la balada termina con estas palabras. "La próxima vez no contéis conmigo."

De este modo se inicia el film "No matar", de Autant-Lara, que, a despecho de su declarado pacifismo, ha tenido hasta ahora el irónico destino de suscitar polémicas, discusiones y resentimientos ya por las tesis que expone y por el modo como son tratadas, ya por la desgracia que ha tenido con la censura.

"No matar" no ha sido, en las últimas semanas, el único pretexto para encender las discusiones cinematográficas. El reciente voto favorable del Senado a la nueva ley sobre cine ha promovido otra análoga serie de polémicas que se pueden resumir en las dos posiciones extremas adoptadas respecto al problema: los partidos gubernamentales sostienen que la censura preventiva de las películas es legítima y están convencidos de haber preparado una ley sobre cine adecuada para sustituir la de 1923. La opción sostiene que la censura es ilegítima en cuanto contraría al artículo 21 de la constitución que proclama el derecho de cada cual a manifestar libremente el propio pensamiento con cualquier medio de difusión. La imitación de este derecho, como la autorización preventiva o censura, es ilegal. Los primeros rebaten la afirmación citando el mismo artículo 21, que termina diciendo que la ley predispone procedimientos aptos para "prevenir y suprimir" las violaciones. La diatriba dura desde hace años y no se ve por qué debe cesar con la promulgación de la nueva ley sobre cine que ya la oposición ha definido como no liberal y fascista.

En Italia el problema de la censura se agrava por una situación particular: la elevada producción anual de películas, que estadísticamente hace que sea más frecuente la oposición entre producción y autorización gubernativa, y la existencia de una fuerte oposición, no sólo táctica, sino sobre todo ideológica, al Gobierno que está interesado en deformar todo episodio administrativo y político.

La intervención preventiva de los poderes públicos en el sector del espectáculo se ejerce en casi todos los países del mundo. De la relación que damos a continuación y de los datos sobre diversas reglamentaciones se puede deducir que también las censuras gubernativas extranjeras, y la rusa en primer lugar, son tan "fascistas" como la nuestra. La verdad es que la "revisión en materia artística" es siempre y en todas partes antipática en cuanto constituye una postura de constante y preconcebida desconfianza del Estado respecto a sus ciudadanos más dignos de respeto y de confianza: los artistas. Sin embargo, el que no exista país en el mundo donde la censura no se aplique, hace suponer que se trata de una necesidad social, no por esto necesariamente positiva y ejemplar, sino solamente útil para la convivencia colectiva.

En Estados Unidos, como es sabido, no está vigente una reglamentación estatal de la censura. El problema ha sido resuelto desde hace años con el llamado "Código Hays": una forma de control profesional preventiva y complementaria que la asociación de productores se ha autoimpuesto. El "Código Hays" es rigurosísimo y si no bastase existe, además, la Asociación de decencia "que tiene competencia en la materia.

Suecia, la literalísima y adelantada Suecia, ha sido la primera nación del mundo en instituir una oficina de censura en 1911. Los films pueden ser prohibidos por brutalidad, amoralidad, transgresión de las leyes, escenas de violencia y prohibidos a los menores de quince años. También en Dinamarca la censura es de competencia estatal: se ocupa de ella la Staten film Censure. En Francia, la censura cinematográfica corresponde al Estado, que la ejerce por medio del ministro de Información con el consejo de una comisión de control. Es de advertir que además del Estado, también los prefectos y las autoridades locales tienen poderes de policía sobre la cinematografía, pudiendo controlar, y en cualquier caso prohibir, la proyección del film. Inglaterra actúa en esta materia por medio de un sistema totalmente distinto a los vigentes en gran parte de Europa: la censura voluntaria, realizada por los productores a través del *British Board of Film Censorship*. La censura central del BBFC no es

obligatoria, pero el ministro del Interior ha encargado a las autoridades locales que se avalen del juicio uniforme de esta censura. Existe dentro de esta particular reglamentación una forma de censura preventiva de la escenificación.

Por último, en Rusia no existe una legislación especial para la censura cinematográfica, pero esto no es una gran ventaja para los que debían servirse de ella: el "Comité para el arte" que ejercía el control sobre las producciones cinematográficas y teatrales, ha sido absorbido por el Ministerio de Cultura popular y toda la organización de los espectáculos se ha concentrado en manos de un subsecretario. La producción total está sujeta a restricciones de carácter ideológico de modo análogo a lo que sucede en el sector de Prensa e información.—"Gente", 45, 10-XI-61, 61-62.—A.

778.5

Fernández Cuenca, Carlos.—**Economía individualista en el cine español.**—El cine es un arte expresado por una técnica y sustentado por una industria. Lo ha sido siempre y en todas partes, y difícilmente dejará de serlo; ciertos casos excepcionales de grandes películas elaboradas por capitales privados y sin aspiración de lucro, confirman la regla general. De ahí que cometan grave error quienes ponen en tela de juicio la categoría estética de la obra cinematográfica atendiendo sólo al poderío industrial del que depende. Es cierto que la industria, para florecer en la conquista de las masas, suele situarse al nivel de éstas, halagando sus gustos con mercancías de poca o de ninguna calidad. Pero no es menos cierto que esa misma industria que lanza folletines medicos, intrigas a ras del suelo, comedietas vacuas y vodeviles más o menos picantes pretendiendo llenar las salas de proyección, es la que ha lanzado también todos los films memorables de la historia del cine, los que se citan como hallazgos magistrales de pureza lo mismo en el contenido que en la forma.

Es notoria injusticia menospreciar la industria porque haga cosas pésimas, ignorando u olvidando que también las hace admirables. Es injusto pensar que la aspiración de obtener beneficios sea necesariamente contraria a las posibilidades artísticas. Nadie puede poner en duda la licitud de que la inversión de capitales sea productiva, dentro de límites razonables, y no hay razón para censurar a los industriales del cine el mismo elemental derecho que todos reconocen a los industriales que surten de artículos de primera necesidad a los mercados.

PRESTIGIO Y POTENCIA INDUSTRIAL

El prestigio de una cinematografía está siempre en función de su potencia industrial. Caben, naturalmente, altibajos que deben estudiarse atendiendo a las circunstancias externas más que a las internas, a las crisis populares y a los problemas de invención, a la desorientación en que suelen confluir muchos factores distintos. En esos altibajos, el aspecto económico afecta sólo a los resultados; no denuncia escasez de medios ni fallos de organización, sino falta de sincronización entre lo que se cree que pueda interesar al público y lo que de veras podría interesar a éste.

El problema fundamental del cine español reside, simplemente, en la escasa atención que sus cultivadores prestaron al aspecto industrial. El nacimiento de una verdadera industria cinematográfica española es sobremanera tardío con respecto a la marcha del cine en otros países, y su desarrollo dista todavía mucho de alcanzar una plenitud satisfactoria.

Por largo tiempo, la economía de nuestro cine ha sido —y lo es aún en bastantes casos— estrictamente individual. Sorprende, por ejemplo, que el examen de los rotundos éxitos de una serie no escasa de películas los presente casi siempre como fruto de esfuerzos aislados, sin la continuidad que debiera ser su consecuencia lógica. La fórmula general para hacer películas españolas puede resumirse así: una persona seducida por un determinado tema aporta el capital necesario para que ese tema llegue a las pantallas, pero una vez cubierto ese inmediato objetivo, más sentimental que industrial, se desentendiéndose de otros posibles proyectos cinematográficos, limitándose a embolsar el dinero que ganó o a condenar al mundo del celuloide como pésimo negocio si perdió algo o incluso si sus beneficios no llegaron a la ilusoriamente elevada cifra que

soñaba alcanzar. Porque ése es uno de los pecados gordos de la mayoría de nuestros improvisados productores: suponer que el cine sea un negocio fabuloso capaz de producir en pocos meses un mil por ciento de ganancias.

Quien se decide a intervenir económicamente en cualquier industria aceptando como natural obtener un beneficio anual de 5 ó el 6 por 100, y que se entusiasma si llega al 10 ó al 12, estima que la inversión en el cine no es satisfactoria si no representa la amortización rápida y el beneficio enorme. Y como tal prodigio, por absolutamente excepcional, rarísima vez ocurre, se siente defraudado y se aparta para siempre del cine, convirtiéndose en el acto en su desafortunado detractor, haciendo toda la propaganda negativa que pueda repercutir en los medios económicos a su alcance

PRODUCCION ASOCIADA

Toda la producción de películas de los Estados Unidos corresponde a ocho marcas principales y a unas cuantas, las llamadas independientes, de menor intensidad de trabajo. El 90 por 100 de la producción en la próspera industria japonesa, que en 1960 lanzó 547 films de largo metraje, pertenece a seis grandes compañías. En curioso y significativo contraste con esa realidad de los dos industrias cinematográficas más poderosas del mundo, una occidental y otra oriental, tenemos el hecho de que las 73 películas producidas en España durante 1960 corresponden a 54 marcas diferentes.

¿Individualismo? Indudablemente, el individualismo entra por mucho en la economía del cine español. Una proporción muy elevada de los films que presentan con sus nombres las ocho grandes compañías americanas o las seis niponas débense, en realidad, a productores asociados. Pero el productor asociado no existe virtualmente en España. Quien se decide a producir una película suele negarse, vanidosamente, a compartir su posible éxito con cualquier marca ya establecida, incluso la más respetada, y prefiere fundar la suya propia, fiel al refrán, que nada tiene que hacer en el cine —ni en tantas otras cosas de los tiempos modernos— de “yo me lo guiso y yo me lo como”. Y la consecuencia es que la comida en cuestión resulte demasiadas veces indigerible.

En cuanto una de las poderosas firmas americanas descubre a una nueva estrella, sus servicios de propaganda inundan de fotografías y biografías del astro en ciernes todas las revistas y periódicos del mundo, creando un clima de expectación que se traducirá en la influencia del público a los cines en que aparezca la presunta luminaria. Cualquiera aficionado al cine en todas las latitudes habla con familiaridad de los descubrimientos de Hollywood, porque dispone de medios de información abundantísimos. En cambio, ¿quién conoce en Australia o en Liberia o simplemente en Francia y en Alemania, a las más auténticas figuras del cine español si no es por las películas que las tengan como intérpretes y hayan traspuesto nuestras fronteras?

DURO CONTRASTE

La explicación de este duro contraste aparece clarísima: la firma americana puede gastar mucho dinero en la publicidad de cada una de sus estrellas mayores o menores, porque ese gasto se aplica, con frutos evidentes, a un nombre ligado por varios años a la firma en cuestión. No es un gasto que deba cargarse sobre una sola película, sino que se repartirá en diez, doce, quince o más películas, cada una de las cuales podrá soportar sin dificultad alguna la parte que le corresponda. Pero el productor español, que contrata a un artista para un solo film, no puede, porque sería antieconómico, establecer una partida onerosa para su exclusiva publicidad; una publicidad de la que, además, se beneficiaría a los pocos meses otro productor rival. Por eso carecen nuestros comediantes del cine de la popularidad internacional que merecen, una popularidad que redundaría sin ninguna duda en interés hacia los films que interpretan, sobre todo por lo que hace a las estrellas, incluso a las estrellitas, guapísimas casi siempre, dato que influye no poco en el interés del público. El resultado de este hecho indiscutible es un simple círculo vicioso: la falta de popularidad de nuestros artistas en el extranjero impide la formación de un clima de atracción hacia las películas españolas, y la escasez de películas españolas en el extranjero limita la popularidad de sus figuras culminantes.

Si el individualismo de los productores del cine español desapareciera y fuese sustituido por un amplio espíritu de colaboración, los bienes que de ello resultarían habrían de ser engrandecimiento tan veloz como cuantioso de las posibilidades de una auténtica y poderosa industria nacional. Lo mismo cobra un contable ocupado en la marcha de un par de películas que en la de una docena, por lo que los gastos generales disminuyen considerablemente y abaratan la producción. Igual puede decirse de todo el personal administrativo, del técnico y del obrero; los artistas más cotizados están siempre dispuestos a hacer reducciones en sus sueldos si éstos se les garantizan por varios años y no por una sola producción.

Y, sin embargo de todo eso, el cine español suele apuntarse en cada temporada uno o dos éxitos de repercusión internacional y media docena de triunfos menores, pero ninguno desdeñable. El esfuerzo individual, el milagro de la improvisación, a trancas y barrancas, obtiene resultados envidiables. En una economía cinematográfica que se empeña en estar de espaldas a los principios más ventajosos de la organización industrial comprobada como muy valiosa en todo el mundo, nuestras películas van caminando. ¡Qué saltos de gigante darían si acertaran a ponerse al paso de los tiempos y de las más provechosas costumbres!"—"Ya", 8-X-61.

778.5:17

Criterios de moral cinematográfica.—En un comentario anterior expusimos la necesidad de un ideario que regulase la ética cinematográfica. Adujimos entonces razones de carácter filosófico-pedagógico, y apuntamos los riesgos que podían surgir de un excesivo criticismo ético que constituye a la conciencia en circunstancia "creadora" y definidora del bien y del mal.

Importa ahora ampliar aquellos conceptos.

El hecho de que los organismos competentes de cine, tanto de la Iglesia como del Estado, tengan en estudio unos principios o criterios fundamentales teórico-prácticos para el logro de un buen cine en España; no sólo es motivo de satisfacción en los medios profesionales cinematográficos, sino que constituye una garantía de equilibrio, objetividad y humanidad en la formulación de su texto.

Se pretende que este ideario cinematográfico no sea norma impositiva a la profesión cinematográfica, sino que constituya una base de entendimiento entre los mismos profesionales del cine, tanto productores como distribuidores y exhibidores. El cine ha de encontrar su cauce de forjador o educador de las multitudes por medios adecuados. Por personas responsables ha de discutirse ese futuro Código de la Moral Cinematográfica, y en el círculo de responsabilidad de esas personas es lógico que tengan su voz la Iglesia y el Estado. Si el cine tiene una finalidad que entra en el ámbito del bien común, tanto espiritual como social, es justo que la Iglesia y el Estado —sociedades perfectas cada una de ellas en su esfera específica— tengan garantizado su derecho de voz y de determinación, para salvaguardar ese bien común, en evitación de intereses acantonados u oligárgicos. Pero no cabe olvidar que así como las leyes son para los hombres, y el Estado es para la Sociedad y no a la inversa, asimismo los criterios de la ética cinematográfica han de ser para los productores y para el público, debiendo estar dotados de aquellas características laudables que no los conviertan en inoperantes por lo laxos, o perjudiciales y onerosos por excesivamente rigoristas o minuciosos. Téngase en cuenta que dichos criterios no han de estructurarse con el fin de hacer un cine para cenobios, ni menos para públicos ávidos de morbo, sino para hombres que, aunque tentados por el pecado en todos los estamentos sociales, llevan sobre su frente la luz de la semejanza con el creador. Han de reconocer aquella sentencia de Ovidio, según la cual el hombre ve lo mejor y lo aprueba y alaba, y, sin embargo, sigue y abraza lo peor. Lo que el apóstol Pablo calificó de doble hombre que brincaba en su interior y que le levantaba hacia lo alto, sin dejarle de arrastrarle hacia lo bajo. El hombre no es un ángel ni un demonio, sino un ser con aspiraciones nobles y servidumbres de barro. Por ello, quienes ven en todo sólo el bien o sólo el mal, o son bobalicones o son malvados.

Lo importante de los criterios de ética cinematográfica no ha de ser determinar el bien o el mal, sino ir creando una conciencia recta y sensata del bien y del mal. La tarea más importante de educador no consiste en que el educando

sea un ser dotado del don de la impecabilidad, sino que en cualquier circunstancia forme conciencia recta de lo bueno o de lo malo y procure cumplir el bien.

Al propugnar un ideario cinematográfico no pretendemos originalidad alguna, ni objetar decisiones de ningún organismo del Estado o de la Iglesia, ya que ellos realizan una ardua y necesaria labor social, sujeta, como todo lo humano, a ciertos errores, sino atestiguar una sincera colaboración en tan difícil empeño.

En el extranjero se han realizado laudables avances a este respecto, aunque es forzoso reconocer que no han constituido talismán alguno que evite posibles desviaciones. Lo repetiremos hasta la saciedad. Cualquier código, ideado o criterios básicos caerán en la esterilidad si el hombre o la sociedad creadores de las producciones filmicas están viciados en su mente o en su corazón. He aquí una breve síntesis de las preocupaciones internacionales en favor de una codificación de la ética cinematográfica.

La Asociación Cinematográfica del Japón publicó en 1949 el "Código ético cinematográfico" para elevar el nivel moral del público espectador. Desde 1904 existe en Egipto una censura cinematográfica para la importación y exportación de películas, regida por el Ministerio del Interior, y en la actualidad están vigentes normas precisas de ética cinematográfica, adoptadas por la República Árabe Unida. Es conocido el antiguo Código Hays, editado en Estados Unidos en 1922, y el Nuevo Código Cinematográfico norteamericano publicado en diciembre de 1956, en el Motion Picture A. Finalmente, y dejando aparte el código hindú, de puras resonancias éticas, la cinematografía alemana cuenta también con sus normas, para que se respeten los sagrados intereses de la moral y de la religión y de la política del bien común.

Naturalmente estos criterios codificados no constituyen por sí una fuente de buenas costumbres, ya que el hombre es quien hace buenas o malas a las leyes, pero demuestra un deseo de objetividad criteriológica en tan difícil problema.

Creemos que la semilla está echada, y que el Código de Ética Cinematográfica puede llenar una importante laguna que se advierte en la opinión de los actuales hombres de cine. Créese, pues, en buena hora, ese instrumento de bonanza y de paz cinematográfica, pero sin olvidarnos de que es sólo un instrumento, cuyo manejo está supeditado al criterio de los que habrán de usarlo. Por eso, una sanción más alta siempre será necesaria.—"A B C", 3-XI-61, 38.

778.5

García Escudero, José María.—**El cine que importa.**—¿Quieren ustedes que les hable de cine español? ¿O prefieren que sólo les hable del cine español que vale la pena? ¿Desean saber la historia en un cine que, a los sesenta años de existencia ha conseguido, si, una evidente mejoría técnica, ha adquirido "oficio"; pero continúa sin una personalidad, sin poderse asomar de fronteras afuera porque se lo impiden las murallas de su mediocridad? ¿O deberé limitarme a los que han conseguido saltar la muralla, a los nombres y títulos en los que se concentra la esperanza de los que, porque lo amamos, decimos que nos gusta el cine español?

¿Qué prefieren ustedes? Pero, por una vez, dejen que sea yo el que escoja. Uno ha escrito demasiado contra el mal cine español, sin gusto y por obligación, como para no aspirar a que por una vez sea posible cambiar tan ingrato deber por el más grato de inventariar aquello que tenemos de valor, aunque no siempre lo sepan apreciar.

Entiéndase, sin embargo, que no hago tabla rasa de medio siglo largo de historia, en el que, además del progreso técnico mencionado, hay direcciones que habrían debido seguirse, materiales que no sería prudente desdeñar. Mucho menos pretendo marcar a nuestro cine una dirección única. Si le reprochamos las modas que ha seguido; si le echamos en cara sus golas y sus panderetas, los niños y los cuplés, no es porque haya temas que deban estarle vedados, sino porque al tratar éstos se ha quedado a medio camino. Aun dentro de ellos se han producido películas decorosas; lo malo es que son rarísima excepción. Tampoco sostengo, en fin, que sólo dentro del realismo puede salvarse el cine español. Es verdad, y lo debemos lamentar, que falta el realismo; que de nuestras películas suelen estar ausentes no ya los problemas, sino el fondo real que permitiría darse cuenta, a través de ellas, del país que las produce y de los hombres que lo habitan; ¡pero ya me conformaría yo con un cine que fuese inteligente, aunque no fuera un cine realista! Lo difícil es encontrar ese cine inteligente.

Paulatinamente me ha ganado el convencimiento de que la explicación de esa situación está en falta de incorporación al cine español de los elementos que, por su preparación, podrían darle lo que le falta, a consecuencia de lo cual han hecho cine los que no sabían y no lo han hecho los que debían. ¿Hay algo en lo dicho que deba extrañar? ¿No es ése el procedimiento que se sigue en todas las profesiones donde la improvisación y el curanderismo han dado paso a la Facultad y el título universitario? La prueba es que los éxitos auténticos de nuestro cine, los que han permitido que se vea en él algo más que el plato pintoresco de los festivales, se deben, por lo común, a hombres de las características expuestas.

¿Tendré que citarlos? Hace quince años eran los nombres de Sáenz de Heredia y Rafael Gil los que monopolizaban nuestro interés; hace diez, el de Nieves Conde; hace cinco, los de Berlanga y Bardem. Ninguno de ellos ha pasado a la reserva, y hace pocos días tenía ocasión de comprobar, admirando "Plácido"; la última producción de Berlanga, no sólo la capacidad de rejuvenecimiento del realizador, sino su manera rotunda de revalidar el título de primer director español, que, a mi juicio, le corresponde indiscutiblemente. Pero es que detrás de ellos, y cuando acaso desesperábamos de que les saliesen sucesores, han empezado a surgir nuevos nombres (Coll, Ardevín, Forqué; especialmente, Saura y Ferreri) que significan otros tantos motivos de esperanza en un ambiente que todavía sigue estando singularmente enrarecido y no permite hablar —como se hace con abuso notorio— de triunfos del cine español para referirse a lo que solamente son triunfos de algunos realizadores. ¡y a qué costa conseguidos!

Porque éste es el caso. Podemos opinar de manera muy diversa sobre las películas más características de la última promoción, pero hay algo indiscutible en todas ellas: son cine de calidad, cine que obliga a pensar. ¿Por qué entonces obtienen un trato inferior respecto de "superproducciones" cuyos títulos están en la memoria de todos, pero cuyo mejor destino es el olvido?

No se puede desconocer el freno del ambiente cinematográfico español, tan alicorto, tan falto de estímulos para el que llega con inteligencia y ambición, tan pronto, en cambio, a cercarle con todas las tentaciones, entre las cuales acaso la más grave es la tentación de la facilidad. ¡Cuánta no es la culpa de ese ambiente en la frustración de la generación de directores que, inmediatamente después de la guerra, irrumpió plétórica de aspiraciones y con una preparación que garantizaba que aquellas aspiraciones se podían realizar! Pero pienso también en un ambiente social donde aún son demasiados los que, por una visión pequeña de los problemas, no sólo no hacen, sino que no dejan hacer, estorbando y zancadilleando las más felices iniciativas. Y pienso, por último, en una política cinematográfica que no vaya a remolque de los malos gustos sociales, poniéndose al nivel del público peor, sino que se lance decididamente a la educación del público hasta elevarlo al nivel de los espectadores más preparados, favoreciendo el cine que merece ser especialmente ayudado y que, además, lo necesita, es decir, el cine de calidad, y estimulando la formación de los hombres capaces de realizar ese cine, porque existen los organismos adecuados; pero lo indispensable es verlos como las "cartas de triunfo" de que ha hablado algún escritor, convirtiéndolos en el objetivo principal de nuestra política cinematográfica.

No me hago ilusiones sobre los obstáculos sociales y profesionales que esa política debería vencer; pero no tengo la menor duda de que si el cine español llega a ser algo más que unos nombres aislados de realizadores y algunos títulos de películas, será por ese camino: lanzando al agua la nave poderosa de un sistema de protección que recoja a los que hasta el presente, para no ahogarse en el océano de lo comercial, han tenido que salir adelante como han podido en sus frágiles y solitarias barcas de remos.—"Ya", 29-X-61.

778.5:2

Gómez Mesa, Luis.—Orientaciones sobre el cine de S. S. Juan XXIII.—Como S. S. Pío XII, su sucesor, el actual Papa, Juan XXIII, sabe lo importante que es el cine, y al concederle gran interés, le estudia en sus diversos aspectos para trazar a sus profesionales —artistas y técnicos, cuantos cumplen funciones creadoras o realizadoras— unas normas afirmativas.

El primer documento pontificio de índole orientadora acerca del cine es la Encíclica "Vigilanti Cura", dada en Roma, junto a San Pedro, el día 29 de junio, fiesta de los Santos Apóstoles Pedro y Pablo, de 1936, por Pío XI, y está diri-

gida a los venerables hermanos de los Estados Unidos de América, arzobispos, obispos y demás ordinarios que tienen paz con la Sede Apostólica.

Se define con exactitud en ese trascendente texto al cine y se le reconoce como un poderoso medio para ejercer influencia sobre las multitudes, tanto por la naturaleza misma de la imagen proyectada sobre la pantalla, cuando por la popularidad del espectáculo cinematográfico y por las circunstancias que le acompañan.

Demostrada la necesidad de la vigilancia del espectáculo fílmico, se estableció la clasificación de las películas según su moralidad, para información y cumplimiento por los católicos.

En los dos discursos de S. S. Pío XII, en la Basílica de San Pedro, de 1955, uno de 21 de junio, "A los representantes de la industria cinematográfica italiana", y otro de 28 de octubre, "Al mundo cinematográfico", se contiene todo lo esencial de la actitud de la Iglesia Católica ante esta expresión artística, con gran intervención de la técnica, que es el espectáculo fílmico.

¿Se han estudiado —minuciosamente, en su inspiración temática, en sus radiancias significados— esos documentos?

Muy poco, por parte de los profesionales del cine. Y menos por los productores. ¡Y lo útiles que son —por sus consejos— para sus actividades!...

Existe en la Mostra Internacional de Arte Cinematográfico de Venecia una costumbre —que es ya bella tradición— de celebrar, durante su transcurso, como uno de los actos más solemnes, la Misa del Cine, el cardenal Angelo Giuseppe Roncalli, como su antecesor, el patriarca Apostini, que fue el que la inició, al final pronunciaba unas homilias fervorosas y diáfanas, de encendida y sólida orientación.

Al ser elegido Papa en 1959, como "devoto filial homenaje a S. S. Juan XXIII", la Dirección de la Mostra Internacional de Arte Cinematográfico, de la Bienal de Venecia, reúne en un volumen de su colección, que publica la Editorial Ateneo de Roma, esos textos con el título "El Cinema en la palabra del cardenal Roncalli".

Son cinco alocuciones sugeridoras, de resplandecientes enseñanzas y expresadas en nítido y atractivo estilo.

Pronuncia la primera el 22 de agosto de 1953 en la Basílica de San Marcos. La pregunta más grave es si el cine ha enriquecido los horizontes de la vida con nuevas luces de verdad, de justicia, de fraternidad humana. Examinada por cada uno, los resultados no son nada gratos. Resalta que en el Libro de la Sabiduría —capítulos 14, 15 y 16— hay unas palabras que parecen escritas para el Festival del Cine. La labor artística requiere una profunda disciplina espiritual. Y una prueba de la idolatría de estos tiempos en esa creación ficticia de las "stars", de las "estrellas" del cine. Resume su pensamiento de este modo: "La visión perfecta del inmenso programa del cine está en la luz del Cristianismo: un solemne homenaje a Dios Creador, a Dios Padre; una amplia afirmación de perdón universal, de fraternidad universal y al mismo tiempo una salvaguardia potente, divina, contra los peligros del siglo, que se suceden con la evolución del arte cinematográfico: "No sucumbiré a la tentación."

Dice la segunda en la iglesia Santa María Elisabetta, en Lido, el 6 de septiembre de 1955. Apostilla el discurso pronunciado por Pío XI en la Basílica de San Pedro el 21 de junio de ese mismo año. "Su Santidad, al hablar del "film ideal", considera necesario buscar las diversas formas que permitan un fiel reflejo de la verdad. El admirable pensamiento del Papa sigue una línea fundamental, que es como un hilo de oro, que liga su discurso. "Conocer y respetar al hombre" debe ser la constante preocupación del productor, del realizador y de todo artista, de manera que estos conceptos constituyan la base de la educación cristiana, y que ha de alcanzar hasta al último de los espectadores."

El 2 de septiembre de 1956 se oficia la Misa del Cine en Venecia, en la iglesia del convento de las Hijas del Sagrado Corazón de Jesús. El cardenal Roncalli hace crítica de cine en estos comentarios perspicaces y descubridores: "El Libro de Job": uno de los poemas más dramáticos de la Santa Biblia, una obra maestra de la literatura universal. El profeta Job, figura del Cristo, se ha aparecido a mis ojos. Su existencia, llena de aventuras, nos inspira episodios y formas de una belleza y de una eficacia incomparables en el problema universal del dolor y de la vida... ¿La busca de la perfección en el arte del cine no puede obtenerse así: mediante la doble exaltación del sufrimiento y de la vida? Armonizar ambos términos es conseguir la felicidad aquí, en la tierra, y asegurarse una supervivencia eterna. No hacerlo así es la muerte, la terrible muerte de los

siglos interminables". (Se extendió en esa alocución, en el tema del dolor, instrumento de purificación y redención y fuente inspiradora del arte.)

Ya en 1957 asigna de manera fija la Basílica de San Marcos, en Venecia, para celebrar la Misa del Cine. Se efectúa el 1 de septiembre. Demuestra profundos conocimientos artísticos y cinematográficos al anotar en sus facetas filmicas las principales singularidades de ese templo, de "ese inmenso poema hecho de religión, de historia y de arte sublime"... Todo un pueblo de figuras, una serie interminable de símbolos, de dibujos misteriosos. El observador superficial puede pensar que sirven para cubrir y decorar los espacios... Es el poema del Antiguo y Nuevo Testamento, la historia de la Iglesia Universal y de los fastos religiosos de Venecia". (Es inexplicable que el cine italiano, muy atento al cortometraje y al documental, no utilizase ese bello texto para hacer una o más de estas películas.)

Su última alocución, como patriarca de Venecia, es del 31 de agosto de 1958. Toda es sustancial y merece ser difundida. Entresaquemos, sin embargo, sólo algunos párrafos. "La Iglesia contempla con mirada discreta y confiada todas las expresiones de la actividad humana. Asistió a los primeros pasos del cine, los ha juzgado con benevolencia y, siempre serena y clarividente, ha deseado eficaces progresos al denominado "séptimo arte".

Se refirió en la parte última a una escultura del siglo XIII que está al salir de San Marcos, al lado derecho de la Basílica, cerca de la puerta de la Carta del Palacio Ducal. Representa a dos criaturas humanas que salen de las bocas de dos dragones y que llevan una inscripción en la que se leen dos versos:

Continúa el friso con cinco imágenes: un elefante, una liebre, un león, una loba y un perro.

El Dante diría: pereza, lujuria, soberbia, envidia y avaricia.

Terminó el cardenal Roncalli su alocución con estas palabras: "Esos versos, señores, fueron escritos para los venecianos del siglo XIII. Y puesto que en su laconismo encierran una enseñanza y un sentimiento de ternura, lo confío a vuestra sensibilidad de artistas, como simple recuerdo cordial de este encuentro de oración en San Marcos."

Encuentro de oración en San Marcos. Luminosa definición de este acto solemne y jubiloso, que es la Misa del Cine, una bella tradición del Certamen de Venecia y que continúa el actual cardenal patriarca Giovanni Urbani.

En la Encíclica "Miranda Prorsus", de 8 de septiembre de 1957, sobre Cine, Radio y Televisión —en la que se declara celestial Patrono del telégrafo, teléfono, radio y televisión a San Gabriel Arcángel, "que ha traído al género humano... el tan deseado anuncio de la Redención"—, amplió Pío XII, con unas instrucciones clarísimas, la actuación de la Iglesia en esas actividades. Creada en la Encíclica "Vigilanti Cura", de Pío XI, en todos los países una "oficina permanente" nacional para promover las buenas películas, clasificar las otras y hacer llegar este juicio a los sacerdotes y a los fieles", algunos obispos extendieron su competencia a la Radio y Televisión.

El primer documento sobre cine de Juan XXIII —2 de febrero de 1959—, "Carta Apostólica", refuerza la Comisión Pontificia para el Cine, la Radio y la Televisión. En su trato con los diferentes profesionales del cine como patriarca de Venecia aprendió a conocer las complejidades de las tareas filmicas, de peligrosa dualidad, al ser industria y arte. Sabe que la tendencia en la gente del cine es supeditarse a las exigencias del "negocio", concepto poco propicio a la espiritualidad, aunque sea ésta una sustantiva condición del cometido artístico. Sus palabras paternales —en audiencias privadas o públicas— a los que se dedican a las distintas especialidades filmicas, son orientadoras, de acuerdo con sus alocuciones en Venecia, en la Misa del Cine.

Resalto, entre mis mejores recuerdos como crítico de cine, las visitas en la sacristía de San Marcos, los años 1957 y 1958, después de la Misa del Cine —"encuentro de oración"— al cardenal Roncalli —que tenía, invariablemente, un cariñoso elogio para España, cuando Ammannati le informaba de mi nacionalidad—, hoy Su Santidad Juan XXIII.—"Arriba", 5-XI-61, 11.

778.5

Gómez Mesa, Luis.—**Modalidades del cine portugués.**—La novela, el teatro, la leyenda y la realidad son las fuentes inspiradoras de todas las cinematografías. En estas procedencias se señalan las modalidades filmicas lusitanas. Ejemplos de la primera: "Amor de perdición", basada en la obra de Castello Branco, y "Mi primo Basilio", en la novela de Eça de Queiroz. Dirigió ambas Antonio

Lopes Ribeiro, que captó en cada caso sus singularidades, y fue protagonista de las dos Antonio Vilar. Inspirada en una obra teatral, "Fray Luis de Sousa", de Almeida Garrett, dirigió Lopes Ribeiro la película del mismo título, que ha pasado a ser clásica en la producción lusitana. Rememoración biográfica de honrados valores fue "Camoens", dirigida por Leitao de Barros, artista de categoría universal; "Inés de Castro", histórica y legendaria, en la que colaboró, junto a Leitao de Barros, Manuel Augusto García Viñolas, es un film intenso, fuerte.

Resaltable modalidad del cine portugués es el documental. Entre sus auténticos aciertos: "Nazaré", de Leitao de Barros, autor también de "Ala-Arriba", en el que trabaja el actor Luis Pinto con un grupo de auténticos pescadores. "Douro, faina fluvial", dirigido por Manuel de Oliveira, documental que debe figurar en una antología del género. Del mismo director es "Aniki-Bobo", basado en el cuento "Pequeños millonarios", de Rodrigues de Freitas. "Alfama", de Joao de Sa, que capta bellas imágenes de este popular barrio lisboeta. De pintoresquismo genuino auténticamente portugués es "Fado", dirigida por Perdigao Queiroga, que exalta la vida de la gran cantante Amalia Rodrigues. Otro tema explotado por el cine luso es el de los toros: "Gado bravo", de Lopes Ribeiro; "Un hombre de Ribatejo", de Henrique Campos; "Sol y toros", de José Buchs, son buenos ejemplos del género. El público español apenas conoce el cine portugués. Sólo "Camoens", "Inés de Castro", "Ropa blanca"... Luis Días Amado impulsó la coproducción hispano-lusa, pero su muerte paralizó esta labor. Siendo la coproducción una de las exigencias industriales del cine, nada sería más lógico que establecer una campaña que comprenda a las dos naciones. "Arriba", 19-XI-61, 24.—A.

778.5:659

Gómez Mesa, Luis.—**Películas publicitarias.**—La propaganda es una de las principales notas características de estos tiempos. En algunas actividades, como en esta del cine, forma parte de su engranaje, de su organización. Tiene gran intervención en la celebridad de las figuras fílmicas. Las que son exclusivamente creación suya duran poco, como todo lo que carece de valor. La fama cinematográfica —muy efímera— es, en esos casos, como un resplandor conseguido artificialmente, en juego habilísimo, cuyos efectos pasan, desaparecen en seguida. Se precisa contar con un fundamento.

Mejor que el vocablo "propaganda" es éste de "publicidad". La tarea se dirige, se enfoca al público. Está unida al cine desde sus comienzos. Se realiza ya en las primeras sesiones públicas del "cinematógrafo" de los hermanos Luis y Augusto Lumière, con unos anuncios, con unas gacetas de pago —y no informativas— en la Prensa.

Sería interesante y adiestrador estudiar el tema de la influencia de la publicidad en el avance del cine —en su historia— para captar espectadores y extender su laboriosidad. Y en sus diversos aspectos —ligadísimos— artísticos, industriales y mercantiles. Trabajo minucioso, de puntualizaciones esclarecedoras y de orientación, basadas y deducidas de estadísticas, propio para una monografía o un libro y no para una crónica periodística.

Se trata hoy de otra cuestión: el empleo de la publicidad en los cines —y su ampliación a la TV— y no de la publicidad como elemento componente del cine.

Era incongruente, anacrónico, contrario a la propia cualidad móvil del cine, que se utilizasen diapositivas en sus locales de exhibición. Fotografías estáticas, como en las linternas mágicas, que por lo vulgares y repetidas no suscitaban ya en los espectadores la menor curiosidad.

¿Por qué no sustituirlas con películas? Pensado y cumplido.

Surgió así esta especialización de las películas publicitarias.

La novedad —ya imprescindible— mereció muy favorable acogida de los espectadores. Tanto, que muchos prefieren quedarse durante los descansos en la sala, sentaditos, que ir al bar o fumarse un pitillo.

La fuente de inspiración, para desarrollar su cometido, de la publicidad está en la misma vida, en sus facetas prácticas: en los distintos objetos para oficina, en lo que necesita la casa, en cuanto requiere el hogar —aquí actúa, decisivamente, la mujer— en muy diferentes productos... Constituye su factor primordial el hombre.

Apreciadas de esa manera, ninguna clase de películas más realistas que éstas.

Por esa razón, divididas en categorías, en géneros, que es lo certero, uno de los más importantes es el de "la imagen real". Como tienen que ser cortas, muestran y demuestran —en segundos o en minutos— lo que se proponen: el

buen servicio de una agencia de viajes o de una compañía de aviación, la eficacia de una marca automovilística, la exactitud de un reloj... Siempre en relación con sus usuarios.

Condición de estas películas, la brevedad, se ha de recurrir al ingenio, para que se logre su finalidad de manera clara y sugestiva.

Los clientes de estas productoras, esto es, los que precisan de los anuncios —industriales y comerciantes— exponen aproximadamente lo que desean, pero es labor de los expertos en la especialización interpretar y concretar esas ideas y darlas atractivos, infundirlas originalidad.

¿Un trabajo de guionista? De autor ocurrente, chispeante. Presentar en un cuadro rápido, pero persuasivo, una escena verídica de la existencia cotidiana, sobre lo útil o lo estupendo que es ese producto: una lavadora, una nevera, una cocina eléctrica, zapatos, medias, perfumes, vinos, licores, hojas de afeitar, lanas para labores, tocadiscos, aparatos de radio, receptores de TV.

A veces aceptan —¡oh, los convincentes contratos!— encarnar los personajes de estas películas —marido y mujer o solamente uno de ellos— artistas famosos en pleno éxito. Y por su participación aumenta el valor y la eficacia de la publicidad.

Son estas películas de "imagen real" como chistes, anécdotas plasmados en una técnica muy moderna. Unas se hacen en la escenografía de paisajes naturales y otras en los estudios, con decorados cuidadísimos.

Nada de dramatismos, ni de rebuscamientos folletinescos, sino muy variada gracia, comicidad, desenvoltura jovial y un tono bromista. Y una extraordinaria simpatía.

Pero lo magníficamente caricaturesco se verifica en los dibujos animados. Realidad, sí, deformada alegremente por la fantasía. O unos audaces alardes imaginativos.

Ya es sabido que este género —de ilimitaciones creadoras— admite toda inverosimilitud, es más, la cumple, pero ha de hacerlo con naturalidad, con sencillez, con ingenio y fascinadoramente.

Algunos de los mejores dibujantes se dedican a estas películas. Y como se les permiten —y hasta se les exigen, para probar su capacidad de captación— osadías de estilismo, tienen un significado experimental.

Las películas de marionetas y muñecos animados reúnen análogas cualidades. Se ensayan en ellas los adelantos técnicos, las innovaciones de los "efectos especiales".

La buena película publicitaria, sea de cualquiera de esas categorías y géneros, gusta lo mismo cuando se proyecta en un cine que cuando se difunde en la TV.

En los Festivales Internacionales que se celebran anualmente —unos en Cannes y otros en Venecia— de este cine, se separan unas y otras películas —que se diferencian cardinalmente en la duración, ya que las de la TV son más cortas— para la concesión de premios.

Contamos en España con unos diestros especialistas en esta aplicación del cine. La labor del dibujante Moro —con sus tipos preciosísimos, de rasgos muy originales, inconfundibles— es un ejemplo digno de extenderse a una más ambiciosa tarea de creación.

Una niña avispada, bulliciosa, con su figurita encantadora y una voz "muy de su edad", pero con un tonillo particularísimo, que anuncia un detergente.

El efecto fulminante —de la obesidad de barraca verbenera a una delgada esbelta de preciosa línea juvenil— de un agua mineral.

Unas botellas de un vino español que se bailan unas sevillanas o treznan otras típicas danzas andaluzas con excepcional garbo.

En las películas de imagen real, en las de dibujos animados y en las de marionetas se utilizan las canciones, que tanto en la letra como en la música son equiparables a muchas ligeras melodías modernas y algunas más graciosas.

La cualidad efímera del cine es aún mayor en estas películas. Su renovación es constante. No se ha de cansar al público. Se precisa mantener vivo su interés. Solamente en unos aciertos definitivos, en unos casos excepcionales, se prolongan en los programas, sin que los espectadores desvíen su atención.

Y cuando se atinó con unas figuras, con unos personajes, se facilita esa labor, al reducirse los cambios, a urdir nuevos lances, otras aventuras.

La grandeza y la servidumbre del cine publicitario radica justamente en esos continuos adelantos, en tener que estar al día y, en ocasiones, en señalar y anticiparse a modos, modas y estilos.

Por trabajar para él los artistas y técnicos más originales es hoy la vanguardia de unas experiencias, de unos ensayos interesantísimos.

¡Ojalá marchase todo el cine impulsado por esos anhelos!—"Arriba", 22-X-61, 11.

778.5
Gordón, José.—Cine circular.—El público siempre quiere algo nuevo. Los empresarios de todo el mundo han tratado siempre de renovarse.

Ya el teatro vio renacer —era la forma más antigua de teatro— el teatro circular. Se representan obras que lógicamente nada tienen que ver con el circo y que se pueden representar también en uno de esos escenarios llamados "a la italiana", con los que las comedias, dramas y tragedias se contentan hace muchos años. Indiscutiblemente, en el teatro circular, el teatro es más puro, la obra tiene que bastarse a sí misma y los actores también. El mar de caras que les rodea y la ausencia de decorados hace que sea más auténtica, más veraz, la representación.

Pero no vamos a hablar de teatro circular, sino de "cine circular".

En vísperas del Festival Mundial del Cine, que ha tenido lugar en Moscú, toda la Prensa rusa anunció que una nueva sala se iba a abrir para los aficionados al cine: una sala de cine circular, donde doscientas o trescientas personas podrán estar en pie, para sesiones cortas, que comprenden un documental y un dibujo animado. El sistema, según mi fuente de información, está basado en una serie de pantallas fijadas alrededor de la sala a alturas diferentes, lo que debe dar a los espectadores la impresión de estar en el mismo centro de la acción; las imágenes son distribuidas por 22 aparatos de proyección, bajo el mando de un solo técnico. Según dice un crítico francés, se está como en la cúpula de un observatorio y pasa el mundo con la rapidez del cohete. Se encuentra uno, por ejemplo, en la estepa de Tadjakistan; los jinetes avanzan hacia nosotros, nos envuelven en su carrera desenfrenada. Al volverse se ve alejarse la marcha ecuestre; después los jinetes vuelven y rodean a los espectadores. La ilusión, según nos dicen, es perfecta. Sin transición, igual nos encontramos en Leningrado ante el palacio de Invierno. Después se hace una travesía por el mar Negro; las olas se rompen delante y detrás de los espectadores. Luego se encuentran metidos entre la multitud enorme y compacta de una manifestación.

A esta atracción, sin ninguna duda sensacional, respondió Hollywood presentando dentro de la Exposición U. S. A. en Moscú un invento de Walt Disney, "el circorama", del que el corresponsal de "Le Figaro" ha hecho para el público francés la siguiente descripción: "El espectador penetra en una sala redonda y se encuentra rodeado por una pantalla continua. Ve como si se encontrara allí el puerto de Nueva York, el Gran Cañón, fábricas, carreteras que le cruzan, y en esas carreteras, autos... Autos que huyen ante él, que le alcanzan por detrás... No se sabe dónde mirar. Es como si toda América le llevase a uno en sus brazos. Se siente uno literalmente rodeado y se sale titubeante..." Todo esto es estupendo. Demasiado estupendo, si también Rusia y Norteamérica no jugaran además a "pisarse" en otros muchos ingenios no tan pacíficos.

Hace unos sesenta y un años, concretamente durante la Exposición internacional que se celebró en París en 1900, el cine era por sí solo una auténtica novedad. No había celebrado su quinto aniversario porque el cine nació el 28 de noviembre de 1895, pero ya los que se interesaban por él —y eran muchos— buscaban el utilizar todas sus posibilidades. Querían apreciar y explotar sus riquezas.

