GACETA de la PRENSA

JUNIO - 1972

GACETA de la PRENSA

GACETA de la PRENSA

AÑO XXV NUM. 237

Dirección, Redacción y Administración:
Avda. del Generalísimo, 39, séptima planta
Teléfono 279 68 31. Madrid-16
Director: **Gabriel Herrero-Beaumont**

JUNIO 1972

SUMARIO:

Páginas

GACETA DE LA PRENSA no hace suyos los criterios de los firmantes de los trabajos que publica por ser y querer ser la plataforma de encuentro, por tanto neutral, de las opiniones e ideas de todos los profesionales de la información.

Imp. Ministerio de Información y Turismo. Av. Generalísimo, 39. Madrid

Depósito legal: M. 3.483 - 1958

1. Vida profesional

XXX asamblea nacional de asociaciones de la prensa

VIGO, SEDE DE LA ASAMBLEA

A lo largo de los días 12 al 16, ambos inclusive, del presente mes de junio y en jornadas de trabajo de mañana y tarde, se ha celebrado en la ciudad de Vigo la XXX Asamblea Nacional de Asociaciones de la Prensa de España, correspondiente al año 1972. En esta Asamblea han participado, a través de sus Delegaciones respectivas, 41 Asociaciones de la Prensa de las 44 actualmente existentes en el país.

TEMAS DE TRABAJO

De sumo interés ha sido el temario previsto y desarrollado durante las deliberaciones de la Asamblea. Las cuestiones debatidas fueron las siguientes:

1. *Intrusismo en la profesión periodística y creación de nuevos puestos de trabajo. (Informe y diálogo con la Asamblea del excelentísimo señor Director General de Prensa, don Alejandro Fernández Sordo. Informe de la Secretaría de las propuestas y estudios realizados por la Comisión especial designada, sobre este tema, en la Asamblea de Bilbao.)*

2. *Informe de la Presidencia y presentación del Balance al 31 de mayo de 1972, del funcionamiento de los Seguros Complementarios de la Federación. Posibilidad de acoplamiento de un seguro complementario de paro de periodistas asociados.*

3. *Nueva composición del Tribunal de Etica de la Profesión Periodística, según el decreto que recoge la petición de nuestra Asamblea de Bilbao. Propuesta del Consejo Directivo de los componentes del Tribunal en su nueva fase.*

4. *Estudio de un convenio a escala nacional, con el Instituto Nacional de Previsión para servicios médicos y farmacéuticos de los periodistas integrados en la Federación a través de las Asociaciones de la Prensa. (Informe y propuesta del vicepresidente segundo de la Federación, don José Barberá Armelles, presidente de Valencia.)*

5. *Propuesta de petición del régimen especial de trabajo de los periodistas, con extensión a todos los medios informativos: Reglamentación básica; establecimiento de la denominada «Cláusula de conciencia»; estímulo de sociedades de redactores y articulación de un seguro de paro voluntario, complementario del de la Seguridad Social. (Ponencias de las Asociaciones de la Prensa de Madrid y Barcelona.)*

6. *Propuesta de creación, por la Federación, de un servicio de archivo y documentación profesional. (Ponencia de la Asociación de la Prensa de Madrid.)*

7. *Informe de la Presidencia sobre cumplimiento de los acuerdos de Alicante y Bilbao relativos a las compensaciones de papel y por publicidad de interés general en todas las «Hojas del Lunes». Confirmación o modificación, en el sentido que proceda, de las normas de distribución existentes.*

8. *Garantía de los derechos profesionales y laborales de los periodistas de cara a las nuevas Facultades de Ciencias de la Información. Derechos académicos de los periodistas titulados. Constitución legal de la Federación como Colegio Profesional de Periodistas y de las Asociaciones de la Prensa como Colegios Locales. (Gestiones realizadas por el Consejo Directivo; ponencias e informes de las Asociaciones*

de la Prensa de Barcelona y de Madrid; informe y diálogo con el excelentísimo señor profesor Muñoz Alonso, decano-comisario de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid; informe, a la Presidencia de la Federación, del rector de la Universidad Autónoma de Barcelona, excelentísimo señor don Vicente Villar Palasí; informe del vicepresidente primero, don Santiago Nadal Gaya, presidente de Barcelona.)

9. *Actuación del Consejo Directivo y de la Asociación de Madrid en los problemas derivados de la cancelación del diario «Madrid».*

10. *Propuesta de un Congreso Nacional de Periodistas.*

11. *Autorización, si procede, al Consejo Directivo para adaptar los servicios y departamentos de la Federación Nacional a las nuevas necesidades. Comunicación de nuestro secretario técnico, don Francisco Casares.*

12. *Elección, por la Asamblea, entre los nombres presentados por las Asociaciones para la propuesta anual de «Periodistas de Honor».*

13. *Informe de la Presidencia sobre repercusión en las prestaciones de la Mutualidad Laboral de Periodistas del Proyecto de Ley, pendiente de aprobación por el Pleno de las Cortes Españolas.*

14. *Informes varios del Consejo Directivo.*

15. *Ruegos, preguntas, mociones y proposiciones de los asambleístas.*

16. *Elecciones para la renovación reglamentaria del Consejo Directivo de la Federación.*

Madrid, 3 de junio de 1972

DESARROLLO DE LA ASAMBLEA

Abrió la Asamblea el ministro de Información y Turismo, don Alfredo Sánchez Bella, que llegó a Vigo en avión, y la clausuró el secretario general de la Organización Sindical, don Rodolfo Martín Villa, en nombre del ministro don Enrique García Ramal, que no pudo desplazarse a Galicia.

Las deliberaciones de los periodistas se alargaron desde el martes 13 hasta el viernes 16, a las siete de la tarde, en que quedó finalizado el temario de la Asamblea con la elección del nuevo Consejo Directivo de la Federación para un mandato reglamentario de cuatro años. Las reuniones plenarias han sumado un total de veintiséis horas de deliberaciones. La organización —ejemplar y llena de interés informativo de todos los problemas y realidades— ha corrido a cargo de la Asociación de la Prensa de Vigo.

UN DIALOGO NUEVO

La Asamblea de Periodistas de Vigo ha tenido una modalidad inédita hasta ahora: la participación en las deliberaciones y trabajos de las autoridades de la Administración, de la Universidad y del Sindicato, a las que deberían llegar más tarde las aspiraciones y peticiones de la Asamblea.

Era más efectivo plantear el diálogo dentro de la Asamblea y ver las posibilidades y caminos sobre el terreno. A la invitación del presidente de la Federación dieron su conformidad el director general de Prensa, don Alejandro Fernández Sordo; el decano de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense, profesor Muñoz Alonso, y el presidente nacional del Sindicato de la Información, don Antonio Castro Villacañas. Así se examinaron, en diálogos abiertos y profundos, temas que constituyen la base de la evolución actual de la profesión periodística, y se pudo llegar a conclusiones de fondo y, prácticamente con carácter ejecutivo.

PROBLEMAS EN LA PROFESION

Existe en la profesión periodística un paro encubierto o declarado, cuyo volumen no se conoce de manera exacta; puestos de trabajo ocupados por personas carentes de titulación profesional; nuevas promociones que salen cada año de las escuelas —a las que se unirán dentro de unos años los nuevos licenciados en Periodismo por las nuevas Facultades—, a las que hay que facilitar y adaptar para su dedicación laboral en las tareas de la Información. Al ya viejo problema del intrusismo se suma el del desempleo por decisiones empresariales o de la Administración, o por razones económicas o técnicas.

ACUERDOS FUNDAMENTALES

Las conclusiones de la Asamblea tratan de avanzar, con sentido práctico, en estas cuestiones, y pueden resumirse en los siguientes acuerdos fundamentales:

INTRUSISMO

1. Participar la Federación en la acción que anuncia la Dirección General de Prensa contra el intrusismo. A partir del próximo mes de julio el director general de Prensa convocará reuniones a nivel de cada periódico o medio informativo. Participarán la empresa periodística, el director, la representación federativa y el subdirector de Régimen Jurídico de Prensa, bajo la presidencia del director general. Se examinará la plantilla del

periódico, los casos de insuficiencia de titulados o de presencia de intrusos en labores específicamente periodísticas, y se llegará a acuerdos de ejecución inmediata. En casos de no cumplimiento, la Dirección General de Prensa aplicará las medidas de la Ley de Prensa a la empresa editora y al director, y la Federación, con la declaración de existencia de intrusismo, ejercerá la vía penal contra el intruso.

NUEVOS PUESTOS DE TRABAJO

2. Intensificar, en colaboración con los organismos competentes y con las empresas de los Medios Informativos, la tarea de crear nuevos puestos de trabajo para los periodistas. Se ordenará una revisión general de los dos millares de publicaciones técnicas o especializadas que están exentas de la obligación de director-periodista y de redactores, teniendo en cuenta en esa revisión general no solamente el contenido de la publicación, sino, además, su difusión, fin económico y alcance social. Mociones de la delegación de Madrid, aprobadas por la Asamblea, amplían esta revisión con el ruego de que se incluyan en ella los Medios de Comunicación Social con fuero especial, sean religiosos, sindicales, estatales o del Movimiento Nacional.

SEGURO DE PARO

3. Para el supuesto de interrupción de la actividad laboral del periodista por paro involuntario, cualquiera que sea su origen, la Asamblea aprobó la ponencia de Madrid de creación federativa de un seguro de paro, complementario de la prestación legal de desempleo. Mientras se llega a realidades en el plan propuesto con carácter total, el Consejo federativo pondrá en marcha, a partir de primero de septiembre, una póliza provisional y parcial, aneja a las pólizas de vida, accidentes, capitalización y jubilación que están vigentes desde hace tres años dentro de la Federación de Asociaciones.

SERVICIO DE INFORMACION

4. Para la eficacia de la acción contra el intrusismo y el paro se acordó la puesta en marcha, con ámbito nacional, de un servicio federativo de información sobre puestos de trabajo y de periodistas en expectativa de colocación. Se mantendrán contactos permanentes con los organismos empresariales y se dará publicidad a través de las Asociaciones de la Prensa, los órganos estatales y sindicales y las «Hojas del Lunes».

SERVICIO DE DOCUMENTACION

5. En la línea de los acuerdos anteriores, y para complementar la preparación técnica de los periodistas, se aceptó la propuesta de Madrid de crear un servicio de documentación y archivo sobre temas de la Información: jurídicos, técnicos, corporativos, profesionales y de legislación comparada que afecten a la vida y a la actualización de la formación profesional del periodista. El Consejo estudiará las necesidades económicas del nuevo servicio.

SUSPENSION DE PUBLICACIONES

6. La experiencia recogida en los años de vigencia de la Ley de Prensa e Imprenta sobre las repercusiones que sobre todo el personal tiene la interrupción de la publicación de periódicos y revistas por decisiones administrativas o razones empresariales, movió a la Asamblea a solicitar del Ministerio de Información y Turismo que «se acepte por la Administración, con carácter general y previo, que la suspensión de la comunicación con los lectores representa un daño grave para la comunidad, con el fin de que se pueda aplicar la excepción que, por esta razón, está prevista para suspender la ejecutoriedad automática de los actos administrativos».

DIGNIFICACION PROFESIONAL

7. Como complemento de la garantía del trabajo de los profesionales del periodismo se acordó solicitar que se agregue a los principios generales de la profesión, que son norma legal incluida en el estatuto de la profesión, que «el periodista debe esforzarse por la dignificación de la clase profesional y la defensa de los intereses de la misma, en contra de las actividades de intrusismo y de cualesquiera acciones y expresiones públicas que entrañen desprestigio o perjuicio para la clase profesional o alguno de sus miembros activos, siendo enjuiciada toda cooperación o complicidad en los casos de intrusismo también dentro del ámbito jurisdiccional del Tribunal de Etica».