El ingeniero francés Grimoin-Sanson presentó en un pabellón construido en las orillas del Sena, al pie de la Torre Eiffel, un espectáculo que bautizó con el nombre de "cinoerama". Estimando —ya entonces— que los límites impuestos a la proyección por el marco de la pantalla debían superarse, puso a punto un aparato de tomavistas que comprendía diez objetivos que proyectaban las imágenes en diez pantallas cuidadosamente unidas. La patente de este aparato, "que permite fotografiar y proyectar sobre una pantalla circular vistas animadas panorámicas", se obtuvo el 25 de noviembre de 1897 y se registró con el número 272.517.

Grimoin-Sanson, hombre de formación científica, era enemigo de manifestaciones espectaculares, y fue a la entrada del jardín de las Tullerías, frente a la plaza de la Concordia, donde dio su primera vuelta de manivela. Instaló su aparato tomavistas en la barquilla de un globo que volaba sobre la multitud.

Otras tomas de vistas se hicieron en las mismas condiciones en Barcelona, Biarritz, la Costa Azul, Túnez. Era la impresión de un viaje en globo libre lo que Grimoin-Sanson se esforzó para dar a los espectadores: había hecho instalar un falso globo en el techo del pabellón donde iban a celebrarse sus sesiones de proyección, y en la barquilla de ese globo se amontonaban sus espectadores. "¡Soltad todo!", gritaba un figurante que representaba el papel de aeronauta. Se apagaban las luces y el espectáculo comenzaba con la proyección de las imágenes registradas en las Tullerías. "La impresión —ha dicho un testigo— era fantástica. Las mujeres, atacadas de vértigo, se desmayaban." Después, el figurante capitán decía: "Ahora, señoras y señores, vamos a posarnos en Niza." Y se proyectaba el film rodado en Niza. Y de escala en escala, el viaje continuaba en medio de la admiración general.

Era demasiado bello para durar. Muy pronto se advirtió que la temperatura en la cabina de proyección era intolerable, cuando no peligrosa, porque pasaba de 45 grados. Resultó herido un operador y la Prefectura de Policía prohibió el espectáculo del "cineorama". El pobre Grimoin-Sanson se arruinó. Pero fue el inventor del cine circular, del circorama, y desde 1900. Esto que hoy muestran con orgullo los Estados Unidos y Rusia. Demostración de que casi es un error estar en avance con su época, pero que no impide recordar a los que creen haber inventado algo que ese "algo" ya lo hizo otro hombre del que no se han acordado ni en Moscú ni en Nueva York.—"Informaciones", 28-X-61, 12.

778.5

¿Qué cine gusta a los niños? Hoy opinan "los económicamente fuertes".—Los niños madrileños interrogados en una encuesta de esta revista prefieren el cine "de risa"; las niñas, películas de dibujos o de argumento "rosa", como las de Romy Schneider. También los "films" de ambiente histórico ("Ben Hur", por ejemplo) gustan a los chicos. A continuación vienen las cintas policíacas. No les interesan mucho, ni a ellos ni a ellas, los actores infantiles en la pantalla. Todos los niños que han sido preguntados tienen receptor de TV, pero ésta no perjudica al cine. De los programas televisivos, para los chicos el mejor es "Perry Mason".—"Cine en 7 días", 23, 16-IX-61.—J.

778.5

Sánchez, Alfonso.—La crisis de espectadores.—Un balance, recogido a su tiempo en estas notas, sobre el descenso del número de espectadores en las salas francesas durante el primer semestre de 1961, acentúa su pesimismo en los meses posteriores: la baja se confirma. Desde hace unos años esta baja es continua en Francia. En otros países ha logrado ser contenida, aunque en ninguno el índice de asistencias llega a las cifras de 1954-55. En Italia, donde ahora se acusa cierto clima optimista, la mitad de las películas proyectadas en estas últimas temporadas han hecho recaudaciones poco rentables. La persistencia en la línea de baja revela bien que la crisis de espectadores no obedece a causas esporádicas, provocadas por determinadas competencias —la más importante, la televisión—, sino que afecta a la estructura general del cine. Ni aun en los lugares donde esa competencia ha cedido, el cine logra recuperar a todos los espectadores que le hizo perder. El problema industrial puede aliviarse con determinadas medidas —precios de las localidades, impuestos, presupuestos del film...—, que supondrán eficaces remedios de urgencia, pero sospecho que no entrañan toda la solución.

Ha llegado un momento en que el cine debe revisar sus fórmulas de producción y explotación. Porque esa crisis de espectadores está motivada por un hecho real: el público ya no va al cine para pasar el rato, sino para ver determinada película. En la medida que este nuevo axioma impone su vigencia aumenta la crisis de espectadores tomada de modo global. Lo advierten bien las estadísticas al descomponer sus cifras. En cualquier gran ciudad pueden verse largas "colas" ante un par de cines, mientras que los demás están medio vacíos. El espectador quiere ver la película que le interesa, pero desdénase mecamente en una sala simplemente para pasar el rato. Es evidente la crisis de espectadores. Sin embargo, hoy la buena película obtiene mayores recaudaciones que nunca. La crisis viene provocada por esa película vulgar, que antes daba beneficios porque la gente acudía al cine por simple hábito. Se tenía la costumbre de asistir al cine dos o tres veces por semana y se cumplía pese a la endeble calidad del título. Ahora las gentes disponen de otros medios de diversión, que suplen a esa costumbre. Las estadísticas —que esta vez sirven con

eficacia— indican cómo el índice de asistencia al cine es mayor según baja el nivel de vida. A mejor nivel de vida, el individuo dispone de un mayor repertorio de distracciones. Y también aumenta su exigencia al cine. Es así natural que la buena película dé más dinero que nunca, mientras se hundan las que sólo pueden beneficiarse de la rutina de ir a una sala.

Se produce la crisis de espectadores cuando el cine alcanza una perfección artística jamás igualada. El cine de hoy ha logrado una categoría estética que le eleva a la condición de arte independiente. Los realizadores actuales pueden entregarse con entera libertad a la creación estética, sin depender siquiera de la literatura, a la que el cine estaba tan ligado. Federico Fellini, por citar el nombre más conocido, capitanea un "cinema de autor", donde el creador lo es todo. Antonioni consigue darnos en su lenguaje escrito con la cámara las equivalencias cinematográficas a la expresión literaria. Alain Resnais se adentra por un cinema de exploración insospechado hace unos años, cuando todavía la técnica imponía limitaciones. Son ejemplos avanzados, pero se puede alinear una larga lista de nombres y títulos que marcan la altura artística alcanzada por el cine. Y es justo esta altura la que opera en detrimento del nivel medio del cine. Cada vez encontramos menos buenas películas en los festivales internacionales. Hay que buscar la causa en ese módulo que cada vez supera la exigencia. La mayor parte de las películas que hoy estimamos medianas en los festivales son notablemente superiores a las calificadas de buenas en los certámenes de hace unos años. Hoy, por ejemplo, nos asombra menos el cine japonés porque disponemos del módulo marcado por Mizoguchi para calificarlo. Y lo mismo ocurre con los demás cinemas. Señalaba una colega la aparente paradoja de que en París, donde se proyecta el mejor cine y el más nuevo, sea más notable la baja de espectadores. Es un fenómeno natural: los espectadores saben lo que pueden exigir del cine y desdennan lo que anda por bajo de una calidad media que ellos pueden situar alta. Pero las películas que están por encima de esa media obtienen mayores recaudaciones que nunca.

En ningún sitio el teatro ha sufrido la competencia de la televisión. Ni aun donde prendió con más fuerza se cerraron locales o existe crisis de espectadores. La razón es sencilla: al teatro se va para ver determinada comedia, pero no por simple costumbre de asistir sin importar el título en cartel. El teatro no se ha beneficiado nunca de esta rutina. Incluso esa población flotante que aprovecha su estancia en la gran capital para ir al teatro se asesora antes de elegir. El teatro es algo más importante que un simple modo de entretener: es arte.

Tampoco el cine de calidad sufre estas competencias de la televisión, los "scooters", etc. La buena película da dinero en todas partes. Reconozcamos que a estos efectos de taquilla el calificativo de buena depende de la exigencia del público. A medida que es mayor la selección es más corta y se acentúa la crisis de espectadores en las mediocres. Se deduce en lógica que la solución efectiva está en fomentar la calidad. El ministro francés Malraux estudia los medios de abaratar los precios de las localidades. Tendrá su influencia, pero no parece una cuestión de precio. El espectador no asiste porque no le interesa la película, no porque el precio de la entrada sea caro. La prueba es que cuando le interesa la película paga el precio e incluso aguanta las molestias de la "cola".

Es difícil conseguir esa calidad que atraiga al público, la que mantiene las películas semanas y semanas en cartel. Por mucha ambición que se ponga en el empeño el resultado final de la obra artística siempre depende de un azar imprevisible. Y los autores capaces de intentarla son escasos en el mundo, menos interiores al número de películas que los mercados demandan en su fórmula actual. Se pretende, a veces, suplir esta calidad artística con el derroche de espectáculo, más fácil de conseguir cuando se movilizan buenos equipos de profesionales y mucho dinero. Es un medio eficaz —Hollywood da así ahora su batalla— mientras no cause la fatiga del público, pues el espectáculo tiene el riesgo de la monotonía.

Cabe pensar que si al público le interesan cada vez menos las películas mediocres, las producidas sólo para abastecer una costumbre rutinaria que están cancelando otros medios de entretenimiento, lo sensato es terminar con ellas. Lo que el cine tiene de física recreativa, de pasatiempo infantil, importa cada vez menos. Sin embargo, el cine no se decide a desmontar su rutina. Hoy la producción mundial es de dos mil películas anuales. Pongamos que la mitad se destina sólo al consumo interior de sus respectivos cinemas. La cifra que queda todavía es enorme: imposible que un arte produzca al año mil obras de

aceptable calidad, ni aun conformándonos con las que son meramente espectaculares. El cine debe imponerse una rígida disciplina artística, marcarse una línea por debajo de la cual no se pueda actuar. Y si quiere lograr un promedio aceptable a fuerza de derrochar calidad habrá que recurrir a esas soluciones heroicas tipo "mercado del café": quemar toneladas para sostener su cotización. Porque buen número de las películas que ahora salen al mercado no sólo operan en esas estadísticas sobre la crisis de espectadores —que toman su número global—, sino que influncian con su descrédito el porvenir del cine.

Hoy el cine ya no es aquel pasatiempo para iletrados que decían en sus comienzos, sino un arte. Y esto se sabe porque, además, cada vez el número de iletrados es menor.—"Hoja del Lunes", Madrid, 9-X-61, 5.

778.5

Sánchez, Alfonso.—**Sobre el productor.**—Es evidente la desproporción entre el número de productoras registradas en el cine español y la cantidad de películas que se producen al año. Muchas de esas entidades nacen y mueren con un solo título. Otras permanecen largo tiempo en estado de larva. Apenas llegan a cuatro las que producen más de tres películas al año. Todo esto supone mucho esfuerzo inútil y un desorden que perjudica a los que se entregan al cine de modo permanente, responsable y con sentido de la profesionalidad. La industria del cine —costosa y arriesgada— necesita núcleos potentes, con solvencia económica y la experiencia que da la continuidad en una empresa. Sin embargo, lo corriente entre nosotros es la improvisación. Raro es el día que no surge un nuevo productor. Lo frecuente es que no aporte nada. A lo sumo, un poco de dinero. Desdeño el chiste fácil de afirmar que aquí es productor cualquiera con disposición para firmar letras de cambio. La letra es un eficaz elemento mercantil, pero con cierto inconveniente: que es necesario pagar a su vencimiento. Entre las condiciones del productor está la de ser hombre de negocios. Y el hombre de negocios es serio en el cumplimiento de sus compromisos. La frescura para el autógrafo al pie de un documento no da categoría para nada, salvo para ser cliente del juzgado. Al hablar del productor cinematográfico me refiero al que tiene un concepto serio de un cargo importante dentro del expediente del cinema. Y me parece tan trascendental su tarea, que estimo que el productor es inevitable, insustituible. Que la legislación le considere autor del film no es, ciertamente, injusto. Se podrá discutir —se ha discutido en congresos sobre la materia— si otros elementos de la película merecen también la consideración de autor a efectos legales. En cualquier caso, el productor entra en el concepto de autor. Y no sólo debe ser considerado como autor material de la obra, sino también como uno de sus autores artísticos. Si el productor no cumple alguno de estos complicados aspectos de su tarea, sólo responde parcialmente a las solicitudes de su cargo.

Se entiende por productor el que suministra el capital necesario para financiar la obra cinematográfica. Es una generalidad equivocada. El productor no debe limitarse a la función de capitalista. Demasiado fácil. Suministrar capital es una de sus tareas, pero no la que define su condición. No basta recibir una herencia o tener una buena cosecha para hacerse productor de cine. Es error que se suele pagar con la pérdida del dinero invertido. Un capitalista puede invertir su dinero en cine, al igual que lo hace en otro negocio. Pero debe hacerlo también de la misma manera: a través de unos técnicos en ese negocio, cuya función no puede ser suplida por la improvisación.

El productor de cine —resumo conceptos en los que están de acuerdo tratadistas de Derecho y teóricos cinematográficos— suministra capitales y contrata a los autores del guión, al director y a los intérpretes; pero también dirige la obra, reúne elementos y los hace ejecutar. Es decir, dirige y coordina, da al impulso un matiz personal. Desde el momento en que el productor toma la iniciativa de la creación cinematográfica es justo considerarle como uno de sus autores artísticos. En el productor deben coincidir el hombre de negocios y el hombre de acción. Su tarea es material e intelectual. No es mera coincidencia —por emplear frase cinematográfica— el que encontremos los mismos nombres de productores como motor que ha impulsado las grandes obras de la historia del cine y sus capítulos más importantes.

Podrán contarse anécdotas sobre Samuel Goldwyn, por ejemplo. Alguien llegó a decir que había visto en su biblioteca un ejemplar de "Crítica de la razón pura", con una advertencia escrita por él: "inrodable". Aunque fuera

cierto, sólo supondría que Samuel Goldwyn es inculto; pero eso no le niega ninguna inteligencia como productor, que tiene bien acreditada. Le basta con saber si un título puede promover una buena película, contratar entonces a cada uno de los elementos más aptos y gobernarlos para una tarea común. Tomar a su cargo la producción no es limitarse a pagar la nómina los sábados. El productor debe tener el sentido del dinero en función de la obra: ser avaro y generoso al mismo tiempo, porque su misión implica el freno y el impulso. El cine es arte ligado a una industria, que es, además, una industria cara. El productor debe equilibrar estos dos aspectos e intuir hasta qué punto se puede ir en el riesgo. En la mentalidad del productor operan las necesidades artísticas de la obra y sus probabilidades de amortización. Es el que debe solucionar, a veces sobre la marcha, la ecuación intelectual-material de la obra cinematográfica. Tiene, pues, una misión concreta, importante, insustituible.

Es lógico que los elementos artísticos de la película —director o estrellas— pretendan convertirse en productores de sus obras. Es un modo de participar en sus ingresos. También es natural que al ejercerse las ayudas estatales en los cinemas que la disfrutan a través de los productores, estos elementos quieran participar en esos beneficios. Planteado así el asunto, no existe grave inconveniente a que cualquiera se convierta en productor. Lo grave reside en que no todos, pese a su experiencia profesional, están preparados para ser productor. Y es grave también que esos elementos, con frecuencia, adquieran la mentalidad de productor con detrimento de su mentalidad artística. Rara vez toman los riesgos del productor. Al contrario: se encasquillan en su propio concepto de lo comercial, que en el caso de las estrellas suele ser la exagerada dimensión de su papel. "Puesto que el productor vende la película con mi nombre —piensan—, mi actuación es suficiente para el éxito comercial." Y descuidan todo lo demás. Se tiende así a explotar unos elementos de indudable valor comercial, pero que su exagerado empleo adultera de tal modo la obra de arte que luego ni siquiera resulta comercial.

Por desgracia, en nuestro cine escasean los productores que merecen el amplio concepto de esa condición, gentes que tomen la iniciativa de la creación cinematográfica y regulen y gobiernen sus elementos hasta un feliz resultado. Mas abundan los simples capitalistas. Y esto provoca la frecuente tentación de sustituir al productor. Las consecuencias de todo las paga el cine. No pocos valores del cine español se malogran o se consumen en la ineficacia por falta de productores capaces de administrarlos de ser su impulso y su freno.

Me llegan con frecuencia buenas noticias de una tarea por la que siento no sólo simpatía, sino interés: la de las cooperativas cinematográficas españolas. Disponen ya de una lista de material preparado para el estreno: "La bella Mimi", de Elorrieta; "Ella y los veteranos", de Ramón Torrado; "Canción de cuna", de Elorrieta; "La venganza de don Mendo", de Fernán-Gómez; "Perro golfo", de Viladomat. Y algunas otras. Tienen en rodaje: "Teresa de Jesús", dirigida por Juan de Orduña, con Aurora Bautista. Entre los inmediatos proyectos, "El sol en el espejo", que realizará Antonio Román. Han agrupado buen personal artístico y técnico. La experiencia merece atención e interés. Quizá cabría señalar como antecedente ilustre de las cooperativas aquella empresa Artistas Unidos, creada por Mary Pickford, Charles Chaplin y Douglas Fairbanks. El problema está en cómo han sustituido al productor, en qué medida se imponen el gobierno y la disciplina del productor. En Artistas Unidos también formaba parte Samuel Goldwyn, lo que tuvo su influencia. El productor, difícil problema del cine.—"Hoja del Lunes" (Madrid), 23-X-61, 5.

778.5

Sánchez, Alfonso.—**Nueva promoción.**—Hizo fortuna la expresión "nouvelle vague" ("nueva ola"). Los franceses siempre tuvieron un eficaz sentido para el lanzamiento de sus productos: escritor, perfume, cantante o lo que sea. La presentación en Cannes de unas cuantas películas de jóvenes realizadores movilizó un brillante fuego de artificio en torno a esa expresión, que 600 enviados especiales al Festival comenzaron a divulgar por todo el mundo. Bien pronto se advirtió que era inadecuada. La expresión "nouvelle vague" no rotulaba una escuela ni un estilo. Aquello era la simple coincidencia de varios realizadores de la nueva promoción. Y casi ni eso, pues su jefe de filas entonces fue Marcel Camus, separado por bastantes años de edad de los Chabrol y Truffaut. Si ofrecían en común la honestidad de su vocación, que, por otra parte, es lo

mínimo que cabe exigir a un artista joven. Los de aquella "nouvelle vague" aportaron algo muy importante: sus películas daban dinero. Los productores contemplaron con sorpresa cómo films hechos e interpretados por desconocidos llenaban las salas. Y eran films, además, realizados con presupuestos que no llegaban al suelo de una gran estrella. La soñada panacea de los que veían cómo el reinado de las estrellas amenazaba con derrumbar todo el edificio del cinema. Ya Carl Laemie lanzó su voz de alarma: "Acabaremos como Frankenstein. Seremos destrozados por el monstruo que nosotros mismos hemos creado." Atados a sus propias redes, los productores no se preguntaban "¿qué realizador dirigirá mi film?", sino "¿qué estrella puede hacer mi film?" Toda la potencia publicitaria del cine se volcaba sobre esta moderna mitología del creada de modo artificial. Prendió en el público. No se decía: "vamos a ver una película de William Wyler", sino "una película de Ginger Rogers". Y Hollywood prodigó su "slogan": "El cine lo hacen los directores, pero lo venden las estrellas." Una verdad relativa, porque bajo el reinado de la estrella el director no es más que un empleado. El "star system" dio impulso al comercio del cinema, no puede negarse. La industria conoció años florecientes. La inversión en una estrella daba buenos dividendos. Y el comercio del cinema también se beneficiaba al disponer de unos productos con crédito en el mercado: "Tengo dos Gary Cooper y una Ingrid Bergman." El distribuidor no daba más noticia sobre la película, pero no le importaba al exhibidor: le bastaban los nombres de los protagonistas. Muy contados realizadores podían escapar a la tiranía de las estrellas. Morían unas a la fama, pero otras nuevas nacían. Al cabo de los años hemos visto que sólo unas cuantas tenían un valor auténtico para imponerse. Las restantes eran producto artificial del estudio, de todas las células que entran en la producción de una película puestas a la servidumbre de la estrella que se lanzaba a la moda. El ejemplo de Hollywood era imitado en todos los cinemas. René Clair declaraba su tristeza: "La toma de Constantinopla marca para los historiadores el comienzo de los tiempos modernos. La época contemporánea ha comenzado para Hollywood el día que un empleado de la Universal entró en el "plató" donde trabajaba Eric von Stroheim, entonces en el apogeo de su genio, y le ordenó en breves palabras que dejara su puesto a otro director. Con este golpe de fuerza se terminaba la era heroica de las individualidades, de los creadores pacientes y apasionados que hacían brotar cinema." Un cine donde la estrella es más importante que el director resultaba buen negocio, pero llevaba dentro el germen de su propia ruina. Llegó el momento en que los productores recordaron la previsión de Carl Laemie: "O terminamos con las estrellas o terminan con nosotros." La "nueva ola", al llenar salas con nombres desconocidos, era la ansiada solución. Y se llegó a exaltar la condición de desconocido. El productor consignaba en los anuncios de sus films esa condición y aún añadía la edad junto a un nombre. Reconocía así que no puede privarse de la estrella y que lo único que le molestaba del "star system" eran los sueldos enormes y las exigencias caprichosas de las estrellas acreditadas. Y sucedía también que el desconocido de una película ya era conocido a la siguiente. Los departamentos de publicidad se encargaban de airear su fama. De todas formas, el reinado de la estrella está en declive y cada vez es mayor el número de realizadores que rebasan la condición de simples empleados. Hoy la buena película da dinero aunque no tenga nombres conocidos en el reparto.

Para la industria, la "nueva ola" llegó en momento oportuno. Convengamos en que la serie de coincidencias ayudó a la fortuna de la expresión, que ha tenido una influencia beneficiosa al facilitar la llegada al cinema de nuevas promociones. Porque siempre fue difícil a un joven incorporarse a las tareas del cine profesional. Es una industria costosa, poco propicia al riesgo de un valor sin probar. Los productores prefieren los valores seguros, aunque con frecuencia lo único seguro que ofrecen es su reiterada mediocridad. La expresión "nueva ola", bien calentada en todos los cinemas, ha permitido la incorporación de muchos jóvenes. Quizás se abusó, como lo demostraba el Cannes siguiente, porque no todo lo que trae la etiqueta de joven es bueno o, al menos, es joven. Sin embargo, bien pueden aceptarse los daños a cambio del indudable impulso que esos jóvenes han dado al moderno cinema. Los cinemas italiano y francés son los más beneficiados por estas incorporaciones. También los jóvenes están sacando de su largo bache al cinema británico. En otros cinemas la selección ha ofrecido unas cuantas individualidades.

Nunca hay talento perdido. Es probable que todos esos jóvenes de talento

habrían acabado por incorporarse al cinema, pero la marea levantada por la "nueva ola" les facilitó mucho camino. Demos, pues, por bien empleada la excesiva prosa derrochada en torno a una expresión que en el fondo no indicaba nada, ya que siempre hubo "nuevas olas": las olas, como las generaciones, se suceden unas a otras y la última será "nueva".

Saludábamos con alborozo el año pasado la llegada de nuestra "nueva ola". El Instituto de Investigaciones y Experiencias Cinematográficas nos presentaba los brillantes ejercicios de fin de curso de los directores que alcanzaban el diploma. Aquellas cuatro películas abrían prometedor crédito a los nombres de sus realizadores: Patino, Picazo, Boráu y Summers. Al cabo de un año todavía no les vemos incorporados al cine profesional. Ahora nos llega otra nueva promoción, que también aporta excelentes credenciales.

Se celebraba ayer en el Palacio de la Música el acto de entrega de diplomas a los nuevos directores salidos de las aulas del I. I. E. C. Las películas que como ejercicio de fin de curso han realizado Horacio Valcárcel ("La cinta"), Julio Diamante ("La lágrima del diablo") y José Luis Vilorio ("Despedida de soltero"), prueban bien que nuestra Escuela de Cinematografía desarrolla una tarea eficaz. A los de la "nueva ola" norteamericana se les cierran las puertas de Hollywood, pero en Nueva York desarrollan una actividad de creciente resonancia y que se ofrece como buen relevo para el día en que la decadencia del "cine-espectáculo" haga pensar a los grandes magnates de la industria en la necesidad de sacar al cine de la arteriosclerosis que producen los excesos de técnica y profesionalismo. Tenemos la esperanza de que la eficacia del Instituto de Investigaciones Cinematográficas halle su prolongación en nuestro cine.—"Hoja del Lunes", Madrid, 6-XI-61, 5.

778.5

Sánchez, Alfonso.—**Misión del film de calidad.**—Sin descuidar su aplicación a la teoría cinematográfica —tan necesaria a la cultura de los públicos que nutren las salas—, la revista "Film Ideal" atiende con visión práctica a los distintos problemas de nuestro cine. Sus estudios parten del rigor del dato para insinuar soluciones posibles. Ahora que se habla mucho de "sentido constructivo" lo rezuman sus páginas. En su último número, "Film Ideal" publica un interesante artículo editorial bajo el título "Distribución dirigida". Se refiere a esas películas de calidad que no llegan a las pantallas españolas porque los importadores dudan de sus virtudes comerciales. Son películas sin reparos que oponer a su contenido moral o político, con una realización también pulcra. El único obstáculo entre ellas y el espectador es de su importación y distribución. La película cuesta hoy mucho dinero, y es lógico que se busque aquel material ya probado en taquillas extranjeras. El hombre destacado a la compra de films procura elegir los que le ofrecen mayores seguridades comerciales. Y en nombre del comercio, nuestro público se queda sin ver muchas películas de calidad que constituyen buen recreo y que serían un vehículo ideal para elevar la exigencia del espectador al mostrarle módulos artísticos que ahora ignora. Por estas razones simplemente comerciales dudo que nuestro público llegue a admirar, por ejemplo, "El Posto", esa extraordinaria película de Ermano Olmi que no tiene en su celuloide problemas de sexo, ni un beso, ni acción bélica, ni mensaje ideológico, pero que supone dos horas de cine magistral. Y justo por todo eso de que carece, el importador puede pensar que no será comercial. Se supone que estos films no darán dinero y, como es natural, nadie los puede obligar a que lo arriesguen. Pero sí se pueden limitar al mínimo los riesgos, de modo que estén seguros de no perder en el peor de los casos y de ganar en el mejor. "Film Ideal" propone una solución, aunque no oculta sus temores de que sea una utopía. ¿Por qué ha de serlo si es razonable? Se trata de que todos los años una comisión de críticos y técnicos —sin dietas, naturalmente— confeccione una lista de diez películas realmente importantes y de difícil camino comercial. Estas diez películas disfrutarán de unos beneficios —que no son imposibles arbitrar— que anularán los riesgos de su importación y exhibición. Esta lista sería puesta a disposición de las casas. He comprobado —es lo que me anima e este comentario— que el artículo de "Film Ideal" ya circulaba entre algunos distribuidores y su acogida era favorable. De la utilidad de la idea en lo que a la educación de la masa se refiere no cabe duda: es de la máxima eficacia.

Se habla con frecuencia de los "gustos del público". Es un lugar común. Y, como todos los lugares comunes, peligroso y propenso a errores. El público de que —la masa que llena los locales— no tiene gustos definidos: se entrega

indemne a lo que le sirve la pantalla. El cine es un espectáculo de hechos cor-
sumados: el público lo toma o lo deja sin más. Lo que se llama gustos del
público son los gustos de los que se entregan a su comercio. Y lo que en nombre
de los "gustos del público" se llama "comercialidad" no es más que el halago
a los más bajos instintos o preferencias de ese público, cuyo nivel estético medio
es lo vulgar. No es el público el que influye en el cine, sino todo lo contrario.
La influencia del público se reduce a rechazar una película. Es una perogrul-
lada que cuanto mejor sea su educación estética y su formación, mejor criterio
tendrá para rechazar lo vulgar y acudir a la calidad. No hablemos ahora de
la cátedra o el cine-club, cuya importante labor formativa queda en el círculo
de una minoría. El día —no lo creo lejano— en que se enseñe cine en el bachi-
llerato, al igual que ahora se enseña historia literaria y preceptiva, esa minoría
pasará a mayoría y habrá problemas. Mientras, la principal labor formativa de
la masa corresponde al crítico. Sin embargo, aunque el crítico la ejerza con la
máxima eficacia, siempre será lenta. Hay un instrumento ideal para formar al
público: el propio cine. Por su potencia impresionista, por su difusión —hoy
llega incluso allí donde no llega el libro— y por la magia que ejerce en la masa,
ningún otro lo supera. Seleccionar lo que no debe ver porque atenta a su salud
espiritual es un medio, pero que sólo atiende a una parte de la cuestión. Hay
también que ir formándole para ponerle en disposición de una mayor exigencia.
¡Qué gran cosa si cada espectador fuera su propio crítico. Esta sí que es utopía.
Para acercarnos a ella, nada mejor que esa labor formativa que el propio cine
puede ejercer de modo insuperable. La llegada a nuestras pantallas de esas diez
películas de calidad que ahora no llegan por motivos comerciales no es un
capricho de unos cuantos estetas o aficionados al buen cine. Es más importante:
una contribución decisiva a elevar la exigencia del público, su formación.

En nombre de la "comercialidad", el cine de Ingmar Bergman, por citar casos
concretos, ha tardado en llegar a nuestras pantallas. Un día, alguien se atrevió
a importar "El séptimo sello". No ha debido ser la experiencia un desastre eco-
nómico cuando nos llega una nueva película de Bergman: "El manantial de la
doncella". En la noche de su estreno fue seguida con atento silencio y premiada
a su final con la ovación de la sala. Y otro distribuidor ya ha incluido "El
rostro" en su lista de material. Se podrá aducir que estas películas sólo serán
comerciales entre cierto público de ciudades importantes, pero poco asequibles
a la masa de los circuitos secundarios. Es probable y es lógico. Tampoco se
penetra el primer día en Stravinsky o en Picasso. Hay que partir siempre de
una minoría que vaya ensanchándose. El cine, arte de masas por condición
definidora, excluye las películas en clave confidencial, sólo apta para los inicia-
dos. Estas películas —lo están demostrando— alcanzan a una masa considerable,
y si no llegan a todas todavía no es por su clave indecifrible —"El manantial
de la doncella" es de una claridad meridiana—, sino por la falta de formación
de ese otro público. Justo atender a ese déficit es la tarea de lo que "Film Ideal"
llama oportunamente "distribución dirigida".

Se refiere "Film Ideal" a la película de Resnais "L'année desnière
à Marienbad". Debo consignar que esta película ha sido ya importada a España.
Quizás la resonancia de "El séptimo sello" ha hecho que algunos importadores
se animen a incluir material de prestigio en sus listas. Sintamos el halago de
sospechar que en el comercio de las películas hay también una afición al cine
que conviene estimular. Y me parece también que ellos mismos, abrumados por
la poderosa razón de que se juegan su dinero, tasan por bajo la preferencia
del público. Porque veo, por ejemplo, cómo ese film delicioso "La extraña pri-
sión de Huntleigh" ha sido repuesto en su cartel de estreno, donde estuvo varias
semanas. ¡Un éxito que ha sorprendido a la propia empresa! Hemos visto cómo
el público aplaudía la maravilla de ese cortometraje titulado "El pez rojo",
cómo llegaba puntual para admirar "Corrida fantástica"; cómo se deleitaba con
"La sonrisa". Auténticos films de arte que revelan lo mal que se hace al no
cuidar la primera parte del programa. Se dispone ahora de un extenso reperto-
rio para atenderla, desde los dibujos animados —cuya técnica y concepción ha
evolucionado considerablemente— hasta los cortometrajes de los más variados
estilos.

Prodigar las películas de calidad puede tener una influencia beneficiosa más
rápida de lo que sospechamos. Esas diez películas sometidas a un trato de
favor cumplirán una tarea importante, porque además abrirán el camino a
otras más. Vale, pues, la pena considerarla.—"Hoja del Lunes (Madrid), 13-
XI-61, 5.

Ripoll, Juan.—**Las revistas cinematográficas en el mundo.**—El cine, que había comenzado siendo un fenómeno físico con un porvenir si no cierto, cuando menos limitado, pronto se vió desfondado por sí mismo al alcanzar unas dimensiones y una repercusión pública que jamás nadie había podido soñar en sus años de balbuceo. Muy pronto aquel simple juego de física recreativa originó algo mucho más amplio y consistente que dio lugar al espectáculo cinematográfico, y al irse éste extendiendo en dimensiones fue también haciéndose objeto de estudio hasta originar una rama de la investigación, que no por limitada, se hizo menos interesante: la cultura cinematográfica.

Lo que el espectáculo supuso en extensión, la cultura cinematográfica lo supuso en intensidad, de modo que aquel cine pequeño, mero juguete de una sociedad asombrada, fue creciendo hasta adquirir el gigantesco cuerpo que hoy está ante nuestros ojos. Este artículo no pretende otra cosa que señalar, de una manera breve y fluida, las directrices actuales de los órganos de esta cultura sobre el cine, nacida como una secuela natural del crecimiento del mismo.

LOS ORIGENES

La cultura cinematográfica cristaliza en seguida en un cuerpo de teoría, que se exterioriza y toma cuerpo en los autores y, con ellos, en el libro y la revista. A partir del primer decenio de nuestro siglo, el libro y la revista de cine se hacen connaturales al desarrollo del mismo cine. De 1915, por ejemplo, data uno de los primeros libros importantes sobre el nuevo arte, el "The Art of the Moving Picture", del poeta y escritor americano Vachel Lindsay; entre 1919 y 1921, Louis Delluc publica sus importantes obras "Photogenie", "Cinéma et Cie", "Charlot" y "La jungle du cinéma"; en 1926, Canudo ve editado su famoso "Lusine aux images" y Terry Ramsay "A Million and One Nights", que es prácticamente el primer libro de historia de cine que se conoce... Pero proseguir por este camino nos llevaría muy lejos y nos apartaría de la verdadera intención que nos lleva a escribir estas líneas.

Lo que nos interesa es hacer notar que paralelamente a estas plasmaciones del pensamiento cinematográfico, hace su aparición la revista de cine, cuya misión es mucho más reducida en intención pero mucho más amplia en lo que abarca: la revista de cine está tanto al servicio del espectáculo como de la cultura, por lo que su misión es tan definida como apreciable.

En España, precisamente, tenemos claros y fecundos ejemplos de ello. Por una parte, revistas que, como "Arte y Cinematografía" o "El cine" —nacidas ya en 1910 y 1912, respectivamente— están al servicio del público, ofreciéndole una divulgación sobre temas cinematográficos, mientras otras, nacidas en 1915 y años sucesivos, se ponen al servicio de la cultura y el pensamiento cinematográfico. Principalmente son, éstas, revistas culturales sobre temas generales de arte y letras, pero que dedican suma importancia al cine, como "La gaceta literaria", "Mirador" o "Revista de Occidente", donde aparecen las firmas de los críticos de la época: Ernesto Giménez Caballero, Luis Gómez Mesa, Carlos Fernández Cuenca, Manuel Villegas López, Luis Buñuel, José Palau, Guillermo Díaz-Plaja, Fernando Vela, etc. De entonces para acá, las revistas de cine se suceden y multiplican en ritmo vertiginoso y en noble competencia, de modo que —quizá en mayor medida que los propios libros, más ceñidos a una lógica minoría— vienen a ser como el índice del nivel de la cultura cinematográfica de cada país.

De todo este volumen de revistas, cabe citar especialmente por su interés y por lo que supusieron en su tiempo, la inglesa "Close Up" (1927) y la francesa "Revue du cinéma" (1928), que marcaron auténticos hitos en el desarrollo de la cultura cinematográfica de su tiempo.

PANORAMA CONTEMPORANEO

Naturalmente, es un fenómeno lógico que, a medida que el tiempo avanza y el cine y la afición a él crecen, y el nivel de público aumenta, aumente a su vez el número y el nivel de las publicaciones sobre cine, hasta el punto de acercarse hoy en día a la cifra de un millar en todo el mundo.

Reseñarlas todas, aunque se quisiera, es punto menos que imposible. Aquí

nos interesa destacar sólo aquellas más importantes de cada país, que se publiquen actualmente y que ofrezcan un verdadero interés, con indicación de sus características más acusadas en el sentido de permitirnos su definición.

De todas ellas, cabe destacar en primer lugar —tanto por su prestigio como por su veteranía— la italiana “Bianco e Nero”, nacida en 1937 al calor del resurgimiento cultural de la Italia fascista como órgano del conocido “Centro Sperimentale de Cinematografía”, y que si bien su dirección ha ido cambiando al tenor de la evolución política de los tiempos, por su contenido se mantuvo siempre al margen de tales vicisitudes y se dedicó con gran solidez y fundamento a la exposición no sólo de las más prestigiosas teorías cinematográficas clásicas, sino también a la del moderno pensamiento cinematográfico italiano de tanto prestigio siempre, desde Umberto Barbaro y Luigi Chiarini hasta Renato May, Nino Ghelli o Mario Verdone. Pese a su historia esplendorosa, larga y fructífera, preciso es reconocer que hoy día “Bianco e Nero” se halla un tanto envarada, y le falta una vivacidad e interés que nunca hasta ahora le habían faltado.

TENDENCIA ITALIANA

Puesto que esta ley de la veteranía nos ha obligado a empezar nuestro recorrido por Italia, sigamos en ella y veamos qué tendencias se desarrollan.

Es triste reconocerlo, pero gran parte de las publicaciones periódicas cinematográficas se hallan ligadas, en mayor o menor medida —como sucede en las mismas películas— a intereses políticos e ideológicos que las condicionan. Así, por ejemplo, en Italia existe una revista, “Cinema Nuovo” que, siendo en principio una publicación de cierto interés, lo ha sido perdiendo a fuerza de demostrar su filocomunismo a ultranza, aun por encima de los propios valores cinematográficos. De una periodicidad quincenal ha pasado de pronto, desde hace aproximadamente un par de años, a la bimestral y ha reducido su tamaño, lo que por otra parte le ha hecho perder mordiente e interés; lo curioso es que, por las trazas y noticias que tenemos, esta reducción ha debido hacerla en función del poco interés que el público italiano le ha ido dispensando progresivamente.

Desde otro punto de vista, la mensual “Rivista del Cinematografo” es una publicación católica que edita el “Ente dello Spettacolo” y que se caracteriza por su ecuanimidad y su seriedad, quizá hasta cierto punto excesiva, pues cuando menos en el campo de la forma le resta eficacia. Por su parte, la independiente “Filmcritica”, que empezó siendo una revista más bien modesta, ha ido adquiriendo cierta importancia cada vez en aumento.

En el campo puramente profesional, cabe destacar una publicación de la importancia de “Lo Spettacolo”, órgano trimestral de la Sociedad Italiana de Autores y que, como su nombre indica, se refiere al espectáculo en general, pero con marcada preferencia por el cine y la televisión. De ella son utilísimos los resúmenes estadísticos de publicación periódica, de alto interés para el profesional. En un orden más comercial, pero de gran interés para la gente de la profesión —especialmente el productor y distribuidor—, están una serie de revistas como “Araldo dello Spettacolo”, “Cinemundus”, “Cine Spettacolo”, etc., de gran eficacia informativa.

FRANCIA Y LOS FRANCESES

Al hablar de Francia hay que referirse en primer lugar a una revista muy conocida y muy apreciada por los “inquietos”, que es el centro de todas las polémicas y todas las campañas del mundillo intelectual del cine. Nacida de la antigua e importante “Revue du Cinéma”, y tras la muerte de su animador Jean-Georges Auriol, “Cahiers du Cinéma” —que éste es el título de la revista en cuestión— ha venido promoviendo desde 1951 gran parte del pensamiento cinematográfico contemporáneo. De ella han surgido un teórico importantísimo, Andre Bazin, prematuramente muerto hace dos años, y los mejores nombres de la discutida y discutible “nouvelle vague”: François Truffaut y Jean Luc Godard. Pero junto a estos puntos positivos, “Cahiers du Cinéma” presenta muchos más cuando menos discutibles, entre los que no son de menor cuantía su

extrema subjetividad, su deliberado desconocimiento de lo que no le interesa y, más gravemente, sus concesiones a un fácil erotismo so capa de condenarlo.

En un plano más asequible de menor "altura" intelectual pero de sana y objetiva orientación, cabe señalar la revista semanal "Radio Cinéma, Télévision"—desde hace poco rebautizada con el nombre de "Telerama"—, alrededor de la cual se han agrupado otros nombres del actual pensamiento cinematográfico francés: Jacques Sicilier, Jean Louis Tallenay, Jean d'Yvoire, y otros. Por su parte, Gilbert Salachas anima "Tele-Ciné", una revista mensual dedicada casi exclusivamente a la publicación de exhaustivas fichas filmológicas, lo cual le confiere un alto valor de documentación, pero a la vez un escaso valor periodístico, mientras por otro lado Marcel Martin publica "Cinema 60" (no tenemos noticia hasta ahora de un posible "Cinema 61", teniendo en cuenta que el número del título sigue el del año en curso), otra interesante revista de tipo cultural.

Dentro del capítulo de la revista profesional, cabe citar la semanal "Le Film Français", muy bien documentada y atenta a la actualidad, con regular indicación de los rendimientos económicos del mercado, y el "Bulletin d'Information du Centre National de la Cinematographie", revista oficial del Sindicato, con gran acopio de datos y de estadísticas, y que se hace imprescindible para todo estudioso.

LOS PAISES DE HABLA INGLESA

Inglaterra es, por definición, un país serio y desapasionado. Así son, ni más ni menos, sus revistas de cine, modelo de objetividad, seriedad de información y rectitud de criterio.

De ellas, las más importantes son dos: "Films and Filming", dedicada con preferencia a la crítica de películas y a las entrevistas y reportajes de actualidad, y la más veterana "Sight and Sound", de periodicidad trimestral, y por ende, más dedicada a estudios intemporales y de mayor enjundia intelectual. Como queda dicho, son dos revistas objetivas en las que quizá se echa en falta cierta combatividad que, por otra parte, queda compensada por la información y la interpretación que de la misma ofrecen.

Por lo que a Estados Unidos se refiere, cabe destacar dos grandes títulos: "Variety" y "Motion Picture Herald", que se definen por su portentosa calidad de información. Son revistas dedicadas al profesional y al estudioso que quiera pulsar la actualidad que, siendo U. S. A. el más importante centro de la producción cinematográfica mundial, precisa conocer para estar al día. Sin embargo, es curioso notar el poco interés que en ellas se presta a Europa y que en ningún momento corresponde al mucho que en las publicaciones europeas se concede a América.

Siendo éstas las más importantes, merecen citarse también —aunque minoritarias— otras dos de tipo intelectual: "Film Culture" y, sobre todo, "Hollywood Quarterly", que editaba la Universidad de California y que conoció dos épocas distintas.

LOS PAISES MENORES

Como se puede comprobar, esta rápida revisión es sumamente sucinta. Pero no quisiéramos cerrarla sin incorporar a ella dos breves capítulos más. Uno de ellos para hacer referencia a las publicaciones de otros países que cinematográficamente podemos llamar menores. Excluyendo a sabienda España, cuya producción periodística actual está en conocimiento de todos, podemos iniciar este nuevo periplo en Bélgica para sorprendernos de la vitalidad de su prensa cinematográfica.

Una revista gráfica popular que nos recuerda el "Telerama" francés es "Amis du film et de la TV", de gran acierto y orientación, y una profesional —al modo de "Le film français"— es "La cinégraphie belge". Por su parte, en Bélgica se edita la versión original de la "Revue International du Cinéma", portavoz de la Oficina Católica Internacional del Cine que, dentro de su orientación concreta, presenta motivos de gran interés, y una nueva e interesantísima revista, "Rushes", que edita el "Comité National des Travailleurs du Film de la TV.", destinada a obtener un brillante porvenir.

En Portugal existe una revista mensual gráfica, de divulgación y estudio, con el nombre de "Filme", muy bien orientada, y el órgano del Sindicato que, bajo el título de "Espectáculos", realiza una estimable labor de documentación profesional. En Alemania, "Filmblätter" y "Film Echo" destacan del amplio conjunto de publicaciones, mientras que en Holanda o Suecia sólo puede citarse un título de interés: "Film" y "Scen och Salong", respectivamente. En fin, en la India y el Japón, en igual medida que su cine, la producción editorial cinematográfica alcanza un número realmente considerable de títulos, siendo de destacar especialmente aquellos dedicados a la información profesional.

¿Y EL CINE AMATEUR?

Y este es el capítulo que faltaba, y el último. Realmente, por breve y rápida que fuera esta "revista de revistas", siempre hubiera quedado gravemente incompleta de no incorporar a ella las revistas dedicadas al cine amateur, compañeras en las lides de la que publica estas líneas.