LOS DERECHOS PROFESIONALES Y ACADEMICOS

El tema —de permanente actualidad desde la incorporación de los estudios de Periodismo a la Universidad por la nueva Ley de Educación— de la garantía de los derechos profesionales, laborales y académicos de los actuales periodistas inscritos en el Registro Oficial fue abordado a fondo por la Asamblea. Los diálogos con el director general de Prensa y con el decano de la

Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense fueron fecundos y clarificadores. Los acuerdos y conclusiones pueden resumirse así:

DERECHOS PROFESIONALES

1. La garantía de los derechos adquiridos en el orden profesional y laboral por los periodistas que ejercen su profesión actualmente, debidamente titulados y capacitados legalmente, se reafirmará con una disposición que los recuerde plenamente y que borre todo riesgo de discriminación con los futuros licenciados en Periodismo, que se incorporarán en su día a la profesión con los mismos derechos y obligaciones que los periodistas actuales y dentro de la organización colegial y asociativa, única y vigente, que hoy es la Federación de Asociaciones de la Prensa, con los perfeccionamientos, ámbitos y denominaciones que se estimen adecuados para el futuro.

LICENCIATURA EN PERIODISMO

2. En cuanto al reconocimiento de los derechos académicos, la Asamblea estudió la fórmula acordada por Barcelona con su Universidad Autónoma, la ponencia de Madrid y las gestiones del Consejo federativo con las autoridades universitarias y el Ministerio de Educación y Ciencia. Se llegó a la siguiente conclusión:

«Todos los periodistas inscritos en el Registro Oficial podrán, si lo desean, obtener el título de licenciados en Periodismo mediante una prueba de reválida de licenciatura, que consistirá en la presentación y defensa de la tesina reglamentaria. El título así obtenido tendrá plenitud de efectos académicos, incluido el de facultar para el curso de las disciplinas y tesis del doctorado en Ciencias de la Información —rama de Periodismo— a aquellos profesionales que deseen opositar o concursar a las cátedras correspondientes.»

Votaron a favor de esta conclusión 39 Asociaciones de la Prensa. Votó en contra la Asociación de Bilbao, por entender que debía mantenerse fiel al acuerdo de la Asamblea de Bilbao de solicitar la equiparación automática, que ahora se sustituye por la presentación y defensa de la tesina reglamentaria.

EL REGISTRO OFICIAL

3. Se agradeció y aceptó el ofrecimiento de la Dirección General de Prensa de facilitar a la Federación un duplicado de los libros y diligencias del Registro Oficial de Periodistas, a efectos de antecedente y continuidad profesionales.

LA ORGANIZACION CORPORATIVA Y EL AMBITO EMPRESARIAL. REGIMEN ESPECIAL DE TRABAJO

1. Acordó la Asamblea poner en marcha las peticiones e instancias legales que establece el Estatuto de la Profesión Periodística para llegar a la promulgación del régimen especial del trabajo periodístico aplicable a todos los Medios Informativos, cualquiera que sea su naturaleza técnica e instrumental.

La ponencia presentada por Madrid sobre este tema y la que elaboró Barcelona, así como las bases generales presentadas por el Consejo Directivo, serán enviadas como instrumento de trabajo, antes de quince días, a todas las Asociaciones de la Prensa, que deberán presentar sus enmiendas y adiciones o supresiones en el plazo de un mes. Se prevé, de ser necesaria como conscuencia de la tramitación del proyecto de régimen especial, la celebración de una Asamblea extraordinaria de trabajo dentro del mes de octubre.

SOCIEDADES DE REDACTORES

2. La ponencia de Madrid, que dentro del tema general, desarrolla los aspectos concretos de creación y funcionamiento de consejos de redacción y sociedades de redactores dentro de los Medios Informativos, para participar en el contenido de los mismos y en su capital y organización empresarial, líneas generales de la reforma de la empresa periodística, así como la inclusión en normas laborales de la denominada «cláusula de conciencia», fue tomada en consideración por la Asamblea para su estudio y análisis pormenorizado en la forma dicha.

COLEGIOS PROFESIONALES

3. La transformación de las Asociaciones de la Prensa en Colegios Profesionales, o la ampliación de las mismas en sus contenidos corporativos, sin mengua de sus funciones asistenciales y de aportación a las mismas de los productos de las «Hojas del Lunes», fue objeto de debate por la Asamblea. Se acordó encomendar a la Presidencia de la Federación que solicite de un especialista relevante, dictamen jurídico sobre contenido colegial, vertiente sindical del periodista en su relación laboral y perspectivas de perfeccionamiento de la actividad y funciones de las Asociaciones de la Prensa. La temática «Asociación de la Prensa-Colegio Profesional-Sindicato» será incluida en los trabajos de la prevista Asamblea extraordinaria de trabajo.

OBRAS ASISTENCIALES

Una serie de acuerdos de la Asamblea, muchos de ellos de régimen interno, se refieren al perfeccionamiento y dotación de

servicios asistenciales ya existentes o de nueva creación; extensión a todos los profesionales del servicio médico-farmacéutico con concierto singular con el Instituto Nacional de Previsión ante la promulgación de la reforma de la Seguridad Social; seguros complementarios; impulso a las Asociaciones en la obra de viviendas para sus asociados; cobertura de derechos de todo orden para los periodistas en misión en el extranjero; becas y bolsas de ampliación de estudios para los periodistas y para sus hijos; convenios especiales con medios de transporte y fábricas de automóviles para facilitar el obligado desplazamiento en las tareas informativas, etc.

Se estudió por la Asamblea, y se encomendó al Consejo Directivo, la coordinación de las prestaciones privativas de cada Asociación de la Prensa de jubilación, viudedad y orfandad con las de la Federación y con las reguladas por la Mutualidad Laboral de Periodistas con carácter oficial, con el fin de lograr el mejoramiento de las mismas y su alcance a todos los profesionales, cualquiera que sea su lugar de trabajo.

EL CONGRESO DE PERIODISTAS

Una ponencia de Madrid proponía el estudio de la viabilidad de un Congreso de Periodistas que fuese como «la reunión de todas las Juntas generales de todas las Asociaciones». Otra ponencia de Barcelona sugería la participación en ese Congreso —de cuya organización ofrecía ocuparse la Asociación de la Ciudad Condal— de las representaciones de las empresas periodísticas para tratar en común de problemas de Prensa.

Una adición de Valencia sugería la necesaria coordinación con los compañeros de talleres y de administración, que ahora encuentran su campo de actuación satisfactoria dentro de los cauces sindicales. Se debatió larga y vivamente el tema. Sometida a votación la posible celebración de un Congreso de Periodistas, se estimó —por 36 votos— que no era viable ni oportuno. Votaron a favor de la preparación de un Congreso de Periodistas las Delegaciones de Gerona, Barcelona y Madrid.

MAGISTRADOS DE ETICA Y PERIODISTAS DE HONOR

En virtud del decreto que regula la nueva composición de los Tribunales de Etica Profesional, recogiendo la petición elevada al Gobierno en la Asamblea de Bilbao, la Asamblea refrendó la propuesta del Consejo Directivo en el sentido de que el Tribunal quede formado —si los elegidos aceptan y el ministro confirma la propuesta— de la siguiente forma:

Tribunal de Etica: presidido por un magistrado e integrado por los ilustres periodistas don Aquilino Morcillo, don Celestino Fernández Ortiz, don Juan Aparicio y don Santiago Nadal.

Tribunal de Apelación: presidido por un magistrado del Tribunal Supremo e integrado por don Manuel Aznar y don Pedro Gómez Aparicio, ambos «periodistas de honor».

PERIODISTAS DE HONOR

En la sesión final se acordó que la propuesta anual para «periodistas de honor» correspondiente a 1972, recoja los ilustres nombres siguientes:

Don Manuel Blanco Tobio.
Don Antonio Martínez Tomás.
Don Adolfo Muñoz Alonso.
Don Ricardo Vázquez-Prada.
Don Víctor Zurita Soler.

La propuesta fue aprobada por aclamación.

La Presidencia no admitió a trámite una propuesta de «periodista de honor» a favor de un miembro del Consejo Directivo por existir el acuerdo del mismo de no ser elegibles para tan alta distinción sus componentes mientras estén en el desempeño de sus cargos federativos.

EL NUEVO CONSEJO DE LA FEDERACION

Como consecuencia de las elecciones celebradas en la Asamblea de Vigo, el nuevo Consejo Directivo de la Federación, para el plazo reglamentario de cuatro años, queda constituido así:

Presidente

Don Lucio del Alamo, de la Asociación de Madrid.

Vicepresidentes

Don Santiago Nadal, de Barcelona.
Don José Barberá, de Valencia.

Vocales

Don Antonio Guerrero, de Bilbao.
Don Celestino Fernández Ortiz, de Sevilla.
Don Francisco Sanz Cagigas, de Málaga.
Don Andrés Ruiz Delgado, de Las Palmas de Gran Canaria.
Don Gonzalo Rey Alar, de Vigo.
Don José Luis Ollo Luna, de Pamplona.
Don Isidro Vidal Martínez, de Alicante.
Don Domingo Medrano Balda, de Tarragona.
Don Alejandro Daroca de Val, de Jerez de la Frontera.

Obtuvieron muy nutrida votación, entre otros, San Sebastián, Murcia, Ciudad Real y Burgos.

GRATITUD A DON FRANCISCO CASARES

El presidente dio cuenta a la Asamblea de la petición de don Francisco Casares de ser jubilado en su puesto de secretario técnico de la Federación, porque los cuidados que exige su estado de salud le aconsejan la reducción de sus actividades. Unánimemente se acordó expresar la gratitud emocionada y el afecto de los periodistas españoles al ilustre compañero, que desde la creación de la Federación, hace más de treinta años, ha dedicado su trabajo y su talento a la obra federativa y al servicio de los derechos y aspiraciones de los periodistas. Se encomendó al presidente que plasme esta gratitud de forma que sirva de testimonio permanente y tramite la jubilación pedida.

Asimismo, por este hecho y como consecuencia de los nuevos servicios y funciones que ha de asumir la Federación, se encargó al presidente que proceda a una reestructuración de los servicios administrativos y técnicos de la Federación y que entre en pleno funcionamiento antes de seis meses.

NUEVA GESTION POR EL DIARIO «MADRID»

El presidente, don Lucio del Alamo, informó a la Asamblea de las gestiones realizadas desde el Consejo Directivo de la Federación y por la Asociación de la Prensa de Madrid, para conseguir la reaparición del diario «Madrid».

Dio cuenta de la aportación de la Asociación de Madrid, con la cooperación federativa, para proporcionar anticipos de urgencia a los treinta redactores, anticipos que han totalizado la cifra de tres millones de pesetas. Relató las diversas fórmulas propuestas, así como la declaración de crisis empresarial y el montante de las indemnizaciones a todo el personal fijadas por la Magistratura de Trabajo, aparte del seguro de desempleo que viene percibiéndose por la plantilla de «Madrid» desde finales de marzo.

En un intento final se acordó rogar a una comisión de profesionales que realicen gestiones cerca de los Ministerios competentes y de la empresa, para ver de lograr todavía la reaparición del diario. Presidirá la comisión don Manuel Aznar, y forman en ella don Aquilino Morcillo, don Guillermo Luca de Tena, don Lucio del Alamo y don Jesús Picatoste.

(De la «Hoja del Lunes», de Madrid, día 19 de junio de 1972.)