La más señera de todas ellas es la francesa "Ciné Amateur", de título conciso y exacto, creada por el veterano Pierre Boyer y de gran interés en su campo. En la misma Francia, ésta compite con "Le cinéma chez soi", de aparición más tardía, y que es una revista muy bien concebida y de gran riqueza de contenido. "Cinéma Privé", no tan ambiciosa como aquéllas, no deja de vestir un franco interés, y con ellas completa este trío francés al servicio del cine amateur.

Características generales de las revistas de cine amateur son su bella presentación y su calidad en la forma, de modo que puede decirse que no sólo compiten entre sí por su contenido, sino también por su aspecto. Buena prueba lo constituyen la alemana "Der Film Kreis", bella y documentada publicación, o la italiana "L'altro cinema", estupenda muestra de revista cinematográfica especializada y que, por cierto, tomó su nombre literalmente de nuestra revista "Otro Cine", por encontrarlo ajustado al tema que servía. En otros países representan los afanes e intereses del cine amateur, "Schmallfilm", de Suiza, que ahora se ha remozado en una nueva época, y la portuguesa "Cinema de amadores", que no por más modesta es menos entusiasta.

* * *

Desde luego, ante este nutrido panorama, aquí apenas entrevisto, cabe deducir la importancia y el incremento adquirido por esta cultura cinematográfica, un día nacida balbuceante e incierta y hoy respaldada por una auténtica tradición de calidad.—"Otro Cine", 9-X-61.

TEATRO

792

Gordón, José.—**Los niños y el teatro.**—El estreno de una comedia en Madrid, en el que una niña tiene un papel importantísimo, ha puesto una vez más de actualidad el problema que tiene planteado el teatro cada vez que se hace necesario —auténticamente necesario— la presencia de un niño en un escenario, aunque sea para representar ese gran mensaje de confianza y valor que es la obra de referencia. Yo no sé qué ocurre con el teatro, que por tradición cuenta siempre con tantos inconveniente para su normal desarrollo. Uno de ellos es el de los niños. Muchas veces la presencia de un niño en un escenario es imprescindible. Las razones de los inconvenientes se nos escapan, ya que todas las profesiones no están regidas por el mismo criterio. Vemos en los cafés —y algunos de estos cafés nada edificantes para la futura moral de un niño— a botones en edad de estudio escuchando conversaciones y llevando "recados" impropios de su edad. Vemos niños vendiendo cosas por las calles. Si sus padres no tienen para mandarlos al colegio o al Instituto, la misma ley que prohíbe la participación de un niño en un escenario debe ampararlo para que pueda estudiar. No olvidemos que uno de los puntos principales del Movimiento dice: "... que no se malogre ningún talento por falta de medios económicos". Pero el hecho concreto es que en otras profesiones no se lleva con el mismo rigor

744

la ley. ¿Por qué? En el mismo cine. ¿Por qué un niño no encuentra inconveniente para trabajar en el cine y en el teatro sí? En el cine se hace una explotación comercial del niño que jamás se hace en el teatro. La propaganda en el cine se hace sobre estos niños. En el teatro es sobre la comedia. En la memoria de todos están los muchos nombres de niños y niñas que la publicidad ha lanzado con todos los honores comerciales. Estoy seguro que el cine español es el cine que en el mundo cuenta con más niños prodigio. Muchas veces, cuando el niño es demasiado pequeño (por ejemplo, cinco años), y hace falta que lllore en un plano determinado o ponga cara de pena, se le regaña hasta conseguirlo y entonces se rueda el plano. En el teatro esto no puede ocurrir. Primero, no se le explota comercialmente, pues raramente es la "estrella", y en el caso de que lo sea, sigue siendo más importante la comedia. No creo que puedan aducirse razones de moralidad. Los niños, en el teatro y en el cine, están acompañados por sus padres o familiares, cosa que no ocurre en otros trabajos, como botones o vendedores ambulantes, por ejemplo. Yo no pido que se prohíba el trabajo de los niños en el cine, lo que pido es igualdad en el trato con el teatro.

Parece que un algo extraño y misterioso ha perseguido siempre a nuestro teatro. Por ejemplo —y seguimos con los niños—, a los dieciséis años pueden entrar en el cine, y a muchas películas antes de esta edad. En el teatro es rarísimo la comedia que pueden ver los menores de dieciocho. Incluso en el teatro clásico. Es decir, que tienen el mismo tope de edad Tirso, Calderón, Lope, que Gary Cooper pegando tiros, y en muchísimas ocasiones sale ganando la película de "gángsters" o de vaqueros. Nos parece excesivo comparar en la edad de "llegada" a la imaginación del niño el teatro y el cine. No soy el primero que ha denunciado lo perjudicial que para los muchachos en plena formación suponen muchas películas autorizadas para menores.

Por el contrario, el niño, el joven, llega muy tarde al teatro. Si nos molestásemos en revisar títulos nos daríamos cuenta que muchas películas autorizadas para menores no lo serían en el caso de ser obras teatrales. Y esto se puede comprobar con las comedias que al mismo tiempo son películas. ¿Por qué no se exige la misma clasificación? ¿Por qué no se prohíbe la entrada a los niños en el cine por la noche? A esa hora un niño debe estar durmiendo. El caso concreto es que el teatro se ve privado de un público de dieciséis a dieciocho años. ¿Por qué? No lo sé. Pero el teatro, fuente de cultura, orgullo de nuestra civilización, que supo y sabe seguir ganando silenciosas batallas para el prestigio y buen nombre de nuestra Patria, está en inferioridad de condiciones. Revisemos estos inconvenientes y liberemos al teatro, dentro de las garantías que la Ley debe exigir en la protección al menor, de estos inconvenientes a todas luces fuera de lugar. Acostumbremos al niño, al muchacho, a ver teatro. Con ello estaremos educando su sensibilidad y formando un público para mañana. La moral será la primera que saldrá ganando con ello.—"Informaciones", 13-X-61, 12.

792

Díez Crespo, M.—**La pureza en el teatro.**—Mucho se ha hablado y se habla de la crisis del teatro. Y en realidad es la vulgaridad la que domina en nuestros escenarios. Obras sin contenido, vacías, sin el más leve acento espiritual.

Se pide protección para el teatro, y, de hecho, hay espectáculos que no podrían subsistir sin ayuda oficial: ópera, "ballets", grandes conciertos. Pero a otros tal vez les conviniera una etapa de pobreza de la que probablemente nacería un arte más puro. El teatro se ha industrializado de tal modo que su vergüenza es su riqueza. Todo en él es una mentira y lo único que puede salvarle es la dificultad, en la que se hundan los mercaderes de la escena, que están haciendo imposible la marcha de la escena. La protección oficial debe recaer en personas al margen del comercio con sentido de la disciplina y sentimiento de la poesía dramática.

La indiferencia ha ganado al público que hoy asiste a las representaciones. Cuanto mayor es la crisis, más son las exigencias y el conflicto se hace cada vez de más difícil solución.

La protección es necesaria. El teatro debe ser protegido, pero ¿quién representa al teatro? La ayuda debe prestarse a aquellos que han renunciado al comercio y al éxito de gaceta de pago.—"Ayer", 28-X-61, 4.—A.

Gozaló, Miguel Angel.—**Tres nuevos teatros para Madrid.**—Zorrilla, desde luego, fue un hombre afortunado. Tuvo la suerte de hacer, en vez de una obra teatral, una costumbre. "Don Juan Tenorio" es el "reestreno preferente" de cada noviembre; el aperitivo obligado a todo invierno que se precie.

—Vamos a empezar con Marquina. Después metemos el "Tenorio", y en paz.

Y Don Juan no falla; se cuela de rondón en cuanto asoma lo que se ha dado en llamar "sus fechas tradicionales". Es un Don Juan de corrido, sin apuntador, cuyo texto se sabe medio teatro de memoria.

—Y este año, ¿quién hace Doña Inés?

Al "Tenoriso", para que el afán de novedades no se quede del todo insatisfecho, unos años le añaden cosas y otros se las quitan. Nos le sacan vestido de petimetre, con bastón y sombrero de copa, o con las calzas holgadas y bigote a la borgoñesa, que era, en tiempos, algo así como el corte de pelo a navaja de ahora. Pero es igual. El caso es que sobre el fondo ruinoso de la "Hostería del Laurel" Don Juan pueda recitar sus versos en un alegre tono fanfarrón.

Este año en Madrid ha habido "Tenorio" por partida doble. Los teatros Lara y Español han sido, al alimón, campo de sus hazañas. Mientras tanto, en París ha entrado en su sexto año de puesta en escena "Patata", la famosa obra de Marcel Achard, y Eugène Ionesco ha renovado los éxitos de cinco temporadas anteriores con "La lección" y "La cantante calva".

En Londres, "La ratonera" sigue, como hace cuatro, cinco, seis años, en cartel. A "My Fair Lady" le pasa tres cuartos de lo mismo, y cosa parecida ocurre con "Ross", de Terence Rattigan; "Beckett", de Jean Anouilh, o "The Amorous Prawn", de Anthony Kimmis.

TEATRO PARA POCOS

Sin embargo, el hecho de que en Madrid Alfonso Paso tenga en cartel simultáneamente cuatro obras, y —salvo contadas excepciones— pocas veces una comedia o un drama se mantengan en el mismo escenario de un año para otro, demuestra tan sólo que Madrid es una ciudad más pequeña que París o Londres y, como es natural, con menor número de espectadores teatrales.

El teatro, se quiera o no, sigue estando más próximo a la minoría a la que se dirigía Juan Ramón Jiménez que a "la inmensa mayoría" del bilbaíno Blas de Otero. Contini ha dado una feliz definición del teatro: "La actividad de espíritus cultivados para cultivar los espíritus." Y el hecho de que en una ciudad de dos millones de habitantes haya sólo unos cuantos miles de espíritus cultivados —capaces de agotar el filón de las doscientas representaciones en coliseos de aforo normal— no debe extrañar a nadie.

Hay quien dice que el público no ha decaído y que ahora asiste más gente que en otras épocas al teatro. Benavente, Arniches y los Quintero no pasaban, al filo de nuestro siglo, de las treinta o cuarenta representaciones. "Juan José", que obtuvo considerable éxito en aquella época, alcanzó treinta, nada más.

Por eso hay que anotar como un triunfo más de Madrid en estos sus brillantes cuatrocientos años de capitalidad el hecho de que un nuevo teatro —el Bellas Artes— haya sido abierto al público y esperen su turno, para muy cercana fecha, dos más: el teatro de La Torre de Madrid y el teatro Club. Y un tercero para el año próximo: el Eduardo Marquina, de la Sociedad General de Autores.

LOS TEATROS DE MADRID

Cuando se habla de la posible crisis teatral se apunta como probable causa, además de la falta de autores —cosa en la que no todos están de acuerdo; entre otros, los propios autores—, el precio de las localidades y el mal estado de las instalaciones. "Hace tiempo que las cosas viejas se van retirando de la circulación —ha dicho Diego Hurtado—. Hasta hace poco sólo quedaban por renovar los tranvías y los teatros. Y los tranvías ya han sido modernizados..."

Quizá por eso los teatros empiezan a ser reformados. Las salas se hacen más pequeñas, más acogedoras. Se busca en los nuevos locales —ahí está el

teatro de Bellas Artes, con sus 500 confortables butacas, su bar, su librería y su salón de fumadores— comodidad y un ambiente grato, íntimo, recogido.

El crítico Marsillac, de "Solidaridad Nacional", de Barcelona, ha dado como causas del abandono del teatro por parte del público "el precio de las localidades y el que las Empresas no se preocupen de rodear de comodidades y atenciones a los espectadores".

En Madrid, la mayoría de las salas se encuentran en muy desfavorable situación de competencia respecto a los locales dedicados al cine. Además de que en muchos teatros la visibilidad es escasa desde ciertas localidades, los servicios de algunos de ellos se encuentran en un estado deplorable.

Excepto los teatros nacionales Español y María Guerrero, que son los que mejor se encuentran en cuanto a conservación y técnica, y algún otro de prestigio, casi todas las demás salas tienen defectos de bulto que desagradan a los espectadores exigentes. Los teatros Calderón, Latina, Comedia Alcázar, Lara, Maravillas, Martín, Reina Victoria —y no digamos nada del Fuencarral, "esa cochera metida a teatro"; del Cómico o del Infanta Isabel—, llevan demasiados años sin un mal arreglo y están pidiendo a gritos un lavado de cara, un repaso de suelos y una modernización de material.

LA REFORMA COMO SOLUCION

Algunos teatros ya han acometido la reforma que necesitaban. El teatro de la Zarzuela —al que se sigue poniendo la pega de su mala visibilidad—, o el Eslava, o el Beatriz, han mejorado de esta forma sus instalaciones.

Quizá, por si esto no basta, con las nuevas salas se intenta compensar el excesivo calor de época de las demás. "Hay insectos que se transforman cuando están en peligro, en un intento por sobrevivir. Lo que está haciendo el teatro es luchar por no desaparecer del todo", me ha confesado Diego Hurtado cuando le he preguntado sus planes respecto al teatro de La Torre de Madrid, del cual formará parte como director cuando este nuevo coliseo, instalado en el edificio más alto de la capital, abra sus puertas al público madrileño.

El teatro Goya y el Recoletos, salas de nueva construcción, no sirven para grandes espectáculos, por sus dimensiones reducidas; pero resultan, en cambio, acogedores y atractivos.

El teatro de La Torre de Madrid, para seguir la corriente de nuestro tiempo, va a estar dotado tan sólo de algo más de 400 localidades. "Se puede decir que es de bolsillo, aunque de bolsillo un poco grande, de chaqueta", declara uno de sus futuros directores, Hurtado. El otro será Moreno Ardanuy. Este teatro abrirá sus puertas a primeros de año, con una obra de Lope de Vega.

Para primeros de año también proyecta estar en condiciones de ser inaugurado el teatro Club del Palacio de la Música. Cuatrocientas confortables butacas más para los espectadores de Madrid.

EL FANTASMA

La crisis del teatro es tema del que se viene hablando desde hace mucho tiempo. ¿Es caro este espectáculo? ¿Hay que seguir recurriendo a la fórmula de Larra del "lloremos y traduzcamos"? ¿Es que al público le ha dejado de interesar esta lucha del hombre consigo mismo que es el teatro de nuestro tiempo? ¿Necesita más protección que la actual?

"Un escenario es un sitio donde se juega con lo serio", dijo Pirandello en los "Seis personajes". El teatro, frente a la crisis y los abandonos, se limita a decir, con Achard: "¿Quiere usted jugar con "mí"?—"Arriba", 12-XI-61, 10.

792

Marquerie, Alfredo.—**Teatro y pueblo.**—¿Qué ha pasado con el teatro en España después de nuestra guerra? En estos veintidós años el avance conseguido es realmente extraordinario. Los teatros Nacionales, el Español y el María Guerrero, marcaron la pauta, y a tono de ellos las compañías particulares mejoraron la escenografía, cuidaron, salvo raras y contadas excepciones, la calidad de los repartos y aceptaron la dirección artística, que tan esencial es para la armonización de los conjuntos, el cuidado del ritmo, del clima y los detalles y tantas cosas más. El Estado creó la Dirección General correspondiente, y el

Consejo del Teatro estableció concursos, premios y subvenciones, y organizó los Festivales, que cada año cobran más auge y esplendor. Los Teatros Universitarios realizaron una labor admirable y, con las Escuelas de Arte Dramático, aportaron a la escena nuevos y jóvenes valores, como Educación y Descanso a través de los Grupos de Empresa y las organizaciones minoritarias de cámara, ensayo, experimento y laboratorio, tanto en Madrid como en provincias.

Aunque a veces se abuse de los traducciones tontas, o morbosas, o pueriles, también es cierto que con montajes que no tienen nada que envidiar a los del otro lado de las fronteras se nos dieron a conocer las novedades más importantes del extranjero. Y respecto a la producción nacional surgieron autores nuevos que se sumaron dignamente a los que ya habían obtenido crédito y fama o que recoge en sus ágiles manos la antorcha del relevo.

Las dificultades materiales del teatro —y eso no es privativo de España, sino común y corriente en todos los países— son de tipo económico. La gente se queda en casa al amor de la radio o de la televisión, o se va con la familia a un cine de barrio, no porque le guste más, sino porque le resulta más barato. Pero con la nueva e importante subvención estatal creemos que se superarán muchos de los actuales obstáculos, entre ellos las penosas condiciones en que se desenvuelven las compañías que emprenden la gira a provincias.

Alguien pensará después de haber leído lo que precede, que nos entregamos a un fácil optimismo planglossiano y que, cruzados de brazos y con cara beatífica, somos de los que se conforman con lo ya conseguido y que, más o menos, sostienen que poco o nada resta por hacer... Error profundo. Podemos dar por concluida una etapa inicial de la renovación de nuestra escena, pero falta aún por emprender otra nueva y mucho más importante. Llevar el teatro al pueblo es una cosa; incorporarle activamente a él es otra distinta. Y en eso estamos. ¿Cómo?... El enorme florecimiento de los Grupos de Aficionados en Cataluña puede ser un modelo y un ejemplo; y otro, los certámenes que, con feliz iniciativa y a través de su Servicio de Educación y Cultura, comienzan a promover la Delegación Nacional y las Delegaciones Provinciales de Organizaciones del Movimiento.

El primer certamen de este tipo se ha celebrado en Murcia. El segundo se efectuará en Ciudad Real. Y a ellos se sumarán otros que extenderán por todo el haz de España no sólo la remoción de las inquietudes escénicas, sino también la posibilidad de alumbraar nuevos valores para que, en la medida de lo posible, ninguna vocación y aptitud auténticas queden inéditas o malogradas.

La organización de los Concursos Provinciales —como se ha demostrado en la espléndida experiencia de Murcia— es sencilla, eficaz, funcional. Cada grupo de aficionados tiene libertad y espontaneidad absolutas para elegir, montar, dirigir e interpretar la obra con la que participan en el certamen. La única condición que se les impone es que actúen fuera de su pueblo para favorecer el intercambio local y quedar sustraídos a la influencia amistosa. El Jurado volante acude a cada una de estas representaciones y puntúa y califica. Los trofeos se otorgan a los mejores conjuntos y también a los valores individuales más destacados en las distintas especialidades: interpretaciones principales o secundarias, dirección, escenografía, etc.

Así es cómo, después de haber llevado el teatro al pueblo, ahora el pueblo —dentro de los ámbitos locales y luego, seguramente, en certámenes nacionales, semejantes, valga el parecido, a los de Coros y Danzas— se va insertando de un modo fluido, natural y espontáneo en el antiguo y nuevo arte de hacer comedias, índice siempre de la cultura y de la espiritualidad de un país.—“A B C”
15-X-61, 107.

792

Morales, Rafael.—**Teatros municipales.**—Más de una vez nos hemos ocupado de la necesidad de que los Ayuntamientos, lo mismo que se preocupan de la creación y sostenimiento de las bandas de música y de las bibliotecas municipales, se preocupasen de la creación de teatros, lo que no quiere decir que hayan de levantar forzosamente locales de mucho coste cuando sus posibilidades económicas no se lo consientan, pero sí que busquen, al menos, los medios de habilitar aquéllos cuyas condiciones le permitan y que siempre se encuentran con buena voluntad, procurando, a la vez, dar facilidades a las agrupaciones de cámara y ensayo existentes en las ciudades, ya que no se puede considerar como ciudad culta y de verdadero rango a la que no se preocupe del teatro, y esto, por desgracia, es un caso bastante frecuente.

Ahora, dándonos ánimos para proseguir nuestra campaña, en la que no desansaremos, el Ayuntamiento de Bilbao ha decidido habilitar el pabellón en donde en la pasada Feria de Muestras se expuso la industria pesada, para local teatral, cubierto, lo que ha encargado al arquitecto municipal don Germán Aguirre, quien ha calculado que sólo con medio millón de pesetas el amplio recinto quedará habilitado. En él —es el proyecto del Ayuntamiento— se cultivará el buen género teatral a precios módicos durante todo el año. Esto es algo que merece nuestro aplauso y que nos llena de alegría, pues, verdaderamente, nunca pudimos comprender que en Bilbao no se pudiese asistir a un teatro nada más que en muy contadas ocasiones.

Resultaba, verdaderamente, doloroso y hasta vergonzoso que los escasos teatros bilbaínos se hubiesen pasado al cine —más rentable— y que ni siquiera se buscara un remedio, si no era el esporádico de verano, para hacer, a lo menos, unas cuantas representaciones o que, si éstas se hacían, no fueran, generalmente, de verdadera categoría artística. El Ayuntamiento de la gran capital vizcaína ha salido al paso de tan lamentable situación y ha ofrecido una solución digna de elogio. Es verdad que por la escasez de compañías teatrales de calidad artística, no siempre les será fácil a los bilbaínos gozar de buen teatro, pero para tapar los huecos, y no sólo para taparlos, claro está, pueden surgir —surjirán si se las apoya debidamente— compañías de cámara y ensayo con actores y directores locales, que pueden ser la base permanente para crear el ambiente necesario, incrementar la afición y satisfacer el deseo natural de ver las buenas obras teatrales que el creciente nivel cultural exige. Ciudades más pequeñas, muchísimo más pequeñas que Bilbao —recordamos en estos momentos con muy viva simpatía a Talavera de la Reina y a su teatro de cámara y ensayo El Candil—, han logrado vencer las más asfixiantes oposiciones y llenar muchas veces uno de estos locales habilitados a que nos referimos cuando no algún teatro de considerable aforo, dedicado normalmente —¡cómo no!— al negocio cinematográfico.

España, con su creciente nivel cultural, necesita muchos teatros y son los Ayuntamientos y las Diputaciones los que deben dar su apoyo, colaborando así con el Estado y los particulares en la batalla por el renacimiento del noble arte teatral. Que el gusto por el buen teatro ha crecido considerablemente, pese a los inevitables baches, es algo evidente, y en Madrid, para satisfacer a la afición, cada vez más numerosa, especialmente entre la juventud, se van a abrir en el espacio de un año, poco más o menos, cuatro nuevos teatros: Bellas Artes, Teatro Club, Torre de Madrid y Eduardo Marquina. Ello nos habla de realidades y también de esperanzas, pero España es grande y nos parece insuficiente ponerlas sólo en su capital. Queremos levantarlas a lo largo y a lo ancho de toda su tierra. No faltarán los hombres de buena voluntad.—“El Alcázar”, 27-X-61, 12.

792

Legaza, J. L.—**Tamayo ve con optimismo el panorama teatral español.**—Declaraciones a “Ya” de don José Tamayo, director de los teatros Español y Bellas Artes. “El teatro en España se encuentra en una época de transición del mayor interés. Y va camino de alcanzar una meta envidiable...”

Así opina Tamayo. Así nos lo dice. Tamayo está eufórico. Está radiante con su nuevo teatro. El bellissimo Bellas Artes es marco de estas declaraciones. Los apresuramientos de los “últimos toques” al local parecen rejuvenecer a todos cuantos allí se empeñan. El nerviosismo es elixir (cuando las que se ponen nerviosas son personas inteligentes). Tamayo está eufórico. ¿Hay que decir que para hablarnos apoya la barbilla sobre el puño derecho? ¿Hay que decir que cuando busca una idea refugia la frente entre las manos, como si la esperara de su calor de cámara oscura? No hay que decirlo. Las fotografías han retenido mil veces estos típicos gestos de Tamayo.

—Es cierto que falta mucho —dice lentamente— para sentirse satisfecho todavía de la vida del teatro español... Pero es verdad también —comienza a apresurarse— que, aun así, con nuestros defectos y todo, estamos en cabeza acompañando a los mejores países que hacen teatro. Existe un papanatismo en España —habla ahora recio, enérgico, indignado—, existe un papanatismo, que consiste en suponer que todo cuanto se pone en París, Roma, Londres o Nueva York es a la fuerza excelente. Pero lo cierto es que allí se ven cosas mucho peores que las que hacemos aquí... Yo me atrevo a decir —dice Tamayo doblándose sobre la mesa— que en esos países el teatro es mucho más minori-

tario que aquí. Por ejemplo, en Roma no duran las obras más de mes y medio en cartel, ¡y aquí, en Madrid, hemos tenido algunas cerca de seis meses!

Tamayo vuelve a recuperar su calma pensativa. Me apunta con su índice. Dice sentencioso:

—Los que nos movemos a fondo en el ambiente teatral sabemos muy bien que el público español se vuelca ante obras que merecen la pena...

—¿Qué es “me-re-cer la pe-na”? —pregunto yo a lo reportero indiscreto.

—Me refiero —dice Tamayo sonriente— a esas obras que se apoderan del ánimo del público o por su facilidad o por su especial dificultad. El público ha reaccionado espléndidamente ante piezas teatrales de argumento profundo, complicado, difícil. Obras que incluso la crítica maltrató a veces y que el público se encargó de hacer triunfar.

De quince años a esta parte en España las obras que por su calidad contarán siempre han cosechado triunfos rotundos que antes sólo tenían comedias de escasa calidad, hijas de la oportunidad y del momento, obras que han pasado y hoy ya no significan ni pueden significar nada.

SE HA SUPERADO LA EPOCA DE LO TRIVIAL

Ya he dicho que Tamayo está eufórico. Su optimismo se concreta ahora con otra afirmación. Tamayo analiza el ambiente. Quiere comprenderlo en un solo golpe de vista. Su índice baja a la mesa. Al centro de la mesa. De ahí resbala hasta su pecho como el trazo de un tiralíneas.

—En España se ha superado ya aquella época de teatro trivial que vivimos hace veinticinco años (en la que autores como Benavente y otros tres o cuatro eran las pocas excepciones de calidad). Se ha superado en todo: en obras, en autores, en compañías.

Voy a fijarme en las compañías. Su sistema de creación se ha transformado por completo. Se va desplazando aquella a quien había que “hacerle” las obras expofeso. Ahora se imponen dos tipos de compañía. La de gran repertorio y la que se forma para representar determinadas obras escogiendo los intérpretes más adecuados, mejor preparados para aquellos papeles.

LOS TEATROS Y SUS HOMBRES

Tamayo, hombre de teatro, tiene ahora que opinar sobre los teatros de España y sobre los hombres de estos teatros.

—Ha llegado la hora de los teatros. Sí. Se ha restablecido la tradición de los teatros al aire libre: Mérida, Sagunto, el Retiro congregan anualmente a miles de espectadores. Ahora hay que acometer la actualización de los teatros cerrados: hay locales de gloriosa tradición que deben conservarla, pero al mismo tiempo tienen que colocarse a la altura de las exigencias modernas en sus instalaciones; hay que hacer también teatros modernos, funcionales, que sepan hermanar la utilidad y la comodidad con el buen gusto y el arte.

En cuanto a los hombres de teatro, Tamayo reconoce que hay casos de verdadera vocación, pero otros... Ahora Tamayo acusa:

—Hay casos de verdadera vocación, ¡qué duda cabe!, pero hay otros también a quienes sólo les atrae del teatro lo externo y lo convierten en escaparate de su vanidad; hay otros —no sé si éstos son los peores— que sólo ven en el teatro una finalidad comercial.

DIFICULTADES DEL TEATRO

¿Sólo euforia?... ¿Sólo optimismo?... Sería pueril. Mejor que nadie sabe Tamayo las dificultades que acosan a nuestro teatro. Se ha hablado mucho de estas dificultades y de sus clases. Tamayo las reduce a dos.

—No son más que dos: falta de medios económicos y falta de protección. Y esto ¡tiene tan fácil y sencilla solución!... Sí. Sin ir más lejos, ahí está el cine confirmándonoslo. El cine no es algo de lo que nuestro país puede enorgullecerse especialmente y, ¡sin embargo, tiene una serie de medios de protección que para el teatro quisiéramos!...

Parece que vamos en camino de solucionar en parte esta situación. Me re-

fiero a recientes disposiciones legales. Pero hace falta mucho más. No sólo porque lo merezcamos todos cuantos nos movemos en el teatro, sino porque lo merecen el público y una tradición teatral española que para sí la quisieran los más civilizados países del mundo.—“Ya”, 11-XI-61, 31.

792

Wardle, Irring.—**Teatro Juvenil en Inglaterra.**—El verano en Inglaterra, como en todos sitios, suele ser la época más muerta para el teatro, pero en los últimos tres años adquirió considerable vida con un nuevo acontecimiento anual que se instaló en el calendario del West End. Se trata de la llegada del Teatro Juvenil —compañía de aficionados que moviliza sus dispersas fuerzas y se instala en el West End con producciones de Shakespeare que, a cualquier persona familiarizada con el nivel habitual del teatro de la juventud, revela un fantástico grado de perfección—.

No sería prudente pretender que esas producciones sean técnicamente iguales a las del Old Vic o de Stratford. Sin embargo, bajo un aspecto de gran importancia como es el de la resolución, el Teatro Juvenil no es inferior a cualquier compañía profesional. Gran parte de la producción shakespeariana británica no pasa de respetuosa, y hay pocas experiencias más desalentadoras que ver a una compañía maltratando un texto, transmitiendo una serie fragmentada de episodios, en vez de una acción dirigida con un designio.

El Teatro Juvenil nunca cae en este error. En todas sus producciones, el objetivo principal es el de dar un sentido a la acción, y si la sutileza de la caracterización y la novedad de detalles viene después del vigor y de la consistencia, el sacrificio está generalmente justificado.

El fundador del Teatro Juvenil es Michael Croft, novelista y ex maestro que lanzó su plan cuando todavía daba clase en una escuela secundaria de Londres. Entonces la escuela estaba rebosante de talentos teatrales, y una de las actuales anomalías de la compañía es que sus principales intérpretes son todavía del grupo original, ahora en sus veinte años de edad y a punto de transformarse en profesionales. El Teatro Juvenil fue concebido originariamente como una rama de los Servicios de Juventud y constituyó una organización a escala nacional destinada a recoger muchachos de todos los sectores y ponerlos a trabajar en el teatro, como miembros de un equipo.

La representación no era más que una de las actividades de sus miembros y nunca tuvo intención de constituir una escuela de aprendizaje de profesionales.

Michael Croft tenía horror por las “prima donnas” infantiles y buscó muchachos del tipo que llama de “Horacio” —futbolistas y jugadores de “cricket” sin pretensiones personales—.

Su obra fue oficialmente reconocida y subvencionada, y en Inglaterra alcanzó fama de ser digna y no sensacionalista. Michael Croft llevó a su joven compañía en “tournée” a Francia, Holanda e Italia, donde despertó un entusiasmo que nada tenía que ver con la sociología.

La última temporada de Londres del Teatro Juvenil se realizó en el Teatro Apollo, en agosto pasado, y estuvo constituida por dos obras: la segunda parte de “Enrique IV” y “Ricardo II”, de Shakespeare. “Enrique IV” fue una de las primeras obras presentadas por el Teatro Juvenil. “Ricardo II” surgió como una sorpresa completa. La corte se presentó como un foso de víboras, lleno de intrigas, en el que el idioma de elaborada cortesía parecía el más tenue de los disfraces de helado disfraz político. Al rey se le colocó en una contextura social de contemporáneos implacablemente ambiciosos y viejos irritablemente superprotectores. El propio Ricardo, una figura tradicionalmente patética demasiado delicada para desenvolverse en un mundo lleno de dificultades, fue presentado como no del todo simpático: una criatura malcriada, cuya furia nunca consigue elevarse sobre la petulancia que adquiría en sus discursos.—“Diario de Lisboa”, 24-X-61, 6.—A.

TURISMO

796.5

El turismo es el mejor pregonero de la verdad de España.—Tenéis la ocasión de medir los frutos de nuestra victoria contra el comunismo y los de esta paz. Discurso del ministro de Información y Turismo al inaugurar el Congreso Internacional de Agencias de Viajes.—El ministro de Información y Turismo, don

Gabriel Arias Salgado, presidió a primera hora de la tarde de ayer el solemne acto inaugural del XXXV Congreso de la Federación Internacional de Agencias de Viajes.

El acto se celebró en el teatro Cervantes, que se hallaba adornado y acondicionado por el Ayuntamiento. Numeroso público se estacionaba en los alrededores del coliseo, esperando la llegada de las autoridades y de los congresistas. En la puerta del teatro figuraban mástiles con banderas nacionales, y la fachada aparecía adornada con reposteros en los que figuraba el escudo nacional. En el "hall" de entrada montaban guardia la Policía Municipal y los bomberos con uniforme de gala. También se hallaban señoritas ataviadas a la andaluza, que entregaban a los congresistas las invitaciones para otros actos.

El interior del teatro, brillantemente exornado con guirnaldas y flores, banderas y tapices, ofrecía un brillante aspecto. Al fondo del escenario aparecía el escudo de la FIAV, así como las banderas de los distintos países que participan en el Congreso.

El ministro de Información y Turismo llegó al teatro acompañado del director general de Turismo, duque de Luna, siendo saludado por las autoridades que le esperaban y los miembros del Comité directivo de la FIAV.

En el escenario se constituyó la presidencia. A la derecha del ministro tomaron asiento Mr. Robert, presidente de la FIAV; director general de Turismo, duque de Luna; gobernador civil de Málaga, señor Rodríguez Acosta; Mr. Walter C. Frey, vicepresidente de la FIAV; alcalde de la ciudad, señor García Grana, y delegado de España y vicepresidente de la Federación, don Juan A. Conde.

A la izquierda, el jefe nacional del Sindicato de Hostelería, don Alberto de Uribe y Uriarte; vicepresidente de la Federación, monsieur Emilio C. Lucchesi; presidente del Grupo Nacional de Agencias de Viajes, don Abilio Bernaldo de Quirós; vicepresidente de la Federación, M. Sabet abd el Jalil; tesorero, M. Eugene J. Fert; secretario general, monsieur J. de Wachter, y el presidente de la Diputación de Málaga, don José Marqués.

En lugares preferentes se situaron miembros de la Comisión Permanente de la FIAV y otras personalidades.

Comenzó el acto con un discurso del jefe nacional del Sindicato de Hostelería, señor Uribe, que fue largamente aplaudido.

A continuación hizo uso de la palabra el presidente de la Federación Internacional de Agencias de Viajes, Mr. Robert, quien agradeció al ministro y demás personalidades las facilidades dadas para este Congreso.

Y cerró el acto el ministro de Información y Turismo con el discurso siguiente:

DISCURSO DEL MINISTRO

Señor presidente, señores directivos, delegados de la FIAV, señoras:

España se siente honrada por haber sido elegida como centro del XXXV Congreso, y al acogeros del modo más cordial cumple por la palabra del ministro de Información y Turismo la grata misión de daros la bienvenida y de expresar el reconocimiento del Jefe del Estado, del Gobierno y del pueblo español por haber escogido por tercera vez a nuestra Nación como sede del Congreso anual de la FIAV.

La elección de Málaga en la Costa del Sol, lugar privilegiado entre los privilegiados del Mediterráneo, el número de inscripciones, el mayor registrado en los Congresos de la FIAV, y la reunión de 700 delegados, 150 más que en el Congreso de Atenas de 1960, todo ello constituye un acontecimiento de singular relieve y es una demostración fehaciente de la vitalidad y florecimiento de la Federación Internacional de Agencias de Viajes.

Señores delegados: España, que es un país abierto, os recibe como huéspedes de honor, porque "España abre su corazón a quien pacíficamente la visita".

Para nosotros, el huésped es uno más de la familia. Estáis, pues, en vuestra casa, en la que os ofrecemos nuestro orden cristiano y nuestra paz laboriosa como el clima más adecuado para el estudio y la consideración de vuestros problemas. En definitiva, se trata de problemas y cuestiones que deben ser estimados también como propios por cuantos, en los distintos países, tenemos alguna responsabilidad de gobierno en estas materias.

IMPORTANCIA Y SIGNIFICACION DE LA FIAV

Por encima y más allá de los factores económicos que integran hoy el turismo, comprende éste otros valores de rango espiritual, a los que la FIAV viene sirviendo también con generosidad y en primera línea. Por encontraros en esa línea de vanguardia no es extraño que vuestras empresas registren con sensibilidad barométrica los impactos que, debido a la presión de la situación internacional, afectan a esos valores. Por mi parte, como titular del Departamento al que, dentro del cuadro de la Administración Pública, corresponde estimular y proteger estas actividades, me complace en dar testimonio público de la eficaz influencia que vuestros servicios ejercen en orden a una más sincera y estable convivencia entre los pueblos.

Esas caudalosas corrientes de millones de hombres que, movidos por el afán de conocer la geografía, la historia, el arte, la cultura, las costumbres y el clima moral de que se nutre la vida real de sus semejantes cruzan hoy el planeta en todas las direcciones, constituyen un fenómeno específico de nuestra época que merece la máxima atención, tanto de los sociólogos y de los políticos como de los hombres que por su profesión e intereses se mueven en la órbita de la economía, de la industria y del comercio.

El signo de este hecho es eminentemente positivo al promover el mutuo conocimiento, el contacto y la comunicación directa de los distintos estamentos sociales de unos países con los de los otros.

Conviene señalar que se van desarrollando beneficiosamente todas las posibilidades que este fenómeno encierra en orden a una más firme y apretada convivencia entre las comunidades soberanas e independientes, y esto se debe, en gran parte, a la eficiencia y altura de miras con que las Agencias de Viajes vienen cumpliendo su importante cometido. Es de justicia reconocerlo y proclamarlo.

EL TURISMO COMO FORTALECIMIENTO DE VINCULOS RECIPROCOS

El volumen que alcanza hoy el turismo pone de manifiesto, entre otras cosas, la elevación que está experimentando el nivel de vida de muchas naciones, así como el extraordinario desarrollo conseguido en los medios de comunicación, en el transporte y en el hospedaje. Pero debemos tener presente que esas corrientes son impulsadas y encauzadas de un modo decisivo por vosotros, y que su curso ordenado y rentable depende de las Agencias de Viajes que al orientar esas corrientes evitan en gran parte que degeneren en un peligroso movimiento masivo de evasión, de dispersión, de huida del hombre de sí mismo, lo que, antes que perfeccionar y enriquecer la propia personalidad, supondría la evaporación de la personal intimidad.

Al igual que entre los individuos, la convivencia progresiva entre los pueblos no puede consistir en la disolución del propio yo, ni en la renuncia al propio modo de ser, sino en el fortalecimiento de los vínculos recíprocos de ayuda, de afecto y de respeto mutuo, que convierten la coexistencia en unidad básica y fundamental y la recia pluralidad de naciones en un conjunto de relaciones pacíficas y armónicas, sin menoscabo de la privativa singularidad histórica de cada uno.

Quando vosotros enaltecéis los rasgos positivos y las virtudes de una nación, prescindiendo de sus defectos, estáis practicando la norma más sabia y cristiana de la política que integra y construye, frente a la política que destruye y desintegra.

El conocimiento y la estimación de la fisonomía espiritual, cultural y artística de las bellezas, de las costumbres tradicionales y de las instituciones sociales de los distintos países que vuestras organizaciones facilitan a los clientes que se confían a vuestra tutela en sus desplazamientos turísticos contribuye, en grado difícilmente igualable, de una parte, a la superación de aquellos nacionalismos agrios, aldeanos y ensoberbecidos que tan gravemente han venido mermando las energías y las posibilidades de Europa como unidad cultural y como comunidad de pueblos insertos en un mismo orden de ideas, y de otra, al aprecio y respeto que debe merecernos ese tesoro de valores nacionales que contradistinguen a las entidades históricas de este Viejo Mundo, cuna

y fragua de las esencias morales y doctrinales de que se nutre la fecundidad de la civilización occidental.

LO QUE SIGNIFICA HOY EL TURISMO

Pecaría de superficial aquel que en vuestras actividades profesionales no viera sino un juego de procedimientos e intereses mercantiles y se limitara a estimar su importancia y utilidad por el volumen y la calidad de los rendimientos económicos.

Indudablemente, este capítulo de los beneficios económicos movilizadores del turismo es un aspecto que reviste un interés preferente. Dichos beneficios representan para nosotros, como para los demás países, un aumento de los puestos de trabajo y de la capacidad adquisitiva de no pocos sectores de la población; una fuente saneada de divisas que acrecen los medios de pago con los que incrementar las compras en el extranjero, y un alza en la demanda de productos, siempre favorable a la fluidez y al desenvolvimiento del comercio interior, al ampliarse el número de efectivos compradores.

Mas ni siquiera en relación con estas siempre interesantes perspectivas económicas se obtiene un concepto acabado de lo que significa hoy el turismo si no se contabilizan sus aportaciones al intercambio pacífico y mutuo conocimiento de los pueblos. Son precisamente el orden y la paz, y no la tensión bélica, los factores más rentables, aun desde el punto de vista de la prosperidad económica.

Por estas razones he querido situar en el primer plano de estas breves y sencillas consideraciones la dignidad, el rango y la categoría moral de vuestra profesión. Es la única posición correcta y responsable en esta hora del mundo, en la que aun los más optimistas, por ingenuidad o falta de experiencia, comienzan a ver con claridad meridiana que vivimos en un clima universal de "guerra fría", de guerra ideológica sin cuartel, llevada y dirigida por un comunismo imperialista contra los hombres libres y contra los pueblos que creen en la existencia de Dios.

Por eso, nosotros, que estimamos en todo su valor los beneficios que reporta el turismo, considerado como ingreso de divisas, como corriente de viajeros, como industria y como mercado, integrado por quienes ofrecen y solicitan bienes y servicios turísticos, reconocemos y proclamamos la alta misión de la que sois nobilísimos instrumentos y fieles servidores. Por eso, principalmente, os recibimos con los brazos abiertos y como huéspedes de honor.

ESPAÑA, PAIS PREFERIDO

Somos una Nación que no olvidamos las deudas de gratitud, y estamos agradecidos muy de veras a las Agencias de Viajes, a las que representáis. De los millones de europeos que nos visitan, más de un sesenta por ciento nos llegan directamente a través de vuestros servicios o, por lo menos, asesorados por ellos.

España, que ya recibe en números redondos el diez por ciento de los ochenta millones de personas que, según vuestros autorizados estudios, se desplazan por el mundo para realizar viajes de turismo, ha sido una de las primeras naciones en reconocer la fundamental misión que a las Agencias de Viajes compete, tanto para fomentar el turismo en los países propios como para orientar, informar y, en definitiva, conducir y llevar de la mano a los millones de turistas que desde sus respectivas naciones se desplazan a otras para conocerlas y estrechar lazos de comprensión y afecto con sus habitantes.

Es misión del Estado, de la sociedad y del pueblo todo cooperar a esta labor de difusión turística, llevando a cabo un mejoramiento constante de las circunstancias de todo orden que enmarcan y condicionan el viaje y la estancia en España y, en concreto, y por lo que se refiere a mi Departamento, las que de algún modo se refieran a la función de las Agencias de Turismo.

Una muestra, siquiera sea mínima, de la cooperación del Ministerio de Información y Turismo, está en el reconocimiento jurídico de las Agencias de Viajes, reconocimiento que implica el de la importancia de su función mediadora e impulsora del turismo; en la reglamentación de las mismas, en continua vía de perfectibilidad; en el esfuerzo para el mantenimiento de la seriedad, en la contratación de hoteles y empresas de transportes, base fundamental para el desenvolvimiento de las actividades de las Agencias, garantizando a las Agen-

cias españolas, las necesarias condiciones para el desarrollo del trabajo, y a las Agencias extranjeras, una situación legal de mutua confianza y respeto para sus intereses e iniciativas.

MISIONES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

En el complejo mundo del turismo corresponde a las Agencias de Viajes dos de las misiones más importantes: la de incitar y conseguir que cada vez, en mayor número, las gentes visiten su propio país y los países extranjeros; y el de que lo hagan obteniendo de ello el máximo fruto y provecho, no sólo en lo que se refiere a las condiciones materiales de transporte, hospedaje, excursiones, refinamiento, etc., sino también, y casi diría en mayor medida, en lo que se refiere a la dimensión cultural y espiritual que todo viaje de turismo lleva consigo.

Por lo que se refiere a la primera misión de las Agencias de Viajes conviene poner de relieve que, hasta épocas relativamente recientes, el hacer turismo era sólo patrimonio de las clases económicamente bien dotadas. En la medida en que las Agencias de Viajes hagan posible que esa transformación de la realidad cotidiana que el turismo supone se ponga al alcance del mayor número posible de personas, cumplirán una función trascendente y eminentemente social.

Porque el hacer turismo social es hacer política social, y la política social no es sólo misión privativa de los Estados, sino de cuantos con la sociedad se relacionan. Y las Agencias de Viajes no sólo se relacionan con la sociedad, sino que de ella viven y en su seno prosperan.

La segunda misión que asignaba a las Agencias era la de procurar el máximo fruto y provecho material y espiritual del turismo; fruto, en cuanto a entendimiento real y exacto de aquello que durante el viaje turístico se visita y conoce; y fruto, en cuanto que sirve de solaz y recuperación del cuerpo y del espíritu.

ESPAÑA, CLIMA IDEAL DE SERENIDAD, PAZ Y ECONOMIA

En España, inédita aún en alguna de sus regiones al turismo receptivo, se pueden encontrar innumerable posibilidades para, en la forma indicada, producir el encaje y la adecuación que las Agencias de Viajes pueden hacer y hacen entre la oferta y la demanda turística.