2. Entre profesionales

la publicidad. un elemento plástico de primera categoría en la presencia del periódico

Por **Carmelo MARTINEZ**

EN el libro de Melvin S. Hattwick sobre psicología publicitaria se afirma que los deseos básicos en la vida son ocho:

- *Alimentos y bebidas.*
- *Comodidad.*
- *Liberación respecto a temores y peligros.*
- *Ser superior.*
- *Atraer al sexo opuesto.*
- *El bienestar de los seres queridos.*
- *Prestigio social.*
- *Vivir más tiempo.*

En el libro de John A. MacDonald sobre las estrategias para vender, los factores para el deseo adquisitivo son siete:

- *Deseo de protección,*
- *Conveniencia personal.*
- *Provecho o beneficio.*
- *Satisfacción egoísta.*
- *El afecto hacia otros.*
- *Necesidades físicas.*
- *Curiosidad.*

En una encuesta que realizó la revista norteamericana «Mc'Calls» entre 5.000 lectoras de 246 ciudades de 39 Estados sobre los temas que más les interesaban en las revistas en general, el resultado fue:

1.° Novelas.
2.° Alimentación.
3.° Moda y Belleza.
4.° Decoración.
5.° Sucesos.
6.° Ilustraciones.
7.° La Publicidad.
8.° Lo social y lo económico.
9.° Administración del hogar.
10.° Jardinería.
11.° Cuidado de los niños.

En cuanto a lo atrae a los lectores, la revista «Parade» fijó cinco temas por este orden:

a) Los bebés.
b) Madres y bebés juntos.
c) Los animales.
d) Personalidades o personajes populares.
e) Las ilustraciones de alimentos.

Bueno, pues ahora, un poco al hilo de todo esto, y dado que no pretendo hablar de la publicidad como tal, sino de la publicidad como elemento plástico en un periódico, ya puede saberse lo que va a encontrarse un confeccionador.

Y conste que, naturalmente, todo lo dicho es sólo una simple enumeración, pues, en la actualidad, las técnicas publicitarias cambian constantemente— precisamente para atraer la atención del lector— dentro de una época que está dominada por la incitación mediante señoras despampanantes.

LA PUBLICIDAD COMO ATRACTIVO POR SI MISMA

Sin que nadie me suponga un picarón, yo tengo que confesar que a mí mismo la publicidad de ciertas revistas me resulta enormemente atractiva. Primero fueron las revistas francesas, con su for-

midable gama de señoras más o menos insinuantes y esa serie interminable de prendas íntimas, donde la prenda parece ser la misma, pero donde la modelo puede alcanzar características formidables. Luego, todas las revistas se lanzaron por el mismo camino. Pero, además de eso, los anuncios en color, impresos con una perfección deslumbrante, pasaron a otros campos, desde los apuestos caballeros deportivos a los postres preparados que parecían a punto de comerse; desde los anuncios a base de textos a los anuncios a base de historietas, donde se cuenta cómo a una pobre chica le dejó el novio por no usar desodorante y cómo, al conseguir el desodorante «tal», el novio se volvió tarumba.

Arrancando de eso, de que hay anuncios espléndidos de atractivo, de que hay anuncios plúmbeos —como ocurre, porque es inevitable, con toda la publicidad financiera, tan interesante ella para los interesados— y de que hay anuncios tradicionales que se resisten a cambiar y que son repugnantes estéticamente, como algunos que han copado las manchetas de ciertos diarios, hay que hacer el periódico y que las páginas sean atractivas.

Yo recuerdo a un confeccionador que tuve en un periódico que, cada día, cuando se le pasaba el parte con la publicidad que había de insertar, se ponía frenético, casi como si se tratara de un insulto personal. Y si a eso se añadían esquelas, ya no digamos. Cosa que comprendo, pues, aparte de algunos periódicos que han sabido simplificar lo tétrico de las esquelas y sus enormes recuadros negros, la mayoría sigue con el modelo tradicional, que es capaz de acabar con una página y con la de al lado. Pedo, del mismo modo, también recuerdo a otros confeccionadores, verdaderos artistas, que se llevaban la prueba de cada anuncio y, a fuerza de darle vueltas, lograban con la publicidad formidables combinaciones, capaces de levantar la página más muerta del periódico.

Y este es justamente el camino.

Es el camino por dos razones: en beneficio del periódico, que puede utilizar los anuncios para mover y alegrar una página, y en beneficio del anunciante, porque el anunciante ha pagado mucho dinero —en general— para que no se sitúe su anuncio de una manera adecuada. Pero ya llegaremos a la economía.

En principio, y esto hay que decirlo muy alto, la publicidad en el mundo ha alcanzado un espléndido grado, justamente por lo que antes decía, porque se juegan muchos millones.

La época de los aficionados pasó. La época en que un anunciante daba un texto directamente a un periódico, pertenece al cuaternario de la publicidad. Salvo raros casos, que los hay, que permanecen con su viejo diseño que inventó quién sabe quién, la publicidad se halla hoy en manos de expertos. Y no ya de expertos, sino de superexpertos.

Esos expertos, además de que saben muy bien su oficio, que es convencer, incitar, vender, han valorado desde hace tiempo lo que tiene la publicidad como llamada mediante el atractivo de lo bien realizado. Y supongo que el público se asombraría bastante si supiera los pintores y cartelistas de primerísima categoría que trabajan para agencias publicitarias.

DE DONDE LA ANTIPATIA

Muchas veces he comprobado la antipatía, casi la alergia que los periodistas en general y los confeccionadores en particular sienten hacia la publicidad.

Dejando aparte la época de la escasez de papel, en que la publicidad de los días en que llega en masa —los domingos, y esa edición de los martes en que se amontona la información de todas las actividades deportivas, taurinas, etc.— obligaba a recortar numerosas informaciones y a dejar en la platina, creo que la antipatía de las redacciones hacia la publicidad ha venido, en su origen, de la mano de los ya citados problemas o complicaciones de espacio y confección, pero, más aún, de las exigencias de las administraciones y de las grandes agencias de publicidad, o de los grandes anunciantes.

En los periódicos se ha producido siempre el encuentro de los que quieren hacer lo mejor posible la publicación, y de los que quieren ganar el mayor dinero posible con la publicación.

Y, naturalmente, para lograr los máximos ingresos, los administradores estaban y están siempre dispuestos a todas las peticiones, cuando no a las máximas exigencias.

Como cualquier periodista sabe, para los anuncios hay diversas tarifas. Dejando la tarifa especial de ciertos remitidos y de la publicidad financiera, lo más habitual es la tarifa general por el tamaño del anuncio, a emplazar donde el periódico convenga, y la tarifa preferente, en la que el anuncio debe ir situado en determinada página, con tarifas superpreferentes, donde el emplazamiento es tan concreto como la mancheta, los resultados de fútbol, etc.

¿Cómo no va a irritar a las redacciones que, sabiendo que un anuncio no es preferente, que no paga tal preferencia, en el parte de publicidad se diga que tal anuncio debe ir en tal página, que tal otro deber ir por encima de la cabecera de deportes, que la mancheta se contrate a veces a un precio irrisorio y a costa de la primera plana?

¿Cómo no va a irritar esa manía de las administraciones de que todos los anuncios deben ir en página impar?

A su vez, las administraciones se ven agobiadas por las exigencias de las grandes agencias publicitarias o por los anunciantes poderosos que —para evitarse los intermediarios y ahorrarse ellas el suculento porcentaje de la agencia— han creado su propia agencia.

LAS PRESIONES

La presión de una gran agencia puede ser enorme. Sabe que proporciona, como intermediaria, muchos millones de pesetas al periódico. Entonces, olvidando que, a su vez, el periódico le proporciona bastantes millones a la agencia (entre su comisión por anuncio, más un porcentaje creciente cuanto mayor sea la publicidad global enviada anualmente por la agencia que, para no meterse en palabras

inglesas, podríamos llamar prima, la agencia puede llevarse el 40 por 100), la gran empresa publicitaria se lanza a todas las exigencias y presiones: emplazamiento, página, sección, lugar. Y, claro es, sin pagar ninguna preferencia.

A eso hay que añadir los contratos fijos, donde el cliente aún intenta mejores condiciones.

Y a eso aún hay que añadir, no ya las peticiones de calidad de impresión, que son lógicas, sino las relaciones públicas, que es un modo como otro cualquiera de obtener ventajas.

Hubo una época en que los empresarios cinematográficos, a cuenta de la publicidad de sus salas, creían que podían pedir hasta un trato benévolo en la crítica. Y todavía queda algún administrador desvergonzado, en los periódicos débiles, que se presta al juego y pretende influir sobre el crítico.

De hecho, quedan productoras de cine que, a cuenta de la publicidad de sus películas, piden la gacetilla gratuita.

Y, por supuesto, existen anunciantes que, a cambio de su publicidad, piden la luna. Por pedir que no quede. En algunos casos, como determinada marca que se gastaba seis o siete millones de pesetas por año, durante años, en una publicación que dirigí, la pequeña compensación solicitada —una foto en donde se ve el letrero de la marca, o algo similar— tiene todavía casi una justificación, dentro de lo amistoso de unas relaciones. En otras ocasiones, la exigencia cae en la desvergüenza. Todavía recuerdo la indignación con que una firma extranjera se marchó, cuando me negué en redondo a dar, por una única inserción de dos páginas, otra «página-reportaje» sobre las actividades de esa firma.

Y aún queda, con peligro cada vez mayor, el campo de las relaciones públicas, ejercido por los hombres de las relaciones públicas que, entendiendo mal su oficio, agobian cada día con peticiones, pretendiendo explotar el compañerismo en aras de la empresa donde trabajan, o algo tan simple y tontorrón como una cena con cualquier motivo, para ganar los recortes suficientes y hacer méritos.

(No quiero entrar en el terreno de algunos jefes de gabinetes de prensa oficiales que han confundido, también, lamentablemente, su función. Y que pretenden, en vez de servir información con rapidez y exactitud a quien se la pida, utilizar los periódicos para el incienso a sus respectivos jefes, casi siempre lo bastante influyentes como para terciar en las violencias producidas por tales jefes de gabinete convertidos en publicitarios... gratuitos, por supuesto.)

LO QUE ES DE JUSTICIA

Partiendo de la base de que la publicidad es imprescindible para un periódico o una revista —pues el lector paga siempre mucho menos de lo que tal periódico o revista cuesta—; partiendo de la base de que la publicidad es, por tanto, el complemento para cubrir ese déficit que se produce en la venta, y partiendo de la base de que la publicidad es también una información interesada, o exagerada en

las virtudes del producto que se anuncia, lo ideal es aprovechar las posibilidades plásticas de la publicidad en beneficio del periódico, de su presentación.

En una publicación como GACETA DE LA PRENSA, dirigida a profesionales, no hace falta insistir en la calidad, en la gracia, en el atractivo de las imágenes de grandes firmas comerciales. Es más, no se conciben determinadas revistas con sus páginas de color sin los ya característicos anuncios en colores de marcas famosas, de las grandes compañías aéreas, de bebidas, tabacos, artículos deportivos, perfumes, creaciones de alta costura o de tejidos, o de electrodomésticos, tocadiscos, televisores, jabones, películas, o esos estupendos carteles turísticos, con los que cada país se esfuerza por atraer a las gentes.

Y lo mismo puede decirse de los periódicos, en los que un emplazamiento adecuado de la publicidad puede romper muchas monotonías.

No se trata, pues, de desdeñar, sino de aprovechar. Es un beneficio al cliente, pero es también un beneficio al lector, avalado además por lo que antes decíamos de que la publicidad es también una información.

¿Cómo no va a ser información la cartelera de espectáculos que, en realidad, no debería cobrarse, puesto que es la guía para todos aquellos que desean ir a un cine, a un teatro, y necesitan saber qué se representa, quiénes lo representan?

Y aunque no pueda admitirse aquí lo gratuito, porque se llegaría a situaciones peregrinas, pues todo el mundo se llamaría, ¿no es una información de primera línea la sección de anuncios clasificados, los clásicos anuncios por palabras?

Es información, del mismo modo que, al fin y al cabo, cada marca que se anuncia, sin trampa ni cartón, está informando. Está informando egoístamente, si se quiere, comercialmente, pero está informando: de sus nuevos productos, de sus nuevas posibilidades, de sus honorarios, de su actividad. Y como no hay engaño, pues todo el mundo sabe que eso lo dice la propia marca y que hay que moderar los adjetivos, siempre queda una información en la superficie, desde el lanzamiento de un determinado modelo de automóvil a las propiedades de un producto farmacéutico.

EL CONTROL DE LA PUBLICIDAD

Dicho todo eso, y como final, lo que sí debe exigirse a los periódicos es el control de la publicidad, la garantía de una seriedad, el evitar la falsedad.

Hay que decir muy alto, y en honor de la verdad, que de este control se preocupan ante todo los mismos publicitarios. Las asociaciones de anunciantes, con sus tribunales de ética publicitaria, funcionan en todo el mundo. Nadie puede hoy poner en un anuncio «la marca más vendida en el mundo» si no es verdad. Y nadie debería poner «el mejor», si no lo es, si no puede demostrar que lo es.

Pero, igualmente, hay que ejercer otros controles que están en la forma y en el lenguaje.

Una marca, un producto, puede emplear todos los calificativos rimbombantes —aunque los grandes publicitarios prefieren hoy términos precisos y sencillos, prácticos—, pero lo que no puede es caer en el mal gusto, y que se le tolere. (Como profesional, me ha repugnado el anuncio de un modista, completamente desnudo, presentando un perfume, por ejemplo.) Y ni que decir tiene que, en el tiempo que vivimos, habrá que andar con mucho ojo entre el erotismo y la pornografía que se cuelan por todas partes. Si no hay que tener remilgos adecuados, tampoco hay que tener vergüenza frente a la desvergüenza para rechazar ciertas cosas. Y los periódicos franceses serios acaban de dar una lección, en relación con el anuncio de una famosa novela llevada a la pantalla, limando el anuncio sin contemplaciones.

En cuanto al lenguaje, valga decir lo mismo. Y aquí sí que hay tajo para los publicitarios, para las asociaciones de anunciantes.

Creo honradamente que el idioma es una cosa muy seria, que no se puede atentar contra el lenguaje, que la publicidad no puede ser utilizada como vehículo para todos los extranjerismos, o para inventar los verbos más extraños, entre imperativos.

Veremos quién le pone el cascabel al gato, ya que la Academia, evidentemente, no puede atender a eso ni gastarse en eso. Pero habrá que pensar en qué organismo, qué entidad, asume la inspección y la responsabilidad de vigilar el idioma en los textos de los anuncios; de esos anuncios que, sólo en la Prensa, andan ya por encima de los diez millones de pesetas, que es una cifra demasiado respetable en los niveles españoles para que en los periódicos y publicaciones no se tome en consideración.

Por tanto, valga que entre los elementos plásticos del periódico, además de los esenciales, como la tipografía y la confección, jueguen también los motivos de esos deseos básicos de la existencia, desde la comida y la bebida hasta el deseo de vivir, desde las mamás con niño a las figuras en popularidad, desde el prestigio a la seguridad y hasta el formidable motivo, tan motor del mundo él, de atraer al sexo opuesto, afortunadamente casi siempre realizado con señoras, por eso de que los hombres pagan casi todo: incluidos los productos para señoras, e incluido el periódico, por supuesto.

3. Prensa «underground» anglosajona

tras el escándalo de la revista «OZ»

Por **Vicente BATLLES CAMPOS**

I

EN Inglaterra y en Estados Unidos frecuentemente se oye decir que la Underground Press, *la Prensa soterraña, es perfectamente «overground», o sea que funciona a flor de tierra. Sus ejemplares no pasan bajo cuerda de mano en mano, ni se leen —o hasta se estudian— en íntima clandestinidad, como ocurría con cierta clase de publicaciones en la Rusia zarista y sigue ocurriendo hoy en la URSS y en otros muchos países.*

Estas revistas psicodélicas de portadas resplandecientes, que sobre chillones azules, verdes y naranjas exhiben extraños diseños y desnudos, tienen nombres inusitados en el mundo periodístico, cuando no, en inglés, groseramente sugeridores: «The Black Dwarf», «Freedom», «Frendz», «Gandalf's Garden», «Idiot», «It», «Ink», «Oz», «Private Eye», «Red Mole», «Suck», «Screw», «Styng». No hay que confundirlas con las «sex magazines» del tipo «Forum», «Penthouse», «Playboy», y, menos conocidas, «Men Only» (que, al cabo de treinta y seis años de vida respetable, bajo la propiedad e inspiración de Paul Raymond se ha pasado al sector), «In Depth», «Intro», «New Directions», «Open», «Scorpio», «Search», etc. [1].

El tipo de publicaciones a que nos referimos, cuyos tentáculos cubren ya todo el mundo anglosajón, es el de los «anti-media media», nacidos en Londres en 1966 con «The International Times», como fenómeno de protesta emulado en otras lenguas y otras culturas; un tipo de publicaciones que en Norteamérica y el Reino Unido excede ya de doscientas, que cuenta con un «Underground Press Syndicate» y tiene en funcionamiento la *soi-disante* agencia de noticias «Liberation News Service», conectada por teletipo a veinticuatro centros receptores en varias capitales europeas. No se trata, desde luego, como se ve, de una UPI o una Reuter, pero tampoco se entiende cómo han llegado a montar esta mecanismo unos *empresarios* cuyo credo prescribe la más enconada oposición a cualquier establecimiento informativo centralizado.

Riesgo de secuestro.—Entre las más recientes incorporaciones al grupo figuran el «Cardiff People's Paper», que sale cada tres semanas y lanza 1.400 ejemplares, y «The Other Paper», de Leeds, quincenal y con tirada de 1.500 ejemplares, mientras que, según «It», la última baja es «Grass Eye», de Manchester, víctima de un deshaucio judicial que le obligó a abandonar sus locales «por razones sanitarias» (y lamentamos desconocer qué peligros, y contra la salud de quién, estimó el Juzgado).

Cuando sobre las dos orillas del Atlántico la espiral de los costes de producción origina interminables lamentaciones y el público lector se niega a pagar precios realistas por los periódicos tradicionales, que se ven empujados así cada vez más por los vientos de los ingresos publicitarios, es significativo saber que las publicaciones *underground* se permitan el lujo de venderse hasta seis veces más caras que aquéllos. ¿Tan excelente, o distinto, es el producto?

Para Raymond Gardner, [2] las preocupaciones de la sociedad convencional son exactamente las mismas que las de la sociedad *underground;* sólo difiere el enfoque con que se realiza su tratamiento en los respectivos me-

---

[1] Las seis revistas citadas, pertenecientes al grupo que ha dado en llamarse «the full frontal press», se autocalifican, respectivamente como sigue: «A magazine on sexual behaviour», «The sex communication magazine», «The magazine of the sexual revolution», «For the open mind», «Explorations in sexuality» y «The magazine for Adam and Eve together».

[2] Gardner, Raymond: «Mixed vibrations», en «The Guardian», Londres, 21-2-1970

dios. La causa por la que los *anti-media media* que florecen en 42nd. Street y en Greenwich Village, en Charing Cross Road y en Leicester Square, observan un singular comportamiento económico, es de otro orden, muy complejo, que aquí sólo cabe analizar en parte.

Aunque la difusión de la prensa *underground* está autorizada, el riesgo de secuestro es permanente. Sus directores sufren una continua exposición a las denuncias de la sociedad *square* (chapada a la antigua) o sencillamente *straight* (normal), y operan bajo la vigilancia de fiscales y jueces. Cualquier exceso en materia de drogas estupefacientes u otras aberraciones *(kinkiness)* pueden acarrear el cierre y medidas punitivas diversas. Con todo, la diferencia entre una Prensa auténticamente *underground,* como no es ésta, ilegal con todo lo que ello implica, y una Prensa perseguible sólo por denuncia, es abismal. Estimamos con Stephen Spender[3] que la verdadera Prensa *underground* es la que hace vida de madriguera, de topo, y que esta otra Prensa que se mueve a flor de tierra porque realmente es *overground* constituye una especie de caza deportiva en la que el topo ha pasado a ser perdiz o liebre.

Lo que más molesta a los artículos de la Prensa *underground* es que se la critique «desde una posición de ignorancia». ¿Cuántos individuos, pregunta un director, entre los muchos que están dispuestos a perseguirla, han pasado los ojos sobre una sola hoja psicodélicamente impresa? Pero esta queja carece de justificación, porque si de algo han de estar agradecidos quienes así hablan a la Prensa *straight,* es de haber aireado a los cuatro vientos, con regusto sensacionalista y demagógico, sus procaces manifiestos. No hay que ser excesivamente reaccionario ni inteligente para comprender de manera inmediata la falacia ilusa que encierra esta declaración editorial (del primer número del «Cardiff People's Paper»): «Concebimos nuestro periódico como ataque contra el sistema de poder, de riqueza y de política de nuestra sociedad. (...) Lucharemos por las necesidades del pueblo; contra los caciques, los especuladores, los propietarios, los burócratas, los manejadores de la Prensa y de la televisión y de la opinión.» ¿Anulará la fuerza motriz de una gota de agua el flujo oceánico del cuarto poder?

Cambiar la sociedad.—En la Prensa *underground* vemos grotescamente retratada la «permissive society», la sociedad licenciosa, que consta —y esto debe tenerse muy en cuenta— tanto de lo que se permite como de quienes activa o pasivamente lo permiten. No quiere decir ello que sea ésta una sociedad en la que esté permitido todo, sino que lo están muchas cosas que no lo estaban hace menos de un decenio, y que se consienten referencias muy concretas y amplias a temas que todavía pertenecen a la esfera de lo no permitido.

Por cierto, que, como cualquiera puede comprobar, viene dándose una convergencia cada día mayor entre las preocupaciones de la Prensa *underground* y de la Prensa ultrapopular británica. No ya los dominicales «News of the World» y «The People», sino diarios como el «Daily Mirror»

---

[3] Spender, Stephen: «Reflections on the Underground Press», en «Harpers Bazaar & Queen», septiembre 1971.

y el «Sun», conceden de un tiempo a esta parte un tratamiento «ad nauseam», bien que por razones obvias —tímido en su propio contexto— y ensayístico, a las rúbricas predilectas de las publicaciones soterrañas. Lástima que tanta osadía por parte de periódicos con enorme potencial de influencia en la masa se restrinjan conscientemente al ámbito de lo carnal, concebido como relato de vivencias íntimas con renuncia a un talante ético, a todo rigor intelectivo y al ejercicio de una imaginación redentora. Parece que estos periódicos se empeñen en hacer ver la vida como verificación de sensaciones subjetivas por medio del sexo y de las drogas. Los aspavientos puritanos con que suelen dar comienzo y concluir esta suerte de contenidos son un puro enmascaramiento de defensa.

La posibilidad de un descarrío que aleje a la masa de los procesos de sublimación que han convertido al hombre en ser civilizado, es lo que induce a observar a los antipornógrafos británicos, con lord Longford y Malcolm Muggeridge en cabeza, un paralelismo entre la sociedad *underground,* irradiadora de pautas de conducta hacia el estrato juvenil, y el Imperio Romano en decadencia. Pero los responsables de la Prensa *underground* aducirán que la disolución moral no le impidió a Roma mantener un ritmo de caída de varios siglos; que lo que a ellos verdaderamente les quita el sueño es la bomba H y la degradación del medio, y que, en todo caso, su motivaciones no son exclusivamente pornográficas. Afirmarán, incluso, perseguir fines de reforma y perfeccionamiento espiritual a través de *su* revolución.

Y la revolución significa para ellos que los jóvenes de hoy, satisfaciendo libremente sus instintos sexuales y estimulándose por vía artificial la imaginación creadora, emanarán desde su *Ersatz happiness* fuerzas que, haciendo cambiar la naturaleza de la vida misma, cambiarán la sociedad. «En vez de luchar en pro de una sociedad nueva (concepto mecánico que articulan las mentes teóricas, rigen los ideólogos y administran los burócratas), cambiarán la sociedad tras de haber cambiado ellos en el seno social.»