La convocatoria de este XXXV Congreso de la FIAV les brinda a ustedes la ocasión de conocer y estudiar las excepcionales condiciones de España para el turismo.

España ofrece una acogida amable, hidalga, que sorprende a la mayoría de los que nos honran con su visita; muestra una belleza variadísima de paisajes, consecuencia de las distintas condiciones geográficas y humanas de sus regiones, lugares y poblaciones, en el marco de los climas más diferentes que permiten, desde practicar en todo tiempo en algunas de sus cumbres los deportes de nieve, hasta gozar de la caricia del sol en la mayoría de sus playas, incluso durante los meses de invierno; guarda lugares de excepcional tradición histórica y artística; sorprende con sus bailes, canciones y costumbres, tan distintas a las de fuera y tan varias entre sí; permite disfrutar de la comodidad y del lujo más refinado en numerosos establecimientos hoteleros modernísimos, o sentir la aventura de descubrir, en pleno siglo XX, monumentos y formas de vida que transportan a otros períodos históricos... Y todo ello en unas condiciones generales de precio que en Europa pueden considerarse únicas, y en un clima estable de serenidad, alegría y paz interior, que es también singular en este mundo inquieto en que vivimos.

Por ello, ustedes pueden asegurar a sus clientes que encontrarán en España cuanto deseen, pueden brindarles objetivos turísticos inéditos, y pueden confirmarles que obtendrán más y mejor en igualdad de coste que en cualquier otra parte.

Señores delegados de la FIAV, vosotros podéis ahora adquirir una información completa y de primera mano sobre nuestra riqueza monumental, sobre nuestra variedad de clima, que permite tanto el turismo de verano como el de

invierno, tanto el de minorías selectas como el turismo social de masas y de viajes colectivos. Podéis comprobar la hospitalaria honestidad, la competencia y el gran decoro de nuestra hostelería con los precios más baratos de Europa; la amplitud de nuestra Red de Paradores y Albergues de carretera, lo sugestivo de nuestros circuitos turísticos, las excelencias de la cocina española, la variadísima gama y la ibérica singularidad de nuestros festivales y fiestas populares, el impulso superador que hoy estremece toda nuestra geografía, y cómo aquí, al sur de los Pirineos, es siempre posible el hallazgo insospechado, espiritual, histórico, cultural y político en el recodo de cualquier camino.

ORIGINALIDAD EUROPEA DE LO ESPAÑOL

Somos y nos sentimos miembros de la gran familia europea. La actitud moderna del español, señores, nada tiene que ver con ningún complejo de inferioridad. Nuestra actitud es de receptividad abierta, propia de quien está seguro de la profunda raíz de su personalidad.

Situados geográficamente, en el plano de incidencia y en el paso de muy varias corrientes culturales, resulta lógico que sobre esta plataforma intercontinental surgiera un pueblo de acusados contrastes en su carácter inconfundible e insobornable.

A ello, sin duda alguna, obedece que España sea Europa, y sea, a la vez, distinta. Ni la Europa de ayer se explica y entiende en su integridad, si se hace caso omiso de la Historia Universal, alumbrada y hecha por los españoles; ni la Europa de hoy sería lo que aún es sin la España de Franco, que tanto en la guerra como en la paz ha vencido al comunismo internacional dentro de sus fronteras.

Tenéis al alcance de la mano la ocasión de analizar y medir los frutos de aquella victoria y los de esta paz. Entre todos ellos, y son muchos, permitidme señalar solamente dos.

En primer lugar, podéis comprobar cómo el pueblo español (y de ello se benefician los extranjeros que nos visitan) disfruta, como ningún otro pueblo, de todas las libertades, esenciales y reales, necesarias para vivir y prosperar plena y pacíficamente. Solamente estas libertades reales hacen que la vida personal, familiar y social no se agote dentro de los límites siempre estrechos del trabajo, de las desuniones y de las luchas partidistas.

En segundo lugar, podéis observar cómo el pueblo español ha dado y da pruebas de poseer una gran salud moral y un exceso de vitalidad en todos los órdenes que le permitirá alcanzar en breve el nivel material de vida propio de los pueblos de economía muy desarrollada.

EL TURISMO, PREGONERO DE LA VERDAD DE ESPAÑA

Y nada más, señores. Los servicios oficiales del turismo español seguirán con interés creciente las deliberaciones y acuerdos del XXXV Congreso de la FIAV. Y, en este sentido, quiero expresarles de antemano mi satisfacción, porque estamos seguros de que en los estudios y conclusiones del Congreso hemos de encontrar sugerencias fructíferas para la política de desarrollo turístico que se está llevando a cabo en España.

Política que nos interesa, repito, no sólo por el reconocimiento de los saneados y cuantiosos beneficios económicos que del turismo se derivan, sino fundamentalmente porque el turismo es el mejorregonero de la verdad, y queremos dar testimonio de la verdad de España; porque el turismo es comercio de entendimiento entre los hombres, y a este valor espiritual, por tradición o inclinación natural, asignamos un puesto de honor; porque el turismo aprovecha y asimila las posibilidades de convivencia que la Providencia va poniendo al alcance del hombre actual... Por todas estas razones, yo les pido y agradezco de antemano su colaboración a la política de difusión del turismo en nuestra Patria.

Estoy seguro del acierto que presidirá vuestras deliberaciones, y de la calidad de los frutos que se derivarán de esta Asamblea. Me consta que, a vuestra competencia, acompaña una noble vocación y un depurado espíritu de servicio.

De nuevo, y para terminar, sed bien venidos a España. Os repito: estáis en

vuestra casa. Que la estancia en ella os sea tan agradable y cordial como yo deseo, y que después de estas jornadas reservéis siempre un rincón en vuestra cordialidad para España, que es también parte muy importante de esta realidad cultural, social y política que se llama Europa.

Declaramos inaugurado el XXXV Congreso Internacional de la FIAV.—“Arriba”, 19-X-61, 1-4-5.

796-5

Millones de turistas y de dólares.—Cálculos autorizados estiman entre siete y ocho millones el número de turistas extranjeros en España en el transcurso del año 1961, con aumento aproximado entre veinte y veinticinco por ciento sobre el año anterior, no obstante el descenso de turismo norteamericano en Europa, como consecuencia de la crisis de Berlín. Un primer balance incompleto cifra en quinientos millones de dólares —treinta mil millones de pesetas— lo que significarán los ingresos por el concepto de turismo en el año actual. El año anterior supuso 300 millones. Dicha cifra nos sitúa en uno de los tres primeros puestos entre los países europeos predilectos de los turistas. En un día llegaron a Mallorca, por avión, 17.000 extranjeros, y el número de visitantes de España ha superado hasta ahora, en lo que va de año, todas las cifras de los precedentes.

En Canarias el movimiento turístico aumenta de modo asombroso, en especial durante los meses de otoño e invierno, y llega a desbordar las posibilidades hoteleras.

Pero el movimiento turístico no es exclusivo de extranjeros. En él participan también españoles, por fortuna en mayor número cada estación. Cerca de cinco millones sumaron el año anterior, y en el presente la cifra ha crecido. Quienes salieron al exterior experimentaron en sus carteras el tratamiento que los industriales del turismo aplican a sus clientelas, con excesos que han dado origen a críticas como las publicadas en un diario francés, que preguntaba si aquellos industriales tratan deliberadamente de socavar su negocio, y pretenden ahuyentar a los viajeros con precios terroríficos. Deben ser, en efecto, quienes viven del turismo los primeros interesados en atraerlo con un comportamiento correcto y equitativo. Se advierte cada vez más en el turista recelos y suspicacias justificadas, pues por haber sufrido excesivas agresiones en su bolsillo se consideran constantemente engañados. Los autores de estos abusos, por regla general, no suelen ser los hoteleros solventes, serios e inspeccionados, sino los aprovechados que al revuelo de las aglomeraciones se lucran con tarifas exorbitantes por alquiler de camas o servicio de comidas mediocres, al margen de todo lo reglamentado y en ejercicio irregular, cuando no clandestino, de una profesión para la que no están autorizados.

De ahí se derivan muchos males y desprestigio, cosa que no parecen entender los abusones, mercedores de ser sancionados, por los perjuicios que ocasionan al interés general del país, puesto que a los buenos alcanza la deshonra que siembran los malos.

El crecimiento del turismo es superior al aumento de alojamiento, con ser el de éstos extraordinario y superior a cuanto en la mismas actividad se registra en el extranjero. Los paradores, albergues y hoteles de la Costa del Sol, Costa Brava y Baleares gozan de fama universal. En este orden de edificación hotelera se ha retrasado Andalucía, no sólo en sus capitales, sino también en sus costas y parajes pintorescos. Y lo que, desde luego se nota es la falta de hoteles de precios asequibles para los turistas, cada vez en mayor número, tanto extranjeros como españoles, económicamente incapacitados para resistir las tarifas de lujo. El crédito hotelero debería apoyar iniciativas latentes, dispuestas a construir hoteles para quienes sólo pueden viajar ajustándose a unos presupuestos prudentes.

El turismo es una industria que entre nosotros ha adquirido verdadera importancia y pasmoso desarrollo en los últimos quince años, superior a cualquier otra. Los avances logrados son prodigiosos. La Federación Internacional de Agencias de Viajes celebrará su Congreso en el próximo mes de octubre y tendrá por sede Torremolinos, en la Costa del Sol. El programa de actos que se prepara es fastuoso. Asistirán más de setecientos delegados de cuarenta y un países. El presidente de la Federación, el belga don Juan de Vachter, afirma que los efectos de los Congresos en los países donde se celebran se reflejan con un aumento entre el 18 al 22 por 100 de turistas sobre la cifra del año anterior.

Tales son las perspectivas que se ofrece a la industria del turismo, hoy la

primera entre todas nuestras industrias, en la producción de divisas.—“ABC”, 28-IX-61, 34.

796.5

El turista, la carretera y el tren.—En la estadística que sirvió de base para un editorial anterior titulado “Turistas en 1960”, aparece un dato revelador: de los 6.113.255 forasteros —extranjeros y españoles residentes en el extranjero— que nos visitaron durante 1960, más de cuatro millones lo hicieron por carretera, es decir, que casi el 70 por 100 utilizaron el automóvil como medio de transporte. No hay, por consiguiente, ningún inconveniente para aceptar que nuestras carreteras han servido de acceso a la economía nacional de casi el 70 por 100 de las divisas obtenidas, cifradas según decíamos en 23.000 millones de pesetas. Resulta, pues, contradictorio que la red de carreteras, de importancia tan fundamental para el aumento de turistas, haya llegado al estado en que se encontraba hace sólo dos años y que ahora empieza a mejorar. El plan general que el director general del ramo, señor Mortes, explicó hace días a los periodistas no constituye, pues, ningún sueño excesivo, aunque la cifra de 177.000 millones de pesetas pueda causar asombro. Y téngase en cuenta que no consideramos ahora la carretera más que en su aspecto de vía de turismo, que no es, naturalmente, el único que tiene validez, aunque a ciertos efectos sea hoy el más importante.

De los datos que se han recogido a lo largo de los años pasados se deduce que el turista no suele tener quejas del trato que aquí recibe. Lo único que una y otra vez aparece mencionado con desagrado son las carreteras, bien entendido que el estado de las principales nunca llegó a ser pésimo, salvo en tramos muy cortos. Pero el turista es curioso y no se desplaza solamente por las carreteras principales. Con frecuencia se desvía, toma una ruta secundaria y sufre, consiguientemente, todas las consecuencias de los baches y, a veces, de la pura inexistencia del firme. Podemos imaginar cuál será el incremento del turismo si logramos que nuestras carreteras dejen de ser un argumento en contra de la visita a España. Esos 4.135.000 forasteros que utilizaron el automóvil en 1960, fueron tal vez cinco millones o más en este último verano —todavía no están disponibles los datos correspondientes— y no hay indicios de que la progresión vaya a cesar. Por el contrario, todo permite suponer que en un plazo relativamente breve, España se pondrá al mismo nivel de los países europeos turísticos por excelencia: Italia, Francia y Suiza.

Utilizaron el ferrocarril 500.840 turistas; el barco, 1.011.368, y el avión, 465.771. Los viajeros de barco ofrecen un volumen engañoso, puesto que la mayoría de ellos son pasajeros que descienden a tierra durante las escalas en nuestros puertos y no forman de hecho en el movimiento turístico que se desarrolla hacia España. Es un turismo ocasional, casi diríamos que un “turismo por casualidad”, aunque también importante, como comprueban las ciudades del litoral los días en que llegan transatlánticos de paso para otros lugares. Significación distinta tiene el turismo por ferrocarril, donde los casi 600.000 viajeros constituyen asimismo una plataforma excelente para reforzar el perfeccionamiento de aquel sistema de comunicación.

Vemos, pues, que compete a la jurisdicción de Obras Públicas la doble empresa de colaborar en la atracción del turismo con carreteras bien trazadas y bien cuidadas y con trenes más rápidos y más frecuentes. Y llegamos a la conclusión de que fomentada y protegida la construcción de hoteles de diversas categorías, de paradores y otros centros de hospedaje, por el ministerio de Información y Turismo, el máximo esfuerzo debe ahora centrarse en proporcional al departamento de Obras Públicas todos los medios necesarios para que pueda cumplir holgadamente su misión, la cual proporciona beneficios tan inmediatos y claros, como se deduce de los datos a que nos referimos.—“Informaciones”, 11-XI-61, 12.

Acuerdo hispano-australiano sobre visado de pasaportes.—La Oficina de Información Diplomática facilita la siguiente nota:

“Por canje de notas efectuado entre el señor embajador de España en Londres y el señor alto comisario de Australia en dicha capital, ha sido acordado por los Gobiernos respectivos que los ciudadanos australianos podrán entrar en España sin necesidad de visado, por estancias que no excedan de tres meses.

Las autoridades australianas, por su parte, concederán visado con carácter gratuito, en los plazos más breves posibles, a los súbditos españoles que se tras-

laden a aquel país por motivo turísticos o de negocios. Asimismo facilitarán visado gratuito a los emigrantes españoles que sean admitidos en Australia.

Este Acuerdo entra en vigor el día 27 de octubre."

796.5

Una política de turismo.—En el Congreso de la Federación Internacional de Agencias de Viaje que se celebra en Málaga ha pronunciado el discurso inaugural el ministro de Información y Turismo, señor Arias Salgado. La lectura del discurso resulta confortadora y nos descubre las perspectivas que todavía se ofrecen en España al crecimiento del turismo, que ha experimentado un desarrollo evidente en los últimos años. Las palabras del ministro en orden a lo que el turismo significa para el mutuo conocimiento de los pueblos y la creación de un ambiente de paz, así como en lo referente a la indudable realidad de que el turismo ha sido "pregonero de la verdad" de España, son dignas de ser tenidas muy presentes por lo exactas y certeras. De tal modo es ello así, que el indiscutible interés económico que tiene la visita de los turistas a nuestro país queda subordinado al anterior o, al menos, se da por añadidura cuando se ha procurado lo primero con amplio espíritu.

Una gran política de turismo es obra nacional que debe merecer la atención de todos, no sólo del departamento ministerial correspondiente. Persuadidos de la importancia de que el turismo sea debidamente fomentado y consciente del hecho de que una gran corriente de visitantes se acerca cada vez con mayor interés a nuestro país, hemos de procurar que encuentren aquí los viajeros las facilidades de alojamiento y comunicación que necesitan.

Hoy día el turismo no comprende tan sólo a unos centenares de privilegiados, sino que son verdaderas masas de gente de tipo medio las que se desplazan de un lugar a otro. Por muchas razones interesa que nuestros visitantes sean cada día en mayor número. Y están dispuestos a venir. Para convencerse de ello no hay más que observar el desarrollo de la marca turística. De aquí que importe mucho que si encuentran aquí lo principal, esto es, un país en paz y en orden, encuentren también lo que viene detrás inmediatamente: seguridad de una decorosa instalación y facilidades para los desplazamientos dentro de nuestro territorio.

En ambas cosas se viene observando evidente progreso; pero no está de más insistir en lo que es básico para el desarrollo de una acertada política de turismo.—"Ya", 20-X-61, 5.

796.5

De Uribe Uriarte, Alberto.—**El turismo y la hostelería en España.**—Originalmente el trabajo que sigue fue la introducción a una ponencia de Turismo y Hostelería presentada al I Congreso Sindical celebrado en el presente año en Madrid. Todo cuanto en él se expone tiene actual vigencia, y por ello nos parece oportuno darlo a conocer al gran público amparándonos en la hospitalidad de "La Tarde" en ocasión del XXXV Congreso de la Federación Internacional de Agencias de Viaje que comenzará mañana en Málaga.

Tratar de demostrar en 1961 la importancia y repercusión que el turismo tiene en la economía nacional, podría estimarse, con razón, innecesario. Desde cualquier punto de vista que se examinen las economías europeas, invariablemente resulta que el turismo ocupa un lugar preponderante en casi todas ellas. Al examinar el caso de España, nos encontramos con que, en relación con la totalidad de nuestra economía, el turismo presenta una entidad muy superior a la de otros países.

Cualquier dato, término de comparación o estudio, conduce siempre al mismo resultado. Si consideramos, por ejemplo, los datos que el Instituto Español de Moneda Extranjera viene publicando en relación con nuestra balanza de pagos, encontraremos para noviembre de 1960 que si el total de entradas por exportaciones de mercancías ascendió a 63,34 millones de dólares, los ingresos por turismo fueron en el mismo período de 35,61 millones de dólares, es decir una cifra equivalente al 56 por 100 del total de divisas del activo de nuestra balanza comercial y el 84 por 100 de la de servicios.

Si queremos orientarnos siguiendo otro camino, y tomamos como dato o índice comparativo el de la compra de oro en el mismo mes por el Instituto Español de Moneda Extranjera, venimos en conocimiento que ha sido posible invertir

50 millones de dólares en dicha compra y recordando que el ingreso en el mismo mes por razones de turismo fue de 35.600.000 de dólares, tampoco parece preciso hacer más consideraciones o comentarios para destacar la importancia de esta fuente de ingresos. Lo mismo sucede si en lugar de estos datos estadísticos tomamos en consideración los informes contenidos en las principales publicaciones turísticas, económicas y comerciales, así como las editadas por los más importantes organismos internacionales.

Se ha comentado en todos los círculos económicos durante estos últimos años, con asombro, el que la exportación invisible de turismo ha proporcionado a España en un año tres veces más divisas que la naranja, cinco veces más que las piritas y minerales de hierro y diez veces más divisas que los vinos. (Datos del año 1954.)

En Italia se ha venido calificando al turismo como la "terza forza", y personalmente hemos oído, del hasta hace poco ministro de Turismo, que esta fuerza aumenta a tal ritmo que la estimaba como una de las industrias básicas del resurgimiento de su patria después de la última guerra mundial.

En el informe que presentó al Consejo Económico Social de Francia M. Paul de Font, sostiene que el turista deja a disposición de su país, en divisas, el 90 por 100 de sus gastos.

Concretándonos a España, la proyección del turismo en nuestra economía reviste tal importancia que lo convierte en una de las partidas más interesantes para su futuro, así como la más saneada del sector servicios, sobrepasando con mucho, en cuanto a rentabilidad, a nuestros procesos agrícolas e industriales. Parece lógico, en consecuencia, que al establecer metas y previsiones respecto al futuro desenvolvimiento de la economía española, se dedique una particular atención a esta fundamental manifestación en el conjunto de todos los sectores.

Dejamos a un lado entrar en detalles de partes importantísimas de otros sectores industriales sumamente ligados con el turismo, tales como los transportes terrestres, marítimos, aéreos, atracciones, etc., e incluso una gran parte de lo que constituye en sí "Turismo y Hostelería", así como la planificación de una política turística, su estudio económico y financiero, y sólo dedicamos el presente trabajo a establecer previsiones en torno a los siguientes aspectos: la afluencia turística en los próximos años; el volumen de población activa que, como consecuencia de la expansión del turismo receptivo, podría absorber la hostelería; el ritmo de construcción de alojamientos turísticos que se estima preciso para la recepción del turismo calculado, señalando las inversiones que se consideran necesarias, tanto a este efecto como para fines propagandísticos y, por último, la evaluación de ingresos turísticos que fortalecerán nuestra balanza de pagos.

La clientela turística que afluye a un país determinado o que desdena acudir a otro, obedece a una constelación de causas de muy variada naturaleza. Si el proceso final de los beneficios que produce el turismo cristaliza en una balanza de pagos favorable, los medios que han intervenido han debido inspirarse en una sabia planificación técnica, en la que se tome en consideración la enorme gama de factores que intervienen en esta compleja "industria sin chimenea". De una planificación de tal naturaleza sólo se conocen en España tímidos intentos. Este defecto de coordinación turística que simplemente reseñamos, adquiere síntomas alarmantes si investigamos el ritmo de crecimiento de los visitantes extranjeros, no ya en países con gran solera turística como Suiza, Italia o Francia, sino en algunos otros que han irrumpido en el mercado turístico internacional recientemente y, por supuesto, más tarde que España. El más somero análisis de los progresos realizados en volumen de clientela turística por parte de Austria, Yugoslavia y Grecia, nos informa que si bien es cierto que la relación numérica es inferior a la de los turistas que nos visitan, no lo es menos que su coeficiente de crecimiento acumulativo debe causarnos la mayor preocupación por cuanto significan de potencial zona competitiva. Damos, pues, la voz de alarma y esperamos que un estudio más concienzudo y una atención más cuidadosa de todos los medios que puedan conducir a la atracción y aumento de nuestros clientes turísticos, nos permitirá en breve mirar el porvenir con más confianza.

Pero es necesario también estudiar con detalle ramas como el turismo social, a las que en nuestra Patria no se ha prestado todavía la atención que el problema merece y examinar el turismo no solamente desde el punto de vista de la importancia que en nuestra economía puede tener, no sólo considerando las

divisas que nos proporciona ni exclusivamente atendiendo a la riqueza que crea, sino teniendo en cuenta asimismo el impacto que pueda producir en el país, tanto en lo moral como en lo espiritual y social, y procurando tratar de encontrar los medios para encauzarlo de la manera más conveniente en orden al engrandecimiento patrio sin mera merma de nuestros más puros valores espirituales y raciales.

796.5

Considine, Millie.—**Desfile de celebridades en Palma de Mallorca.**—La inauguración del Hotel "Son Vida" en Palma de Mallorca durante el pasado mes de julio atrajo a la bella capital balear a buen número de personalidades. Entre ellas, los príncipes de Mónaco, Aristóteles Onassis, la soberana de Baroda y su hijo, la "diva" María Callas, el hijo del presidente del Líbano, Elsa Maxwell, François Poncent, Jimmy Ortiz Patiño, Hedda Hopper, Jerome Zerbe, Mary Dayton, los tenistas del "Racquet Club", de Palm Spring, los Temple Fieldings y otros invitados. Las invitaciones fueron hechas por José Luis Ferrer y Alfonso Font, gerente de un hotel madrileño, ayudó a ultimar los preparativos. Los propietarios de la nueva residencia son los mallorquines señores José Luis Ferrer y Juan Mora y los norteamericanos señores Steve Kusac, Joe Rosbert y Dick Rossi. La esposa del señor Kusac (de origen español: Marta Lambea) fue la que consiguió que su marido y consocios adquirieran el antiguo y maravilloso castillo del Marqués de Torres y sus 1.400 acres de terreno para la industria hotelera. Se dice que también el príncipe Rainiero está interesado en esta empresa. Sea como quiera, proyecta levantar una villa en los alrededores. Charlie Farrel está encargado de las pistas de tenis y prepara un campo de golf en los citados terrenos.

Palma está llena de magníficos hoteles, tiendas interesantes y bares pintorescos. Pide otra visita, pero nunca será tan maravillosa como lo fue ésta.—"The Diplomat", September 1961, 11 y 38.—J.

796.5

Chevalier, P. A.—**El lugar del turismo en nuestra economía (Suiza).**—La Federación suiza de turismo ha celebrado el pasado 26 de octubre su asamblea general ordinaria en Aarau, bajo la presidencia de M. Gnägi. Con este motivo, el informe de la actividad de la Federación en 1960-61 será sometido a la aprobación de la asamblea. Este informe presenta un cuadro completo del turismo suizo y europeo.

Las estadísticas europeas nos señalan que en 1960 el aumento de llegadas y de estancias ha sido muy elevado en algunos países: Bélgica, Noruega, Portugal y Gran Bretaña, mientras que dos países han registrado disminución: Turquía y Luxemburgo. Suiza, con un aumento de entradas de un 8 por 100 y de estancias de un 7 por 100, se clasifica en una buena medida, en compañía de Alemania, Austria, Irlanda e Italia. Sin embargo, estas cifras no dan una imagen exacta de la situación. Es necesario situar en relación con los ingresos procedentes del turismo, los gastos efectuados por los nacionales en el extranjero durante sus desplazamientos.

Se advierte entonces que Italia sigue registrando el saldo activo más elevado con 500 millones de dólares; la sigue España (247 millones), Francia (200 millones), Suiza (180 millones), sin los transportes internacionales) y Austria (171 millones). Alemania registra un déficit "record" de 198 millones, mientras Gran Bretaña se contenta con una pérdida más modesta de 49 millones. El balance del turismo norteamericano y canadiense es también impresionante: el saldo del primero de estos países es un déficit de 796 millones y el del segundo de 215. En conjunto, los ingresos procedentes del turismo en 1960 en los países miembros de la difunta OEEC se elevan al respetable total de 3,6 billones de dólares, es decir, un aumento de 700 millones con relación a 1959.

Según los datos del Departamento de Comercio de Estados Unidos, los turistas norteamericanos han gastado en 1960, 704 millones en Europa y en la región mediterránea; es decir, un aumento del 17 por 100 con relación al año precedente. Esta cifra de 704 millones representa el 40 por 100 del total de los gastos de los turistas norteamericanos en el extranjero. En el sentido Europa-América se nota también un aumento, pues los gastos de los ciudadanos europeos en Estados Unidos se han elevado a 115 millones; es decir, un 15 por 100 más que en 1959.

La importancia del turismo para nuestro país resulta del hecho que el saldo activo (teniendo en cuenta todos los elementos) ha alcanzado los 940 millones de francos en 1960, contra 845 en 1948. Estas cifras en sí mismas no tienen gran significación. Lo tienen, si se precisa que el saldo activo del turismo ha permitido cubrir en 1960 el 60 por 100 del déficit de la balanza de pagos comercial, y el 85 por 100 en 1959.

Los ingresos en bruto procedentes del turismo han representado el 18 por 100 de nuestras exportaciones y el 39 por 100 de los ingresos de las transacciones invisibles. En los otros países de la OECE, esas dos relaciones dan las cifras siguientes: Alemania, 4 por 100 y 16 por 100; en Austria, 20 por 100 y 59 por 100; en España, 40 por 100 y 70 por 100; en Grecia, 21 por 100 y 17 por 100; en Portugal 10 por 100 y 16 por 100, y en Gran Bretaña, 5 por 100 y 9 por 100.

Es interesante señalar que en 1960, el 83,8 por 100 de los turistas que vinieron a Suiza procedían de los países de la OECE y que esta proporción ha pasado al 85,3 por 100 de enero a junio de 1961. Estos países nos han proporcionado en 1960, 13.389.500 estancias, los otros países europeos, 132.500. América del Norte (Estados Unidos y Canadá), 1.582.878; África, 190.150, y Asia, 376.500, es decir, un total de 15.977.850 estancias de extranjeros.

Estas cifras demuestran que el comité de turismo de la OECE ha tenido razón distinguiendo entre tres categorías de turismo: el turismo nacional, el turismo intereuropeo y el turismo intercontinental. La primera categoría ha progresado regularmente en cifras absolutas, pero se ha mantenido relativamente estable en cifras relativas. El turismo intereuropeo ha conocido un desarrollo extraordinario pero irregular. En efecto, los desplazamientos se hacen en verano en dirección al Mediterráneo, mientras en invierno son las regiones montañosas las que registran el máximo de llegadas. En cuanto al turismo intercontinental, es vulnerable a las influencias políticas y económicas, como lo prueba la disminución de viajes de norteamericanos a Europa. Estas tres categorías de turistas se portan de modo diferente y deben también ser tratadas de diferente modo en los programas de planificación a largo plazo. Los turistas nacionales recurren en su mayoría a los medios de transporte individual mientras los extranjeros utilizan más los medios públicos.

Por último, en lo que se refiere al gasto medio de los turistas en los diversos países, se comprueba por las estadísticas establecidas en 1961 por la Oficina de Turismo de Florencia, que tres países de Europa son todavía "baratos" para el turista: España, Yugoslavia y Austria. El gasto medio de los turistas por día es en España de 10,7 dólares para la clase superior y 6,6 dólares para la inferior; en Yugoslavia, 13 y 8 dólares y Austria, 13,2 y 8,2 dólares. Dos países son particularmente caros: Francia y Gran Bretaña, donde los gastos diarios se cifran, respectivamente, en 25,2 y 16,6 dólares en Francia y en 21,5 y 14,8 en Gran Bretaña. Suiza, con 18,9 y 12 dólares se situó de nuevo en situación media, en compañía de Italia (18 y 12,2 dólares), Alemania (17,8 y 12) y Bélgica (17,7 y 12,5).

Estas cifras prueban que tenemos en Suiza serios triunfos en la mano y que lo que importa es que esas ventajas se exploten al máximo por los que tienen la responsabilidad de organizar nuestro turismo.—"Journal de Genève", 26-X-61, 4.—A.

796.5

Chevalier, P. A.—El turismo en su marco internacional.—La asamblea de la Federación suiza de turismo, que se ha celebrado el pasado 26 de octubre en Aarau, ha dedicado la mayor parte de sus deliberaciones al turismo en su marco internacional. El presidente de la Federación, Gnägi, ha destacado que los Estados del Mercado Común habían inaugurado recientemente una política turística común, concretizada en un congreso de turismo celebrado en St-Vincent. Esta tendencia muestra —ha añadido M. Gnägi— que Suiza también tiene interés en ello, por lo que se trata de establecer rápidamente un acuerdo entre nuestro país y la Comunidad Económica Europea.

Ha acordado la importancia que representaba para nuestro equilibrio de nuestra balanza de pagos los ingresos procedentes del turismo. El progreso de los últimos años no debe hacernos olvidar algunos aspectos menos agradables. Primero el elevado número de trabajadores extranjeros empleados en ese sector; después la tendencia cada vez más marcada de los desplazamientos estivales en dirección al sur (es decir, al Mediterráneo), desplazamientos de los que se

benefician países como Grecia y España. Y, por último, la prosperidad económica de que goza nuestro país no parece que ha aprovechado tanto como se cree a la hostelería. M. Gnägi ha consultado las estadísticas de las sociedades anónimas suizas para demostrar que las rentas distribuidas por la S. A. de la rama hotelera habían aumentado una media de 1,78 por 100 en 1949 a 3,11 por 100 en 1959, mientras que el mismo año los bancos registraron rentas del 7,26 por 100, el comercio del 8,65 por 100 y los seguros del 15,82 por 100. Esto significa que la rentabilidad en la hostelería no alcanza, ni de lejos, la de los demás sectores de la economía.—“Journal de Genève”, 27-X-61, 6.—A.

796.5

Dartois, Ives.—**El turismo internacional estudiado por los representantes de 77 países.**—El importante lugar ocupado por el turismo internacional en la economía de todas las naciones se nos muestra a toda luz actualmente en Munich, donde los delegados de la U. I. O. O. T. (Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo) celebran su XVI Congreso. La U. I. O. O. T. es una O. N. U. en miniatura, pues la lista de 300 delegados presentes —que va, por orden alfabético de Afganistán a Yugoslavia— demuestra que hoy hay muy pocas naciones que no se interesen por los problemas turísticos mundiales.

Como en todo Congreso, las sesiones plenarias han estado precedidas del trabajo de las comisiones: técnica de los transportes, desarrollo del turismo, técnica del equipo turístico, eliminación de los obstáculos que se oponen al turismo, comisiones “regionales”, si se las puede llamar así, o turismo en Asia del Sur, el Pacífico, Oriente Medio, Oriente Próximo, América y, naturalmente, Europa. En sesión plenaria, cada uno de estos informes fue discutido y comentado. Las discusiones —en inglés o en francés— estuvieron presididas por el presidente aún en activo, embajador M. Farolau, director de la Oficina de Turismo de Filipinas, y por M. Lonati, secretario general de la U. I. O. O. T. El nuevo presidente, al que se elegirá el último día, será con toda seguridad M. O'Driscoll, director del turismo irlandés. La mayor parte de los países han señalado la progresión constante del turismo internacional: sus estadísticas son reveladoras; por otra parte, los acuerdos y soluciones destacan la voluntad tenaz de ampliar sin cesar el literalismo turístico por medio de la progresiva desaparición de visados y la mejor circulación de personas y bienes.—“Le Figaro”, 26-X-61, 9.—A.

796.5

Planas, Santiago.—**Los límites y La Junquera, puertas de turismo.**—La Junquera se convierte en uno de los pueblos ampurdaneses de mayor actividad, debido a la importancia definitiva del turismo y a las aportaciones económicas de quienes nos visitan. Y no es que no haya sido siempre así. Situado este modesto lugar en la carretera que nos une a Francia, en otro tiempo fue relevo para diligencias y para correos, de manera que sus paradores y posadas fueron muy activos y su comercio de importancia relativa, pero existente. Ahora bien: las complicaciones que la moderna civilización añadió a los tráficos internacionales hace que La Junquera de hoy se haya convertido en un cafarnaúm inmenso de controles, papeles, boletos y recibos, que exigen la presencia de una multitud de funcionarios públicos y privados de otra cantidad de gentes indispensables en toda organización.

Desde luego, que las necesidades administrativas son muy grandes. Las Aduanas y servicios de seguridad se multiplican en un trabajo constante, y es de agradecer la ecuanimidad con que resuelven conflictos, mucho más de admirar si se tiene en cuenta que el constante trabajo y ajeteo agotan los nervios del más pintado. No obstante, y pese a la prisa que todo el mundo suele llevar por aquí, es raro toparse con malos humores o caras desabridas, lo que no dudamos en poner como ejemplo a otros funcionarios que suelen hacer gala de mal humor con bastante menos motivo.

Lógicamente, el comercio de La Junquera ha prosperado e incluso la industria hotelera ha sabido resolver el problema de quienes por llegar a España en horas intempestivas deben pernoctar aquí. Porque como la frontera está abierta durante toda la noche hasta el día 15 de octubre y durante el verano aprieta bastante el calor, muchos viajeros prefieren viajar en las horas de fresco y, como es lógico, suelen llegar a La Junquera sobre el punto de amanecer. Entonces buscan en ella alojamiento. Y es justo consignar que lo encuentran cómodo y a precios asequibles, punto éste que nos complacemos en señalar.

Nos hemos informado sobre este negocio de apertura de fronteras, ya que se critica el que no esté abierta durante todo el año y hasta hemos podido leer campañas periodísticas a este respecto. Nosotros no podemos ni quitamos rey, pero, no obstante, habiendo interrogado directamente a los oficiales de la Aduana, hemos obtenido más de una conclusión. En primer lugar, hay un servicio nocturno permanente, el cual no pone obstáculo ninguno al paso de la frontera cuando se trata de un caso de real interés. Así, no hace mucho, se extravió un niño residente en el Perthus y durante toda la noche patrullas de vecinos franceses estuvieron cruzando para buscar al infante, sin que a nadie se le ocurriera impedirlo, sino antes bien, colaborando en aquellos trabajos. En realidad, son muy pocos los que intentan pasar la frontera durante la noche en los meses de invierno. Por otra parte, no se trata nunca de urgencias —que como hemos visto son siempre atendidas—, sino de gentes que van a Perpignan a ver alguna película o a dejarse los cuartos en la ruleta. La comodidad de estos señores no justifica un más completo servicio nocturno, pues también los funcionarios de aduanas tienen derecho a descansar.

El Perthus, más conocido aquí por Los Límites, sigue siendo un pintoresco y único lugar, aunque no precisamente por su geografía, en suma bastante cualquiera, sino por las circunstancias fantásticas que en él concurren. Nadie ve muy claro que la barrera que nos separa del vecino país cierre perpendicularmente la ruta, en tanto que, una vez atravesada la cadena, la acera derecha de la calle que remontamos sigue siendo española. El hecho es muy curioso y pocos saben la verdadera explicación. No hay muchos viajeros capaces de leerse las inscripciones grabadas sobre los dos pilares que sostienen la cadena, y, sin embargo, resultan una curiosidad. Parece ser que un gobernador español y un prefecto francés se pusieron de acuerdo hace un par de siglos para instalar una barrera de paso lógica, ya que debía resultar imposible separar la calle por la mitad, aun cuando la izquierda fuera francesa y la derecha española. Es un buen ejemplo de la armonía secular que reina entre los dos países, porque en ningún sitio hemos leído que la decisión de aquellos dos señores, subalternos al cabo, haya sido ratificada por más alta autoridad. Sin embargo, se mantiene. Todos debieron encontrarla razonable, y como la costumbre es la mejor ley, ya no hay quien mueva en un sentido u otro esta barrera.

Aquí ocurre con los servicios franceses lo mismo que en La Junquera pasa con los españoles. El mismo tráfico y la misma intensidad, quizás aumentados, porque la calle de Perthus es más estrecha que nuestra carretera y los servicios de aduana franceses entorpecen el tráfico más que los nuestros. No obstante, también les hemos de reconocer a los galos bastante amabilidad y comprensión, en uno de los puntos fronterizos más activos del mundo. No suelen ponernos pegas, y aunque a veces se vuelven con exceso susceptibles respecto al Anís del Mono o a cualquier otra marca de licor, casi nunca fastidian a nadie.

Justo es mencionar el aparcamiento espléndido para coches que han instalado los franceses en su trozo del Perthus. Facilita mucho el tránsito y descongestiona una carretera que en ciertas épocas ofrece grandes dificultades.

En cuanto al comercio español de la mixta ciudad, merece muy buenos plácemes. Ha sabido colocarse a una altura verdaderamente internacional, cosa muy elogiable, porque éste es el primer contacto que toma el extranjero con el territorio español. Si éste fuera sucio o desagradable, quedaríamos malparados todos, pero como no lo es, quien penetra en España y sufre este primer encuentro, queda bien impresionado, y esto lo debemos agradecer.

Epígrafe aparte merece la instalación de la Aduana y Policía de fronteras que ya en vías de terminación servirá muy pronto a esta entrada de La Junquera. Situada a la salida de este pueblo, consta de tres pabellones separados por idóneas bifurcaciones de carreteras, que deben permitir un tránsito sin soluciones de continuidad. Este proyecto viene a resolver magníficamente todos los inconvenientes que hasta ahora se pudieran dar, porque la capacidad de los edificios, concepto moderno de los servicios e instalaciones adecuadas, son ciertamente idóneos. Además, el estilo arquitectónico de estos edificios, en el cual se utilizan acertadamente todas las posibilidades del cemento armado, es agradable y de traza simpática. Sin exageraciones "funcionales", sin detalles absurdos e inútiles, hijos de un surrealismo de cajón, las construcciones de esta futura Aduana se levantan con noble traza y embellecen aquel lugar. Parece ser que hacia noviembre del año que viene entrarán en servicio estas instalaciones, y es seguro que así será, dado lo avanzado de las obras.

Su necesidad apremiante viene demostrada por la siguiente estadística:
Relación de los automóviles entrados y salidos por esta Aduana durante los meses que a continuación se detallan:

AÑO 1961	Entradas	Salidas	TOTAL
Enero	7.244	8.282	15.526
Febrero	8.581	8.529	17.110
Marzo	13.640	14.193	27.833
Abril	21.144	20.916	42.060
Mayo	25.764	25.729	51.493
Junio	35.414	35.610	71.024
Julio	97.766	79.401	177.167
Agosto	107.052	110.541	217.593
Septiembre	73.841	68.039	141.880
	390.446	371.240	761.686
Año 1960 ...	226.861	223.964	450.825

Esta diferencia formidable, aun cuando como se ve en la cifra o en las cifras de este año sólo abarca hasta septiembre, justifica de sobra las instalaciones de la nueva Aduana y felicitamos por este acierto a nuestra Administración.—“Canigo”, 91, IX-61, 3-5.

796.5

Resoluciones importantes en el plano del turismo internacional.—Son las que acaban de ser tomadas por la asamblea general de la Unión Internacional de Organismos Oficiales de Turismo (U. I. O. O. T.), antes de separarse en Múnich el 25 de octubre de 1961. Esta Federación mundial, que agrupa hoy a la organización turística de 81 países, envió a la capital de Baviera más de 150 delegados representantes de 64 países.

Entre otras, las resoluciones adoptadas por la asamblea, como conclusión de sus trabajos, han sido éstas:

— Supresión del visado para estancias limitadas (de treinta a noventa días, por ejemplo).

— En el caso en que el visado no pueda suprimirse: su gratuidad y obtención de un término de seis a diez días desde que se solicite; validez de hasta seis meses, tiempo durante el cual el poseedor del visado podrá pasar y volver a pasar la frontera cuantas veces quiera.

— Cuando las circunstancias lo permitan: supresión de la obligación del pasaporte al pasar la frontera, sustituyendo esta formalidad por la presentación de otros elementos de identidad nacional con fotografía.

— No sólo prudencia en la planificación de todas las medidas o programas nacionales susceptibles de perjudicar al turismo, sino esfuerzos serios por parte de los servicios oficiales de cada país para aumentar los intercambios turísticos, esfuerzos entre los que hay tener en cuenta la supresión de ciertos impuestos y tasas, o su rebaja.

— Limitación de formalidades de control a la entrada por parte de los policías de frontera.

— Reducción del control aduanero de algunas visitas inesperadas a la entrada y supresión completa de este control a la salida.

— Supresión de las declaraciones de moneda escritas.

De modo general, la U. I. O. O. T. preconiza un retorno más amplio a la libre circulación de personas y de bienes.

El estudio de la propuesta de un “Día mundial del Viaje”, presentada por el doctor Arno States, director de la Oficina central alemana de Turismo, se ha confiado a la comisión competente.

Tres concursos-exposiciones se celebrarán paralelamente al programa del congreso: el primero, para elegir el mejor cartel turístico; el segundo, el mejor film turístico; el tercero, la mejor fotografía de viaje. Ganaron el primero Mónaco, Portugal y Gran Bretaña. El tercero, el Líbano. No son conocidos los resultados del segundo.—“Combat”, 14-XI-61, 7.—A.

Turismo nacional en Portugal.—En nuestro país, hace todavía unos años, todas las personas de buen gusto y dinero daban por sentado que los dos países que superaban a todos en interés turístico eran Francia, por lo "picante" de sus cabarets nocturnos, e Italia, a causa de sus monumentos.

Después de la segunda guerra mundial, los hombres ganados por nuevos misticismos, descubrieron que su inquietud, su necesidad de conocer mundo, abrían amplias fronteras y se lanzaron a la busca de otras costumbres, otras gentes y otros paisajes. La curiosidad se amplió y puede decirse que no hubo parcela de la Tierra —y la Luna figura ya entre sus próximos proyectos— que no se organizase como espacio turístico. Una nueva industria como la hotelera, la de artículos regionales, la de las diversiones e incluso la deportiva, surgió exponiendo sus más válidos e interesantes motivos. Teniendo en cuenta su fuente de divisas y de renta económica, puede decirse que ningún país desdeñó cultivar sus valores turísticos, cautivando a los turistas de valor.

Portugal, como no podía menos de suceder, se preocupó por el fenómeno y, si no ha resuelto todavía todos los problemas de que dependerá el progreso y la valoración de los mejores lugares de turismo, es evidente que ha echado ya profundas raíces en el conocimiento y en el gusto de aquellos que todos los años, en cada país, se preparan a buscar nuevos motivos de exotismo, o simplemente un rinconcito donde haya paz, alegría, un buen vino, un buen plato de comida sana, un lecho confortable y agua corriente caliente y fría...

Refiriéndonos a lo que dice el último "Boletín de Información Económica", en Portugal el volumen del tráfico turístico se cuadruplicó en los últimos diez años, y que lo mismo ha sucedido con relación a Alemania, Austria, Turquía y Países Bajos. Mayor volumen del registrado en estos países sólo acusó Yugoslavia, donde el tráfico turístico aumentó en más de veinte veces.

¿Quiénes son los que más viajan en medio de un mundo agitado no sólo por las fluctuaciones políticas, sino también por las de orden económico?

A la cabeza de los viajeros están los Estados Unidos. En 1959 fueron 705.000 los que recorrieron el mundo, el 47 % de los cuales prefirieron Europa dejando por los cinco continentes, 604 millones de dólares, algunos de los cuales, en una subida lenta, pero progresiva, se quedaron en Portugal. Pero no fueron sólo los 56.138 norteamericanos los que prefirieron Portugal, sino de otros muchos países —especialmente de los dieciocho miembros de la O. E. O. E.— los 352.651 turistas que en 1960 nos visitaron, con un aumento de 19,2 % en relación con el año anterior.