Dicho en otras palabras: contemplamos un enfrentamiento entre dos conceptos de la vida diametralmente opuestos. Mientras que estas *creatures of the Underground* dicen querer verificar su propio ser mediante la vivencia sensual y todo tipo de autoestimulación física y psíquica, nuestro concepto tradicional, que reputamos objetivo y sólido, estipula que la historia, el acervo cultural y los valores fundamentales son fruto de millares de años de experiencia humana colectiva y jerarquizada, y que el individuo debe aprender a verse a sí mismo, por vía de educación, disciplina y oración, como instrumento que asimila, practica y transmite una conciencia infinitamente más rica, más útil, que la que pudiera alcanzar en soledad a partir de sus propios recursos físicos e intelectuales.

El tabú sistemático.—Una invencible confusión teleológica es lo que caracteriza a la «Underground Press». En estos periódicos «que son plataforma para los socialmente impotentes y reflejo de la vida cambiante de nuestra colectividad» [4], no logramos ver otra cosa —porque no la hay—

[4] Palabras de Richard Neville, ex director de «Oz» ante el Old Bailey (Tribunal Central de lo Criminal), de Londres.

que una «non-political politics» como arte de lo imposible que, sin proponerse analizar y comprender la sociedad para quien propugna el advenimiento de un «dinamismo auténtico y nuevo», se ocupa obsesivamente de la sexualidad, de «la droga», la música «rock» y toda una temática aledaña.

La Prensa *underground* quiere, según dicen sus directores, ampliar el concepto de política de izquierda incorporándole «los valores del vivir sensual y de la autoexpresión» (!). Con ese objeto, adopta un grafismo que es el camino de aproximación, el método: las cartas al periódico y entre lectores, la publicidad y los contenidos informativos y de opinión resultan prácticamente ininteligibles al profano por sus superposiciones, abigarramiento, esfuminados, etc. «Es que hay que publicar material contradictorio», ha dicho un director. A algunos nos parece que no es posible el diálogo entre el oscurantismo absoluto y la claridad; como cuando se conversa con un loco, la razón aporta un factor más de confusión.

Es significativo que la única crítica regular y *seria* que incluyen las publicaciones *underground* se refiera a la música: jazz, pop y rock (ésta, llamada «Mosic»). Los otros temas permanentes son el sexo (gestos obscenos dedicados al *establishment)* y la droga. Dentro de la subcultura, el sexo es comunitario y susceptible de toda forma de expresión; se relaciona tanto con el amor y el matrimonio como la política de la libertad con el comunismo. Y el sexo conduce a la droga, estimada deseable en tanto en cuanto agudiza la sensación de «estar vivo y consciente». Los anuncios que leemos en estos periódicos nos revelan la dimensión exacta de un mundo: «Man of the world would like to write to groovy young girl. Exciting letters promised», o «Sex magazines as never before available».

Lo importante es que todo eso lleve el marchamo de *underground,* pues la emoción está en lo prohibido. «Lo *underground* —opina S. Spender[5]— es una metáfora que expresa precisamente la oscuridad, lo intestinal y lombricesco; placeres de madriguera o de cueva es lo que se busca.»

Hay ciertos requisitos que deben cumplir los aspirantes a ingreso en el «paraíso terrenal» de lo *underground.* Han de poseer belleza y buena salud y ser perpetuamente jóvenes. Tienen que creer a pies juntillas que la verdadera felicidad estriba en «the perfect orgasm, the euphoric dream».

Por extensión lógica, la muerte es tema tabú en la Prensa *underground,* a no ser que se relacione con un héroe propio, como Che Guevara, o con alguien que haya muerto, por ejemplo, bajo los efectos del LSD; en ningún otro caso se la menciona. También es tabú la vejez, pues en la teoría *underground* sólo los viejos mueren. Y, con la vejez, el tabú sistemático: la medicina, la higiene —que tan poco cuadra a las melenas y a la norma de suciedad personal—, el lenguaje científico... Estos temas sólo pueden enfocarse desde la magia o la astrología.

En cuanto a inspiración ideológica, los *pensadores políticos* del *underground* tienen cierta conciencia de la necesidad de haber leído alguna

[5] Spender, S.: *Loc. cit.*

literatura socialista para preparar su revolución. Sin embargo, ignoran la existencia misma de quienes de alguna manera fueron predecesores suyos, como D. H. Lawence. Fuera de alusiones mal digeridas a la mitología de culturas antiguas, especialmente la hindú y la druídica, dan a entender que la música europea arranca de los Beatles y que la poesía inglesa se debe exclusivamente a las plumas de Dylan Thomas y Bob Dylan. Otros autores a veces citados en forma que ni ellos mismos se reconocerían, son Blake y E. M. Forster.

Por último, una teoría de la Información. Lamentamos que las palabras siguientes, del ex coordinador del «Underground Press Syndicate»[6] S. B. Rudnick, resulten excesivamente difíciles de traducir: «The slave dead-think regular media reprint the whitewash bullshit, many times lies of the Fascist managed, dis torted bullshit as fact, without comment or even checking for truth with the utter disregard and contempt either for their mob —crazed America first puppet readers or the few naive believers in the check and balance system of a fourth estate on the government, imperialistic dollar pimps.»

II

Un espectáculo carnavalesco.—La tarde del 28 de julio de 1971, en que el jurado —constituido por dos mujeres y nueve hombres, casi todos ellos de mediana edad— emitió veredicto, el principal asesor de la defensa, un joven de voluminosa pelambrera, vestía levita victoriana y pantalones de terciopelo amarillo; se adornaba el cuello con destellantes collares y en las muñecas lucía ajorcas. Verdad es que en tan señalada ocasión aparecía elegante, pues durante los veintidós días del proceso —el más largo de la historia judicial británica por delitos contra la *Obscene Publications Act*[7]— normalmente había acudido al Old Bailey en mangas de camisa y pantalón vaquero multicolor.

Los tres procesados —Richard Neville, australiano, veintinueve años; James Anderson, australiano asimismo, abogado, de treinta y cuatro años, y Félix Dennis, inglés, de veinticuatro años— llevaban puesto pantalón corto y camisa deportiva con lemas *underground* sobre la pechera; sus melenas no desmerecían en nada de las del asesor legal, y usaban gorra.

Al conocerse el veredicto, que por mayoría de 10 a 1 el jurado había tardado tres horas y cuarenta y tres minutos en decidir, los numerosos admiradores de «Oz» (en su mayoría *hippies)* que llenaban la sala o se agolpaban ante las puertas del Tribunal Central de lo Criminal de Londres, prorrumpieron en llanto. Unos dieron en mesarse los cabellos y otros, en arañar con desesperación las paredes del edificio. Se oyeron gitos de «Tear down the walls» y «Let me free to love» («Derribad los mu-

---

[6] «Syndicate» no significa sindicato laboral, sino agencia distribuidora de colaboraciones de Prensa.

[7] Una relación de los principales procesos que por delitos contra la *Obscene Publications Act* se han celebrado en el Old Bailey durante los últimos años puede leerse en «Daily Mirror» del 7-11-71.

ros», «Dejadme libre para amar») y en seguida se desencadenó una ruidosa manifestación con graves alteraciones del orden público, cuyos participantes portaban pancartas en las que se leía: «Oz now, you next», «It is the Obscenity Law that is depraved and corrupt» y «Freedom is against the law» («"Oz" ahora, tú el siguiente», «Es la Ley de Represión de la Obscenidad la depravada y corrupta» y «La libertad va contra la ley»).

Terminaba así un espectáculo carnavalesco durante el cual se había cruzado varias veces el límite de lo tolerable. Por ejemplo, cuando el comediógrafo Marty Fieldman, citado como testigo de la defensa, se negó a prestar juramento sobre la Biblia diciendo: «There is more obscenity in it thant in Oz». Severamente amonestado por el juez, uno de los defensores pidió a Su Señoría que supiera disculparlo porque «he overacted», esto es porque se tomaba demasiado a pecho su papel. La primera escena había tenido lugar el día en que comenzó la vista de la causa: frente a la sede del Old Bailey un grupo de *clowns* estuvo danzando en torno a una joven con el seno desnudo.

Pero, una vez establecida la culpabilidad de los acusados, el juez Michael Argyle, Q. C., no quiso dictar sentencia inmediatamente. Ordenó el ingreso de Neville, Anderson y Dennis en la prisión de Wandsworth para que, tras someterlos a observación, se evacuaran informes sociales, médicos y psiquiátricos sobre todos ellos. Al escuchar la resolución, Neville dijo al juez: «Esto es una solemne tontería burocrática, como usted sabe.» Y el juez respondió: «Gracias, Mr. Neville, pero así lo he decidido. Llévenselos.» Poco después, los tres eran trasladados a Wandsworth, donde, de entrada, se les aplicó un corte de pelo normal que, muy difundido en fotografías por la Prensa, hirió innecesariamente la sensibilidad del público británico, muy tolerante, máxime en materia de atuendo personal.

Al juez Argyle todo este complicado y desagradable asunto le cogió por sorpresa. En realidad, la vista de la causa debería haberse celebrado en la sala del Lord Justice Karminsky con Mr. Justice Lawton y Mr. Justice Forbes, pero, habiéndose echado el período de vacaciones encima, le correspondió a él, en calidad de suplente, hacerse cargo del proceso. Durante el tiempo que duró el mismo, su esposa y sus tres hijas recibieron muchas cartas y llamadas telefónicas anónimas en que se les insultaba en los términos más groseros e incluso se les amenazaba de muerte. Fue necesario darles protección judicial, con dos agentes instalados continuamente en la planta baja de su residencia, y tuvieron que confinarse en su domicilio hasta la conclusión del juicio.

Cárcel para los tres.—Unos días más tarde, el 5 de agosto, fue dictada sentencia. Los matutinos londineneses del día 6 revelaban clarísimamente en sus titulares la postura en que se habían colocado ante el caso. Mientras que «The Times», en cabeza de entrada de primera página, escribía: «Demonstrations and protests against "Oz" jail sentences», «The Daily Telegraph» anunciaba someramente: «SCHOOLKIDS "OZ" INDECENT & OBSCENE, JURY RULES.» El «Daily Mail» dedicaba toda su portada, con abundantes ilustraciones al tema: «"OZ": OBSCENE! BUT WHY THE FEROCIOUS SENTENCES? Why make martyrs of these silly young men?» Como el anterior, el «Sun» daba su versión del asunto en tres páginas completas, ti-

tulado en la primera: «FURY OVER "OZ" JAILINGS. 'Savagery" by Judge Argyle starts storm.» Estos dos últimos diarios referían con toda clase de pormenores la reacción de un grupo de 16 parlamentarios encabezados por el «ministro» de la oposición Anthony Wedgwood Benn, y transcribían explosivas declaraciones de *The British Humanist Association. The National Council for Civil Liberties, etc.* En menos de una semana, los periódicos matutinos londinenses de prestigio recogían un centenar largo de cartas sobre el tema [8].

Antes de pronunciar sentencia, el juez Argyle dijo: «En mi opinión, está claro que el conceder a los tres procesados la libertad vigilada de tipo correccional *(probation)*, sería improcedente. Reconozco que se trata de personas relativamente pobres, por lo que tampoco es procedente imponerles multas. Luego la sentencia de este Tribunal ha de ser de privación de libertad (...). En cuanto a los improperios que se han dirigido contra mi persona hoy y durante la celebración de la vista, hago caso omiso de ellos y serán tenidos en cuenta por el Tribunal de Casación en un momento posterior. Para eso existe el Tribunal de Casación.» Después, dirigiéndose a Neville, Su Señoría manifestó: «Estimo que es usted hombre de gran capacidad e inteligencia»; y a Anderson [9]: «Perteneciendo usted a la abogacía australiana, su caso me ha originado gran dificultad y preocupación»; y a Dennis: «Usted es muchísimo menos inteligente que los otros dos procesados y hombre mucho más joven; lo he tenido en consideración.»

Tras declararlos absueltos de «conspiración criminal para seducir y corromper a los jóvenes», y como culpables solamente de sendos delitos contra la *Obscene Publications Act*, Su Señoría impuso a Richard Neville, fundador de la revista «Oz», la pena de quince meses de prisión; a James Anderson, director, un año, y a Félix Dennis, director artístico, nueve meses. La editora, *Oz Publications Ink Ltd.*, fue multada en 1.000 libras, condenándosela a contribuir con 1.250 libras al pago de las costas [10]. A continuación, el inspector de Scotland Yard, Frederick Luff, fue invitado a comparecer ante el Tribunal y el juez Argyle encomió su labor. «Usted —le dijo— ha desempeñado una tarea difícil y sumamente desagradable y deseo felicitarle por la forma en que se ha desenvuelto.»

Las escenas de protesta e histerismo en que acto seguido estalló el público que ocupaba la sala, culminaron con la quema de una efigie del juez Argyle ante las puertas del Old Bailey. Todo estaba en línea, por lo

---

[8] Casi todas las cartas publicadas en «The Guardian», por ejemplo, inmediatamente antes y después de emitirse veredicto, eran sectarias y decididamente favorables a los responsables de «Oz». En un día tomado al azar (3-8-71) tienen este carácter la totalidad de las insertas, firmadas por Chris Webb, Dr. K. R. Mayne, Simón Charleton, Nick and Rosemary Allen, Irwin J. Thrower y C. M. Townsend. Hay que esperar al día 7 de agosto para leer, entre las de esta tendencia (firmadas por Mary Ann Ebert, M. K. Sarah, Andrew Dennis y Bob Usherwood) unas pocas de signo opuesto: las de Nick Cuthbert, Amos C. Miller, Frank D. Coles y John Maryland.

[9] Anderson, por su condición de abogado australiano con licencia de ejercicio en el Reino Unido, llevó a cabo su propia defensa con la ayuda de algunos legistas asesores.

[10] Según el «New Law Journal», noviembre 1971, el proceso supuso para el Tesoro británico un gasto entre 80.000 y 100.000 libras esterlinas. Los procesados, por su parte, pagaron a los letrados defensores del orden de 25.000 libras.

demás, con las manifestaciones de los procesados durante la fase de alegación. Así, Neville había dicho: «Me ha sorprendido que una mente jurídica desbarre con tanta frecuencia (...). No hablo de nosotros en cuanto a individuos. La realidad es que en la cárcel se está bastante cómodo. La comida no es mala y se toma uno un buen descanso. Hablo del daño que se le hace al ya marchito optimismo de la generación (...). Al encarcelarnos demostrará usted al mundo que su generación, aun pareciendo que escucha cortésmente, está, de hecho, sorda (...). La responsabilidad será de usted, y de usted sólo, al decidir si usted actúa en nombre de Dios y de la cristiandad, conceptos ambos que han servido para enmascarar muchos males y acciones erradas (...).

Analogía con el Libro Rojo.—A todo esto, ¿en qué había consistido exactamente el delito de los responsables de «Oz»? Empecemos por esclarecer que la revista, mensual, de 20 páginas y con tirada de unos 50.000 ejemplares en papel *couché* (aunque los editores aseguran que la leen medio millón de adolescentes) fue lanzada en Australia en 1963 por Neville. «Oz» es diminutivo de un término de germanía (Ozzie), con que se designa en Australia al propio país. Trasladado a Inglaterra en 1963, Neville, que hoy utiliza el sobrenombre de «The Wizard of Oz» (El Mago de Oz), empezó a editar una versión inglesa al siguiente año. «Oz» es anti-establishment, anarquista y revolucionaria y cuenta en su plantilla de redactores y colaboradores con 20 adolescentes [11]; entre ellos, una chica que desde sus quince años viene apareciendo en fotografías desnuda.

El número 28 de la revista, que provocó el secuestro, pese a que la Policía llevaba tiempo advirtiendo a los directores que estaban pasándose de la raya, y del que pudieron recogerse sólo 472 ejemplares al haberse distribuido ya todos los demás por correo, era de carácter extraordinario, para escolares («Schoolkids issue»), con 48 páginas y precio de venta de cuatro chelines (ahora se están pagando cinco libras por ejemplar).

Según apreció el Ministerio Fiscal en sus conclusiones, ese número trataba de «homosexualidad, lesbianismo, sadismo, perversiones sexuales diversas y consumo de drogas». Al parecer de la educadora y psicóloga clínica Mary Miles [12], el «Schoolkids issue», con el nauseabundo «Den Lille Rode Bog for Skoleleever [13], danés, «promueve el odio entre el niño y sus superiores (...) trata del sexo como si éste consistiera en ir al retrete (...) y, sobre todo, está lleno de odio». Coincidiendo con el nefando libro en su virtualidad mental y físicamente masturbatoria, «el impacto de "Oz", plagado de ilustraciones frecuentemente sádicas, es más violento que el de aquél». «In the whole of this issue —dictamina M. Miles— there is only one picture of normal intercourse, and this is an advertise-

[11] Puede estudiarse la ficha técnica rudimentaria de las más destacadas revistas *underground* británicas en «The Lowdown on the underground Press. A full-frontal world of anarchy and sex»: «Daily Mirror», Londres, 29-7-1971.

[12] Miles, Mary: «"Oz" and the "School Book"»: «The Observer», Londres, 1-8-1971.

[13] Traducido al inglés bajo el título «The Little Red School Book» y al francés como «Le petit livre rouge des écoliers et lycéens», fue secuestrado por orden judicial en el Reino Unido y en Francia. Posteriormente salió a luz un contrapunto inglés: «The Little White Book».

ment for a method of improving virility and increasing the size of the male organ. It includes an estatic account by a young girl of the pleasures of *fellatio,* a cartoon of necrophilia and pictures of elderly teachers making homosexual assaults on the young or exciting each other by means of various perverse practices» [14].

Para comprender hasta qué punto retorcieron y amañaron sus criterios morales algunos liberales con visos de ultratolerantes, basta comparar lo anterior con este párrafo del famosos columnista Bernard Levin [15]: «A few four-letter words, a strip cartoon so grimly anaphrodisiac that it ought to be prescribed by old-fashioned schoolmasters as a means of helping their pupils's minds out of sex, instead of cold baths and fretwork; a cover depicting some naked ladies, one of whom is licking another under the chin; an ill-drawn penis; two short paragraphs about *fellatio;* a buttock or two; here and there a nipple; *and that was all* (...). Por fortuna, esta aberrante visión del tema fue pronto rebatida con vigorosos argumentos por Malcolm Muggeridge, el conocido publicista y catedrático que renunció al rectorado de Edimburgo cuando el Consejo de aquella Universidad autorizó la libre venta de anticonceptivos en los medios estudiantiles [16].

Riesgo de corrupción o noxa al desarrollo emotivo.—Para concluir, transcribiremos muy sucintamente algunas de las opiniones que mereció el asunto a la Prensa británica de más prestigio.

«The Times» [17]: (...) Las penas son justificables en razón de que el número de «Oz» se dirigía a niños en edad de enseñanza media. Se ha dicho en nombre de los editores que el subtítulo «número para escolares» impreso en cubierta denotaba que la cosa estaba escrita por escolares para ilustración de sus mayores, y no al revés; se intentaba llevar a conocimiento de los lectores corrientes de «Oz» lo que la gente más joven de «Oz» hacía y pensaba (...). Pero es éste un caso en que resulta perfectamente justo hacer pechar a los editores con las consecuencias que razonablemente cabía esperar de sus acciones (...). La ley, y no sólo en el contexto de la obscenidad y de los delitos sexuales, es *ex profeso* y específicamente severa siempre que la moral y el bienestar de los niños se halle en peligro. Estaba suficientemente justificado el rigor del juez (...). La investigación no ha logrado echar por tierra el criterio, fundamentado en el sentido común, de que la exposición de los adolescentes a ese tipo de cosa entraña un riesgo de corrupción o noxa al desarrollo emotivo.

La mayoría de los padres son de esta opinión, la mayoría de los maestros estarán de acuerdo con ellos (...). Siendo esto así, la ley cumple las funciones que le son propias al procurar dar la protección que todavía quieren las personas para sus hijos (...). La prensa *underground,* de la que forma parte «Oz», refleja y predica valores que están en radical conflicto con los valores que han configurado y que, con modificaciones, sustentan

---

[14] Miles, M.: *Loc. cit.*

[15] Levin, Bernard: «New Martyrs for the world of No», en «The Times», Londres, 10-8-1971.

[16] Muggeridge, Malcolm: «A letter to Bernard Levin», en «The Times», Londres, 13-8-1971.

[17] «The Times», Londres, 6-8-1971: «The Third Generation» (Edit.).

nuestra sociedad (...). La ley tiene que proteger a los niños y sólo puede hacerlo a la luz del criterio común y generalizado sobre la psicología infantil (...).

«The Daily Telegraph»[18] (...) «¿Quién puede afirmar que no sea necesario el escarmiento en este terreno? El número de «Oz» para escolares era, desde luego, como dijo el juez Argyle, «una pequeña revista obscena.» El propio Richard Neville admitió que era contraria a la ley. Los pormenores del contenido, sacados a luz ayer en el juicio, no dejan lugar a dudas en cuanto a que la obscenidad era tanto intencional como cargada de todas las consecuencias a ella inherentes. La cuestión es que hoy existe toda una serie de publicaciones y otras producciones en este país que constantemente tocan o sobrepasan los lindes de la obscenidad. Debe haber escarmiento (...).

«The Guardian»[19]: (...) «El jurado estimó obsceno el contenido de la revista y no es éste un veredicto, dicho con toda honradez, que vayan a discutir muchas de las personas que han visto el número para escolares de "Oz"» (...).

«Daily Mail»[20]: (...) «Pese a todos los intentos de presentarla como tal, esto no ha sido una prueba de fuerza entre la Corona (encarnación de la Justicia) y la sociedad licenciosa. No ha sido la señal de salida para una represalia legal contra los disconformes, los marginados, los asqueados. Si quieren predicar lo *pop*, la *hierba* y la *promiscuidad*, tienen la libertad legal de hacerlo. Si quieren mofarse de la Policía, burlarse de la autoridad, caricaturizar el conformismo, los Tribunales no se entrometerán. Lo que no pueden hacer es bordar su propaganda de obscenidad. Manchar a quienes no están conformes con ellos con un sucio lenguaje. Reducir el diálogo a un partido de ping-pong pornográfico. Si los profetas de la anarquía quieren luchar públicamente y a través de la letra impresa por el espíritu de la generación joven, entonces van a tener que luchar limpiamente. Ahí el verdadero significado del veredicto de ayer.»

Sin embargo, las condenas impuestas por el juez Argyle fueron casadas el 6 de noviembre de 1971, y sustituidas por sendas penas de seis meses de privación de libertad contra Neville, Anderson y Dennis como autores de un delito definido en la *Post Office Act* de distribución por correo de material pornográfico no solicitado. Esta resolución del Lord Chief Justice, que dio origen a otra formidable campaña de Prensa en el Reino Unido, constituirá el tema de uno de nuestros próximos artículos.

---

18 «The Daily Telegraph», Londres, 6-8-1971: «Obscenity and the Law» (Edit.).
19 «The Guardian», Londres, 6-8-1971: «Wrong way to save society» (Edit.).
20 «Daily Mail», Londres, 29-7-71: «Obscene propaganda» (Edit.).