El mayor número de los turistas que llegan a Portugal continúan siendo el oriundo de España (95.861), con un turismo barato, es cierto, pero particularmente grato a nuestro corazón. Después, interesada también por un turismo barato (campistas, sobre todo), viene Francia (59.464), seguida por nuestra vieja aliada, Inglaterra (30.477). Son los ingleses los que más tiempo permanecen entre nosotros. En cuanto a los españoles, nos visitan mucho, pero son los que se demoran menos.

Otro aspecto interesante que señalar es que si en los países de la O. E. C. E. y Yugoslavia los ingresos del turismo excedieron de los 1,9 billones, sólo Noruega, Alemania y el Reino Unido gastaron más en su equipamiento turístico que el valor del tráfico recaudado. En 1960 los ingresos procedentes del turismo extranjero en Portugal registraron una disminución de 37 millones de escudos. El "Boletín de Información Económica" indica: "El saldo turístico anual que en 1959 registró una mejoría, señala en 1960 un agravamiento de 58 millones de escudos en relación con años anteriores. Incluso así ocupa el cuarto lugar en el cuadro de los valores de exportación, en el que a la cabeza continúan manteniéndose el hilo y los tejidos de algodón, las sardinas en lata y el corcho, manufacturado o no. "Ante tan alentadores resultados, los Gobiernos no pueden permanecer ajenos al fenómeno habiendo iniciado una política de facilidad de entradas. Hay países que han concedido literalización total.

Pero si la coincidencia de las vacaciones en los distintos países produce, por una parte, un excesivo aumento en determinados meses, por otra provoca una minimización turística en los restantes meses. De ese mal está aquejado Portugal, donde, sin embargo, los primeros seis meses del año actual acusaron un aumento del 11,5 %, en relación con el mismo período del año pasado. Esa mejoría se debe especialmente a la acción del S. N. I.

El I Coloquio Nacional de Turismo se ocupó este año con profundidad de

los problemas relativos a la preparación hotelera —Lisboa, Oporto y Aveiro están en cabeza por mínimo de unidades—, recepción y propaganda turística, y también de la organización global del turismo.

Tal como se expuso en el documento a que hacemos referencia, en nuestro país se ha realizado un gran esfuerzo para llevar a buen término la política turística. Pero todavía queda mucho que hacer.—“Diario de Noticias”, 3-X-61, 1 y 4.—A.

BIBLIOGRAFIA

Sanz, Carlos.—*La Carta de Colón. 15 febrero-14 marzo 1493. Reproducción del texto original español impreso en Barcelona. (Pedro Pesa, 1499.) Transcripción y reconstitución con notas críticas y comentarios. Historia del impreso y de su influencia en la Historia Universal, por Carlos Sanz.* Madrid. Gráficas Yagües, Sociedad Limitada, 1961. 24 págs. 24 cms. B. P. Foll. C.^a 14-11.—La “Carta de Colón” reproducida y comentada en este erudito y muy importantes opúsculo de don Carlos Sanz puede ser llamada, como dice el gran investigador americanista en una de sus notas, “carta abierta o noticiario” y, cabalmente, “el primer noticiario impreso que en lengua castellana circuló por España y por Europa”. Más aún, “La historia del periodismo español moderno... debiera honrar este venerable e histórico documento como Príncipe de todos los noticiarios aparecidos en lengua española, y que por añadidura dió la noticia más sensacional que el hombre recibiera después de la palabra de Dios”.

Don Carlos Sanz López ha dedicado no menos de cinco estudios impresos bellamente al documento insigne que vuelve a editar en emocionada conmemoración del 450 aniversario de la muerte del descubridor del Nuevo Mundo y Almirante de Castilla. Una de las indicadas monografías está dedicada a la Bibliografía general de la Carta de Colón, y en ella se hace historia de todo lo que se ha escrito sobre el sensacional documento desde 1493 hasta nuestros días. La influencia histórica del acontecimiento y de su anuncio se deja sentir más cada día, pues América es hoy la mayor potencia del mundo.

En esta preciosa nueva edición, su autor, después de la transcripción de la Carta, con copiosas notas aclaratorias, traza la crónica histórico-documental de la misma y analiza su influencia en la Historia universal. El completo dominio que el ilustre especialista posee sobre el tema, así como la amenidad de su estilo y sus elevados propósitos, hacen que la lectura de esta obra resulte imprescindible para los americanistas y muy grata y provechosa para todo género de lectores. La erudición del bibliógrafo se conjuga en estas páginas, rectamente, con la nobleza de este gran español que es don Carlos Sanz. Frente a leyendas negras y actitudes de incomprensión dentro y fuera de nuestra Patria, la apologetica de los hechos manejada tan diestramente, proclama el derecho que asiste a España como nación descubridora, “madre y civilizadora de América” y el deber que nuestra nación tiene de figurar, como parte principal, en las avanzadas de esta gran contienda moral que el mundo tiene entablada por su unidad orgánica, política y espiritual.—J.

Catálogo de Revistas y Periódicos. Casa Americana. Madrid, 1961. 12 hs. H. N.: B. T. P., Foll. C.^a 14-15.—Índice alfabético y por materias de las publicaciones periódicas que se reciben y puedan ser consultadas en Casas Americanas de España. Se trata, en su totalidad, de publicaciones norteamericanas.—A.

Central Office of Information.—*Constitutional Development in the Commonwealth* [London. fox and Sharland.] June 1961. 59 págs. + 1 hoja. H. N. Foll. C.^a 122-2.—La Comunidad Británica de Naciones es una asociación libre compuesta de doce Estados miembros soberanos: Reino Unido, Canadá, Australia, Nueva Zelanda, India, Pakistán, Ceylán, Ghana, la Federación Malaya, la Federación de Nigeria, Chipre y Sierra Leona, y por los territorios dependientes de algunos Estados miembros. Un caso aparte es el de la Federación de Rhodesia, que tiene un Gobierno propio, cuyo primer ministro asiste a las reuniones de la Comunidad, pero que no es enteramente un miembro de la Comunidad.

Este interesante folleto consta de dos partes: En la primera se hace una síntesis histórica de los países que habiendo sido primeramente colonias y territorios dependientes de la madre patria poseen ahora personalidad jurídica propia y participan en la Comunidad con igualdad de derechos. Asimismo se

hace una síntesis de las actuales Constituciones de los miembros de la Comunidad y de la Federación de Rhodesia. En un cuadro adicional figuran las características de los Parlamentos de los países de la Comunidad. Y, en apéndice, el texto del Estatuto de Westminster de 1931. Se incluye bibliografía sobre el tema que orientará eficazmente al lector interesado en estas cuestiones.—J.

Corrida de la Prensa. Madrid, 1961 B. P. Foll. C.^a 13-32.—La Corrida de la Prensa es uno —por no decir el mayor— de los acontecimientos taurinos del año. La Asociación de la Prensa madrileña, organizadora de la corrida, nos ofrece como programa de la celebrada este año, esta bien editada publicación, que se nos brinda en palabras del secretario general de la Asociación, Francisco Casares. Escribe Ortega Lisson sobre la ganadería que este año figuró en cartel, la de María Teresa Oliveira, y “El de Tanda” hace la historia de una década de corridas de la Prensa. “A las chicas de ahora les gustan los toros”, es la conclusión que saca Mary G. Santa Eulalia de su entrevista con algunas muchachas de nuestra sociedad; y “Don Luis”, crítico taurino de la “Hoja del Lunes”, califica los años “dieces”, de época de oro del toreo, en un amplio artículo que centran las figuras de Joselito y Belmonte. Acerca de otro torero de aquellos años, el famoso tabernero y pintor Antonio Sánchez, escribe José Gómez Figueroa, y “Curro Castañares” se ocupa del toro de lidia de 1910 a 1920. “La huella belmontina en el actual arte de torear” es el título del artículo de Manolo Castañeta, y Díaz Cañabate compara el público de los años de 1910 al 1920 y el actual. La poesía está representada por la composición de José Javier Aleixandre “Tres toreros”, y Francisco Ramos de Castro escribe sobre la Prensa taurina, desde que en 1784 se publicó en el “Memorial Literario” un artículo sobre los gastos e ingresos de las corridas celebradas en Madrid aquel año. Completan la publicación la relación de víctimas del toreo en diez años, que firma “Don Luis”, y un artículo de Saraiva Lima sobre el ambiente taurino en Portugal, más la fotografía de los toreros de la última corrida (Curro Girón, Curro Romero y Diego Puerta) y los toros lidiados.—A.

Galantino, Fausto.—L'industria turistica. Milano. Feltrinelli editore.—[Arche-tipografía] (S. a.: 1960). 143 pág. + 1 hoj. Pubblicazioni a cura del Istituto Giangiacomo Feltrinelli. H.N.: B. T. P. Foll. C.^a 14-14.—Los tres primeros capítulos de la obra vienen dedicados al análisis de las nuevas orientaciones en las investigaciones estadísticas sobre el turismo activo y receptivo, la definición de la industria turística en el aspecto estadístico-económico y la valoración de los parámetros del sistema estructural sobre la base de los datos de mercado, ocupándose los siguientes de un modo particular del turismo en Sicilia en el cuadro del mercado nacional, corrientes de tráfico y parámetros, estructurales con análisis de los datos recogidos en un sondeo sobre la organización hotelera en Palermo y la opinión de los turistas italianos y extranjeros en Palermo. En dos Apéndices se recogen los cálculos para la valoración de los parámetros del tema estructural y un nuevo cuestionario para una investigación aplicada al turismo. Se completa el estudio con las lecciones dedicadas a bibliografía y los índices de las tablas y los gráficos.—A.

Ravalico, D. E.—Radio Elementi. Corso preparatorio per radiotecnici e riparatori. Sesta ed. amp. y agg. Milano. Ubrico Hoepli [Stucchi]. 1960. XXXI + 629 pág. + 1 hoj. + 4 lám. pleg. Grab. intercal. H.N.: B. T. P. 1.476.—Obra de estudio y consulta para cuantos se dedican a la radiodifusión desde el punto de vista teórico. En sus 24 capítulos se recoge toda la teoría de la construcción y reparación de aparatos radiofónicos, partiendo de sus principios generales y conceptos básicos: tensión, intensidad de corriente y resistencia, frecuencia, amplitud y longitud de onda hasta llegar a los aparatos de radio de modulación de frecuencia y los transistores. El libro va precedido de un pequeño diccionario biográfico de los científicos que han contribuido al progreso de la Radiotécnica y relación de sus principales etapas, y se completa con un bien ordenado y, por tanto, muy útil índice alfabético-analítico.—A.

Teatro. Bibliografía. (S. 1.) Casa Americana, (S. a.: 1961). 39 págs. H. N.: B. T. P. Foll. C.^a 14-12.—Cuarto de los Catálogos editado por la Sección Cultural de la Embajada de Estados Unidos en España, en el que se han equipado y clasificado las obras de teatro que figuran en las Casas Americanas establecidas

en España, y cuya serie completa de folletos nos dará la totalidad de libros y publicaciones periódicas que en dichas Casas figuran. El Catálogo que aquí reseñamos comprende cuatro capítulos, en el que se han reunido: Anuarios y obras generales, Historia y Crítica, Obras de teatro y Técnica teatral, haciéndose constar al margen de cada obra la Casa Americana en el que puede ser consultado.—A.

REVISTAS EXTRANJERAS

American Cinematographer.—Hollywood, Vol. 42, núm. 9, September 1961. págs. 507-568.—Las cuestiones actuales y las novedades técnicas en el campo de la fotografía (y, en especial, de las cámaras cinematográficas) son expuestas en varios interesantes artículos. Uno de ellos está dedicado a los efectos especiales fotográficos de la película "Voyage to the bottom of the Sea", producida por la "20th. Century-Fox". En otro trabajo se trata de la excelente labor de un "cámara" de la TV norteamericana —Wade Bingham—, premiado en dos ocasiones y que acaba de realizar un documental, "Man in Asia", desde la India a Australia y desde Corea del Norte hasta el Japón. La importancia del "point of view" de la cámara fotográfica es objeto de un trabajo que firma Joseph Henry. El buen servicio que presta la fotografía a los ingenieros aeronáuticos es expuesto en un reportaje de Leigh Allen. También la técnica estereofónica, que ha sido aplicada para filmar explosiones en tres dimensiones, ha demostrado ser de gran utilidad para la investigación sobre explosivos.—J.

American Cinematographer.—Hollywood, Vol. 42, núm. 10, October 1961. Páginas 574-628.—Es frecuente hallar en esta revista, al lado de reportajes sobre nuevas técnicas de la fotografía aplicada, artículos de índole práctica, con normas o consejos para el profesional y el aficionado. Dos de estos trabajos, de gran interés, figuran en este número. Uno de ellos está dedicado a las cosas más importantes que no hay que olvidar cuando se fotografían escenas de exteriores para el cine. En el segundo se recomienda acudir a los laboratorios profesionales, que prestan excelente servicio y permiten producir películas de alto nivel profesional. En el tercero, de las novedades se exponen las características de un sistema inglés para filmar carreras de caballos ("Patrol System"), con detalles sobre la cámara que se emplea a este fin y que funciona mediante un control automático foto-eléctrico.

Otro artículo está dedicado al estudio de la fotografía en "las películas de horror". Se trata, concretamente de la filmación de "The Pit and the Pendulum", película basada en un cuento de Edgar Allan Poe, que se desarrolla en un castillo medieval español... de los estudios de Hollywood.—J.

American Press, The.—Stanton (N. J.), Vol. 79, núm. 11, September 1961. 44 págs.—Una de las cuestiones de más acuciante interés para los editores de periódicos locales americanos es la falta de tiempo. El equipo de redacción y confección de estas publicaciones es muy reducido y a veces insuficiente. La solución no se encuentra en suprimir las vacaciones o el descanso necesario, ni siquiera en limitar el mínimo un "hobby". El remedio es una buena organización que descargue el peso excesivo sobre otros hombros, sin grandes gastos. Mucha gente estará dispuesta a aceptar un puesto de agente de suscripciones o de publicidad mediante una comisión adecuada. Y en las localidades pequeñas no deja de haber colaboradores espontáneos que pueden escribir artículos aceptables.

Otro tema del número que reseñamos es el de los periódicos de los Estados Unidos que han cumplido cien o más años. Cuarenta y nueve tienen siglo y medio de existencia; 725 han celebrado su centenario; 19 lo conmemoran en 1961 y, en este mismo año, 103 alcanzan el medio siglo de vida. En este reportaje se incluye la lista completa de todos estos veteranos de la Prensa americana.

La composición por medio de la linotipia requiere a veces más personal especializado del que se encuentra en la localidad.

Un editor de Alabama ha resuelto esta dificultad creando una escuela de linotipistas en su propia imprenta. Con cinco máquinas se entrenan diariamente de tres a seis muchachos, bajo la dirección del regente de la imprenta. Los

alumnos reciben un salario mientras dura su aprendizaje. Este suele durar unos nueve meses. Los treinta linotipistas que el editor ha considerado ya como "graduados" se encuentran trabajando en periódicos de Alabama o de otros Estados.

Otro artículo está dedicado a los anuncios por palabras, que pueden aumentar fácilmente en los periódicos locales si se siguen las normas de un estudio racional de este tipo de publicidad.

También se exponen en otros trabajos los excelentes resultados conseguidos por agentes menores de veinte años en el terreno de conseguir nuevas suscripciones.—J.

American Press, The.—Stanton (N. J.), Vol. 79, núm. 12, October 1961 62 páginas.—Las repetidas críticas hechas por notables periodistas norteamericanos de las Escuelas de Periodismo de su país, han motivado un duro contraataque de Keen Rafferty, profesor del Departamento de Periodismo de la Universidad de Nuevo México, en la asamblea anual de la Asociación Americana de Escuelas y Departamentos de Periodismo. En la mayor parte de las profesiones —dijo—, los que se dedican a ellas tienen comprensión y humildad con los estudiantes de su misma carrera y respetan a los centros académicos que preparan a sus futuros colegas, al mismo tiempo que contribuyen con su experiencia y saber al mejoramiento de la enseñanza que las Universidades les dan. Esto ocurre en el Periodismo en la mayor parte de los casos, como en la Medicina, las Leyes, la Ingeniería o el Sacerdocio. Pero en el Periodismo, varios famosos profesionales (entre ellos el célebre columnista Walter Lippmann) condenan la enseñanza de su profesión.

"Lo cierto es que no saben lo que es la educación periodística", agrega el señor Rafferty. Y bosqueja a continuación la completa preparación, teórica y práctica, que reciben los estudiantes de Periodismo en los Estados Unidos.

El deber de los periodistas que censuran a las Escuelas, es colaborar con ellas. Otro artículo importante es el dedicado por el profesor Gayle Waldrop a los anuncios oficiales que debe insertar la Prensa. Como cada Estado puede legislar en esta materia, los editores norteamericanos encontrarán una buena orientación en este trabajo.

La misión del artículo editorial en un semanario local es analizada por Bill Rutledge. El autor opina que es una de las secciones más importantes para atraer lectores a las publicaciones que se encuentran en decadencia.

El afán de conseguir fotografías interesantes y fuera de lo corriente de personajes locales puede traer enemigos de un periódico. Si una fotografía indiscreta o ridícula acarrea conflictos al diario que la publica, el daño es mucho mayor para el semanario local. Los hombres y las mujeres pueden olvidar casi todo con más facilidad que el ridículo.

La serie de artículos dedicados por la revista que reseñamos a la impresión offset ha demostrado ser eficaz. El 96 por 100 de los editores que han adoptado este sistema están satisfechos con él.

Un especialista en publicidad, el señor Al Look, escribe una sugestiva defensa de la misma y hace ver su necesidad, incluso en los pequeños lugares. Noticias de actualidad y algunos otros comentarios cierran este número.—J.

National Publisher.—Washington, September 1961. 28 págs.—Como representante oficial de la industria periodística de las publicaciones locales, dedica esta revista varios artículos a las ventajas e inconvenientes de la impresión por el procedimiento offset. También ocupa un lugar destacado el programa de dicha organización periodística para la asamblea que ha debido celebrarse en Chicago del 11 al 14 de octubre.

Otro artículo que merece ser señalado es el del profesor Lester G. Benz, de la Universidad de Iowa, sobre la obligación que tienen los periódicos hacia las Escuelas de Periodismo.—J.

NUEVAS PUBLICACIONES

Arada y Cultivo.—Año I, núm. 1.—Octubre, 1961.—Paseo de Calvo Sotelo, 11. Zaragoza.—Esta revista no es, en realidad, nueva, sino continuación de "Bardenas" con idénticos intereses y objetivos. Dice en el editorial: "Cuanto tenga

interés para el agricultor, cuanto se refiera a la defensa del campesino, encontrará en estas páginas amparo y calor, puesto que nuestra misión no es otra que fomentar el progreso de nuestra producción agrícola en España, una de las naciones de más amplio carácter campesino." En sus informaciones, comentarios y artículos late esta preocupación por los problemas del campo en sus más diversos aspectos.—T.

Boletín Calasancio.—Año I, núm. 1.—Mayor, 44, Pamplona.—Dice esta revista al hacer su presentación: "Nace como órgano oficial de las Obras Calasancias en la provincia de Vasconia. Está destinado a dar a conocer las obras de la Escuela Pía en el mundo entero a toda la Familia Escolapia, Padres y Hermanos, Orden Tercera y Cooperadores Calasancios, amigos y bienhechores de la Escuela Pía." Se trata, pues, de un boletín informativo de carácter puramente interno.—T.

Boletín del Centro de Estudios Sociales.—Año I, núm. 1.—Octubre, 1961. Santa Cruz del Valle de los Caídos.—Creado el Centro de Estudios Sociales con el fin de elaborar e interpretar un sistema de ética cristiana que sea adecuada a nuestros problemas nace este Boletín como portavoz informativo de sus actividades. En un futuro próximo se editará una revista cuyo contenido sea más amplio que el del Boletín. En este primer número se pasa revista a las distintas secciones que integran el Centro y a la labor realizada por cada una de ellas desde su fundación.—T.

Boletín de la Graduada "Generalísimo Franco".—Núm. 1.—Diciembre, 1960.—Blanquerías, 9, Valencia.—Edita esta modesta publicación el Consejo escolar de la Delegación de Juventudes de Valencia para estrechar el contacto entre la Escuela y los alumnos y padres de los alumnos. En sus páginas se abordan temas formativos, de orientación, así como noticias sobre el desenvolvimiento de la Graduada.—T.

Boletín de la Sociedad Castellano-Leonesa de Pediatría.—Vol. I, núm. 1.—Enero-junio, 1960.—Gran Vía, 20, Salamanca.—Médicos de Valladolid, Palencia, Burgos, Zamora, León y Salamanca han colaborado en la publicación de este boletín, que recoge, con carácter preferente, las actividades de la Sociedad Castellano-Leonesa de Pediatría, aunque en sus páginas se acojan también trabajos clínicos o de investigación que por su novedad e interés científico merezcan ser difundidos.—T.

El Carmen de Villarreal.—Año I, núm. 1.—Febrero, 1961.—Villarreal.—Este Boletín informa de las actividades de la Orden Tercera del Carmelo, circunscrita a Villarreal. Contiene este primer número noticia sobre la renovación de la Junta y un indicador religioso.—T.

Claridad.—Año I, núm. 1.—Noviembre, 1960.—Las Palmas.—Esta revista es el órgano informativo de la Lugartenencia de la Guardia de Franco de Las Palmas de Gran Canaria. Este primer número es puramente literario, con colaboraciones en las que se exalta la figura de José Antonio y los valores permanentes del Movimiento.—T.

Cataluña Exprés.—7-13-X-61.—Caspe, 12, Barcelona.—Este primer número de "Cataluña Exprés" es ejemplar de prueba. Puede considerarse como un número cero que sirva para sondear al lector y conocer el impacto que en él producen los textos que la revista contiene. Esta publicación se nutre principalmente de reportajes ilustrados sobre temas diversos relacionados con la vida de la región catalana.—T.

La "Concha".—Núm. 1.—Octubre, 1961.—Escudillers, 40, Barcelona.—En el Editorial se explican los objetivos que persigue esta nueva publicación: "Será una revista que hablará esencialmente de gastronomía y artículos similares al arte del bien comer y del buen beber." "Aspira a ser un órgano de opinión técnico-profesional, al servicio de los futuros camareros y cocineros." "Le informará a usted de la preparación y condimentación de exquisitos platos de la muy nutrida y variada cocina española."

Fiel a este propósito en sus páginas encontramos una serie de artículos de temas culinarios, así como otros de tipo puramente profesional.—T.

Cotas.—Año I, núm. 1.—15-XI-61.—Paseo de las Delicias, 47, Madrid.—Revista ilustrada de información general. Destaquemos entre sus secciones las dedicadas a la actualidad internacional, a la actualidad política nacional, al mundo diplomático, a las finanzas, al turismo. Entre los colaboradores en este primer número figuran firmas tan prestigiosas como las de César González Ruano, José Carlos de Luna, Alfredo Barquerie, Emilio Novoa, Daniel Alvarez y Acisclo Karag, cronista deportivo.—T.

Coyuntura comercial e industrial.—Abril, 1961.—Apartado de Correos 8.064, Madrid.—Esta nueva publicación recoge en sus páginas una amplia información sobre concursos y subastas públicas.—T.

G. I. C.—Núm. 1.—15-X-61.—Magdalenas, 23, Barcelona.—Esta publicación quincenal responde al subtítulo de “Revista de información comercial jurídico-administrativa” y es su propósito servir de guía a los interesados en el intrincado laberinto de disposiciones o resoluciones que ven la luz, en completa dispersión, en boletines oficiales o particulares. Así, pues, se recogen en este primer número las demandas judiciales en Barcelona, las subastas anunciadas, las solicitudes de nuevas industrias, etc.—T.

Grada.—Año I, núm. 1.—31-VIII-61.—Consejo de Ciento, 281, Barcelona.—Nuevo semanario deportivo, editado en la Ciudad Condal y dedicado fundamentalmente al fútbol. En este primer número se examinan las actuaciones de los dos equipos catalanes que militan en primera división, Barcelona y Español, y se habla de sus proyectos futuros. La información gráfica es abundante, aunque tampoco faltan los reportajes y entrevistas.—T.

Hoja divulgadora de la Sociedad española de Medicina y Seguridad del Trabajo.—Año I, núm. 1.—Abril, 1961.—Madrid.—El propósito de este boletín es “relacionar entre sí a los asociados, a las empresas y a los asociados con las empresas, mediante el intercambio de todo lo que se refiere a la Medicina y Seguridad del Trabajo”. En este primer número se estudia, por el ingeniero industrial Rafael Espinosa de los Monteros, un accidente producido en una planta metalúrgica.—T.

Información Ceta.—Núm. 1.—Julio, 1961.—Madrid.—Las siglas Ceta hacen referencia al Centro español de técnicas de autoservicio. La multiplicidad de establecimientos de este tipo, cuyo número aumenta cada día en España, hace muy interesante el estudio y la información sobre estas técnicas.—T.

Inquietud.—Núm. 1.—Febrero, 1961.—Valladolid.—Esta modesta publicación quiere ser portavoz de los afanes docentes de las Escuelas del Magisterio de Valladolid. En la exposición de motivos que justifican la aparición de la revista, se dice: “Las tareas diarias, las actividades deportivas, viajes, excursiones, visitas, paseos comentados, asuntos profesionales y legislativos, misceláneas, chistes, humor..., todo quedará reflejado en “Inquietud”. Sus páginas son reflejo de estos objetivos.—T.

Ite et vos...—Núm. 1.—Julio, 1960.—Maldonado, 1.—Madrid.—En este número de “Ite et vos”, revista del Instituto de Teología Pastoral de la Confederación Española de Religiosos de Madrid, se hace historia del nacimiento y de los dos primeros años de existencia del Instituto.—T.

Lacustaria.—Núm. 1.—Octubre, 1961.—Llagostera.—Edita este modesto boletín la Agrupación Filatélica y Numismática llagosterense y en sus páginas recoge informaciones y noticias de interés para los aficionados al coleccionismo en estas especialidades.—T.

Lena.—Núm. 1.—Octubre, 1961.—Lena (Asturias).—El nacimiento de un grupo cultural en la villa de Lena determinó la publicación de esta revista con el fin de reflejar en sus páginas la vida cotidiana y las actividades del concejo. Su carácter es informativo, aunque puramente local, sin perder de vista el as-

pecto cultural. En este primer número aparece una carta al director de don Ramón Menéndez Pidal, en la que desea y augura una larga vida para la revista y se refiere a su entronque familiar con Lena y Pajares.—T.

Mester.—Año I, núm. 1.—1-15-XI-61.—Apartado 14.787, Madrid.—Esta guía de las Artes y las Letras se publicará quincenalmente durante el curso académico. Informa sobre actividades de los cine-clubs, teatros de cámara, agrupaciones musicales, así como sobre concursos literarios y periodísticos, conferencias y exposiciones artísticas.—T.

Monumenta Maioricensia.—Núm. 1, 1961.—Palacio Episcopal, Palma de Mallorca.—Bajo los auspicios del Obispado de Mallorca se inicia la publicación de textos y estudios con el título genérico de "Monumenta Maioricensia". Este primer volumen está dedicado a "las reliquias y relicarios de la catedral de Mallorca" y va precedido de unas palabras de presentación del doctor Enciso, prelado de la diócesis. Su autor es otro ilustre prelado, el doctor Miralles Sbert, ya fallecido. El estudio es largo y se repartirá entre los tres volúmenes correspondientes al año 1961.—T.

Orientese esta semana en Zaragoza.—Núm. 1.—Cervantes, 36, Zaragoza.—Información semanal sobre espectáculos, salas de fiesta, paradas de taxis, teléfonos de urgencia, exposiciones e índice deportivo dominical.—T.

Ori.—Núm. 1.—29-VIII-61.—Embajadores, 210, Madrid.—Esta publicación contiene solamente orientaciones para el quinielista de fútbol, según la fórmula Nescabe.—T.

Pensatiempos.—Núm. 1.—Año 1961.—Drumen, 6, Madrid.—Se trata de una revista de juegos gráficos, cuyo objetivo principal es servir de entretenimiento a los aficionados a este tipo de problemas, en los cuales se puede ejercitar la mente. Por otra parte, se inician concursos con premios para los que con mayor acierto resuelvan los enigmas. En este primer número se contienen setenta y siete juegos, con la solución, ordenada numéricamente, en las últimas páginas de la revista.—T.

Plural.—Año I, núm. 1.—Agosto, 1961.—Melquiades Biencinto, 56, Madrid.—"Plural" intenta ser una revista de todos para todos. Esta es la razón que justifica su nombre". Con estas palabras se presenta a sí misma la nueva publicación, cuidadosamente presentada. Abundan las ilustraciones gráficas, acompañando a textos de muy variado género. Encontramos reportajes sobre distintos aspectos de la vida nacional, así como noticias e informaciones curiosas: "Cómo gastan los franceses su dinero"; "Boinas vascas en Alemania"; "Sueños ingenuos y nervios en los concursos de belleza", etc. Hay además una sección que responde al nombre de "Rutas de España", y otras de decoración, modas, humor y pasatiempos.—T.

Prevención.—Núm. 1.—Doctor Camino, 1, San Sebastián.—Edita esta revista la Asociación donostiarra para la prevención de accidentes. En sus páginas se estudian sistemas y procedimientos de higiene y seguridad del trabajo con el propósito de colaborar en la prevención de siniestros que tan grandes perjuicios irrogan a la industria española.—T.

Qué.—Núm. 1.—Octubre, 1961.—Apartado 425, Gijón.—Se trata de una revista escolar, editada en el Colegio de los Padres Jesuitas de Gijón. Recoge informaciones colegiales, así como breves artículos literarios, de los que son autores alumnos y profesores.—T.

Revista de Menorca.—Cuaderno I.—Julio-septiembre, 1961.—Mahón.—Bajo los auspicios del Ateneo Científico, Literario y Artístico mahonés aparece, en su séptima época, esta publicación, interrumpida durante seis años. Se trata, pues, de un nuevo esfuerzo por mantener el contacto con el lector, dentro de la línea originaria. En sus páginas encontramos estudios eruditos sobre la fauna menorquina y sobre la estancia en la isla del Duque de Bailné, así como una compendiada historia de la propia revista.—T.

Servir.—Núm. 1.—Octubre, 1961.—Lugo.—Esta publicación es el portavoz de la Asociación de antiguos alumnos maristas del Colegio lucense y es continuación de dos revistas anteriores: primero "Ademár" y posteriormente "Afán". Se trata, en realidad, de un mismo boletín informativo, con distintos nombres en etapas sucesivas de las actividades de la Asociación.—T.

Tierra, Mar, Aire.—Año I, núm. 1.—Octubre, 1959.—Don Ramón de la Cruz, número 60, Madrid.—Esta revista aparece como portavoz de la Hermandad de Retirados de los Tres Ejércitos. Aparte de informaciones de interés para los miembros de esta benemérita asociación, aparecen artículos relacionados con su nacimiento, la historia del Blason de la Hermandad.—T.

Tú.—Núm. 1.—Octubre, 1961.—Gijón.—Esta revista del hogar va dedicada especialmente a las mujeres, con secciones sobre cocina, consultorio de belleza, cuentos, humor, etc. La presentación está muy lograda y su contenido, sin pretensiones doctrinales en ningún caso, es agradable y recreativo. También se incluyen reportajes de actualidad, como el consagrado a la figura del ilustre Premio Nobel asturiano don Severo Ochoa.—T.

La Villa y el Roble.—Año I, núm. 1.—30-I-61.—Villarrobledo.—Aunque esta revista se subtitula "Semanario de información general", lo cierto es que su contenido, al menos en el número inicial, tiene marcado carácter local. Por sus páginas desfilan las autoridades provinciales y las de la ciudad, que exponen sus aspiraciones, sus deseos de mejora, sus planes y sus problemas. De sus ocho planas, dos están dedicadas a comentarios y noticias deportivas.—T.

REVISTAS DE PROXIMA APARICION

Título	Dirección	Localidad
"A Dios".	Parroquia de Santa M. ^a de Andraitx.	Andraitx (Baleares).
"El Agente Comercial".	Coleg. Oficial Agent. Comerciales.	Madrid.
"Agente Secreto".	Londres, 188.	Barcelona.
"Aira".	Capitán Eloy, 20.	Orense.
"Alianza".	Martínez Marina, 2.	Oviedo.
"Anales de la Universidad Laboral".	Universidad Laboral.	Córdoba.
Asociación Padres de Familia del Colegio de Santa Ana de RR. PP. Escolapios".	Mataró.	Mataró.
"Atomos y Energía".	Princesa, 76.	Madrid.
"Atrio".	Palacio Episcopal.	Badajoz.
"Aventurero del Espacio".	Londres, 188.	Barcelona.
"Biona".	Emilio Vargas, 7.	Madrid.
"Boletín de Antiguos Alumnos de la Univ. Laboral".		Gijón.
"Boletín-Circular del Colegio Oficial de Secretarios, Interventores y Depositarios de Administración Local".	Mayor.	Castellón.
"Boletín Colegio Of. Ingenieros Industriales".	Vía Layetana, 39.	Barcelona.
"Boletín Deportivo Sociedad de Pesca Marítima La Gavina".	Rambla del Caudillo, núm. 55.	Barcelona.
"Boletín de Información Excelentísimo Ayuntamiento".	Ayuntamiento.	Lugo.
"Boletín Inf.º Asociación Maestros Industriales".	Av. de Villarreal, 3.	Castellón.
"Bol. Inf.º del Gremio de Maestros Impresores".	Av. José Antonio, 9.	Valencia.

Título	Dirección	Localidad
"Bol. Inspección Provincial Enseñanza Primaria".	Provenza, 281.	Barcelona.
"Bol. Instituto de Estudios Asturianos".	Excma. Diputación Provincial.	Oviedo.
"Bol. Laboratorio de Investigación Textil y de Cooperación Industrial".	Colón, 1.	Tarrasa.
"Boletín del Personal Sanitario del I. N. P.". "Boletín Real e Ilustre Colegio de Abogados de Zaragoza".	Alcalá, 56.	Madrid.
"Boletín Sociedad Valenciana de Patología Digestiva".	Real e Ilustre Coleg.	Zaragoza.
"Bridge".	Isabel la Católica, 8.	Valencia.
El Buen Pastor".	Ayala, 10.	Madrid.
"Caballeros de Nuestra Señora del Pilar y Damas de la Corte de Honor".	Sepúlveda, 68.	Barcelona.
"Can Sellares".	Rambal Lluch, 2.	Gava (Barcelona)
"Candil".	S. A. Hullera del Turón.	Turón (Oviedo).
"La Casa".	Villanueva, 14.	Madrid.
"La Casa de Aragón en Madrid".	Príncipe, 23.	Madrid.
"Casa de Cuenca".	Baja de S. Pablo, 82.	Barcelona.
"Castilla Juveniles".	Muro, 7.	Valladolid.
"El Cero Tres".	Sierra Espuña.	Murcia.
"La Cesta".	Olzinellas, 45.	Barcelona.
"Cinegaceta".	Travesía de la Primavera, 3.	Madrid.
"Circular de la C. O. S. A.". "Circular Informativa del Colegio Oficial de Secretarios, Interventores y Depositarios de Administración Local".	Av. de Santa Marina, 7.	Badajoz.
"Club Tennis Barcino".	Colegio...	Almería.
"Correo Filatélico".	Pasaje Forasté, 36.	Barcelona.
"Cuadernos de la Juventud Onubense".	Pedro Patricio Mey, número 5.	Valencia.
"Decroly".	Velarde, 1.	Huelva.
"Detalle".	Guzmán el Bueno, 28.	Madrid.
"Dicebamus".	P.º del Prado 18 y 20.	Madrid.
"Duwarin".	Plaza Fray Luis de León.	Salamanca.
"Ecos del Hogar".	Príncipe, 5.	Madrid.
"Enlace Colegial".	Palacio Arzobispal.	Valencia.
"Escuela Equipo".	Licenciado Poza, 19.	Bilbao.
"Estudios sobre Hospitales y Beneficencia".	Recoletos, 7.	Madrid.
"Fiesta Mallorquina".	Vía Layetana, 31.	Barcelona.
"Gira".	San Felio, 25.	P. de Mallorca.
"Hoja Divulgadora de la Sociedad Española de Medicina y Seguridad del Trabajo".	Carret.ª del Este, 1.	Madrid.
"Hoja Inform.ª del Club 600".	Carrera de S. Jerónimo, 5.	Madrid.
"Hombres de Ley".	Leganitos, 35.	Madrid.
"Información Médica Ciba".	Joaquín Costa, 34.	Valencia.
"Luz y Blancura".	Balmes, 117.	Barcelona.
"Luz y Familia".	Plaza del Padre Suárez, 1.	Granada.
	Independencia, 1.	León.

Título	Dirección	Localidad
"María Madre".	Lope de Vega, 7.	Almería.
"Mester".	Orellana, 4.	Madrid.
"El Mueble".	Consejo de Ciento, núm. 131.	Barcelona.
"Noticias de Africa del Sur".	Castellana, 1.	Madrid.
"Novógrafos".	Bailén, 11.	Barcelona.
"Nuestra Realidad Poesía".	San Francisco, 26.	San Sebastián.
"Nuevos Horizontes".	P.º de Gracia, 50.	Barcelona.
"Oriéntese esta semana en Zaragoza".	Peso, 16.	Zaragoza.
"Palancia".	Unificación, 8 (Puer- to de Sagunto).	Valencia.
"Parque".	Alcalá, 44, Madrid.	Barcelona.
"Planas".	Serv. Español del Ma- gisterio.	Barcelona.
"Pleorama".	Turia, 1.	Sevilla.
"Presencia".	Jefatura Pro. del Mo- vimiento.	Badajoz.
"Promoción de Ventas".	Gral. Primo de Rive- ra, 137.	Badalona.
"Quintanar".	Parroquia.	Quintanar de la Sierra (Burgos)
"Sitges Foto Films".	Pl. Cap. de la Vila, núm. 1.	Sitges.
"Sprint".	Velázquez, 26.	Madrid.
"Symposium Ciba".	Balmes, 117.	Barcelona.
"Tanquam Aurum in Fornace".	Comabruna, 5.	Tárrega Lérida).
"Tráfico Mundial".	Virgen del Castañar, núm. 8.	Madrid.
"Turhispania".	García Morato, 139.	Madrid.
"Vida Viatoriana".	José Antonio, 14.	Vitoria.
"La Virgen María del Carmen".	PP. Carmelitas.	Caudete (Alba- cete).

ACTIVIDADES DE LA HEMEROTECA NACIONAL

España participará en la Exposición Internacional de Periodismo en Mar del Plata.—La Hemeroteca Nacional, de la Dirección General de Prensa, a través de la Oficina de Información Diplomática, del Ministerio de Asuntos Exteriores, ha enviado al consejero de Información de nuestra Embajada en Buenos Aires una selección de la Prensa diaria y periódica española como representación de España en la Exposición Internacional de Periodismo, que, organizada por el Sindicato de Prensa de Mar del Plata, tendrá lugar del 20 de diciembre al 31 de enero próximos.

Prensa española a Atenas.—La Hemeroteca Nacional ha enviado a doña Hé-
léne Vlachou, directora del diario "Messimvrini", de Atenas, un muestrario de
Prensa española conteniendo una selección de los grandes diarios nacionales y
de las mejores revistas ilustradas de información general, a petición de la
interesada y para seleccionarla y efectuar las oportunas suscripciones.

SERVICIOS

Servicios de Sala	9.520.
Horario de la Sala de Lectura	De 9 a 24. Domingos y festivos de 10,30 a 14.
Horario de Secretaría	De 9 a 15 y de 16 a 22.
Tarjetas nuevas	64. Último número: 10.318.
Tarjetas renovadas	72.
Horas de servicio	790.
Comunicaciones enviadas	290.
Comunicaciones recibidas	16.
Microfilm	424 ampliaciones.
Encuadernación	570 volúmenes.

JOSE SANZ Y DIAZ

I

NOVISIMA VERSION DEL DESCUBRIMIENTO Y CONQUISTA DE AMERICA, 1961

El prestigioso diario "El Mundo", de San Juan de Puerto Rico, publicó, con motivo del Día de la Hispanidad y de la Raza, el siguiente escrito, que nos place reproducir en esta sección. Dice así: "Con motivo de los actos organizados en Puerto Rico para conmemorar el Descubrimiento de América, y ante la obstinación de ciertos núcleos italianos por falsear la verdad histórica y apropiarse de las hazañas de descubridores y conquistadores, un grupo de profesores españoles e hispanoamericanos de la Universidad de San Juan de Puerto Rico, cuyos nombres figuran al pie del documento, han ideado una originalísima versión del Descubrimiento, acomodada a las exigencias de los ambiciosos impostores." Hela aquí:

"Se anuncia la celebración en Puerto Rico de actos conmemorativos del Descubrimiento de América el 12 de octubre de 1492. Parece que, al fin, la verdad histórica se abre camino y se restablece el auténtico sentido italiano del Descubrimiento. Queremos cooperar en esta noble y simpática empresa y explicar bien cómo pasó todo aquello.

América fue descubierta, como todo el mundo sabe, por el Signor Cristóforo Colombo. Tenía muchas virtudes; entre ellas, una modestia tan grande, que pasó toda su vida de fama y grandeza encubierto bajo el humilde nombre de Cristóbal Colón. Después de intentos de persuadir a Soberanos europeos para que organizaran una expedición en busca de las Indias por el camino de Occidente, encontró ayuda en los Reyes llamados Cattolici, il Signor Ferdinando di Aragone y la Signora Isabella di Castiglia. En aquel tiempo, como es sabido, Aragone era una colonia italiana, resultado de uno de los pocos intentos de colonialismo anteriores a Etiopía.

Colombo tuvo el apoyo decidido de Fra Giovanni Pérez, natural de Marchena, cerca de Siviglia, famosa ciudad toscana. El gran cartógrafo Giovanni della Cosa estudió la expedición desde el punto de vista geográfico. Los llamados Fratelli Pinzone, expertos navegantes, fueron los pilotos. Al fin se organizó la expedición, y una flota compuesta de tres naves, la "Santa María", la "Pitta" y la "Bambina" (algunos historiadores la llaman la "Fanciulla" y otros la "Ragazza", pero esto no parece exacto), zarpó el 3 de agosto de 1492 del puerto de Pali di Moguere, próximo a Génova. Al cabo de larga y penosa navegación y de una escala en las llamadas Isole Canarie, donde la expedición se abasteció de la "pasta asciutta" necesaria para afrontar los peligros del Tenebroso Océano, uno de los marineros, el famoso Roderigo di Triana (Sicilia), descubrió una isla y lanzó el famoso "grido": "Terra!" Esta isla se llamaba Guanahani, pero Don Cristóforo la bautizó con el nombre de San Salvatore.

Colombo hizo otros muchos descubrimientos. La gran isla que llamó "Italiana" (y que algunos corrompieron después en Hispaniola o Española), donde se fundó la ilustre ciudad de San Domenico (hoy Città-Trugiglio); la hermosa isola di Cuba, que recibió, gracias al genio profético de Colombo, el título de "Sempre Fedele". Finalmente, y esto es lo que menos podemos olvidar, la isla de Borinquen, que fue llamada por Don Cristóforo Isola di San Giambattista di Porto Rico, nombre que, naturalmente, se conserva, unido al título de "Stato Libero Associato", en recuerdo de las gloriosas Repúblicas de la Madre Patria.

Genoa, Venezia, Firenze y tantas otras que enviaron sus pobladores al nuevo territorio.

Cuando Cristóforo Colombo regresó a Italia fue recibido por la Cattolici Monarchi en la ciudad de Barcellona, que servía de puerto a Roma mientras se realizaban obras en el actual de Ostia. Colombo recibió honores y títulos bien significativos: Amiraglio, Duca di Vedilacqua (que todavía llevan sus descendientes, algunos en la forma menos pura de Veragua, seudónimo de su ganadería de toros de lidia).

En cuanto a Porto Ricco, fue explorado por uno de los "condottieri" de Colombo, llamado el Signor Giovanni Ponce (pronúnciese "Ponche") di Leone, conocido desde 1509 por el sobrenombre de Il Caparrone, asociado a su fundación de Caparra, que llamó así en recuerdo de una tía suya muy querida que vivía en las montañas de los Abruzzi. Sin embargo, la capital de la isla fue pronto San Giambattista, conocida popularmente hasta nuestros días con el castizo nombre de San Giovanni. Esta ciudad se extendió después enormemente, pero sin perder nunca las huellas de su pasado toscano: Santurce (pronúnciese "Santurche"), nombre de un pintoresco pueblo de pescadores cerca de Bilbao, la capital de Calabria; Hatto Re, Porto Nuovo, el gran fuerte de Il Morrone, Fiume Pietre (actual sede de la Università di Porto Ricco).

Entre las grandes figuras de la metrópoli asociadas con Porto Ricco y toda la América toscana están Fra Niccolo di Ovando y Fra Bartolommeo delle Casse, a quienes se deben relatos de la colonización y explotación de estos países.