4. Jurisprudencia

dos sentencias del tribunal supremo

EN realidad, los lectores se las prometían muy felices cuando, en portada, y muy destacado pudieron leer el siguiente titular: «Venta de cargos públicos en el Ministerio de Justicia; documentado trabajo en páginas interiores.» Nada podía hacer sospechar, sin embargo, al lector de aquel titular, que el documentado trabajo que de tal forma se anunciaba se refería a un ministro felizmente gobernante bajo la égida de Fernando VII,

por lo que bien pudiera ser que usara paletó, y que en consecuencia ninguna relación tenía con los tiempos actuales.

Bien es verdad, que en páginas interiores se aclaraba el tema con los títulos de «Fernando VII hizo justicia» y «Cómo y por qué fue destituido y encarcelado el Ministro de Gracia y Justicia don Pedro Macanaz».

Se trata de saber, en definitiva, si la sanción impuesta en vía administrativa se ajustaba a derecho y sobre este punto, nuestro más Alto Tribunal sienta una interesante jurisprudencia, que a continuación se expone.

La segunda Sentencia que comentamos hoy se refiere al siempre complicado ejercicio del derecho de réplica.

La elaboración jurisprudencial en este tema es muy necesaria por cuanto la regulación legal de este derecho no prevé suficientemente la variante de situaciones posibles ni siquiera de forma muy general.

El quid de la cuestión radica en que los recurrentes lo que pretendían es que se conociese un texto íntegro, pero ello no es viable a través del derecho de réplica, puesto que éste no ha sido establecido por el legislador como un medio de hacer propaganda política o vehículo difusor de ideologías, sino que, por el contrario, se limita a proteger a las personas cuando son injusta o irrespetuosamente tratadas por informaciones difundidas por agencias o medios informativos.

II

El Tribunal Supremo, en Sentencia de 10 de febrero de 1972, ha desestimado el recurso contencioso-administrativo interpuesto por don Eugenio Suárez Gómez y don Mario Rodríguez Aragón, propietario y director de la revista «Sábado Gráfico», contra resolución del Consejo de Ministros de 19 de diciembre de 1970, que desestimó el recurso de súplica interpuesto contra resolución de dicho Consejo de 11 de septiembre de 1970, por la que se impuso multa de 250.000 pesetas a don Mario Rodríguez Aragón como director de dicha revista, y a don Eugenio Suárez como propietario, la suspensión de la aludida publicación por un tiempo de cuatro meses.

El motivo de dichas sanciones fue la publicación en el número 705 de la revista «Sábado Gráfico», correspondiente al día 4 de abril de 1970, de un trabajo periodístico que en la portada, con tipo de letra, colores y situación que lo destacaba ostentosamente, se titulaba «Venta de cargos públicos por el Ministerio de Justicia; documentado trabajo en páginas interiores»; estimándose que el mismo constituía una infracción muy grave del artículo 2.º de la vigente Ley de Prensa e Imprenta, en lo

que se refiere al debido respeto a la verdad y a las instituciones y personas en la crítica de la acción política y administrativa, de conformidad con lo establecido en el artículo 70, apartado 3 de la citada Ley.

La parte actora exigía en su escrito de demanda, la declaración de nulidad de pleno derecho de las actuaciones administratiavs, conforme a lo dispuesto en el artículo 47 de la Ley de Procedimiento Administrativo, el cual y en su apartado c) entiende nulos los actos dictados en los que se ha prescindido total y absolutamente del procedimiento establecido.

Ello por considerar, argumenta la parte recurrente, que en la fecha de instrucción del expediente se encontraba ya derogado el procedimiento propio y peculiar del Ministerio de Información y Turismo, estando vigente la Ley de Procedimiento Administrativo de 17 de julio de 1958.

Dichos argumentos son rechazados en el primer considerando de la Sentencia, donde se insiste una vez más que en el artículo 153 de dicha Ley de Procedimiento, se excluye taxativamente los procedimientos especiales, y según el Decreto de 10 de octubre de 1965, se señalan como tales en el número 24 de su artículo 1.º «los procedimientos a que den lugar los actos enunciados en el artículo 40 apartado b) de la Ley Jurisdiccional, así como los actos de policía sobre Prensa, radio, cinematografía y teatro». Reafirmando una vez más la Sentencia, junto a una densísima jurisprudencia, que porque la Ley de Prense haya establecido el recurso contencioso-administrativo para las infracciones cometidas en esta materia, no puede suponerse que dichas órdenes fueran derogadas.

Toda vez que al enumerar la Ley de Prensa los preceptos que deroga, no indica ni el apartado 24 del artículo 1.º del Decreto señalado, ni las Ordenes ministeriales de 1952 y 1956. Por ello, la Sentencia desestima el supuesto de indefensión por la parte recurrente.

Respecto a la cuestión de fondo, se reconoce que el autor del trabajo periodístico que con carácteres sensacionalistas se anuncia en la portada de la revista, denomine tal trabajo no como se hace en la portada, sino con el título de «Fernando VII hizo justicia»y «Cómo y por qué fue destituido y encarcelado el ministro de Gracia y Justicia don Pedro Macanaz Macanaz», o sea, que sin solución de continuidad tanto gramatical como intencional, la dirección de la revista y en consecuencia la empresa, remiten a la lectura desde la portada al trabajo citado, con lo que se pretende atraer la atención del lector del título a un supuesto escándalo actual.

La Sentencia matiza, que dada la sintaxis utilizada sin duda con la finalidad de incrementar la venta de la publicación, sin reparar en los medios y con la exhibición ostentosa de una ver-

dad meramente sensible, es decir, obtenida por la simple percepción de los sentidos, que es distinta de la verdad real, se obliga al lector de la publicación, que generalmente lo es de noticias artísticas, sociales y de tipo general y no de trabajos históricos, a formarse un juicio dependiendo de lo que la portada reflejaba.

En su parte doctrinal, la Sentencia considera que la venta de la revista llegó a realizarse, como admite la parte recurrente, y por ello es indiferente a los efectos de la consumación administrativa, que tal venta lo fuera de muchos o pocos ejemplares, dada la inoperancia en esta materia de la graduación.

Tampoco admite nuestro Alto Tribunal el razonamiento de que la legislación penal no puede acumularse sobre el hecho sancionado administrativamente, ya que ambas jurisdicciones son compatibles, puesto que el artículo 4.º de la Ley de Jurisdicción establece que ésta se extenderá al conocimiento de todas las cuestiones pertenecientes específicamente al orden administrativo y directamente relacionadas con un recurso contencioso.

Y si bien en el último párrafo del número 1 del artículo 4.º mencionado se dejan a salvo las de orden penal, «ello sólo puede interpretarse y admitirse cuando exclusivamente corresponda la materia tratada a aquel orden, y exista una indudable e indeclinable dependencia entre lo que allí se dedica y lo que pueda decirse en su día ante la Administración», es decir, cuando las salas de lo Contencioso hubieran de fundar exclusivamente sus Sentencias en el supuesto de la existencia de un delito.

Este no es el caso del presente recurso, añade la Sentencia, ya que aparte de la generalidad del artículo 2.º de la Ley de Jurisdicción, la Ley de Prensa e Imprenta en su artículo 8.º atribuye al Ministerio de Información y Turismo el ejercicio de todas las funciones administrativas contenidas en dicha Ley; asimismo en su artículo 66 de Ley de Prensa establece de manera concluyente que la infracción de los preceptos legales y reglamentarios en materia de Prensa e Imprenta será sancionable en vía administrativa, independiente de que sea o no constitutiva de delito; y también en la disposición derogatoria única de la Ley de Prensa, que alcanza a cuantos otros preceptos se opongan a lo dispuesto en ella.

En definitiva, no se acepta la tesis de la parte recurrente porque para la resolución del proceso de revisión de la infracción, desde el punto de vista administrativo, no procede esperar el fallo de los Tribunales Penales de Justicia, que calificarán en su caso el delito correspondiente, pero tal tipificación dentro de la Ley de Prensa corresponde primero a la Administración y, en su caso, después, a la Jurisdicción.

La Sentencia considera que con la publicación de lo referido se ha cometido una infracción del artículo 2.º de la Ley de Prensa en cuanto falta a la verdad, tanto en su esencia como en la interpretación lógica de dicho artículo en relación con la propia exposición de motivos de la Ley de Prensa, falta cuya calificación es la de muy grave, atendiendo el sentido del apartado a) del artículo 67 de la citada Ley, y que ha sido adecuadamente sancionada conforme al artículo 69 en sus apartados a) y b) número 3.

Por ello, declara ajustadas a derecho las Resoluciones recurridas, desestimando el recurso.

III

El día 27 de diciembre de 1969 se publicó en la tercera página del diario «Pueblo» un artículo titulado «Un escrito», que motivó que D. J. M. y otros, remitieran el día 29 del mismo mes y año una réplica al director de dicho periódico, pidiendo que se publicase el texto íntegro del escrito a que se aludía en aquel artículo, así como la relación completa de los firmantes del escrito en cuestión.

El director del diario «Pueblo» contestó a D. J. M. que el artículo «Un escrito», estaba apoyado en una información facilitada por la agencia «Europa Press», y que era a este Medio informativo al que debían dirigirse para la publicación de la rectificación interesada.

D. J. M. y el resto de los firmantes de la réplica formularon escrito de queja ante la Delegación Provincial de Información y Turismo de Madrid, que fue desestimado en fecha 16 de enero de 1970, y confirmado en alzada de mayo de 1970.

Contra dicha resolución se interpuso recurso contencioso-administrativo sobre el que ha recaído Sentencia de la sala III del Tribunal Supremo en 5 de junio de 1972, desestimándolo y confirmando las resoluciones recurridas.

La Sentencia, en su primer considerando, sintetiza que la única cuestión que se debate en el presente recurso es determinar si el editorial que publicó el diario «Pueblo» con el título «Un escrito», se extralimita respecto a las personas de los recurrentes, ya que la invalidez o nulidad de los acuerdos recurridos no depende del acierto o desafortunada motivación en que se basan, sino sólo de sus formalidades esenciales, que en este caso existieron y no son discutidas, y de su licitud, es decir, de su legalidad intrínseca por la conformidad con el derecho sustantivo.

Los recurrentes requirieron en tiempo y forma al director del diario «Pueblo» para que se publicara íntegro el escrito con

la relación completa de los firmantes del mismo, *«porque sólo así quedará debidamente informada la opinión pública»*, puesto que en el artículo publicado en dicho diario, el texto de tal documento había sido mutilado, haciéndose una versión incompleta, y omitiéndose, asimismo, la relación de los firmantes.

El Tribunal Supremo reafirma que, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 58 de la Ley de Prensa, toda persona natural o jurídica que se considere injustamente perjudicada por cualquier información escrita o gráfica que la mencione o aluda, inserta en una publicación, podrá hacer uso del derecho de réplica.

Igualmente en el artículo 2.º de la Ley se establece como uno de los límites a la libertad de expresión, el debido respeto a las personas en la crítica de la acción política y administrativa, de lo que se deduce que el fundamento del derecho de réplica está en la protección a las personas, a las que se les da la posibilidad de rectificar una noticia o información, con la consiguiente reparación pública en el mismo medio de expresión en que se difundió.

Es decir, que en nuestro derecho positivo, la réplica sólo puede referirse a las personas como un medio de defensa de sus derechos individuales, y de toda la escala ordenada de los valores inherentes a las personas, sean naturales o jurídicas, para así restaurar con la réplica el daño o lesión producida por la difusión de la noticia.

De estas concreciones doctrinales, la sala afirma que la Ley no prohíbe la crítica, lo que prohíbe en los artículos 2.º y 58 es la falta del debido respeto a las personas, por lo que cuando en la crítica no hay un sujeto pasivo, por no mencionarse ni aludirse a persona determinada, no cabe hablar de réplica. Pero aunque no se nombren las personas, añade el Considerando, si en la noticia que es objeto de comentario, la crítica no es impersonal por aludir de forma implícita a personas englobadas en una misma referencia, no puede dudarse que la alusión crítica alcanza a una actuación de personas determinadas o determinables, tal y como sucede cuando se alude a los que firmaron un determinado escrito o documento.