Es justo, sin embargo, hacer constar que los españoles tuvieron alguna participación en el descubrimiento de América (de lo cual algunos se aprovechan abusivamente para llamarla "América Latina"): Américo Vespuccio y el caballero Pigafetta merecen mencionarse con justo elogio. Sin duda por haberse dado a todo el Continente el nombre de América, tomado del de Vespuccio, algunos desaprensivos han llegado al extremo de hablar de una "América esguspañola" o "hispanica", y los portugueses, so pretexto de sus exploraciones y colonizaciones de un solo territorio, el Brasil, poco mayor que los Estados Unidos, gustan de usar el nombre de "Iberoamérica". Pero basta con recordar los nombres preclaros de los creadores del Nuevo Mundo para que no sea menester más comentario: Testa di Vacca, Ferdinando di Sotto, Ferdinando Vazquezzo di Cornato, Cabrale, Francesco Pizzarro, conquistador del Perú; Ernani Cortese, conquistador de Méssico; il Signor Alonso di Erziglia, que compuso el poema "L'Araucana" en tercetos toscanos; Origliana, Nugnezze di Balboa, que descubrió el océano Pacífico; Fra Tommaso di Berlanga, etc.

La primera Universidad de América, fundada en 1551 (Harvard fue fundada en 1636), fue la de San Marcos, de Lima, que, como indica su nombre, fue un nuevo "campus" de la Universidad de Venecia, y por eso fue llamada "el Mayagüez de la Ciudad de los Dux". Todos los nombres de América muestran la huella de sus descubridores: San Giacomo, la capital de Chile; Valparadiso, Concezzione, Santa Fede di Bogotá, Buone Arie, capital de la Argentina; La Pace... Incluso en el Norte, la geografía pregona los orígenes de América; Gli Angeli, San Francesco, San Ludovico Vescovo, todas las "missioni" fundadas por Fra Giunippero Serra, natural de Mallorca, isla del Tirreno. Cientos y miles de nombres son testimonio de ese hecho histórico, tantas veces oscurecido, que el "Columbus Day" trata de reivindicar y que ahora será proclamado en San Giovanni.

En cuanto a los españoles que se empecinan en considerar el 12 de octubre como una fecha de su historia, sólo podemos contestarles con la entrañable exclamación vernácula de esta Isola de rancio abolengo italo: "Ay, Benedetto!"

Julián Mariás, Alfredo Matilla, Heliodoro Carpintero, Gabriel Franco, Antonio Rodríguez Huéscar, P. Eduardo Rodríguez, Aurelio Matilla, Tomás Rodríguez Bachiller, Alejo Cervera, Manuel del Nido, Juan G. Chamorro, Manuel del Nido (hijo), Ulpiano del Valle, José Luis Abellán, José Luis Yáñez, Angel Rodríguez Olleros, Jorge Enjuto."

II

GALEON DE INDIAS O CORREO DE ULTRAMAR

ARGENTINA.—Los periódicos españoles destacaron y comentaron la carta que el presidente argentino, doctor Frondizi, dirigió a "Allá" tratando de la

recreación de la imagen hispánica en el destino argentino, puesto que lo latino y lo hispánico son las fuerzas más poderosas para una armónica y vertebrada América.

"Biblos", la publicación de la Cámara Argentina del Libro, dedicó su número 105 a la semana editorial, insertando excelentes trabajos y abundante información de las casas editoras platenses. Dirige esta publicación el doctor Lucas F. Ayarragaray, teniendo la redacción en la calle Sarmiento, 528, de Buenos Aires.

En la capital federal siguen apareciendo "Amanecer", "Clarín", "Crítica", "Defensor", "Democracia", "Diario del Comercio", "Diario de Licitación", "Eco Comercial", "Edición Rural", "El Accionista", "El Argentino", "El Avisador Mercantil", "El Baluarte", "El Cronista Comercial", "El Día", "El Diario del Deporte", "La Voz del Plata", "El Mundo", "El Noticioso", "El Pueblo", "El Tribunal", "Femenino", "Foro Argentino", "Forum", "Gaceta del Foro", "Gaceta de Paz", "Gaceta Financiera", "Gaceta Judicial", "Jurisprudencia Argentina", "Jurisprudencia del Trabajo", "La Epoca", "La Hora", "La Letra Judicial", "La Ley", "La Nación", "La Noticia", "La Porteña", "La Prensa", "La Razón", "La República", "Lex", "Libertador", "Los Edictos", "Mundo Forense", "Noticias Comerciales", "Noticias Gráficas", "Noticiero Argentino", "Síntesis", "Diario Informativo", "Suplemento Diario de la Semana Médica", "Suplemento Diario del Boletín de la Bolsa de Comercio de Bellas Artes", "Tribunal del Plata", "Tribunal del Trabajo", "Tribunal Forense" y "Ultimas Noticias".

Estuvo en Madrid, en el mes de noviembre, el ilustre periodista argentino don Javier Díaz, director del diario "El Mundo", de Buenos Aires, acompañado del gerente del mismo periódico, don Roberto Socol.

BOLIVIA.—Todos los periódicos de La Paz, Cochabamba y Oruro, destacaron el nombramiento de Miguel de Cervantes como corregidor perpetuo de la capital de Bolivia, en homenaje a su memoria y universalidad. Lo confirmó el alcalde pacense, don Angel Gómez García, durante su estancia en Madrid, con motivo del IV centenario de la capitalidad. Dicho señor, después de cumplimentar en el palacio municipal al conde de Mayalde, le presentó un pergamino en el que se traslada el acuerdo del Consejo de Nuestra Señora de la Paz, por el que se nombra corregidor perpetuo de la ciudad a don Miguel de Cervantes Saavedra, la cual alzarán dentro de poco un monumento al "Príncipe de las Letras", en el que constará el acuerdo grabado en bronce.

Seguimos recibiendo "Enlace", órgano para Bolivia del Secretariado de Misiones y Propaganda de los Padres Jesuitas. Dicho periódico, que acaba de cumplir un lustro de vida, inserta constantemente abundantes noticias de aquel fraternal país.

COLOMBIA.—Hemos recibido algunos números de "La República", que dirige Silvio Villegas en Bogotá. Lleva el subtítulo de "El Diario de los Hombres del Trabajo", que luchan por la libertad, dentro del orden, y por el progreso, dentro de la justicia. Consta de dieciséis páginas, tiene buenas colaboraciones, va ilustrado con fotografías y gráficos y tiene sus oficinas o redacción en la calle 16, núm. 4-96.

En el pasado mes visitaron España un grupo de periodistas colombianos, asistiendo a una recepción que le fue ofrecida por la Asociación de la Prensa de Madrid, en su domicilio social. Les dio la bienvenida el presidente, don Pedro Gómez Aparicio, al que acompañaban miembros directivos, directores de periódicos y emisoras, y numerosos periodistas.

La Cámara Colombiana del Libro ha sacado una revista que titula "Libros Colombianos", con amplia información editorial y reseñas divididas por temas. Se analizan en este número que tenemos a la vista, "Burbujas", de Germán Beltrán; "La frontera", de Carlos Delgado Nieto; "La ciudad y el viento", de Clemente Airó; "El diario de Lecumberri", de Alvaro Mutis; "Mar de fondo", de Oscar Echeverri Mejía; "Campesinos de Los Andes", de Orlando Fals Borda; "Arte colombiano", de Estanislao Gostautas; "La tortuga", de Andrés Holguín; "Visión de América", de Luis Enrique Osorio y, además, inserta lista completa de los libros colombianos en los últimos meses, bajo el rubro de "Libros en espera de lector". Por cierto, que hay una nota estadística diciendo que el país donde más libros se compraron durante el año pasado fue en España, siguiéndole a gran distancia Estados Unidos, Méjico y la Argentina.

Esta revista de la que nos ocupamos, "Libros Colombianos", está dirigida por Fernando Ponce de León.

Otra revista literaria es "Eco", que inserta trabajos en prosa y verso de diversos autores; entre ellos, el colombiano José Pubén, autor del trabajo "La mecedora".

Tenemos a la vista el número 80 de la revista "Letras y Arte", rotulada "Espiral", correspondiente a julio de 1961. Se hace en Bogotá y la dirige Clemente Airó, teniendo corresponsales literarios en todos los países de habla castellana. Consta de unas cien páginas, bien ilustradas con dibujos. El sumario es muy interesante, con una introducción que titula "Cristal del viento", firmando los distintos trabajos Juan Bosch, Guillermo Francovich, Antonio de Undurraga, Oscar Niemeyer, Hector Rojas Herazo, Henri Lescoet, Ana Rosa Núñez, Marco Ramírez Murzi, Manuel Moreno Gimeno, Raúl de Carvalho, Alberto Gutiérrez, Miguel Angel Cárdenas, Pierre Restany, Carlos Delgado Nieto y el director.

De este último, Clemente Airó, hemos recibido también una novela de 350 páginas, publicada por una editorial bogotana en 1961, se titula "La ciudad y el viento". Es la tercera narración novelesca de Clemente Airó, que por cierto nació en Madrid en 1918, aunque regresó a Bogotá en 1941.

"Boletín de Historia y Antigüedades", órgano de la Academia Colombiana de Historia, con sede en Bogotá. Lo dirige don Mario Germán Romero. Los números 559-560 se rinde homenaje a la memoria del general don José María Obando, firmando los distintos trabajos Oracio Rodríguez Plata y Luis Martí-nez Delgado, y otros trabajos José María Restrepo Sáenz, Miguel Aguilera, Enrique Ortega Ricaute, Oswaldo Díaz, Guillermo Vargas Paúl y Rafael Gómez Hoyos.

Seguimos recibiendo también "Cromos", números 2.297, 2.299 y 2.301, no habiendo llegado todos los números intermedios.

COSTA RICA.—Únicamente nos han llegado los números 117 y 118 de la revista literaria internacional "Zenith", dirigida por Amadeo Céspedes Marín, en la ciudad de Heredia. En ambos números colaboran numerosos escritores y poetas de América y de España. Dichos números corresponden a los meses de agosto y septiembre de 1961.

CUBA.—No hemos recibido nada en absoluto de dicho país, puesto que cada día es menor el número de los diarios que aparecen en La Habana y demás ciudades cubanas, lo mismo que revistas y semanarios de todo género. Sabido es que los principales diarios habaneros aparecen ahora en Miami.

CHILE.—Lautaro Silva ha publicado diversos artículos sobre el comunismo en Hispanoamérica diciendo textualmente que en Chile alcanza alarmantes caracteres, dirigiéndose la infiltración principalmente a las universidades y centros culturales. Afirma que el presidente del Círculo de Periodistas pasa más tiempo en Rusia que en Santiago.

Le ha sido otorgado en Santiago de Chile el premio nacional de literatura 1961 a la escritora y periodista Marta Brunet. Dicha escritora es hija de padre catalán y madres asturiana, pertenece al cuerpo diplomático desde 1939 y es autora de cuentos y novelas escritos con sabroso y castizo estilo. Su novela más reciente se titula "María Nadie".

Todos los diarios españoles han dado cuenta de que el escultor y académico español don Enrique Pérez Comendador, ha dado término a la estatua del conquistador de Chile, don Pedro de Valdivia, la cual será expuesta en Madrid antes de ser enviada a Chile.

"El Siglo" del 22 de septiembre destacó una información titulada "Crítica situación económica de Caja de Previsión debatió el Colegio de Periodistas", tratando de reformas legales en la profesión. Se refiere el diario a la sesión que celebró el Consejo del Colegio Nacional de Periodistas, bajo la presidencia del titular René Silva Espejo.

Por su parte, "El Mercurio", del 30 del mismo mes, destaca la información referente a la actuación de los alumnos de Periodismo en el Círculo de Periodistas, mientras que en fecha anterior glosaba los trabajos del Colegio de Periodistas para acelerar la vigencia de la "Ley de sueldos mínimos y Arancel" profesionales. Conviene señalar que en Chile existen varias organizaciones profesionales, como el Colegio Nacional de Periodistas, el Círculo de Periodistas

de Santiago, la Asociación Nacional de la Prensa diaria y la Asociación de Radiodifusoras de Chile. Funciona asimismo una Escuela Oficial de Periodismo en la Universidad de Concepción, cuyo director es don Sergio Galas Ulloa.

El mismo periódico trata de la XVII Asamblea General de la Sociedad Interamericana de Prensa que tuvo lugar en Nueva York, ciudad donde no se había celebrado desde hace varios años.

ECUADOR.—Órgano de la Universidad Central de Quito es la revista "Anales", de 430 páginas en cuarto mayor. Va por el número 345, fechado en 1961, bajo el timón de una comisión directiva formada por Jorge Cornejo Rosales, Gustavo Gabela y Galo René Pérez. Se trata de una revista muy interesante, dividida en las secciones de Humanidades, ciencias jurídicas y sociales, ciencias biológicas y naturales, cuadernos de arte y poesía, crónica universitaria y estadísticas de la central universitaria del Ecuador. Firman los trabajos Alfredo Pérez Guerrero, César Andrade y Cordero, Atanasio Vitell, Juan Isaac Lovato, V. Gabriel Garcés, Jaime Miño Villacis, Antonio Santiana, César Dávila, J. A. Hons, Jorge R. Tinajero, Julio Peña Herrera, Galo René Pérez, José Alfredo Llerena, Ricardo Descalzi, Paúl Engel, Francisco Contreras Pazo, Armando López Muñoz y Luis Ha Salgado.

El número 10 de "Cuadernos de Arte y Poesía", de la Biblioteca General Universitaria del Ecuador, fechado en marzo de 1961, muestra un interesante contenido de 175 páginas ilustradas, que tratan de la poesía de Gabriel Mistral, consideraciones sobre la crítica musical, los escritores y la muerte y otros muchos trabajos en prosa y verso, que firman René Pérez, Llerena, Descalzi, Engels, Contreras Pazo ("España en la Musa de Miguel Hernández"), López Muñoz, Salgado, Martán Góngora, Dora Isella, Espín Lastra y alguno más.

Alejandro Carrión Aguirre es el director de "La Calle", de Quito, periódico de oposición a la política del ex presidente don José M. Velasco Ibarra.

El veterano escritor ecuatoriano G. Humberto Mata, nos ha enviado para su recensión, desde su residencia de Cuenca (apartado 277), un libro de modesto continente y de contenido, pese a todo, interesante, Nos referimos a "Irisarri y Solano". El autor empezó a publicar obras en 1932, así en verso como en prosa, igual cuentos que novelas, críticas y biografías. Entre ellas "Galope de volcanes", "Dos corazones han atravesado la distancia", "Chorro cañamazo", "Tumulto de horizontes", "Sumag Allpa", "Vázquez el grande", "Ecuador en el hombre", "Cusinga", "Epopéya ecuatoriana", "Concejal", "Doctor Espejo", "Equinocio del sueño", "Funeral de mi sangre", "Peralta", "Historia de la literatura Moriaca", "Remigio Crespo Toral", "Refutación a las cuatro estaciones de Manuela" y, por último, el que nos venimos refiriendo.

"Boletín de la Academia Nacional de la Historia", número 97, de enero a junio de 1961. Impreso en Quito por la tipografía de "La Prensa Católica". El personal del directorio académico lo forman don Isaac J. Barrera, como director; don J. Roberto Páez, como subdirector; el general don Angel I. Chiriboga, como secretario, y bibliotecario es C. M. Larrea.

Son 137 páginas tamaño holandesa, con abundantes trabajos de carácter histórico, firmados por el general Paz y Miño, Marcos Giménez de la Espada, Neptalí Zúñiga, Carlos Manuel Larrea, Adolfo Costa du Rels y del director Barrera, quien escribe sobre la muerte del gran escritor, perteneciente a la Compañía de Jesús, padre Aurelio Espinosa Pólit.

EL SALVADOR.—"Ars", número 10, de San Salvador. Se trata de la revista de la Dirección General de Bellas Artes salvadoreña, que muestra el siguiente sumario, muy bien ilustrado, por cierto: "El color y los colores en la literatura", por Manuel de Heredia; "¿Quién escribe la novela?", por Hugo Lindo; "La disonancia del hombre y su existir vistos a través del surrealismo", por Jesús Vicente Moreno; "Curcio Malaparte y el cristianismo", por Salvador Buena; "Tomás Carrasquilla", precursor de la novela americana, por Jorge Alter; "La evolución biológico social de la juventud", por Julián Gorkin; "Stendhal, el desdén", por César Tiempo; "La pintura de Carlos Cañas", por Ramón Hernández Quintanilla; "La crítica que ponderamos", por Federico Cácenás Ruano; "Una edición desconocida de Batres Montufar", por Ernesto Mejías Sánchez, y "Los pintores franceses de la realidad", por Luis Rivas Cerros.

ESTADOS UNIDOS.—Tenemos a la vista los números de octubre y septiembre de 1961 de la revista "Américas", publicada por la Unión Panamericana.

na en español, inglés y portugués, en Washington. Es una revista magníficamente ilustrada en negro, con bellas portadas y muy interesantes trabajos literarios, bajo la vigilancia del secretario general de la O. E. A., doctor José A. Mora. Los principales artículos están firmados por José Vázquez Amaral, Fernando Chaves, José Gómez Sicre, Rodolfo Vinacua, Paulo Ronai, Enrique Landaourcade, Lúois O. Delwart, Margarita Michelena, Clarence Señor, Ciro Alegria, Asdrúbal Salsamendi, Alfonso Rumazo González y otros.

FILIPINAS.—En Madrid toda la Prensa destacó el acto de la colocación de un busto del gran hispanista filipino don Claro M. Recto en el salón de embajadores del Instituto de Cultura Hispánica, acto en el que intervinieron don Blas Piñar y la hija del homenajeado.

Vemos de vez en cuando el gran periódico "El Debate", de Manila, muy bien hecho en español y convenientemente ilustrado en gran formato. Es un diario de la mañana editado por la Herald Publications, cuyo presidente es don Andrés Soriano y el vicepresidente ejecutivo don Sebastián Ugarte. Va por el año 43 de vida y lo dirigen esos denodados periodistas que son Antonio L. Serano y Rafael S. Ripoll.

GUATEMALA.—El periódico "Diario de Centroamérica", lo mismo que "La Hora", "Prensa Libre" y "El Imparcial", destacaron con grandes titulares el acuerdo firmado con España para adquirir 500 toneladas de café guatemalteco.

"Universidad de San Carlos" es una publicación cuatrimestral, editada en Guatemala por la Universidad del mismo nombre. Tenemos a la vista el número 53 de enero a abril de 1961, con un sumario interesantísimo, profusamente ilustrado en negro, cuyos trabajos firman Carlos Martínez Durán, Alear-do Sachetó, Cesare Balabrega, Ettore Rozzoni, Giochino Scoznamiglio, Vintilia Horia, Eligio Possenti y otros, ya que el volumen está dedicado a Italia.

A la vista de dos números de "La Escuela de Farmacia", de finales de 1960 y los dos primeros meses de 1961. Es órgano de la Facultad de Farmacia de la Universidad de San Carlos, de Guatemala, publicando trabajos propios de su especialidad.

"La antropología e historia de Guatemala", enero de 1961, la edita el Ministerio de Educación Pública, insertando un informe sobre las excavaciones de Palo Gordo; "Tecpan Guatemala", por Ernesto Chinchilla Aguilar; "La grana o cochinitilla", por Manuel Rubio Sánchez; "Cincuenta años de escultura en Guatemala", por Guillermo Grajeda Mena, y lista de revistas recibidas.

HONDURAS.—El doctor José Antonio Peraza, que fue embajador de la República de Honduras en Madrid, dirige, como nuestros lectores saben, el periódico "El Herald", en la ciudad de San Pedro Sula. Tenemos a la vista varios números de agosto y septiembre, con interesantes editoriales del director y colaboraciones notables, entre ellas una de Alfonso Marín, un colombiano que escribe con gran conocimiento de causa sobre "La amenaza roja en la América Latina", y Teodoro Draper lo hace en torno a "Las teorías del castrismo".

MEJICO.— A finales de octubre estuvo en España el periodista mejicano don Antonio Rius Facius, acompañado de su esposa, y como corresponsal del diario "Novedades", de la capital de su país. El señor Rius ha sido candidato a diputado por el partido de acción nacional y es vocal de la Junta del Instituto Cultural Hispanomejicano.

La revista guadalupana "Juan Diego", nos ha enviado los números de agosto y septiembre, dirigidos por don Lauro López Beltrán y orientados en el sentido que ya conocen nuestros lectores.

Tres números del "Boletín del Club de Viajes Pemex" de junio a agosto de 1961. Insertan reportajes turísticos, monumentales y de paisaje de toda la nación.

"La Gaceta", publicación del fondo de cultura económica, en Méjico, muy bien editada, con ilustraciones profusas y abundantes trabajos de corte intelectual, especialmente sobre los libros por dicha casa editora publicados.

"América Indígena" es el órgano trimestral del Instituto Indigenista Interamericano, dirigida por Miguel León Portilla, Méjico, julio 1961. Editoriales sobre la población selvícola sudamericana, un viaje por la amazonía peruana y abundantes reseñas bibliográficas.

"Diario Español", desde Méjico, nos ha enviado un número de 16 páginas

dedicado al día de la Raza. Su director, don Mario Fernández, inserta importantes trabajos de escritores españoles. Tales que Ramiro de Maeztu, José María Pemán, Serafín F. Suárez, Fidel Carracedo y otros.

"Lectura" es una revista crítica de ideas y libros que dirige, en la propia capital federal, el doctor Jesús Guisa y Azevedo. Los números que tenemos ante nosotros llevan trabajo del director y de otros colaboradores, como José María Gallegos Rocafull, Martiriana Brunsó, Pablo Castellano, Angel María Garibay y Ramón J. Sender.

NICARAGUA.—Durante la última quincena de septiembre y primeros días de octubre, estuvo en Madrid el ilustre periodista nicaragüense don Hernán Robleto, corresponsal del diario "El Universal" de Méjico en Europa, quien realizó una extensa serie de visitas y viajes por España, con el fin de escribir varios reportajes y crónicas en torno a la madre patria. Robleto, que ha colaborado y dirigido periódicos en su país, acaba de ganar brillantemente el premio literario de Novela 1960, instituido por el Club España, con su obra de tema hispanoamericano "La brújula fija de Bernardo Rodríguez".

Los periódicos de Managua y los de Madrid han destacado los éxitos y condecoraciones obtenidos por el escritor y poeta nicaragüense Pablo Antonio Cuadra, al que nuestro embajador le colocó a finales de septiembre, sobre su pecho, la encomienda de la Orden de Isabel la Católica.

PANAMA.—No hemos recibido en absoluto nada en estos meses de aquel fraternal país del Istmo, rogando a su gentil embajadora en España, la doctora Elsa Mercado, e ilustre escritora a su vez, que se sirva notificar nuestro deseo a diarios, revistas y editoriales.

PARAGUAY.—Los periódicos de Asunción destacaron la semana de la Hispanidad, que tuvo lugar en la capital del Paraguay, con asistencia del presidente de la República con todo el Gobierno y el cuerpo diplomático. Todos los diarios, como "El País", "Patria" y los demás, dieron amplio realce a la efemérides dedicando extensos editoriales de alabanza a España.

A su vez, los diarios españoles destacaron la llegada a Madrid del ministro de Economía del Paraguay, donde César Barrientos, que asistió en Viena a las reuniones del Banco Mundial y del Fondo Monetario Internacional.

En la Editorial "Toledo", de Asunción, se ha publicado un ensayo de 119 páginas, titulado "Carai Vosa", que reúne elementos para el estudio del folklore paraguayo y ha sido escrito por Bejarano Ramón.

PERU.—Toda la Prensa hispanoamericana destacó el gran éxito obtenido en Lima por el Primer Seminario Latinoamericano de Periodismo, organizado por la Asociación Católica de la Prensa de Estados Unidos, al que asistió el periodista español señor Giménez Quílez. El acto de clausura fue presidido, a finales de octubre, por el nuncio de Su Santidad en el Perú, el arzobispo de Lima, el rector de la Pontificia Universidad Católica y el catedrático español padre Ulpiano López, S. J.

PUERTO RICO.—Hemos recibido de la Asociación de Graduadas de la Universidad de Puerto Rico su gran revista "Asomante", editada en San Juan. Corresponde al trimestre abril-junio de 1961 y está dirigida por Nilita Vientós Gastón. Publicación en extremo interesante, para estar al tanto del desarrollo de la cultura en América. Este número tiene importantes trabajos de Francisco Ayala, Pedro Juan Soto, Luis Rafael Sánchez, Juan Antonio Corretjer, Eglá Morales Blouin, Manuel Pinillos, María Teresa Balbín, Aurora de Albornoz, Charles Pilditch, José Luis Cano, Esteban Salazar Chapela, Damián Carlos Bayón, Giuseppe Bellini y amplia crítica literaria, bibliografía y notas sobre los colaboradores.

REPUBLICA DOMINICANA.—Desde que la situación en Santo Domingo es tan delicada, apenas recibidos publicaciones de ninguna clase. Únicamente queremos destacar que han sido nombrados nuevos directores de los periódicos y las radios. Así, por ejemplo, el doctor José Cano López lo es ahora de "El Caribe", y don Ramón Lacay Polanco, del vespertino "La Nación". De la emisora "Radio Caribe", es director general otro distinguido escritor y periodista, don

Francisco Pras Martínez. Deseamos a los tres colegas muchos éxitos en su función orientadora de la opinión pública.

Unicamente nos llega ahora "Economía Dominicana", revista nacional de información, del 15 de septiembre de 1961, que dirige en Ciudad Trujillo don César Crux Mordán.

URUGUAY.—Los periódicos españoles dieron cuenta de haberse concedido el "Premio Alcaravan", instituido por el Ayuntamiento de Arcos de la Frontera al autor uruguayo Hugo Emilio Pedemonte, por su composición "Presencia de la muchacha", en competencia con 142 trabajos enviados al concurso.

El día 11 de noviembre, y en la Catedral madrileña de San Isidro, el obispo de Ereso, monseñor Vizcarra, ofició una misa en memoria y sufragio por el alma de don Constancio C. Vigil, ilustre figura de la literatura y del periodismo platenses. Había nacido en Roche (Uruguay), aunque desarrolló su obra de escritor y periodista en la Argentina, habiéndose traducido varios de sus libros a muchos idiomas extranjeros, hasta el punto de que importantes núcleos culturales hispanoamericanos pidieron para él el Premio Nobel de Literatura. Fundó en Buenos Aires la Editorial "Atlántida", que hoy dirige su hijo y continuador, en la que se publican también revistas tan conocidas como "Atlántida", "Golfer", "Tipperary", "Platea", "El Gráfico", "La Chacra", "Para Ti" y "Villikén".

VENEZUELA.—En el mes de octubre llegaron a Madrid en el vuelo inaugural de la Compañía "Iberia", de la línea Madrid-Caracas, distinguidas personalidades venezolanas, entre los que se encontraban diversos periodistas, y entre ellos el director de "La Religión", monseñor Jesús María Pellin.

Seguimos recibiendo números de la revista ilustrada "El Farol".

ALEMANIA FEDERAL

Kurt Lichtenstein fue asesinado en la frantera de las dos Alemanias.—Enrique Cimas publicó en el diario "Unidad", de San Sebastián, un emotivo artículo sobre el tema bajo el título de "Réquiem por un periodista".

No podemos sustraernos a la emotiva sensación que nos causan las noticias sobre los periodistas que a diario, libran las más dispares batallas en el cumplimiento de su misión y en cualquier rincón de este mundo. Ni podemos por menos de rendirles, callada, íntimamente, el homenaje de nuestro reconocimiento o el tributo de una oración...

Ser periodista es constituirse en avanzado de la verdad, de la atención al bien común. Es investirse de una inequívoca condición de soldado; hasta de sacerdote. Decía San Pío X que más puede hacer un periodista que cien predicadores, y cuando Papa de tan gran fulgor en la constelación del pontificado lo decía tendría, indudablemente, sus razones.

Pero no solamente es héroe o adelantado de la profesión el que llega a derramar su sangre en holocausto de un deber. También lo son esa pléyade de profesionales que, de forma oscura, gris y sin relieve, contribuyen a orientar a las gentes, entretenerlas a endulzarles las amargas horas con sus reportajes, editoriales y crónicas distintas. Una gacetilla sobre cualquier tema son quince o veinte líneas. Pero a ellas se asoma con frecuencia la conmiseración o el gozo, y hasta el alma de quien las redactó.

Pero hoy queremos referirnos concretamente a un valiente que dejó su vida en aras de su trabajo, que era el del servicio a sus lectores. Kurt Lichtenstein, redactor jefe de un diario alemán occidental, cayó hace unos días en Berlín cuando un policía rojo le disparó en la misma línea fronteriza, siendo posteriormente arrastrado su cuerpo al interior de la zona soviética. Su viuda ha recibido un telegrama que dice: "Puede disponer cenizas marido fallecido. Rogamos autorización de inhumación para enviar inmediatamente cenizas por correo.—Firmado: Servicio de Cementerios e Inhumaciones."

Así, simple y lacónicamente, le dice el comunismo a una esposa que su marido, el hombre entero y quizá jovial, que salió por la mañana a "redactar sus cosas", ha sido convertido en cenizas. Reducido a la nada.

De este modo se imposibilita, desde un punto de vista judicial, la determinación de circunstancias y responsabilidades de un crimen repugnante. Con esa frialdad de la burocracia marxista se le informa a una mujer que ha perdido a su esposo, y a unos hijos que han quedado sin padre. "Recibirán las cenizas por correo..."

Uno más a la lista de los escogidos, de los héroes de esta profesión, de este apostolado, que paga el caro tributo de su vida por estar allí donde estaba la noticia. Nuestro reconocimiento, compañero. Y nuestra oración conmovida.

AUSTRIA

Robert Jungk, periodista e historiador austriaco, recibió el Premio Internacional de la Paz.—El premio Internacional de la Paz ha sido concedido al periodista e historiador austriaco Robert Jungk, por su libro titulado "Vivir en Hiroshima".

El premio, consistente en 50.000 francos belgas, fue entregado a Jungk por el príncipe Alberto de Lieja, hermano del Rey Balduino.

El premio Internacional de la Paz, que se concede por primera vez este año ha sido instituido por la ciudad de Lieja para honrar las obras literarias acerca de la guerra y de la resistencia.

BIRMANIA

U Thant, el secretario general de la O. N. U., es un periodista conocido y estimado.—U Thant ha sido nombrado secretario general de las Naciones Unidas. El grave problema internacional planteado con la muerte de Dag Hammarskjöld ha quedado resuelto o al menos encauzado. La elección ha sido por unanimidad. Ello sitúa al nuevo secretario en excelente posición para desenvolver la acción benéfica, aunque muy difícil, que de él se espera.

¿Quién es el señor U Thant? Hasta ahora un ser totalmente desconocido en la política internacional. Quizá ése ha sido uno de los factores decisivos para su nombramiento. El cargo probablemente más importante en la vida pública internacional ha de ser servido por una persona sin destacada significación. Ello parece paradójico, pero se comprende fácilmente si se piensa que las grandes personalidades de gran influencia política pertenecen a uno de los dos bandos. Dos platillos de la balanza muy cargados y un peso mínimo haciendo de fiel. Lo importante es eso: que el peso mínimo situado para equilibrar sea efectivamente fiel.

Al señor Thant, birmano, de cincuenta y dos años, se le denomina habitualmente U Thant. La U quiere decir tío. Es una especie de título de respeto, pero el nuevo secretario de la O. N. U., hombre modesto y sencillo, firma habitualmente anteponiendo a su nombre la palabra "Maung", que significa hermano; ello es menos solemne, más cordial y más adecuado a los cincuenta y dos años del señor Thant.

El recién nombrado es un intelectual. Lo cual se demuestra por su cargo de maestro de escuela, que le suministra cultura, y su dedicación al periodismo, que demuestra afición al ejercicio de la mente. El primer ministro de Birmania le envió a la O. N. U. como representante del país. Las circunstancias, el destino, la suerte, aparte, claro es, de sus dotes de comprensión, serenidad y simpatía, le han elevado a esa y alta trascendental posición. U Thant, hasta ayer desconocido en la pantalla del mundo, pasa quizá a ser una figura histórica.

Ha estudiado en Rangoon y de ahí nace su amistad con Nu, hoy primer ministro de Birmania y en su día también estudiante en Rangoon.

En su país es un periodista conocido y estimado; en el extranjero ha publicado artículos y comentarios culturales y vagamente políticos, y tiene publicados algunos libros. Como dijimos, se trata de un intelectual con tendencia, probablemente, más a la contemplación que a la acción. Sin embargo, desde ahora, más que contemplar y meditar tendrá que hacer y ejecutar. La vida del anterior secretario fue vida de aventuras y peligros y en uno de ellos cayó para siempre. Hoy ser juez es vivir en vilo por esa especie de incandescencia que cubre la superficie intrincada de la bola terrestre.

Le han preguntado a Thant si está contento de la elección y, sobre todo, de la unanimidad. El, con sonrisa y, sobre todo, con espíritu asiático toma con su mano breve el cigarro puro birmano que es habitual en sus labios y contesta con una bella frase: "Hay que guardar un equilibrio físico y emocional. El cargo me asusta; el destino me hace ser una pequeña pieza de un engranaje enorme y decisivo."

Vive en el mismo Manhattan con su mujer y sus dos hijos. Es deportista: tenis y natación, y estudioso y serio.

Ante él una incógnita y una esperanza.

Por ahora el señor Thant dispone de la simpatía y el beneplácito de todos. Lo mismo de la parte oriental que de la occidental. Ojalá no llegue el momento —lo cual parece bien fácil— de que unos y otros, o al menos unos u otros, cambien de opinión.

CUBA

Se fusionan tres periódicos en La Habana.—Dos periódicos vespertinos habaneros, "Combate" y "Prensa Libre" se fusionaron con un tercer diario de la tarde, "La Calle".

Una declaración dice que la fusión "se deriva de la necesidad de evitar la dispersión de esfuerzos". Habrá una economía de materias primas —añade la declaración— y los empleados de los dos periódicos desaparecidos "podrán servir al pueblo en otro lugar".

La Prensa es el único negocio que ha fallado a Clint.—Louis Arreal publicó en el diario "Madrid" esta interesante crónica sobre uno de los imperios financieros más destacados de la vida norteamericana.

—Vaya y vea si puede comprar un montón de diarios de pequeñas ciudades —dijo el viejo Clint Murchison a su íntimo asociado Don Carter, especializado desde mucho tiempo antes en encontrar "trabajo" y forma de ganar millones para el millonario de Tejas.

—Mis hijos acabarán pronto sus estudios —explicó Murchison—. Una cadena de diarios podría resultarles una excelente inversión que les permitiría desarrollarse.

Esto sucedía en los primeros años de la década del 40. Carter visitó las zonas rurales de Tejas y compró el semanario de un condado, en Sherman; pero en las demás regiones que visitó le pidieron precios que estimó exagerados. Hoy admite con tristeza: "Las publicaciones de Tejas han prosperado; hubiera resultado un buen negocio comprar todas las que yo deseché porque me parecían demasiado caras."

El plan aquel se olvidó; pero Carter lo cita para explicar cómo planeaba el viejo Murchison las carreras financieras de sus hijos, John y Clint, que ahora, a los treinta y nueve y treinta y siete años de edad, respectivamente, controlan una Sociedad con un capital total superior a los 7.000 millones de dólares, como dijimos anteriormente.

Creía que sus hijos, al menos por algunos años, no debían intervenir directamente en el control de su imperio financiero y que debían entrenarse en operaciones por completo independientes del mismo.

Los muchachos acabaron su formación (incidentalmente conviene aclarar que a expensas del Gobierno, que después de la guerra concedió becas a los ex combatientes que las solicitaron). Después podían haberse dedicado directamente a trabajar en la Empresa Murchison Hermanos, de la que eran propietarios, establecida por el viejo Clint en 1942 con un capital en el que se incluían paquetes de acciones de Empresas petrolíferas y de gas, más los fondos heredados de su madre y de su hermano, fallecido cuando aún era un niño.

Pero decidieron que empezarían sus carreras financieras de otro modo. Durante casi dos años Murchison Hermanos siguió siendo dirigida por su padre y sus socios.

—Comprendí que necesitaban saber algo más sobre el mundo de los negocios, especialmente en Banca y créditos —dice John.

—No estaba muy interesado en los negocios petrolíferos y de gas natural. Deseaba estudiar las peculiaridades de la construcción y el sistema de contratos —afirma el joven Clint.

De esta forma, John, que iba en busca de un buen clima contra el asma, que había provocado su salida del Army Air Corps, obtuvo un empleo de cajero en el Santa Fe National Bank, con 175 dólares mensuales.

Clint "junior" volvió a su casa de Dallas, y con un antiguo camarada de la Marina invirtió 20.000 dólares (y un préstamo de 80.000) para iniciar un negocio de pavimentación municipal, que más tarde se extendió a la construcción en general, desarrollo de tierras, etc. Después, la Tecon Corporation, que él había constituido, intervino, unas veces sola y otras con distintas firmas, en la construcción en Kentucky de una presa por valor de 16,3 millones de dólares; de una conducción de agua a Nueva York, por 50 millones de dólares; de una presa en el Iraq, por 60 millones, y de otros grandes proyectos.

Gradualmente, aunque los Murchison no son muy explícitos sobre estas cuestiones, empezaron a controlar los negocios de los que eran propietarios. John volvió a Santa Fe y montó una oficina en un modesto edificio de dos pisos, en el número 1.201 de Main Street, en Dallas, donde trabajaban también su padre y su hermano.

Como su padre, aunque no exactamente igual, ambos comenzaron a trabajar y prosperar.

—Cometimos muchos errores al emprender muchos buenos negocios —dice Clint "junior"—. Mi mayor equivocación fue en los proyectos del ramo de la construcción, tuvimos grandes pérdidas en la "cuestión del uranio", y nos "dormimos" un poco respecto del auge que tomaron las industrias electrónicas. La mayor parte de los errores estaban ligados a la valoración del personal. Una

buena dirección puede lograr el éxito en casi cualquier trabajo que sea emprendido con una buena dosis de sentido común.

Pero sus errores distaron mucho de ser sobrepasados por los éxitos. Su política era —y es— encontrar situaciones para comprar acciones en Compañías en las que ya participaban para adquirir muchas veces empresas que no tenían unos beneficios inmediatos. En todo momento, el dinero desembolsado fue mínimo en comparación con su capital, y de esta manera podía ser amortizado en muy poco tiempo.

El viejo Murchison abandonó pronto el número 1.201 de Main Street. Deseaba un lugar más tranquilo, decía; pero en realidad, según creen sus propios hijos, lo que quería era que éstos asumieran toda la responsabilidad en la dirección de los negocios de Murchison Hermanos.

En la actualidad, por ejemplo, y concretamente en Nueva Orleans, Murchison Hermanos interviene en obras de muy diferente género y prepara todo el desarrollo de la ciudad.

Ambos hermanos están ahora iniciando el desarrollo económico de una parte de la costa de Florida. "Alguien dijo a papá —explica John— que sus propietarios se hallaban en un grave conflicto. El pensó que aquello podría interesarnos, y nos lo dijo. Entonces nosotros pusimos manos a la obra.

Los hermanos son propietarios de grandes fortunas; son unos titanes de las finanzas; pero su mayor capital sigue siendo la ayuda y el consejo de su propio padre.

El virus de la Prensa ataca a los millonarios norteamericanos.—El corresponsal en Washington de "Informaciones", de Madrid, Adolfo Echevarría, habla de que a pesar de la crisis de las revistas, nunca han surgido tantas publicaciones nuevas.

Ahora que la competencia mutua y la de la televisión ha situado a la mayoría de las grandes revistas norteamericanas en una posición económica muy poco confortable, a los millonarios de este país les ha atacado el virus de la Prensa, lanzándose a la financiación de nuevas publicaciones, aventura cuyo éxito se cifra en el factor especialidad y en el hecho de que la educación, los ingresos y el tiempo de distracción aumentan en este país.

No obstante las cifras enormes de circulación que esgrime la mayoría de las revistas norteamericanas, algunas hinchadas artificialmente para efectos de atracción del anunciante, dos de cada cinco operan con déficit, y, según la estadística de la Magazine Publishers Association, los beneficios netos de treinta y cinco de ellas se redujeron el año pasado al 1,7 por 100 del ingreso bruto, contra el 4,3 por 100 en 1950.

Siguiendo la suerte aciaga de otras, la popular revista "Coronet" terminó su vida este mes, y "American Gun", el pasado verano. El diario "Washington Post" compró recientemente el paquete mayoritario de acciones del semanario "Newsweek"; "Time", "Mc Call" y otras buscan ingresos adicionales en la edición de libros; las publicaciones dedicadas a la mujer luchan por la supervivencia, que saben lograrán destruyendo al adversario, y hasta "Life" y "Saturday Evening Post" se ven obligadas a renovar el contenido para poder mantener su prestigio universal.

No obstante esta gris perspectiva, aquí no recuerdan un período tan prolífico en nuevas publicaciones como éste, atribuido en parte a la querencia del americano que ha conquistado la fortuna hacia el otro poder, el cuarto, y, en parte también, al éxito reciente de "Show", revista mensual de un dólar dedicada al teatro en general —patrocinada por el heredero de la fortuna Atlántico-Pacífico, la enorme cadena nacional de tiendas de colmados o ultramarinos—, que ha venido a redescubrir el filón de las publicaciones especializadas.

Así han nacido también ahora "Show Business Illustrated", estilo de la anterior, aunque más popular y con mayor énfasis en la fotografía; "Bravo", especial para los aficionados a los conciertos musicales; "Campus Illustrated", dedicada a los estudiantes universitarios; "Automobile Quartely", y otras.

Pronto aparecerán "Fair Sex" ("Bello Sexo"), "revista para la mujer inteligente y altamente educada", según reza su lema; "FM-Stereo Guide", orientada hacia los radioescuchas de música selecta; "USA-1", mensual, de un dólar también, que se dedicará al lector interesado en el aspecto confidencial de las noticias trascendentales, y "Nevadarrama", publicada por una Asociación de agencias de turismo interesada en popularizar los pueblos "timbas" y los otros, los en un tiempo poblados por tribus de indios en Nevada.

Hace unos días se celebró en el Club Nacional de Prensa, aquí en Washington, el bautizo del periódico quincenal "World" ("Mundo"), que, según explicó su director, Ralph de Toledano, popular escritor anticomunista que perteneció al equipo de "Time", tratará de ofrecer al lector interesado en política internacional la noticia dentro de la noticia, es decir, el análisis que no llega a calar la Prensa diaria. "World" es por ahora quincenal, y en su primer número publicaba un comentario sobre las relaciones hispano-francesas con motivo de la detención de "El Campesino" por la Policía del país vecino.

"World" está financiada por un auténtico millonario del Sur, y decimos auténtico porque "Fair Sex" se encontró en una situación embarazosa desde que en marzo pasado un supuesto minero capitalista de Arizona se comprometió a invertir 300.000 dólares en la aventura. Todo iba viento en popa, porque, además, el minero en cuestión se presentó en Nueva York para tratar del negocio directamente con los organizadores, y resultó ser un tipo de película: alto, delgado, moreno, una especie de Gary Cooper joven, impresionante. Allí fue, naturalmente, muy obsequiado y celebrado.

Aconteció, sin embargo, que el cheque de 100.000 dólares correspondiente a la primera entrega, que venía en junio, no acababa de llegar, y los Bancos de Arizona desconocían al minero "millonario" del cuento.

Practicada la investigación debida, éste resultó ser un modesto jardinero de Phoenix que quiso aprovechar la oportunidad de pasar unos días felices en Nueva York. Así logró convertir en realidad un sueño de toda su vida.

Cifra "record" de la producción y consumo mundial de papel prensa.—Un estudio reciente del Ministerio de Comercio de los Estados Unidos viene a demostrar que la producción y el consumo mundial de papel prensa han alcanzado un nivel que puede considerarse como cifra "record", durante el período de 1959-1960.

Según dicho estudio la producción global y el consumo de papel prensa alcanzó en 1960 un total de 15.400.000 toneladas cortas, por un valor de dos mil millones de dólares (aproximadamente 120 mil millones de pesetas).

De aquí a 1963, y seguimos haciendo referencia al citado estudio, la capacidad de producción mundial de papel prensa alcanzará la cantidad de 19.800.000 toneladas, mientras que la demanda se estabilizará alrededor de 17.300.000 toneladas; es decir, que existirá un excedente de 2.500.000 toneladas.

En 1951 los Estados Unidos importaron en 84,5 por 100 de sus vecinos; pero en 1960 este índice decayó hasta fijarse en un 74 por 100, en razón al aumento experimentado en la producción de aparatos para el hogar.

El consumo de papel prensa en la Comunidad Económica Europea alcanzó su mayor nivel en 1959 y 1960, pues cada uno de los seis países del Mercado Común habían aumentado su consumo.

Según el informe del Ministerio norteamericano de Comercio, la existencia de tarifas exteriores y las cuotas de importación, dentro del seno del Mercado Común, muestran algunas inquietudes acerca del futuro de la capacidad de la producción mundial de papel prensa.

El informe también se hace eco del aumento de la producción de papel prensa en Escandinavia. En 1960 la de Finlandia, Noruega y Suecia fue de 1.750.000 toneladas; o sea, un aumento del orden del 23,6 por 100 en relación con 1958. Esta producción, según el Ministerio, alcanzará la fibra de 2.485.000 toneladas en 1962.

FRANCIA

Los corresponsales españoles en París ofrecieron una misa por el alma de su colega Francisco Lucientes.—Los corresponsales españoles en París ofrecieron una misa por el alma de don Francisco Lucientes, el ilustre periodista y maestro de corresponsales, que falleció recientemente en Madrid. A esta misa, oficiada en la iglesia española de París, asistieron, entre otras personalidades, el embajador de España en Francia, don José María de Areilza; el consejero de Información de la Embajada española, señor Linares; todos los corresponsales españoles de esta capital y demás amigos y conocidos del difunto, que se asociaron con este acto al sentimiento causado en España por tan dolorosa pérdida. Los que convivimos con él le echamos mucho de menos y sentimos no poder leer ya sus brillantes crónicas.

Durante su estancia en París como corresponsal de la Prensa del Movimiento, don Francisco Lucientes supo granjearse pronto la amistad y la consideración de sus compañeros, dejando una huella imborrable de su paso por esta capital. Como dicen los periodistas franceses, don Francisco Lucientes "fue un compañero y, a pesar de ello, un buen amigo". Descanse en paz.

Un noble francés desafió a un reportero de un diario francés.—Marcell Villeville en una correspondencia desde París plantea el tema de si será necesario aprender esgrima y pistola en las Escuelas de Periodismo.

Hacia mucho tiempo que en París no se hablaba de un duelo. El último que atrajo la atención pública fue el que debía haberse efectuado entre el marqués de Cuevas y Sergio Lifar, en el que no llegó la sangre al río, ni mucho menos. Ahora, otra vez, en el ambiente social de París corren rumores de que el campo del honor va a servir para dirimir las diferencias entre dos hombres. Se trata del marqués Jacuques Gavillet de Grisel de Vaux, que se considera gravemente ofendido por ciertos conceptos vertidos en un artículo publicado en un diario vespertino de la capital de Francia.

El duelo es motivo de controversias. Hay quien lo conceptúa como un atavismo salvaje, los restos de una época ya superada, un concepto caballeresco y romántico desacorde con nuestra época. Otros, sin embargo, opinan que es el único medio honorable que tienen dos hombres para dirimir sus diferencias. Este debe ser el concepto del citado marqués.

EL PELIGRO DE LA PROFESION

Afortunadamente no son muchos los que piensan como Jaques Gavillet, pues de ser así, la profesión de periodista se convertiría en algo sumamente peligroso y en las Escuelas o Facultades de Periodismo se impondrá la necesidad de establecer las asignaturas de esgrima y tiro de pistola, pues de otro modo no podrá escribirse una línea sobre ningún personaje, sin que éste pida una explicación en el terreno del honor.

El autor del artículo, cuyo nombre omitimos, ha tenido en cierto modo bastante mala suerte al tropezar con el marqués de Grisel de Vaux, pues éste no sólo es un buen esgrimista, sino también un magnífico tirador de pistola y, por si fuera poco, cinturón negro de judo.

Según ha declarado el marqués, su primera intención fue esperar al periodista en la calle y arreglar cuentas directamente, pero no ha encontrado noble esa acción debido a su potencia física y a su conocimiento del judo.

Esa consideración lo llevó a enviar sus dos padrinos al periodista. Estos son un abogado llamado Seitz y un comandante de la Legión de Honor Americana, los cuales han visitado a nuestro colega pidiéndole que designe los hombres que deben representarlo. Por el momento no se sabe sobre quiénes recaerá ese compromiso.

Lo que al parecer sí ha sido ya fijada es la fecha en que deberá celebrarse el encuentro: el día 3 del próximo mes de diciembre. El lugar se mantiene en secreto, pues como la Ley prohíbe los lances de honor, se teme que intervendrá la Policía y ambos duelistas acabarían en la Prefectura.

El marqués, que fue jefe de la Casa Civil del marqués de Segovia, se considera el ofendido y por lo tanto sobre él ha recaído el derecho de elegir el arma y las condiciones del lance. Según se dice, se ha decidido por la pistola, con dos balas y a sesenta pasos. El aristócrata está considerado, como ya hemos dicho, como un buen tirador. En cuanto a nuestro colega no sabemos que se haya ejercitado demasiado con las armas, lo que hace más meritoria y valerosa su aceptación de estas condiciones, si es que efectivamente las acepta.

Mi opinión personal es que eso sería un mal precedente, que perjudicaría a la libertad de Prensa y de la información. Si el marqués se considera ofendido, a la libertad hay que garantizar sus derechos y que obligarán al ofensor a una rectificación. La pistola, la espada o el sable, como el judo o el boxeo, jamás servirán para desmentir una acusación. Simplemente para probar la mayor habilidad, fuerza o destreza del vencedor.

En Hispanoamérica existen 1.154 diarios con una tirada total de 14.700.000 ejemplares, según una reciente Memoria publicada en París por la U. N. E. S. C. O.
En toda América Latina se publican 1.154 diarios, con una tirada total de 14.700.000

ejemplares, según la Memoria que, sobre "los medios de información en los países en vías de desarrollo", acaba de publicar en París la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (U. N. E. S. C. O.).

En el discutido concepto de "América Latina", el estudio incluye a 34 países y territorios, inclusión que, por lo que se refiere a algunos de ellos (los de dependencia británica u holandesa principalmente), podría ser objeto de una discusión todavía mayor.

La situación de la difusión y la importancia de los medios de información era muy desigual en los distintos países, desigualdad que también se registra en el "poder adquisitivo", factor de que depende su desarrollo futuro.

Los diarios aparecen preferentemente en las capitales y en algunas ciudades de provincia, por lo que existe lugar para una extensión considerable de la Prensa regional.

Existen en Latinoamérica 1.630 publicaciones de formato de diario, pero que no son cotidianas, y 7.862 de periodicidad variable. Siete países únicamente (Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Méjico, Perú y Venezuela) producen el 85 por 100 de esas publicaciones. "De una manera general —dice el informe— la Prensa periódica técnica, especializada y rural está todavía en un estado embrionario."

El eterno problema del papel para periódicos sigue estando dominado por los precios elevados de esa materia prima y por la penuria de divisas extranjeras en las que hay que pagarla.

En 1955, las necesidades de papel de periódico en veinte países de lengua española o portuguesa se elevaban a 495.000 toneladas; la demanda para 1965 se elevará a 970.000 toneladas, y para el período 1965-1970 a 1.790.000 toneladas anuales, según los estudios de la Organización de la Agricultura y la Alimentación (F. A. O.). El aumento así previsto corresponde a la extensión que la Prensa está llamada a adquirir en los próximos años. "No obstante —subraya el estudio de la U. N. E. S. C. O.—, la importancia de papel y de otros suministros para la industria periodística sigue encontrando obstáculos aduaneros y financieros que deberán reducirse."

El desarrollo de la Prensa y el mejoramiento de los periódicos actuales plantea el problema de la formación del personal de redacción y de los servicios técnicos. Existen algunas escuelas de periodismo en universidades y colegios de Latinoamérica, pero necesitan ayuda si han de mejorar su enseñanza. El Centro Latinoamericano de Estudios Superiores del Periodismo que se ha creado en Quito con la ayuda de la U. N. E. S. C. O. ha organizado un primer curso de tres meses a fines del año pasado. Su esperado éxito dependerá de la ayuda que reciba tanto por parte de los organismos nacionales como de los internacionales.

Según el informe, Argentina y Brasil poseen agencias privadas de información interior. En Cuba existía la única agencia que suministra informaciones a otros países. Existen también pequeñas agencias privadas en Chile, Uruguay y Venezuela.

Los redactores del informe consideran paradójico el que estando en América Latina mucho más desarrollados los medios de información que en el sudeste de Asia o en Africa, en estas últimas zonas son más numerosas las agencias nacionales.

La tendencia actual de América Latina hacia su integración económica es un factor favorable para el previsible desarrollo de las agencias interamericanas.

Las tarifas de comunicación (telefónica y cablegráfica) dentro de la zona y para el exterior son muy elevadas y dispares. Méjico presentó un proyecto que podría resolver el problema y que consiste en una red de telecomunicaciones entre todos los países del Continente, de la que serían copropietarios los respectivos Gobiernos.

La creación de agencias nacionales o "regionales" necesitaría la ayuda de los poderes públicos, no precisamente en forma de participación financiera, sino por medio de exoneraciones fiscales y reducción de las tarifas de transmisión.

El problema de la formación e instrucción del personal de las agencias es todavía más difícil de resolver que en lo concerniente a los periódicos, dado el escaso desarrollo que hasta ahora han tenido aquéllas en Latinoamérica.

El informe de la U. N. E. S. C. O. afirma que, desde el punto de vista material, América Latina está mejor provista de medios de Radiodifusión que de Prensa;

pero que, en el plano de la técnica y de la calidad, el nivel general de la Radio es quizá inferior al de los periódicos.

El número de estaciones emisoras de radio es de 2.978; pero muchas son de potencia escasa y de alcance limitado.

En cuanto a la Televisión, existe un centenar de emisoras en total; hay 2.900.000 aparatos receptores (un promedio de 1,5 por cada cien habitantes). Cuba tenía 5,6 receptores por 100 habitantes; la proporción en Méjico y Argentina era de 1,9 aparatos por 100 habitantes, de 1,5 en Brasil y de 1,1 en Colombia.

La mayoría de las organizaciones de Televisión son empresas privadas, con la excepción de Colombia, donde todas las estaciones emisoras pertenecen al Estado.

Periódicos rojos suspendidos en Francia.—El Gobierno francés, por aplicación de un decreto, ha suspendido la publicación de cuatro periódicos de exiliados españoles. Tres de ellos son: "El Socialista", "Solidaridad Obrera" y "España Libre".

ITALIA

Guareschi dejó la dirección de "Cándido".—Giovanni Guareschi, autor de "Don Camilo", ha dimitido como director de la revista satírica "Cándido". Guareschi ha abandonado su puesto como protesta contra lo que califica de cambios no autorizados en la última versión cinematográfica de su última novela de la serie "Don Camilo", al cuidado del industrial milanés Angelo Rizzoli.

PORTUGAL

Historia de Arturo Agostinho, redactor de Radio Nacional de Portugal.—Enrique Rubio ha celebrado una interesante entrevista con su colega lusitano, con destino a las páginas de "La Prensa", de Barcelona.

Se encuentra en Barcelona don Arturo Agostinho, redactor de deportes en Radio Nacional de Lisboa y comentarista de la R. T. P. (Radio Televisión Portuguesa). Su misión en nuestra ciudad ha sido retransmitir para su país los encuentros de hockey sobre patines celebrados en el Palacio Municipal de los Deportes, con motivo de la Copa Latina.

Arturo Agostinho lleva en la profesión dieciocho años y tiene cuarenta; empezó en la emisora nacional portuguesa, como profesional; antes había sido estudiante de ingeniero electrónico y locutor "amateur" en Radio Club Portuguesa.

- ¿Cómo llegó al profesionalismo?
- Porque, al dejar mis estudios para cumplir mi servicio militar, intensifiqué mi actividad de radio... y colgué los libros, en el segundo curso.
- ¿Qué televidentes hay en Portugal?
- Una media de un millón por la noche.
- ¿Y por el día?
- No hay programas, a no ser algo excepcional informativo.
- ¿Cuántas horas de programa ofrece la R. T. P.?
- Cinco horas por día, en programación continua, de siete tarde a doce de la noche.
- ¿Qué programas gustan más a los portugueses?
- Teatro, variedades y el programa deportivo.
- ¿Qué edad tiene la televisión en Portugal?
- Seis años.
- ¿Cuáles han sido sus hechos más destacados?
- Reportajes de los acontecimientos de Angola; la visita de la Reina Isabel a Portugal, la de Kubitchek, de Oliveira, el Festival de la Canción portuguesa...
- Y usted, como profesional, ¿en qué actos o sucesos ha intervenido que le dejaran mayor recuerdo?
- Sin duda, en los sucesos de Angola, donde he pasado dos meses.
- En Angola estuvo este compañero de la Radio y la Televisión portuguesa de junio a agosto, cuando los sucesos alcanzaban su apoteosis. El, ahora, recuerda...

—Acompañé a las tropas portuguesas en su recuperación de los principales centros que estaban en poder de los terroristas; viví con los soldados de Portugal las horas más vibrantes y entusiásticas de sus combates para alcanzar la paz de toda una región del norte de Angola (Congo portugués), y encontré allí una colaboración intensa de la población negra y blanca leal a nuestra bandera, con los hombres del Ejército.

—¿Actuaban entonces como auténticos corresponsales de guerra o en segunda línea?

—Íbamos tres periodistas de Lisboa y uno o dos de Angola, que convivimos los azares de la guerra en primera línea; como soldados auténticos y sin saber nunca si volveríamos o no. Hubo veces en que fuimos atacados en nuestra marcha y también participamos en combates de ocupación de varias localidades.

—¿El peor recuerdo de Agostinho como soldado-periodista?

—El peor fue cuando, en más de una ocasión, tuvimos la triste oportunidad de ver lo que hacían los terroristas con la población civil indefensa; los degollaban sin piedad, sin distinción de sexo ni de edades o colores. Siempre que los civiles se negaban a colaborar con ellos sufrían la muerte más horrorosa que se pueda imaginar.

—Todo cuanto se vio por televisión, filmado en el terreno de los hechos, ¿fue conseguido por ustedes?

—Todo... lo que se podía ofrecer al espectador sin causar un terrible malestar ante escenas tan espeluznantes.

—Supongo que usted, como buen periodista, abordaría también el "caso Galvao".

—Uno de los más difíciles de mi carrera, porque en Recife encontramos los periodistas portugueses un ambiente de hostilidad extraordinario. Llegaron a acusarnos de ser falsos periodistas y agentes de la Policía política portuguesa. Un periódico de la localidad llegó al punto de dar nuestros nombres, el del hotel y número de la habitación que ocupábamos, tras habernos señalado como enemigos del pueblo. Por suerte, muchos de los periodistas y locutores de Río de Janeiro, que nos conocían bien, salieron en nuestra defensa, desmitiendo a quienes trataban de crearnos una situación muy peligrosa.

—Los brasileños, ¿por qué periodistas se inclinaron?

—Al final, esclarecida la situación y conocidos los pormenores del suceso, los brasileños, sensatos, se inclinaron por nosotros, repudiando el acto de piratería de Galvao y sus secuaces.

—Bien, y ¿qué relación guardan todos estos hechos con un periodista que se nos presenta en Barcelona como especialista deportivo?

—Es que cultivo el reportaje en general.

—Y ¿por qué especialidad reporteril se inclina usted?

—Por todo tema que posea algo diferente del ordinario; por todo lo que sea periodístico y centre la atención general de los lectores.

—Pero entre los frentes de Angola, los periodistas enemigos brasileños y el hockey sobre patines, ¿con qué se queda Arturo Agostinho?

—Tal vez con el fútbol...

El gran periodista portugués sonríe al responder. Y, ya por las Ramblas, paseando, me dice que en esta ocasión viene acompañado de su esposa, como siempre que visita Barcelona, ciudad que a ella, y a él, claro está, les gusta mucho. El regreso a Lisboa será pasando antes por Palma; pero, antes, retransmitirá el encuentro de esta noche entre Portugal y España.

—¿Vencedor?

—Si lo supiera, me iba ya para Lisboa...

Beatriz Ferreira, repórter gráfico número uno de Portugal.—Cuando el tren especial en que viajaba el presidente de Portugal, Américo Thomas, llegó a la estación de Atocha, la primera persona que saltó al andén fue una mujer rubia, agradable: era Beatriz Ferreira, la repórter gráfica del diario lisboeta "O Século", que acudía a Madrid como enviada especial de su periódico, con motivo de la visita del presidente del país vecino y hermano.

En Portugal, la señora Ferreira es popularísima. En Lisboa, Oporto o Coimbra se conoce bien a esta fotógrafa, que goza fama de ser "la mejor reportero gráfico" de la Prensa lusitana. Beatriz Ferreira está en todas partes: en las catástrofes ferroviarias, en los incendios; en fin, donde se produce la noticia.

—He mandado a mi periódico más de 300 fotos —nos dice.

Comienza la historia de la señora Beatriz Ferreira, como reportero de Prensa, a partir del año 1953, al quedar viuda.

—Mi marido se llamaba Ismael Ferreira y era jefe de los servicios fotográficos del periódico "O'Século". Al fallecer mi esposo salí a la calle dispuesta a hacer fotografías, con sus mismas cámaras fotográficas.

La señora Ferreira luchó denodadamente en el campo de la información. Un día y otro buscando la noticia o acudiendo al lugar del suceso. De tal forma se esforzó, que consiguió no sólo que sus fotografías fueran buenas, sino que incluso el periódico donde había trabajado su marido la reclamara y le ofreciera el cargo que su marido había dejado vacante.

—Debuté como fotógrafo durante el viaje que el anterior presidente de mi país, excelentísimo señor Craveiro Lopes, hizo a España.

La señora Ferreira tiene más de veinte cámaras fotográficas y tres teleobjetivos. Está considerada la "primera fotógrafa" de Portugal, en justa competición con sus colegas masculinos. Y ella no quiere defraudar esta buena fama, fama que ha ganado en la noble y difícil tarea del periodismo.

REPUBLICA ARABE UNIDA

Retractación del periodista Fikri Abaza.—Uno de los acontecimientos más significativos e interesantes que se han producido estas últimas semanas en el mundo de la Prensa egipcia ha sido sin duda el de la retractación pública del conocido periodista Fikri Abaza con motivo de la aparición de un artículo suyo en el que preconizaba la estabilización definitiva del Medio Oriente, apuntando como uno de los medios para conseguirla el de buscar una fórmula de arreglo con Israel. En el mismo número de la revista semanal "Al Musawar", en que apareció este trabajo, publicaba también otro artículo sobre sus impresiones de viaje por Europa y recogía algunos aspectos de la vida española.

El primero de dichos trabajos fue juzgado severamente por las autoridades, ya que estaba en flagrante contradicción con las tesis tradicionales de El Cairo con respecto al problema palestín. Fikri Abaza perdió automáticamente sus cargos de director de la revista "Al Musawar" y de presidente del Consejo de Administración de la casa editorial "Al Hilal", viéndose así forzado a una absoluta inactividad profesional.

Pocas semanas después, y anunciado previamente con relieve, apareció en el importante diario "Al Ahram", en primera página, un artículo del propio Abaza, auténtico "mea culpa", en el que manifestaba su leal apoyo a Nasser y al régimen, y relataba todas las luchas que había librado en su vida en defensa del arabismo.

Enumeraba los favores y distinciones que había recibido del presidente Nasser, así como sus constantes intervenciones en favor de los palestineses, para concluir que su vida profesional no podía terminar bajo el régimen actual, al que tantos servicios rindió y podía todavía rendir. Su pluma —explicaba— había traicionado a su corazón. Y aunque no insistía en el tema que había sido causa de su desgracia, daba a entender que se retractaba públicamente de sus errores, deslizados en un momento de obcecación.

Este gesto de Fikri Abaza ha causado la natural sorpresa en todos los medios periodísticos, dada la personalidad del interesado. Abaza es un sexagenario avanzado, su salud no es muy buena y tiene la vista delicada, hasta el punto que casi cada año se hace cuidar en la clínica barcelonesa del doctor Barraquer. No se cree que su situación económica actual sea muy desahogada. En todo caso, desde la aparición del artículo en cuestión no se ha visto su firma en ningún periódico y hasta el momento presente no parece que haya sido contratado por ninguna empresa periodística.

LIBANO

Atentados contra periódicos pro-naseristas en Libano.—En el mismo día y en el espacio de menos de una hora hicieron explosión varias bombas en los locales de los periódicos de Beyruth "Al Siasa", "Beyruth Mesaa", "Sawt El Aruba", "Kol Chey", "El Hawadeth" y la editorial "Al Sayad", así como en la sede del Partido Najjadé. Todos estos periódicos libaneses se caracterizan por sus fuertes tendencias en favor de Nasser.

Estos atentados han coincidido con las violentas campañas que se han desencadenado en el Líbano entre partidarios de Nasser y defensores del nuevo Gobierno secesionista de Siria, reavivando viejas rencillas que años atrás ya condujeron a una auténtica guerra civil en el país.

No se sabe con certeza quiénes fueron los autores de los atentados, aunque la Prensa egipcia suponía que se trataba de miembros del Partido Popular Sirio, agrupación que preconiza la unión sirio-libanesa y que tiene en su haber numerosos actos de violencia. La Policía libanesa procedió a numerosas detenciones de sospechosos, sobre todo afiliados al Partido de referencia, pero según las últimas noticias todos menos dos fueron puestos en libertad posteriormente por falta de pruebas materiales.

Como se puede apreciar por esos atentados, los sucesos de Siria han tenido profunda repercusión en los medios periodísticos libaneses, agitados por las simpatías o antipatías nasserianas. El Gobierno ha tenido que intervenir imponiendo la censura, tras haber recomendado a cada periódico la más estricta prudencia.

La medida ha sido de difícil aplicación. El Gabinete Salam se halla a su vez profundamente dividido por sus tendencias. Como detalle significativo basta consignar que el propio ministro de Información, Abdulah Machnuk, es una de las figuras más acusadas del pro-nasserismo y su periódico se ha distinguido por los ataques lanzados contra el nuevo Gobierno de Damasco, siguiendo la línea de conducta trazada por el presidente Nasser.

Suspensión temporal de un diario libanés.—Por decisión gubernativa fue suspendido por diez días y condenado a una multa de 200 libanesas el diario "Al Chams", de Beyruth, órgano del Partido Nacional Liberal que dirige el conocido político Camille Chamún, ex presidente de la República. La decisión ha sido motivada por "incitación contra la unidad nacional" y por los ataques que el diario publicó contra el ministro de Finanzas del Gabinete Salam, Pierre Gemayel, jefe de las Falanges Libanesas.

SIRIA

Libertad de Prensa en Siria.—El ministro de la Información del nuevo Gabinete secesionista de Damasco ha anunciado que se adoptarán inmediatamente las medidas necesarias para restablecer la libertad de Prensa en todo el país, aboliendo así las restricciones que pesaban sobre los periódicos sirios. Recordó que como consecuencia de las medidas restrictivas aplicadas por la RAU sólo se publicaban últimamente en Siria cinco periódicos, todos ellos, como es natural, favorables a la RAU.

Aunque no conocemos más detalles sobre las intenciones de las nuevas autoridades damascenas, queremos recordar aquí el estado caótico en que se hallaba la Prensa siria antes de la unión con Egipto. Todos los partidos políticos, personalidades, fracciones y capillas de diversas tendencias querían poseer su propio órgano de expresión y la Prensa, de una venalidad tradicional, se hallaba a la merced de cualquier presión o interés partidista y económico. Sobre una población de unos cuatro millones de habitantes se llegaron a editar en un momento dado cerca de treinta periódicos diarios. Verdad es que la periodicidad estaba a menudo subordinada a la existencia de fondos en caja o a la complacencia de los organismos públicos. La tirada media de los principales diarios no rebasaba los 2.000 ejemplares. Los de menor categoría alcanzaban difícilmente los varios centenares.

Verosímilmente la vida futura de los periódicos sirios estará ligada a la nueva organización política del país, todavía poco precisada por los portavoces oficiales y pendiente del resultado de las elecciones generales que han de celebrarse en breve plazo.

U. R. S. S.

Rusia expulsó al corresponsal de "Le Figaro" en Moscú.—El departamento de Prensa del Ministerio soviético de Asuntos Exteriores ha ordenado la ex-

pulsión del corresponsal del diario "Le Figaro", Satche Simon, por un artículo publicado en dicho diario el pasado día 15, en el que difamaba a Krushev.

Simon ha estado en Moscú año y medio. En repetidas ocasiones, y hasta 1959, solicitó el visado ruso, pero no pudo conseguirlo. Cuando Krushev visitó Francia, Simon le pidió personalmente el visado, que le fue concedido inmediatamente.

Su expulsión no supone una acusación directa contra él, sino que se debe a los artículos antisoviéticos de sus periódicos.

Simon saldrá el martes de Moscú.

Otros dos corresponsales han sido expulsados este año de la Unión Soviética. Ambos eran alemanes occidentales. Uno de ellos fue acusado de espionaje y el otro de "atacar sistemáticamente a los dirigentes soviéticos".

"Les Echos", periódico francés, publicado en Moscú.—Parece interesante destacar la publicación del número especial de "Les Echos", aparecido en la URSS con ocasión de la Exposición Francesa de Moscú. Este número, que contenía la publicación de las firmas más importantes acreditadas en Francia, fue repartido entre los principales complejos y organismos económicos rusos.

La redacción fue la única operación llevada a cabo por el equipo habitual de "Les Echos", ya que el resto de los trabajos, como traducción, composición, impresión, tirada y difusión, los realizaron equipos soviéticos.

La publicación de este número se calificó como de "acontecimiento histórico"; pues era la primera vez, desde la revolución de octubre de 1917, que se autorizaba a un periódico francés para que fuera impreso y difundido con su mismo título en la Unión Soviética. Los técnicos no dudaron en afirmar que esto contribuía a estrechar más aún las relaciones económicas y culturales entre los dos pueblos.

URUGUAY

El Círculo Uruguayo de Prensa intentará implantar un pasaporte periodístico internacional.—El Círculo de la Prensa del Uruguay se ha propuesto bregar por la implantación de un pasaporte periodístico internacional. Esto tiene por objeto facilitar la labor y el desplazamiento de los corresponsales, enviados especiales, reporteros gráficos e "informativistas" de cine, radio y televisión.

Dicha institución, con cabal concepto de la importancia que para el desarrollo de la cultura y las actividades generales han adquirido las informaciones, ha hecho suya una iniciativa en tal sentido del señor José María Pena, miembro de la comisión directiva, y se apresta a enviarla para consideración del doctor Eduardo Pons Etcheverry, presidente del comité ejecutivo de la sección uruguaya de la U. N. E. S. C. O., titular también del Ministerio de Instrucción Pública.

Tiene aquélla la forma de un anteproyecto, en cuya exposición de motivos se subraya, entre otras cosas, que sin el concurso del periodismo en todas sus expresiones la actividad de organismos oficiales y privados, congresos, reuniones científicas, artísticas, deportivas, etc., se vería dificultada y disminuida, en perjuicio de desenvolvimiento de la cultura, del conocimiento mutuo y de las relaciones internacionales.

Por el articulado del anteproyecto, el titular del pasaporte podrá trasponer las fronteras sin necesidad de visados y eximido de trabas, en igualdad de condiciones, en cuanto corresponda, con miembros de los servicios diplomáticos.

Los pasaportes deberán estar refrendados por las entidades periodísticas o afines representativas, expresamente reconocidos por los Gobiernos nacionales respectivos. El tiempo de validez del documento, salvo circunstancias especiales, tendrá normalmente un año de duración.

Es necesario señalar que todos los beneficios o facilidades que se obtengan con el pasaporte periodístico están reservadas a los profesionales designados para desempeñar misiones en el exterior.

Se recomienda, finalmente, el proyecto y se pide que las comisiones, comités u oficinas nacionales de la U. N. E. S. C. O. pidan también al organismo má-

ximo, con sede en París, que gestione ante los Estados miembros el reconocimiento de los pasaportes de periodistas y la concesión de las facilidades consiguientes. Las autoridades del círculo de Prensa de Uruguay consideran conveniente que las instituciones similares que funcionan en los países miembros de la U. N. E. S. C. O., como también las que actúan dentro de organismos regionales, tales como la Sociedad Interamericana de Prensa (S. I. P.) y Asociación Interamericana de Radiodifusión (A. I. R.), etc., apoyen la iniciativa.

El círculo confía, además, en que los órganos de Prensa de cada país, las radioemisoras, las estaciones de televisión y los noticieros conematográficos contribuyan a prestigiarla con adecuada publicidad.

VENEZUELA

Pasó por Madrid el periodista deportivo mejor pagado del mundo: Abelardo Raidi.—De los treinta y seis países que ha visitado en su ajetreada vida periodística Abelardo Raidi, España ocupa ese puesto de excepción que le dedican todos los hispanistas enamorados.

El tiempo de este hombre es mercancía muy estimada. Quiere decirse que él no puede, no debe perder ni un gramo de hora. Cuando viaja está trabajando. Cuando hispaniza, no; cuando hispaniza descansa. Porque viene a España en busca de la atmósfera espiritual que luego va repartiendo en recuerdos a través de su "Pantalla de los Jueves", de "El Nacional", de Caracas, de sus diversos espacios de TV y radio...

—Sí, lo mejor de España es el ambiente. Un ambiente maravilloso que no he encontrado en ningún lugar del mundo. Por eso siempre que les visito lo hago para descansar y para irles comprendiendo más cada vez.

Fue ocho veces presidente del Círculo de Periodistas de Venezuela. Lleva treinta años haciendo periodismo. Comenzó cuando tenía quince. Ahora es el presidente del Colegio de Narradores Deportivos Venezolanos. Es un hombre joven, más serio que risueño, y parece algo tímido. Tiene un porte más de cantante de tangos que de venezolano...

Cuando su Gobierno le ofreció recientemente el cargo de director nacional de Deportes, él lo rechazó, porque deseaba seguir en esto del periodismo. Su periodismo no está encasillado en la página de deportes, aunque Raidi sea el más prestigioso locutor y comentarista deportivo de su país, sino que abarca la información general e internacional en cualquier faceta. Buena prueba de ello son sus tres programas de TV o su sección semanal de "El Nacional".

Raidi se extraña:

—No sé cómo no me han condecorado en España.

—¿Por qué?

—Porque en casi todo lo que he escrito hasta ahora y en la mayoría de mis programas por TV y radio he llevado una política de propaganda española. Luego, en mi programa "Carrusel", por la Televisión Nacional, que está dedicado a contestar toda clase de preguntas que formulan los telespectadores, sobre todo de viajes, he hablado mucho de España.

—¿Ha crecido bastante el oleaje turístico venezolano hacia España en los últimos años?

—Sí, mucho.

—¿Es por Raidi?

—En parte.

—¿Sobre qué le preguntan más los venezolanos?

—Sobre el tópico español.

¿Y cuando el venezolano llega a España, la encuentra más pequeña de lo que Raidi se la ha pintado?

—La encuentra del mismo tamaño, ¡que ya es bastante!

Abelardo Raidi dirige las páginas deportivas de "El Nacional", de Caracas. Tiene a sus órdenes a diez reporteros, que gozan de una hermosa autonomía a la hora de esbozar y ejecutar reportajes.

—Al periodista hay que dejarle obrar por sus propios medios. Nunca pude resistir directrices burocráticas y horarios fijos.

—¿Cómo puede atender a todas sus ocupaciones en veinticuatro horas?

—Durmiendo cinco al día.

¿Se siente usted contento con lo que duerme?

—Sí.

¿Por qué?

—Porque yo soy el periodista deportivo mejor pagado del mundo.

Las cifras cantan. La boca se nos queda abierta cinco minutos. ¡Una cantidad que entra en la frontera de lo fabuloso!

—Ahora comienza la Liga de "base-ball" y todas las noches he de retransmitir un partido. La labor es agotadora y cuando llego al final de la temporada me encuentro rendido.

Su periódico le paga con arreglo al rango que ocupa en el continente.

—"El Nacional" es el primer periódico de la América latina. Ahora ha disminuido sus páginas; saca treinta y seis, y son de gran formato.

ANUARIO

DE LA

PRENSA ESPAÑOLA

Todos los datos más interesantes y curiosos relativos a los Periódicos, Hojas del Lunes, Revistas y Boletines

Informaciones complementarias sobre Agencias informativas y de publicidad. Emisoras de radio, No-Do, Corresponsales, Fábricas de papel-prensa, etc.

LEGISLACION DE LA PRENSA

Indispensable para cualquier actividad en que sea necesario relacionarse con la Prensa de España



Pedidos a la Administración de Publicaciones de la Dirección General de Prensa

Avenida del Generalísimo, 39, 7.ª

MADRID

GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA

INFORMACION PROFESIONAL ESPAÑOLA

APERTURA DE CURSO EN LA ESCUELA DE PERIODISMO DE LA IGLESIA

EN un acto íntimo, al que sólo asistieron los alumnos y el claustro de profesores, se inauguró el día 9 de octubre el nuevo curso académico de la Escuela de Periodismo de la Iglesia, con sede en el Instituto Social León XIII.

La primera lección del curso estuvo a cargo del director de la Escuela, don Nicolás González Ruiz, que desarrolló el tema "El estilo periodístico".

Terminado el acto inaugural, dieron comienzo las clases para los alumnos de primero y segundo cursos. En la cátedra "España actual y mundo actual", el coronel de aviación don Luis Serrano de Pablos dio la primera lección del ciclo "El espacio".—"Ya", 10-X-61, 13.

FERNANDO RAMOS MORENO, NUEVO DIRECTOR DE "LA PRENSA", DE BARCELONA

LA redacción del diario "La Prensa" ha dado posesión del cargo de director del mismo al camarada Fernando Ramos Moreno el Delegado Nacional de Prensa, Propaganda y Radio del Movimiento, camarada José María del Moral. Al acto asistieron autoridades provinciales y directores, subdirectores y redactores-jefes de todos los periódicos de Barcelona, agencias informativas y emisoras de radio y televisión, así como el personal de redacción, administración y talleres de "Solidaridad Nacional" y "La Prensa".

Don Fernando Ramos Moreno, en la plena madurez de sus cuarenta años, llega a la dirección de un gran periódico barcelonés, "La Prensa", después de haber trabajado con absoluto entusiasmo vocacional desde su primera juventud, recién acabada la carrera de Derecho.

El señor Ramos hizo sus primeras armas periodísticas en el diario "Sevilla", del que hasta ahora y durante ocho años ha sido director. Antes de llegar a este cargo, trabajó en los periódicos "Falange", de Las Palmas de Gran Canaria; "Odiel", de Huelva, y "La Voz de Castilla", de Burgos, que también dirigió.

BODAS DE PLATA DE "LA NUEVA ESPAÑA"

EL diario de Oviedo "La Nueva España" cumplió el XXV aniversario de su publicación. Con tal motivo, publicó el 19 de diciembre un número especial, con inserción de artículos y comentarios relacionados con la efemérides.

DON JOSE LUIS BANUS, DIRECTOR DE "HIERRO"

SE ha efectuado relevo en la dirección del diario "Hierro", de Bilbao. Don Bernardo Bureba Muro, después de una dedicación de veintiún años al frente de este periódico, queda con el cargo de delegado provincial de Información y Turismo de Vizcaya, y cede el paso a don José Luis Banús y Aguirre, bilbaíno y hasta el momento subdirector de "La Voz de España", de San Sebastián.

MANUEL CEREZALES, NUEVO DIRECTOR DE "EL FARO-DE VIGO"

HA sido designado director del gran diario vigués "El Faro de Vigo" el ilustre periodista don Manuel Cerezales, de brillante historial en la profesión. Actualmente figuraba en el cuadro de redactores del diario madrileño "Informaciones", del que fue subdirector algún tiempo, dando entonces pruebas de su capacidad de trabajo e inteligentes dotes. Le auguramos grandes éxitos.

SABINO ALONSO FUEYO, PREMIO "JAIME BALMES" DE PERIODISMO

REUNIDO con fecha 20 de diciembre el Jurado que había de fallar el Premio Nacional de Periodismo "Jaime Balmes", instituido por orden ministerial de fecha 2 de junio de 1956, con el fin de enaltecer y recompensar la labor desarrollada durante cada año por los directores de periódicos diarios de España, se ha acordado otorgar por unanimidad el referido premio a don Sabino Alonso Fuego, director de "Levante", de Valencia.

El Jurado estaba constituido por don Adolfo Muñoz Alonso, director general de Prensa, como presidente; don Valetín Gutiérrez Durán, subdirector general de Prensa, como secretario, y como vocales: don Emilio Romero Gómez, director del diario "Pueblo", de Madrid; don Guillermo Luca de Tena y Brunet, director del diario "A B C", de Sevilla; don Ricardo Vázquez-Prada Blanco, director del diario "Región", de Oviedo, y don José Antonio Muñoz Mompeán, director del diario "Amanecer", de Zaragoza.

* * *

Con la concesión del preciado galardón, recibe el señor Alonso Fuego público y oficial reconocimiento de una entrega profesional ejemplar, de cuyos méritos puede dar idea el siguiente esquema biográfico:

Ejerce el periodismo militante desde el año 1931. Fue redactor-jefe de "La Nueva España", de Oviedo; redactor-jefe y colaborador de "Libertad" de Valladolid, y director del mismo en 1942.

Subdirector y actualmente director de "Levante".

El premio "Bimestral de la Dirección General de Prensa", premio "Ejército", premio "Virgen del Carmen", premio nacional de periodismo "José Antonio Primo de Rivera 1948".

En orden universitario, es doctor en Derecho y en Filosofía y Letras, y actualmente profesor adjunto encargado de la cátedra de Filosofía Española en la Universidad de Valencia.

Ha dictado conferencias en las principales Universidades y centros literarios de España, y tiene publicados varios ensayos culturales y de periodismo. Hizo viajes de ampliación de estudios al extranjero.

Posee varias condecoraciones, entre otras, la Encomienda al Mérito Agrícola (precisamente por haber creado un suplemento dedicado a la agricultura en el periódico "Levante"), el Víctor de Plata del S. E. U. y la Encomienda con Placa de la Orden de Cisneros.

GONZALO GARRIDO. NUEVO DIRECTOR DE "LINEA"

Por el delegado nacional de Prensa, Propaganda y Radio del Movimiento, ha sido nombrado don Gonzalo Garrido Gutiérrez director de "Línea", cargo vacante desde que marchó a Zaragoza don Antonio Muñoz Mompeán, y que ha venido desempeñando accidentalmente el subdirector que aquel diario, don Diego Martínez Peñalver.

* * *

Gonzalo Garrido es salmantino, tiene veintiocho años y procede de las filas del Frente de Juventudes madrileño. Un año después de su salida de la Escuela Oficial de Periodismo, el primero de diciembre de 1957, fue nombrado director de "Ofensiva", de Cuenca, con veinticuatro años, siendo el director más joven de la Prensa del Movimiento. La Delegación Nacional premió su gestión al frente de este periódico, en el que ha permanecido cuatro años, hasta su nombramiento como director de "Línea".

AGASAJO DE LOS LIBREROS A EMILIO ROMERO

El gremio de libreros de Madrid ha reanudado los almuerzos-homenajes que tradicionalmente ofrecía a los autores más destacados en el campo de las Letras. La primera de estas simpáticas reuniones se celebró el día 12 de diciembre, y fue en honor de Emilio Romero, director de "Pueblo", como reconocimiento a sus éxitos literarios y periodísticos más recientes.

DOS REDACTORES DE LA AGENCIA EFE, CAMPEONES DE TAQUIGRAFIA

Con un campeonato de taquigrafía se iniciaron en la Real Sociedad Económica Matritense de Amigos del País los actos conmemorativos del segundo centenario del nacimiento del inventor de la taquigrafía española, don Francisco de Paula Martí.

Se proclamó campeón don César Clemente Bolado, y subcampeón don Juan Antonio Pérez-Campanero, ambos redactores de la agencia Efe. Fue concedido un accésit al también redactor de la misma agencia don Manuel Novillo.

PERIODISTAS ESPAÑOLES A NUEVA YORK

En avión de la "Iberia" marcharon a Nueva York un grupo de periodistas españoles que, invitados por la citada compañía aérea, permanecieron una semana en los Estados Unidos.

Integraron la expedición don José Luis García Rubio, secretario general de la Dirección General de Prensa; don Emilio Romero, director de "Pueblo"; don Santiago Galindo Herrero, director de "El Alcázar"; don Luis Gutiérrez Santamarina, director de "Solidaridad Nacional"; don Pedro del Llano López,

director de "La Voz de Galicia"; don Félix Morales López, director de "El Pueblo Gallego"; don Enrique del Castillo, director de "Diario de Barcelona"; don Mariano Prado Montero, director de "Arriba España"; don José Luis García Gallego, redactor de la "Agencia Efe"; don José Luis Martínez Redondo, redactor de "A B C"; don Carmelo Martínez González, redactor-jefe de "Arriba"; don Adolfo Prego de Oliver, redactor de "Informaciones"; don Luis Sáenz de Pazos, director de "Avión"; don Francisco Casares, presidente de la Asociación de Escritores de Turismo; don Agustín Monsoli Martín, operador de "No-Do"; don Gerardo Contreras, fotógrafo; don José Zubeldía Amador, redactor-jefe de "La Prensa"; don José Pernau Rius, redactor de "El Correo Catalán"; don Angel Elías Riquelme, redactor-jefe de "El Noticiero Universal"; don Pedro Voltres Bou, redactor de "La Vanguardia"; don José Delgado, redactor de "Alerta"; don Francisco Abelló, redactor de "Región", y don Francisco Echevarría Valdivia, redactor-jefe de "El Correo Español".

Acompañan a los viajeros los jefes de Propaganda y Prensa de "Iberia", don Enrique Abellán y don Jacobo de Armijo.

PERIODISTAS COLOMBIANOS EN ESPAÑA

UN grupo de periodistas colombianos que visitan Madrid fueron recibidos en la Asociación de la Prensa por sus compañeros madrileños. En el salón de actos de la Asociación, colombianos y españoles departieron largamente sobre temas periodísticos y de actualidad, en medio de la mayor confraternidad.

El presidente de la Asociación de la Prensa de Madrid, don Pedro Gómez Aparicio, dio la bienvenida a los periodistas colombianos, y señaló los lazos que unen a ambos países, a pesar de la distancia que los separa. El embajador de Colombia en España hizo uso de la palabra para transmitirla al decano de los periodistas colombianos, doctor Galvis Galvis, quien agradeció las continuas muestras de afecto que reciben desde que se encuentran en España. Hizo grandes elogios de la organización de los periodistas madrileños y propuso una Asociación de Periodistas Hispanoamericanos, "que —dijo— uniría aún más a nuestros países".

PERIODISTA MEJICANO EN ESPAÑA

SE encuentra en España el periodista mejicano don Antonio Rius Facius, que está realizando una gira periodística por Europa como corresponsal del diario "Novedades", de Méjico.

El señor Rius es miembro de la Junta de gobierno del Instituto Cultural Hispano-Mejicano.

Durante su estancia en nuestra Patria se propone estrechar vínculos con el Instituto de Cultura Hispánica, así como visitar la región levantina, tierra de sus mayores.

PERIODISTAS ARGENTINOS EN "YA"

VISITARON la redacción y talleres de "Ya" el ilustre periodista argentino don Javier Díaz, director del diario "El Mundo", de Buenos Aires, acompañado del gerente del mismo periódico, don Roberto Socol, y del señor Henry Buckley, director de la agencia Reuter para España.

Fueron recibidos por el director y alto personal de la casa y recorrieron detenidamente las instalaciones y dependencias de la empresa.

NOS VISITA EL DIRECTOR DEL PERIODICO BRASILEÑO "O POVO"

SE encuentra en España, invitado por el Instituto de Cultura Hispánica, don José Caminha Alencar, director del periódico "O Povo", de Fortaleza

(Brasil). El señor Caminha Alencar ha visitado también distintas ciudades de Alemania occidental, Holanda e Inglaterra, invitado por los respectivos Gobiernos. En nuestro país permaneció diez días visitando diversas ciudades españolas.

EL SEÑOR GARCIA DE MARCO (TILU), NUEVO REDACTOR-JEFE DE "DIGAME"

HA sido nombrado redactor-jefe de nuestro fraternal colega el semanario "Dimage" don Luis Julio García de Marco (Tilu), seudónimo que ha popularizado en sus escritos y dibujos.

El señor García de Marco, redactor hasta ahora de "Dígame", sustituye en dicho cargo a don Fernando Castán Palomar, que se ha visto reclamado por otras actividades profesionales. No obstante, el señor Castán Palomar continuará colaborando en "Dígame", desempeñando, como hasta aquí, la crítica teatral.

HOMENAJES Y DISTINCIONES

El ministro del Ejército, teniente general Barroso, ha impuesto las insignias de la Gran Cruz del Mérito Militar, con distintivo blanco, al director general de Prensa, profesor doctor Muñoz Alonso.

En la Embajada de España en Lima, y por el embajador, marqués de Merry del Val, ha sido entregado el premio Jaime Bausate y Mesa, instituido por esta representación diplomática, a don Fernando de la Presa, periodista español, actualmente jefe de la página cultural del diario "La Prensa", de Lima.

El arzobispo doctor Delgado Gómez ha impuesto las insignias de caballero comendador de la Orden de San Silvestre, distinción otorgada por Su Santidad el Papa Juan XXIII al director de "Diario de Navarra" y periodista de honor, don Raimundo García y García.

El escritor y crítico cinematográfico de "Arriba", don Luis Gómez Mesa, ha sido nombrado socio de honor de la Asociación de Diplomados del Instituto de Investigaciones y Experiencias Cinematográficas.

El Gobierno de Italia ha concedido al ilustre periodista italiano don César A. Gullino, corresponsal de varios diarios de aquel país en Madrid y presidente de la Asociación de Corresponsales Extranjeros en España, la Orden al Mérito, en recompensa a su constante labor de muchos años.

Con motivo del XXXVIII aniversario de la Radiodifusión Española, la emisora decana, E. A. J. 1, Radio Barcelona, ha concedido la medalla de oro a don Enrique del Castillo Yurrita, director del "Diario de Barcelona".

NECROLOGIA

En Madrid ha fallecido don Francisco Lucientes, actualmente corresponsal de la Agencia Pyresa, en los Estados Unidos. Sufrió un cáncer, y al ser desahuciado por los médicos norteamericanos se trasladó a Madrid.

Francisco Lucientes era un periodista de cuerpo entero. En el año 1929 era ya redactor-jefe de "Heraldo de Madrid". De la jefatura de redacción pasó al extranjero, en busca de la noticia, que él servía en magistrales crónicas. Los viajes eran su gran pasión, pero no olvidaba por ello a su Madrid natal, adonde quiso venir a morir cuando se supo herido sin esperanzas. Fue corresponsal de "Ya" en París al aparecer nuestro periódico como diario de la tarde en 1935. Cuando se produjo el Alzamiento Nacional fue a zona nacional para escribir la crónica histórica de la epopeya de cada día. Volvió a Francia al llegar

la paz española, y nuevamente le sorprende allí la guerra. Siguió a los ejércitos franceses hasta su retirada en Burdeos. Luego, Berlín; después, Washington.

Dirigió nuestro colega "Informaciones" hace pocos años. Fue nombrado agregado de Información en nuestra Embajada de Washington. En Nueva York residió hasta hace poco, escribiendo para la cadena de periódicos de Pyresa, del Movimiento. Desde el año 1946 poseía la encomienda de la Orden del Mérito Civil.

A la edad de sesenta y cinco años ha fallecido el crítico deportivo de "Ya", don Eduardo Teus. La muerte le sobrevino a consecuencia de una embolia cerebral, en el campo de San Mamés, mientras presenciaba el partido de fútbol entre el Atlético de Bilbao y el Real Madrid.

Eduardo Teus había sido futbolista, y luego prestigioso periodista. Escribió en "El Imparcial" y en "El Sol", antes de la guerra. Luego, en "La Voz de España" y en "España", y, finalmente, en "Ya".

Ha dejado de existir, a consecuencia de un fallo del corazón, el que fue entrañable colega en la crítica deportiva Alberto Martín Fernández, que popularizó el seudónimo de "Juan Deportista".

Alberto Martín Fernández tenía sesenta y cuatro años. Empezó a ejercer la crítica deportiva en 1918, en diversas publicaciones semanales. Pasó luego, como redactor, al diario "La Acción", y, posteriormente, a "A B C". Durante nuestra Cruzada, con la firma de "Spectator", publicó numerosas crónicas de guerra en "A B C" de Sevilla, haciéndose también popular el timbre de su voz a través de la radio. Al llegar la victoria, ingresó de nuevo en "A B C", de Madrid, como jefe de su sección deportiva. Hace cuatro años pasó del mencionado diario a "Madrid" como jefe de sus planas deportivas.

Era doctor en Medicina, profesión que ejercía, y jefe de los Servicios del Seguro de Enfermedad. Fue también, desde su fundación hasta hace unos meses, jefe de Prensa de la Delegación Nacional de Educación Física y Deportes.

Ha fallecido el prestigioso periodista salmantino don Luciano Sánchez Fraile, a la edad de cincuenta y nueve años. Era en la actualidad director de "El Adelanto" y presidente de la Asociación de la Prensa. El señor Sánchez Fraile inició su carrera periodística en "La Gaceta Regional", donde llegó a ocupar el cargo de redactor-jefe, y pasó después a la dirección de "El Adelanto", que ha desempeñado durante los últimos veinte años. También ejercía la profesión de abogado-procurador. Estaba en posesión de la Encomienda de la Orden del Mérito Civil, y hasta hace poco había desempeñado el cargo de consejero provincial del Movimiento.

Víctima de una angina de pecho, falleció en San Sebastián el veterano periodista donostiarra don Luis Ureña. Había pertenecido a varias redacciones de diarios locales y en la actualidad editaba las revistas "San Sebastián" y "Ciaboga", dirigiendo el boletín mensual del Real Automóvil Club.

Ha fallecido en Logroño, a los cuarenta y ocho años de edad y treinta y uno de profesión periodística, el director de "Nueva Rioja" y corresponsal de la agencia Cifra, don Antonio Loma-Osorio y Uriarte. Era, además, abogado, presidente del Consejo Provincial del Instituto Nacional de Previsión, consejero del Movimiento y delegado provincial de Asociaciones. Estaba en posesión de la Cruz de Caballero de la Orden de Cisneros.

La muerte le sobrevino inesperadamente a consecuencia de una afección cardíaca.

El señor Loma-Osorio fue redactor de "El Diario de la Rioja" y más tarde director de este periódico. Al término de la Guerra de Liberación fue designado por el Movimiento primer jefe de Prensa y Propaganda en la provincia, cargo que ocupó hasta la reaparición del periódico. Había sido, durante la campaña, corresponsal de guerra y perteneció a las Brigadas de Navarra.

A los setenta y siete años de edad falleció en Las Palmas el veterano periodista don Víctor de Miguel y Suárez de Peñalba. Inició sus tareas periodísticas en la Redacción de "El Debate", en Madrid, en 1914. Posteriormente ocupó todos los cargos jerárquicos profesionales en diversos diarios y revistas

nacionales y como corresponsal de publicaciones periódicas hispanoamericanas y de agencias informativas nacionales y extranjeras. Formó parte de la Redacción de la agencia alemana D. N. B., en Bilbao, hasta la terminación del Movimiento Nacional.

Fue redactor-fundador del diario "Hierro" y ocupó varios cargos sindicales. En Las Palmas ocupó, entre otros cargos, el de secretario de la Delegación de Ex Cautivos. Actualmente era redactor del diario "Falange", de Las Palmas, y estaba en posesión de las medallas de Sufrimientos por la Patria y de la Vieja Guardia, así como la de plata de la Cruz Roja Española, el Aspa Roja de la Falange, la Medalla de la Campaña y otras condecoraciones nacionales y extranjeras.

MUTUALIDAD LABORAL DE PERIODISTAS

NUPCIALIDAD

Don Daniel de la Fuente Torrón, de Tarragona, y don Daniel Saucedo Aranda, de Granada.

NATALIDAD

Don José María Cruz Román y don Miguel Domínguez Randez, de Valencia; don Antonio Fernández Cid Termes, don José Olmo Losada, don Manuel R. Gómez Aróstegui, don Víctor Ruiz Egozcue, don Fernando Castán Cerezueta, don Carlos Gerez Cuesta y don Pedro Sardina Díaz, de Madrid; don Emilio Romero Buades, de Tetuán; don Julio Moreno Dávila y don Eduardo Molina Fajardo, de Granada; don Timoteo Esteban Vega, de Alicante; don Fernando Barrera Balladrín, de Bilbao; don Francisco Daunis Ribera, don Rafael Gómez Raya y don Juan A. Sáenz Guerrero, de Barcelona; don José A. Blázquez Cabrera, de Sevilla; don Antonio Ribas Martínez, de Avila; don Mauro Muñiz Rodríguez, de Gijón; don Constantino Armesto Rey, de La Coruña; don Francisco Pons Capó, de Mahón.

DEFUNCION

Don Benito Gómez Oliveros, de Madrid.

VIUDEDAD

Doña Encarnación Alvarez Codes, de Ceuta.

JUBILACION

Don Miguel González Carrere, de Logroño; don Manuel Serdá y Díaz de A., de Madrid; don Emiliano Lacoa González, de Bilbao; don Santos Esquivias Urquiola, de Palma de Mallorca, y don Luis Martínez de Galinsoga, de Barcelona.

EXTRARREGLAMENTARIAS

Don Marino Rubiera Loche, don Alvaro Bacallado González y don Bernardino Sáez de Sicilia B., de Madrid; don Juan Martínez Martín, de Almería; don Jorge Sánchez Candial, de Zaragoza; don Luis Romero Nieto, de Toledo; don Julio Campuzano Cantero, de Cádiz, y don Luis Courel Pardo, de Vigo.

MOVIMIENTO DE PERSONAL

ALTAS

Don Fernando Vega Granda, redactor de segunda de "Hierro" (Bilbao); don José V. Gay Frías, redactor de segunda de "Amanecer" (Zaragoza); don José M. González Torga, redactor de segunda de "Hoy" (Badajoz); don Juan R. Vila Fortuny, redactor de segunda de "Hoja del Lunes" (Barcelona); don Manuel Pulido Bermejo, redactor de segunda de "Hoja del Lunes" (Barcelona); don Jorge Soterías Font, redactor gráfico de "Hoja del Lunes" (Barcelona); don Manuel Tourón Martínez, redactor de segunda de "Pueblo Gallego" (Vigo), y don José Lumbreras Pino, redactor de segunda de "Nueva Rioja" (Logroño).

B A J A S

Don Miguel González Carrere, redactor de primera de "Nueva Rioja" (Logroño), jubilado.

CONCURSOS RESUELTOS

PERIODISMO

El premio de periodismo creado por la Dirección General de Prensa, con el tema "18 de julio de 1936; vigencia y actualidad del Movimiento nacional" ha sido otorgado al artículo "Perspectiva histórica", original de don Federico Villagrán.

El concurso de Prensa, radio y televisión "Burgos 1.º de octubre", convocado por la Comisión organizadora de los actos del XXV aniversario de la exaltación del Caudillo Franco a la Jefatura del Estado, se han resuelto del siguiente modo:

Premios "Veinticinco años de Caudillaje": el primero se concedió, por unanimidad, al artículo original de don José María de Gárate Córdoba, titulado "Dos primeros de octubre en Burgos, a las doce". El segundo premio ha correspondido a don Jesús Vasallo, director del diario "Libertad", de Valladolid, por su artículo "Exaltación del futuro", publicados, respectivamente, en "Arriba" y en "La Voz de Castilla".

Premios "Burgos, capital de la Cruzada": el primero se otorgó al artículo titulado "Burgos, capitalidad de la Cruzada", original de fray Valentín de la Cruz y publicado en "La Voz de Castilla", y el segundo, al que lleva por título "Burgos, cabeza de la Cruzada", cuyo autor es el joven escritor burgalés don José Luis Calzada Picón.—"Pueblo", 27-IX-61, 13.

Los premios bimestrales de periodismo creados por la Dirección General de Prensa para recompensar la labor realizada por las "Hojas de los Lunes" y los semanarios de información general, se han adjudicado el de dos mil pesetas a la "Hoja del Lunes" de Valencia y otro de mil quinientas pesetas al semanario "Iguagrada", de Iguagrada.

El Jurado designado para fallar el concurso de premios anunciado por la Asociación Española para el Progreso de las Ciencias para premiar al autor de la mejor colección de artículos de divulgación científica publicados en la Prensa diaria, ha acordado conceder el premio correspondiente al primer semestre del presente año al doctor don Octavio Aparicio, por sus artículos sobre Medicina publicados en el diario "Pueblo".

El Jurado que había de juzgar los trabajos presentados al premio de periodismo creado por la Dirección General de Prensa, con el tema "La transformación de Andalucía", ha acordado otorgar el premio al artículo "La nueva Andalucía", original de don Ramón Castillo Meseguer.

Fallado el concurso para Prensa y radio, convocado por la Comisión del Congreso Eucarístico de Zaragoza, el resultado es el siguiente:

Premio de 3.000 pesetas al mejor artículo, a don José Antonio Oliván, por el publicado en el "Noticiero de Zaragoza". Premio de 4.000 pesetas, a la mejor colección de reportajes, a don Pedro Pascual Martínez, por los publicados en "Arriba" y "El Español", de Madrid. Premio de 3.000 pesetas, al mejor guión radiofónico, a don Antonio Sánchez Leonart, por el radiado en La Voz de la Juventud Valenciana, de Burjasot.

El Jurado encargado de otorgar el premio Manuel Tercero y Alfonso Senra ha acordado por unanimidad conceder el correspondiente al pasado año judicial a don Jaime Miralles Alvarez, cronista de Tribunales del diario de la mañana "A B C".

El Jurado del concurso periodístico II Salón-Exposición de la Piel ha emitido el siguiente fallo: Primer premio, de 2.500 pesetas, a don José Gómez Figueroa por su trabajo "Madrid, gigantesca factoría de pieles", publicado en "Hoja del Lunes", de Madrid; segundo, de 1.500 pesetas, a don Carlos María Franco por su reportaje radiofónico "II Salón-Exposición de la Piel", difundido por la emisora Radio Madrid, y tercero, de 1.000 pesetas, a don Alvaro Linares Rivas por su trabajo "La II Exposición de la Piel", publicado en el diario "Informaciones", de Madrid.

Se conceden dos accésits de 750 pesetas cada uno a la señorita Mercedes Chivelet, por su trabajo en diversos periódicos de provincias, y a don Bonifacio Varea González, por su artículo difundido por Radio Juventud de España. El premio al mejor reportaje gráfico, dotado con 750 pesetas, se concede a don Gerardo Contreras, redactor de "Arriba".

Se ha fallado el premio instituido por los colegios de San Estanislao de Kostka para trabajos periodísticos referentes a problemas de Enseñanza Primaria o Media en España. El premio único, dotado con 25.000 pesetas, fue adjudicado a don Federico Muelas por su artículo titulado "Mirar, no; leer".

Han sido otorgados los tres premios del concurso de artículos de Prensa convocado por la Confederación Española de Cajas de Ahorros, de 10.000, 5.000 y 2.500 pesetas, respectivamente; el primero, a don Adolfo de Azcárraga, por su artículo "El ahorro, disciplina humana", publicado en "Las Provincias", de Valencia; el segundo, a don Jesús López Medel, por "Familia y ahorro", que apareció en "Familia Española", de Madrid, y el tercero, a don Saturnino Rodríguez Ojeda, por "El ahorro merece un monumento", que se insertó en "El Diario de Burgos".

El Jurado designado por la Federación Española de Centros de Iniciativa y Turismo (FECIT) para examinar y calificar los artículos presentados al concurso anual de Prensa y Radio, acordó otorgar el primer premio a don Lucas González Herrero, por la colección de artículos sobre turismo publicados en diversos periódicos y revistas, y el segundo premio, a don Antonio

Gallego Morell, por sus trabajos acerca de la utilización turística de Sierra Nevada (Granada).

Se ha hecho público el fallo del Jurado relativo al concurso periodístico convocado por el Ayuntamiento de Cádiz con motivo del estreno de "La Atlántida", del inmortal Falla.

El premio correspondiente al tema "Falla y su obra musical", dotado con 15.000 pesetas, ha sido otorgado a don Antonio Fernández Cid, por su trabajo publicado en el periódico "Informaciones" el 15 de noviembre, con el título de "El artista y sus perfiles humanos musicales".

El segundo, sobre "Falla y Cádiz, su ciudad natal", dotado con 10.000 pesetas, se otorgó al trabajo "De la vida breve a "La Atlántida", original de don Juan J. Viniegra, publicado en "Ya" el 26 de noviembre.

El Jurado designado para la concesión de los Premios Nacionales de Periodismo "Francisco Franco" y "José Antonio Primo de Rivera" ha acordado proponer la adjudicación del Premio Nacional de Periodismo "Francisco Franco" a los trabajos presentados por don Francisco Javier Martín-Abril, y el Premio Nacional de Periodismo "José Antonio Primo de Rivera", a la obra presentada por don Angel Ruiz Ayúcar, acuerdo que ha sido refrendado oficialmente.

Componían el Jurado el ilustrísimo señor don Adolfo Muñoz Alonso, director general de Prensa, como presidente; ilustrísimo señor don Valentín Gutiérrez Durán, subdirector general de Prensa, como secretario, y como vocales, ilustrísimo señor don José María del Moral y Pérez de Zayas, delegado nacional de Prensa, Propaganda y Radio del Movimiento; don José Luis Gómez Tello, don Julio Trenas López, don Luis Calvo Andaluz, director del diario "A B C", de Madrid; don Pedro Gómez Aparicio, director de "Hoja del Lunes", de Madrid, y don Manuel González Hoyos, director de "El Diario Montañés", de Santander.

El primer premio, de 20.000 pesetas, del concurso de artículos periodísticos sobre el vino, convocado por el Sindicato Provincial de la Vid, Cerveza y Bebidas de Barcelona, ha sido adjudicado a don José Montero Alonso por su artículo "El vino, cirineo de la tristeza", publicado en "Diario de Burgos"; segundo, a don Carlos Blanco Soler por "El vino bien bebido, no es nocivo", aparecido en "Ya", y el tercero, a don Antonio Alvarez Solís, por su artículo "Desde Noé a nuestros días", publicado en "Hoja del Lunes", de Barcelona.

La comisión encargada del fallo del concurso anual de Prensa, convocado por el Ayuntamiento para galardonar a las dos mejores colecciones de artículos y reportajes sobre Madrid, acordó conceder un premio especial de 5.000 pesetas a José Gómez Figueroa, de la "Hoja del Lunes", de Madrid. Con anterioridad habían sido premiados, también con 5.000 pesetas cada colección, los trabajos de Francisco Hernández Morcillo, de "Ya", y los de Francisco Bonmati de Codedico, publicadas en "A B C".

El concurso de artículos sobre temas campamentales publicados en la Prensa nacional, que convocó el Frente de Juventudes, se ha resuelto así: El primer premio, dotado con 15.000 pesetas, se concedió a Manuel Alcántara; el segundo, de 10.000, a Luis del Río, y el tercero, de 5.000, a Jesús Vasallo. Un accésit, de 2.500 pesetas, se otorgó a Juan de Neguri.

El Jurado calificador de los trabajos presentados al concurso de Prensa y radio convocado con motivo de la celebración del II Desfile de la Moda Española de la Piel ha otorgado el primer premio, de 3.000 pesetas, al artículo "Gran parada de la piel", de don Francisco Costa Torro, publicado en "El Español". El segundo, a "Nuestra industria de la piel", de don Juan Blanco, que apareció en "Arriba". Los dos accésits de mil pesetas se conceden a doña Blanca Alvaréz por su artículo "La piel, de moda", editado en "Tele-Radio", y a don José Rodríguez Alfaro por un reportaje en "Informaciones".

Han sido concedidos los premios de la Fundación "Juan March" de 1961, dotado cada uno con quinientas mil pesetas, en las convocatorias de "Letras", "Ciencias Jurídicas", "Medicina" e "Ingeniería", los cuales han sido otorgados, respectivamente, a don Gerardo Diego, don Federico de Castro y Bravo, don Emilio Díaz-Caneja y Candanedo y don Juan Antonio Suanzes.

La novela "Elegía por una esperanza", original de Antonio Prieto, ha obtenido el primer premio del noveno concurso Ondas, según el fallo emitido por el Jurado al final de la gran gala celebrada anoche en conmemoración del XXXVII aniversario de la radiodifusión española.

Antonio Prieto es natural de Almería y tiene treinta años de edad. Está casado con la escritora Pilar Palomo.

Ha sido adjudicado el premio de novela "Biblioteca Breve", instituido por Seix Barral, editor, y discernido por un Jurado compuesto por don Carlos Barral, don José María Castellet, don Juan Petit, don Víctor Seix y don José María Valverde.

El premio "Biblioteca Breve, 1961", con una dotación de 100.000 pesetas, convocado este año para ser fallado el día primero de diciembre, a fin de que la novela ganadora pueda ser automáticamente presentada en el mes de mayo dentro de la terna de candidatos españoles al próximo premio Formentor, se decidió entre 69 novelas recibidas dentro del periodo previsto por las bases. De dichas 69 novelas, 48 son de escritores españoles —45 procedentes de España y 3 del extranjero— y 21 de escritores hispanoamericanos. De estas últimas, 7 proceden de la Argentina, 11 de Bolivia, 5 de Colombia, 1 de Costa Rica, 1 de Chile, 1 de Honduras, 2 de Méjico y 3 de Uruguay. De las españolas, 12 proceden de Madrid, 14 de Barcelona y 19 del resto del país.

Tras una sección previa y sucesivas votaciones, el premio fue adjudicado a la novela "Dos días de septiembre", de José Manuel Caballero Bonald, que obtuvo cuatro votos, quedando finalista con un voto, "El paredón" (título provisional, según advertencia del autor), de Carlos Martínez Moreno.

José Manuel Caballero Bonald nació en 1926, en Jerez de la Frontera, y actualmente reside en Bogotá (Colombia). Ha publicado cuatro libros de poesía: "Las adivinaciones" (1952), "Memorias de poco tiempo" (1954), "Anteo" (1956) y "Las horas muertas" (1959), republicado después justamente con otros poemas y con el título "Crónica" (1961). Ha publicado otros libros sobre folklore andaluz. Obtuvo el Premio Boscán en 1958 y el Premio de la Crítica en 1959. Actualmente es profesor de literatura española de la Universidad de Bogotá.

La obra premiada es la radioscopia social de una ciudad vitícola del sur de España.

El finalista, Carlos Martínez Moreno, nació en 1917 en Colonia del Sacramento (Uruguay) y reside actualmente en Montevideo, donde ejerce el oficio de periodista, como crítico, editorialista y colaborador de periódicos y revistas de su país y otros lugares de la América Latina. Ha publicado dos libros de narraciones, "Los días por vivir" y "Cordelia" (Montevideo, 1960 y 1961). En 1960 obtuvo el segundo premio en el concurso hispanoamericano de "Life" con su novela corta "Los Aborígenes".

La obra finalista es una novela preocupada por el porvenir moral y político de la América de habla hispana, en la que con intensidad creciente afloran en los últimos años las convulsiones hasta ahora sordas de su juventud y de su fuerza.

César Aller ha obtenido el premio Calibo, de novela corta, por su obra "El Tren"

Han sido adjudicados los "Premios Santa Lucía", en total seis, con un importe de 250.000 pesetas.

El premio "Sant Jordi", de novela, dotado con 150.000 pesetas, fue concedido a la obra "L'Ultim Repla", de la es autor don José María Espinas.

El premio "Biografía Aedos", de biografía castellana, dotado con 25.000 pesetas, ha sido concedido a Elvira Martín, por su obra "Tres mujeres gallegas del siglo XIX" (Concepción Arenal, Rosalía de Castro y Emilia Pardo Bazán).

El premio "Aedos", para biografía catalana, ha sido ganado por el padre Romualdo Díaz, monje de Montserrat, por su biografía del padre Buenaventura Ubach. Este premio estaba dotado con 25.000 pesetas.

El premio "Víctor Catalá", de narraciones, dotado también con 25.000 pesetas, fue ganado por Estanislao Torres, por su obra "La Xera".

El premio de ensayo "José Ixart", dotado con 15.000 pesetas, fue ganado por José María Corredor, por su libro "La Societat Industrial i nosaltes".

Finalmente, el de mecanografía comercial "Maspons y Camarasa", con 10.000 pesetas, fue otorgado a Eduardo Rodeja, por su libro "El libro de Figueres".

CONCURSOS CONVOCADOS

PERIODISMO

PREMIO DE PRENSA O RADIO SOBRE BENIDORM INSTITUIDO POR EL AYUNTAMIENTO.—BASES:

1.^a Los artículos habrán de versar sobre Benidorm.

2.^a Los artículos habrán de ser publicados o radiados entre las fechas comprendidas entre el 1 de enero y el 15 de diciembre de 1962.

3.^a Los autores de los respectivos artículos deberán enviar al Ayuntamiento de Benidorm, antes del 20 de diciembre de 1962, diez ejemplares del periódico donde hubieran aparecido los trabajos o bien diez copias del artículo radiado, acompañado del oportuno certificado de la emisora, en el que se haga constar: título del mismo, nombre del autor, fecha y emisión en que hubieran sido radiados.

4.^a El Jurado que dictaminará sobre los trabajos presentados estará compuesto por: ilustrísimo señor delegado nacional de Prensa del Movimiento, ilustrísimo señor director general de Prensa, ilustrísimo señor director general de Radiodifusión, excelentísimo señor gobernador civil y jefe provincial del Movimiento de Alicante, ilustrísimo señor presidente de la excelentísima Diputación Provincial de Alicante, ilustrísimo señor alcalde de Benidorm, excelentísimo señor secretario de la Real Academia de la Historia, un licenciado en Filosofía y Letras hijo de Benidorm y el secretario de la Asociación Gabriel Miró de Amigos de Benidorm, que actuará como secretario.

5.^a Se establecen los siguientes premios: uno de veinte mil pesetas al au-

tor del artículo de Prensa o Radio mejor conceptualizado por los miembros del Jurado; un accésit de diez mil pesetas para el trabajo que le siga en mérito.

6.^a Cada autor podrá presentar los trabajos que considere oportunos.

7.^a El fallo del Jurado será inapelable.

CONCURSO "CRUZADA DE PROTECCION OCULAR".—La "Cruzada de Protección Ocular", en su deseo de difundir la necesidad de cuidar y vigilar nuestros ojos, convoca un concurso nacional que se regirá bajo las siguientes bases:

1.^a Podrán optar a los premios los artículos periodísticos o guiones radiofónicos que se publiquen o radien en cualquier periódico, revista o emisora de España desde el 1 de septiembre hasta el 31 de diciembre de 1961, difundiendo aspectos varios relacionados con el cuidado de la vista, la protección de los ojos y la corrección de los defectos visuales.

2.^a De cada uno de los artículos periodísticos se presentarán cinco ejemplares en sus textos impresos, pegados en hojas blancas de papel tamaño folio, firmados por el autor, que hará constar a máquina su nombre, apellido y domicilio, así como título y fecha del periódico o revista en que se publicó su trabajo.

3.^a Los guiones radiofónicos deberán presentarse, asimismo, por quintuplicado escritos a máquina a una sola cara y a doble espacio, en papel tamaño folio, con la firma del autor, que

hará c
apellid
se un c
pondien
program
4.^a
a "Cr
calle d
na-7,
Premio
dio".
5.^a
a las c
de ene
6.^a
cada p
el mej
de rad
7.^a
de rad
mios p
mer p
pesetas
y un t
8.^a
ficador
Prensa
delega
Inform
Bassol
Servic
ciones
Barcel
más,
Prensa
secretar
tor de
9.^a
segund
1962.
10.^a
curso
ses y
inapel
DOS
DEL C
del Ca
tados
Subse
de 100
trabaj
selecc
marít
premi
Consti
Nacion
GACET

hará constar a máquina su nombre, apellidos y domicilio. Deberá adjuntarse un certificado de la emisora correspondiente indicando la fecha, hora y programa en que fueron transmitidos.

4.^a Los trabajos deberán remitirse a "Cruzada de Protección Ocular", calle de Balmes, 16, 5.º, 2.ª, Barcelona-7, con la indicación "Obtante al Premio de Periodismo o guión de Radio".

5.^a El plazo de admisión finalizará a las doce horas del miércoles día 10 de enero de 1962.

6.^a Se crearán 50 premios (uno para cada provincia) de 1.000 pesetas para el mejor artículo periodístico o guión de radio.

7.^a De entre los artículos o guiones de radio que hayan obtenido los premios provinciales se dilucidará un primer premio nacional dotado con 15.000 pesetas, un segundo premio de 10.000 y un tercer premio de 5.000 pesetas.

8.^a Formarán parte del Jurado calificador, entre otras personalidades de Prensa y Radio, don Demetrio Ramos, delegado provincial del Ministerio de Información y Turismo; don Esteban Bassols Montserrat, delegado de los Servicios del Régimen Interior y Relaciones del Excmo. Ayuntamiento de Barcelona; don Antonio Martínez Tomás, presidente de la Asociación de Prensa de Barcelona, actuando como secretario don Juan Viñas Bona, director de la Cruzada de Protección Ocular.

9.^a El fallo se hará público en la segunda decena del mes de febrero de 1962.

10.^a La participación en este Concurso implica la aceptación de las bases y del fallo del Jurado, que será inapelable.

11.^a Los premios no podrán ser declarados desiertos ni subdividirse, salvo en los principales y sólo en el caso de no presentarse ninguno.

12.^a Los trabajos no premiados serán devueltos a petición por escrito de los interesados si lo solicitan antes del 31 de marzo de 1962.

Barcelona, agosto 1961.

PREMIO "CIUDAD DE ROMA".—La Asociación de la Prensa Romana ha convocado el tercer concurso para el premio periodístico internacional "Ciudad de Roma", bajo el alto patronato del presidente de la República italiana. El premio se asignará a los periodistas italianos o extranjeros que con uno o más artículos publicados entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 1961, en periódicos y revistas, haya sabido "ilustrar" mejor los diversos aspectos y la evolución de Roma e interpretar su espíritu moderno, y su función internacional en la comprensión de sus tradiciones históricas, morales y civiles.

El concurso está dotado con un primer premio de un millón de liras, con un segundo premio de medio millón de liras y con medallas de oro para los artículos elogiados por el Jurado.

Los periodistas profesionales o publicistas de cualquier país pueden participar en el concurso con uno o más artículos, enviando doce copias de cada uno del periódico en que haya aparecido, *antes del 31 de enero de 1962*, a la Secretaría General del premio "Ciudad de Roma", Associazione Della Stampa Romana, Via del Corso, número 184, Roma. El Jurado hará pública su decisión el 31 de marzo de 1962.

V A R I O S

DOS NUEVOS PREMIOS "VIRGEN DEL CARMEN".—Los premios "Virgen del Carmen" para 1962 quedan aumentados con los dos siguientes: premio Subsecretaría de la Marina Mercante, de 100.000 pesetas, para el autor de un trabajo publicado o inédito que resulte seleccionado sobre el tema "La pesca marítima en la economía española", y premio Servicio Técnico Comercial de Construcciones Navales, del Sindicato Nacional del Metal, de 100.000 pesetas,

al autor de un trabajo, publicado o inédito, que resulte seleccionado sobre el tema "El crédito naval y las primas a la construcción en el desarrollo económico de España".

Los trabajos, cuya extensión mínima habrá de ser de 70 folios mecanografiados en una sola cara y doble espacio, habrán de entregarse al Patronato Virgen del Carmen en el período de tiempo comprendido entre el 1 y el 31 de marzo de 1962. De enviarse por co-

reos, será válida la fecha de la estampilla de la oficina de Correos expedidora.

Estos dos nuevos premios son creados por Orden de la Presidencia del Gobierno, que publica el "Boletín".

PREMIO "BOSCAN" DE POESIA, 1962.—El Seminario de Literatura Juan Boscán, del Instituto de Estudios Hispánicos, de Barcelona, convoca a los poetas españoles e hispanoamericanos al "Premio Boscán, 1962", instituido para premiar el mejor libro de poesía de tema libre escrito en lengua castellana.

Podrán optar al premio todos los poetas españoles e hispanoamericanos que remitan originales inéditos al concurso, dentro del plazo señalado. Cada poeta podrá presentar un solo original.

La extensión de los originales no podrá sobrepasar los 700 versos, ni ser menor de 400, dejando a la libre elección de los autores el asunto, métrica y forma de las composiciones. Los originales se presentarán por duplicado y escritos a máquina, con el nombre y domicilio del autor.

El plazo de admisión de los originales comprende hasta el 30 de marzo de 1962 inclusive. Deberán ser remitidos al Instituto de Estudios Hispánicos, calle de Valencia, número 231, Barcelona, haciendo constar en el sobre: "Para el Premio Boscán 1962". Los que no resulten premiados podrán retirarse durante los tres meses siguientes al fallo; una vez transcurrido dicho plazo, los restantes serán destruidos. El concurso será fallado dentro del mes de mayo de 1962 por un Jurado cuya composición será dada a conocer en la misma fecha.

El premio importa 7.000 pesetas y es indivisible. El autor premiado cede los derechos de la primera edición de su obra al Instituto de Estudios Hispánicos, de Barcelona, el cual decidirá libremente las características tipográficas de la edición, impresa a sus expensas.

"PREMIO SANTILLANA, 1962".—Se convoca el "Premio Santillana, 1962" para obras de Derecho, dotado con 75.000 pesetas. En dicha cantidad están comprendidos los derechos de autor de la primera edición de la obra premiada. En el caso de que se efectuasen otras ediciones de la misma obra, el autor tendrá derecho a percibir un diez por ciento sobre el precio de venta al público.

El tema será de elección libre, pero de materia clara y ordenadamente expuesta, de aplicación práctica y frecuente en los Tribunales y objeto de consulta de profesionales del Derecho. Se valorará especialmente si se aborda con acierto problemas para los que no exista bibliografía reciente.

Los trabajos que se presenten deberán ser originales e inéditos. Las obras deberán tener una extensión mínima de quinientas hojas tamaño folio, mecanografiadas a dos espacios. Los originales, por duplicado y firmados por el autor, deberán ser entregados o remitidos a las oficinas de Editorial Santillana, S. A., en la calle de Fernando el Santo, número 23, de Madrid (4), en donde será facilitado el correspondiente recibo. El plazo de admisión quedará cerrado a las catorce horas del día 15 de septiembre de 1962.

El fallo del Jurado será dado a conocer el día 30 de noviembre siguiente, y la entrega del premio se realizará el día 15 de diciembre, en sesión pública del Colegio de Abogados de Madrid. Se constituirá un Jurado, compuesto por el decano del Colegio de Abogados de Madrid, que actuará de presidente; el presidente del Comité de Cultura, que actuará de secretario, y tres vocales, uno de ellos designado por dicha Corporación, entre abogados ejercitantes en su Colegio, y los otros dos elegidos libremente por Santillana, Sociedad Anónima. Si ninguna de las obras presentadas se ajustara a las condiciones de estas bases, la Editorial convocará nuevamente el premio con la misma cuantía económica.

PREMIO "INSTITUCION FERNANDO EL CATOLICO".—La Institución "Fernando el Católico" de la Diputación Provincial de Zaragoza instituye un premio para el mejor trabajo que se presente sobre "Literatura aragonesa o instituciones jurídicas y sociales de Aragón".

El premio será de 25.000 pesetas, entregándose en sesión solemne y en una fecha destacada para la Institución. Para ello se convoca concurso público de ideas.

Quienes deseen acudir a él deberán presentar una memoria indicativa de cómo efectuarán el trabajo, con la mayor cantidad de datos posibles que den noticia de su buena realización, así como la relación de méritos profesionales y cuantos otros documentos se consideren oportunos para garantizarla.

Un Jurado, designado por el Consejo

de la Institución, estudiará las memorias presentadas y designará el concursante que deba realizar el tema del premio, redactando las bases del contrato del mismo y estableciendo la fecha de entrega del original.

El Jurado puede declarar desierto el premio al no considerar ninguna de las memorias presentadas aptas para llevarlo a cabo. El original premiado quedará propiedad de la Institución "Fernando el Católico", que podrá editarlo, entregando 50 ejemplares a su autor. Las memorias y demás documentación podrán presentarse, con los nombres y domicilios de sus autores, en la Secretaría de la Institución, planta baja de la Diputación Provincial de Zaragoza, antes de las trece horas del día 15 de marzo de 1962.

PREMIO NACIONAL "CARLOS ARNICHES". — El Ayuntamiento de Alicante ha convocado el Premio Nacional de Teatro "Carlos Arniches". Las bases son las siguientes:

Podrán optar al premio "Carlos Arniches", 1962, todos los autores que lo deseen, sean o no noveles. El premio, dotado con 50.000 pesetas, es indivisible, y se adjudicará a la obra teatral que el Jurado calificador estime con más mérito para ello. Pero si ninguna los tuviera suficientes, el Jurado podrá declarar el premio desierto.

Las obras presentadas deberán estar escritas en castellano y ser rigurosamente originales e inéditas. No se considerarán incluidas en esta denominación las traducciones, refundiciones o adaptaciones, ya sean de novela, del cinematógrafo o del propio teatro.

Existe libertad absoluta en cuanto al procedimiento y tema de las obras concursantes. La extensión de las obras debe sujetarse a los límites normales de duración de los espectáculos teatrales en España. Cada concursante podrá remitir cuantas obras desee.

Los originales deberán presentarse por duplicado, mecanografiados a dos espacios y por una sola cara, y todos los ejemplares, encuadernados o cuando menos cosidos, se entregarán en la Secretaría del Ayuntamiento de Alicante antes de las catorce horas del día 18 de abril de 1962.

También pueden ser remitidas las obras por correo certificado. En este caso es preciso que sean depositadas en la oficina de origen antes de la hora del día fijado como término del plazo de admisión y dirigidas a "Secretaría del Ayuntamiento.— Para el

premio "Carlos Arniches", 1962. Alicante."

La Secretaría del Ayuntamiento librará un documento acreditativo de la recepción de las obras. Este recibo deberá presentarse necesariamente una vez resuelto el concurso para retirar los trabajos no premiados.

Los originales no deben ir firmados ni presentar inscripción alguna que pueda sugerir el nombre del autor. Llevarán escrito en la cubierta, además del título de la obra, un lema. El autor incluirá un sobre cerrado, en el que hará constar en el exterior el lema y la inscripción "Premio Carlos Arniches, 1962", y en el interior su nombre, apellidos, domicilio y población.

El premio será otorgado mediante votación de un Jurado nombrado oportunamente por el Ayuntamiento e integrado por personas de competencia y autoridad indiscutibles. Este Jurado se reunirá en Alicante, si ninguna dificultad de orden material lo impide, en el mes de junio, fecha en que emitirá el fallo del premio.

PREMIOS "PENÍSCOLA". — La Agrupación "Amigos de Peñíscola" acordó recientemente la creación de los premios "Peñíscola", a propuesta de su presidente honorario, don Antonio Pascual, y ahora convoca el correspondiente concurso.

Primer premio: 25.000 pesetas, más derechos de autor en caso de acordarse la publicación de la obra, al mejor trabajo sobre el tema: "Resumen histórico de Peñíscola, desde la época prerromana a nuestros días". Trabajo original e inédito, de extensión no superior a 200 folios holandesa.

Segundo premio: 10.000 pesetas. Tema: "Periodismo". A uno o varios artículos, de un mismo autor, aparecidos en la Prensa nacional o extranjera, en que se enaltezca, en sus diversos aspectos, Peñíscola.

Tercer premio: 5.000 pesetas. Tema: "Fotografía". Colección de fotografías originales, reproducidas o no en la Prensa, sobre Peñíscola.

Los trabajos habrán de enviarse, por duplicado, antes del 30 de junio de 1962, a la Agrupación "Amigos de Peñíscola", Vía Augusta, 82, Barcelona, bajo un lema, y en sobre aparte, lacrado, el nombre de su autor.

El Jurado calificador —del que se dará conocimiento oportunamente— se reunirá para dictar su fallo en Peñíscola, en la "Villa de Altamira", en la noche del 14 de agosto de 1962.

La entrega de los premios se efectuará el día 10 de septiembre de 1962.

PREMIO "JOAN SANTAMARIA", DE NARRACION. — Nuevamente se convoca el premio "Joan Santamaria", instituido para conmemorar la figura y la obra del ilustre prosista catalán, y atribuido, en años alternos, a una narración y a una obra de teatro. Siguiendo el turno establecido, corresponde este año convocar, para 1962, el premio de narración. Tendrá un importe de cinco mil pesetas y se otorgará

a una narración o novela corta, de treinta a cuarenta páginas de extensión, mecanografiadas a doble espacio, en tamaño holandesa. Los originales deberán ser remitidos, en doble ejemplar, *antes del 15 de abril de 1962*, a la siguiente dirección: Librería Tasis, Rambla de Capuchinos, número 42, Barcelona, indicando en lugar visible "Para el premio Joan Santamaria, 1962". Los trabajos no irán firmados, sino acompañados de plica en la forma acostumbrada. El veredicto será dado el día 25 de mayo de 1962.

La Papeleta

Española

SOCIEDAD ANONIMA

Bilbao

Fábrica de Pastas Mecánicas y Químicas
de todas clases.

Primera fábrica de pasta de esparto en España.

Fabricantes de papeles, cartones y cartoncillos
de todas clases y para todos los usos.

Fábricas en:

**VIZCAYA, GUIPUZCOA, NAVARRA,
CATALUÑA, CASTILLA y VALENCIA**

EDITORS PRESS SERVICE, INC.

345 Madison Avenue - New York 17, N. Y.

Agencias en las 27 capitales más importantes del mundo

DEPARTAMENTO DE PRENSA

- "Hoy y Mañana", por W. Lippmann (tres artículos por semana).
"El Carrousel de Washington", por D. Pearson (tres artículos por semana).
"North American Newspaper Alliance" (N. A. N. A.) (trece crónicas desde todo el mundo por semana).
"Maravillas del Universo", por I. M. Levitt (un artículo ilustrado por semana).
"Tópicos Médicos", por el doctor W. Brady (dos artículos por semana).
"Novelas de misterio que escribió la realidad" (una novela por semana).
"Rincón del Abuelo" (tres artículos ilustrados por semana).
"Tres por Uno" (Sección de amenidades) (servicio semanal).
"Pasatiempos" (una página semanal).
"Reflector Deportivo", por J. Cannon (tres artículos por semana).
"Consejos Sentimentales", por D. Dix (tres artículos por semana).
"Su horóscopo", por C. Righter (seis veces por semana).
"Figuras del Retablo", por S. Robles (tres caricaturas semanales, con pies biográficos de unas 200 palabras).
"Desde Hollywood", por L. Lane (un artículo ilustrado por semana).
"Decorado interior", por B. Lenahan (un artículo ilustrado por semana).
"Sea usted bella" (Consejos de belleza) (tres artículos por semana).
"Consejos útiles" (para el hogar) (seis veces por semana).
"En la Cocina" (Consejos y recetas) (seis veces por semana).
"Crucigramas" (en español) (seis veces por semana, en matrices a dos columnas).
"Explore su mente", por A. E. Wiggam (tres artículos por semana).
Páginas cómicas y de aventuras, en español, en matrices de estereotipia.
Tiras diarias, cómicas y de aventuras, en español, en matrices de estereotipia.
Servicios exclusivos de chistes de los mejores caricaturistas norteamericanos.
Libros de aventuras para la juventud.
Seriales de firmas de prestigio internacional.
Columnas en inglés sobre Política, Negocios, Medicina, Deportes, Artes, Hollywood, Cuidado de los niños, Entretenimientos, Moda, Belleza, Hogar, Cocina, Decoración, etc., etc.

DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD

- Fotografías inéditas y exclusivas realizadas con las mejores modelos profesionales de los Estados Unidos.
Temas: Perfumería, cosmética, modas, bustos femeninos y masculinos, bebés, negocios, venta al público, juegos, seguros, productos farmacéuticos, chocolates, bebidas, desayunos, comidas, animales, deportes, joyas, relojes, peinados, accidentes, paisajes, composiciones artísticas, etc., etc.

Consulte presupuestos y solicite muestras a

JAIME ZARDOYA LLEO

REPRESENTANTE GENERAL PARA ESPAÑA Y PORTUGAL

Diputación, 202, 1.º

Teléfono 24-11-23

Dirección telegráfica: EDISERVICE

B A R C E L O N A

ARGOS

SERVICIOS DE PRENSA

CONDE DE ARANDA, 4

—:

APARTADO 661

TELEFONOS 236 62 68 y 236 18 47

MADRID

Director: **José Luis de Castro Vázquez de Prada**

Asesor literario: **Alfredo Marquerié**

Redactor Jefe: **Valentín Bleye**

Secretario de Redacción: **D. Fresno Rico**

y un nutrido cuadro de redactores y colaboradores

CRONICA DIARIA sobre la actualidad madrileña.

CRONICAS SEMANALES sobre Agricultura, Economía y Finanzas, Legislación, Toros, Deportes, Teatros, Modas, etc., etc.

CRONICAS Y REPORTAJES DEL EXTRANJERO

SERVICIOS ESPECIALES a petición de cada periódico.

ARGOS

SERVICIOS DE PRENSA

actúa como Redacción delegada en Madrid
de los periódicos de provincias

EL ESPAÑOL

SEMANARIO DE LOS ESPAÑOLES PARA TODOS LOS ESPAÑOLES



64 páginas

(IMPRESO EN HUECOGRABADO)

Precio del ejemplar: 3,00 pesetas

SUSCRIPCIONES:

Por un trimestre	38 pesetas
Por un semestre	75 »
Por un año	150 »

Dirección y Administración:

Avda. Generalísimo, 39, 7.^a

MADRID

Distribuidor exclusivo en la Argentina:

QUEROMON EDITORES, S. R. L.

Oro, 2.455

BUENOS AIRES

Distribuidor exclusivo en Méjico:

QUEROMON EDITORES, S. A.

Revillagigedo, 25

MEJICO D. F.