En tal supuesto, la crítica no se limita a un texto, sino que alcanza a los autores y firmantes del mismo; por este motivo, la sala no admite el fundamento de las resoluciones recurridas que niegan legitimación a los recurrentes para ejercer el derecho de réplica, pues si bien es cierto que el editorial del diario «Pueblo» no señala por su nombre a ninguna de las personas que firmaron el escrito, no es menos cierto que son aludidos al referirse a ellos como «los firmantes del escrito». Por lo que, siendo un hecho acreditado que los recurrentes figuraban entre los firmantes de dicho escrito, no puede negarse que po-

sean legitimación para instar el derecho de réplica, según permite el artículo 58 de la Ley de Prensa y el artículo 1.º del Decreto de 31 de marzo de 1966.

La Sentencia entra en el análisis del texto publicado no observando incontinencia literaria o conceptual que dé lugar a menosprecio público de las personas que firmaron dicho escrito; de lo que deduce que ni el error ni la interpretación que se pone de manifiesto en el artículo publicado en «Pueblo», al dar una versión mutilada y distinta del verdadero significado del documento objeto de sus comentarios, lleva a una falta de respeto a las personas de los firmantes.

El derecho de réplica, indica el Supremo, no se da contra la falta de respeto al texto que se critica, pues el artículo 58 de la Ley de Prensa sólo protege la falta de respeto a las personas. Los recurrentes manifiestan que su pretensión era el que no se desvirtuara el sentido de cuanto en aquel escrito decían, lo que revela que sólo se sentían perjudicados en la parte de la narración objetiva, por su falta de adecuación al texto del documento, pero no porque se faltase el respeto de las personas que lo firmaban.

Comprueba la Sentencia, que de la lectura del artículo se deduce, no contiene frase denigrante para nadie, porque no es crítica de nadie, sino un texto político expuesto a crítica en la calle y en los periódicos, al ser difundido por un agencia informativa.

Asimismo, se ve que ni el periódico ni los recurrentes tuvieron intención de criticar a persona alguna, y la intención de éstos era utilizar el documento y el periódico como plataforma de polémica política, que no está protegida por el artículo 58 de la Ley de Prensa. Y el hecho de que el texto publicado por el diario «Pueblo» informe parcialmente del escrito, no es lesivo a la dignidad de los firmantes del mismo, ya que el periódico expone su propio criterio, sin que ningún perjuicio pueda derivarse para las personas que firmaron el texto original.

Los recurrentes, aduce el Supemo, lo que pretenten es que se conociese el texto íntegro y la totalidad de los firmantes, pero ello no es posible a través del derecho de réplica, puesto que esto no ha sido establecido por el legislador como un medio de hacer «propaganda política o vehículo difusor de ideologías».

Finalmente, se puntualiza que no procede estimar la existencia de perjuicio con derecho de réplica, en la frase vertida en los comentarios de «Pueblo», cuando atribuye a los firmantes «imperdonable ignorancia respecto a lo que sucede», porque esta frase debe ser valorada dentro del contenido de todo el artículo en que se encuentra y no de forma aislada y en su literalidad.

Y aun en el supuesto de que de la misma se deduciera un «animus injuriandi», la vía aplicable para la reivindicación de los recurrentes no es el derecho de réplica, pues es requisito imprescindible en ésta la referencia, enlace o nexo de una persona a la información o noticia divulgada; por lo que sin esta referencia, la frase aislada nunca puede por sí sola generar el derecho de réplica ni ser objeto de rectificación, al no darse los supuestos que en la Ley de Prensa se determinan.

La sala III del Tribunal Supremo termina sus Considerandos fallando la desestimación del recurso presentado y confirmando las resoluciones recurridas.

5. Situación de la prensa en el mundo

la prensa en el canadá

Por **Luis MOLERO MANGLANO**

PERIODICOS REGIONALES

LA Prensa canadiense presenta cierto número de caracteres distintivos, que destacan sobre los de la Prensa europea y francesa en particular. Son consecuencia principalmente de condicionantes de orden geográfico.

País muy extenso y de escasa densidad de población (dos habitantes por kilómetro cuadrado), desigualmente repartida por su territorio, con especial concentración al Sur. Además está

dividida en dos grupos lingüísticos sin contar las más recientes aportaciones.

Por consiguiente, ni en lengua inglesa ni en lengua francesa tiene Canadá Prensa nacional: no posee más que periódicos regionales, «provinciales» como se dice allí, es decir locales, de diversa importancia. Y al igual que todo el resto de la vida canadiense, la Prensa sufre profundamente la influencia del poderoso vecino del Sur, por lo que sus caracteres principales pueden resumirse en una palabra: es una Prensa norteamericana.

CARACTERES GENERALES

En primer lugar, el régimen de la Prensa canadiense es —como en los Estados Unidos— el de libre empresa y, además, dotada del espíritu que supone la competencia en todos los órdenes y en todos los grados: competencia severa entre los periódicos; competencia en el seno de cada órgano; y entre los periodistas y, para cada uno de ellos, a lo largo de toda su carrera.

Los cambios de puesto o de función son la regla. Este estado de espíritu, tan diferente al que nosotros estamos acostumbrados, lo resumía un antiguo periodista, que, antes de ocupar funciones oficiales, fue director de publicaciones, diciendo:

«Si tuviese, como director, que constituir un equipo, daría preferencia a los candidatos que han rodado mucho, antes de dársela a aquellos que hayan hecho su carrera en el mismo periódico.»

Los periódicos son tan voluminosos como en Estados Unidos, y en su presentación tienen un aire de familia con ellos. Se dividen frecuentemente en varias secciones, y la edición del sábado —que incluye uno o varios suplementos encartados— conoce una tirada mayor que, por ejemplo, se duplica en el caso del «Star» (de Toronto).

Favorecidos por la importante industria canadiense del papel (la primera industria del país, y que proporciona la mitad de la producción mundial), los números de 100 páginas y más no son raros.

La publicidad ocupa en ellos un espacio considerable, con pretensiones informativas; con un 50 a 60 por 100 del espacio total, se calcula que proporciona el 60 por 100 de los recursos (se valora en 1.000 millones de dólares al año el total de los ingresos publicitarios).

En la parte redaccional, la información tiene como norma la objetividad, la «imparcialidad», según la expresión franco-ca-

nadiense; es decir, que da el hecho en bruto, despojado de toda interpretación. Especialmente en la Prensa anglófona, el comentario está netamente separado, a veces, incluso, situado lejos, en otras páginas.

En conjunto, los periódicos conceden más importancia a las noticias locales y a los hechos diversos nacionales que a las noticias internacionales, que son conocidas por radio y televisión. Los formatos son muy a menudo 40 × 58 centímetros. La mayor parte de los periódicos se venden por abonos y no aparecen el domingo.

En general también como en Estados Unidos, los diarios de la noche se imponen a los de la mañana y ha provincias como Manitoba y Saskatchewen que no tienen ningún diario matinal.

Entre los diarios de la mañana, «Globe and Mail», en Toronto, es el único que supera los 100.000 ejemplares. La importancia de los diferentes periódicos no depende sólo de la tirada o de su prestigio, sino, sobre todo, de su situación geográfica. Así, los dos principales periódicos de Toronto, el «Globe and Mail», ya nombrado, y el «Toronto Star» (que aparece por la tarde), tienen una importancia considerable a consecuencia de que esta ciudad es la capital económica del país.

Conviene, por último, indicar que, también igual que en Estados Unidos, se observa en Canadá la «bivalencia», es decir un enorme desarrollo concomitante de la Prensa hablada. Hay más de 150 emisoras de radio, pertenecientes a cadenas del Estado y privadas, y 300 emisoras de televisión entre oficiales y privadas. Como veremos, varias de estas emisoras pertenecen a periódicos.

La más importante de las agencias de Prensa es la «Presse Canadienne» o «Canadian Press», fundada en 1917, en forma cooperativa y mutual, y que funciona sin ninguna subvención desde 1924. Recoge sobre noticias locales de sus oficinas provinciales y utiliza para las noticias internacionales los servicios de las agencias Reuter, Associated Press y France Presse, y posee oficinas en Nueva York y Londres.

Sin embargo, y a causa de esto, la Prensa canadiense siente la necesidad de tener una gran agencia de información verdaderamente nacional. Además, aunque desde 1951 tiene un servicio en francés, la «Canadian Press» sigue estando como consecuencia de su carácter de cooperativa, dominada por la información de lengua inglesa, de donde resulta una cierta uniformidad de toda la Prensa canadiense, sobre todo teniendo en cuenta que los servicios exteriores de los periódicos son poco amplios.

No existe en Canadá ninguna legislación particular referente a la Prensa. Su régimen es de absoluta libertad, estando

sometidos los editores a las leyes aplicables a todas las empresas comerciales y sus delitos son juzgados también por tribunales ordinarios.

Cualquiera, incluso un extranjero, puede fundar un periódico. No existe depósito legal. Sólo en Quebec y en Manitoba existen legislaciones provinciales un poco más restrictivas.

LAS CONCENTRACIONES

El primer diario de Canadá fue el «Montreal Daily Advertiser», fundado en 1833. El primer periódico de lengua francesa fue «La Gazette du commerce et la Gazette littéraire», fundada en 1778: se hizo bilingüe y después puramente inglesa y actualmente es la «Montreal Gazette».

En su origen, casi todos los periódicos canadienses han sido negocios de familia fundados además por hombres de negocios y no por profesionales de la Prensa. Después de un largo período de vida sin historia, se ha observado —desde la Primera Guerra Mundial— el mismo fenómeno que en Europa: aumento de la tirada global, pero disminución del número de títulos por fusión, recompra o desaparición pura y simple.

La evolución se ha acentuado —como en todas partes— tras la Segunda Guerra Mundial, haciendo aparecer la tendencia a un solo diario por ciudad. Además, el coste del progreso técnico hace hoy incierto el porvenir de muchos títulos.

Aunque la mayoría de los periódicos sean todavía empresas independientes, algunos grandes grupos se han constituido progresivamente, sobre todo en la Prensa de lengua inglesa, para poder ser propietarios, en una misma ciudad, de órganos todavía aparentemente competitivos. Por ejemplo, dos diarios de la tarde, de Montreal, «Star» (160.000 ejemplares) y «Herald» (40.000), son propiedad del grupo Mac Connell.

El grupo más importante es hoy el F. P. con ocho diarios repartidos por varias provincias, que superan los 85.000 ejemplares. Los dos más importantes son el «Globe and Mail», de Toronto, 255.000 ejemplares, y el «Sun», de Vancouver, 256.000, mientras que el semanario «Free Press Weekly» tira cerca de 550.000.

Más antiguo, y durante mucho tiempo el primero, es el grupo de la Sutham Press, que le sigue de muy cerca. Posee tres de los cinco diarios de la provincia de Alberta (entre ellos el «Calgary Herald» y el «Edmonton Journal»), dos de los diarios de la noche de Ontario (el «Spectator», de Hamilton, y «Citizen», de Ottawa), la «Province, de Vancouver y desde 1968 la «Gazette», de Montreal: en total, once diarios que frisan los 850.000 ejemplares, a los cuales hay que añadir los periódicos depen-

dientes de una filial, de Sotham Business Publications, y diversas participaciones no sólo en otras empresas de Prensa, sino en actividades sin relación con ella.

Constituido después de la última gran guerra y más exactamente a partir de 1948, el grupo Thomson es más bien propietario de pequeños periódicos, cuya mayor parte están en Ontario (en total 28 diarios y 170 semanarios).

Por parte de la Prensa francesa, el grupo del senador Nicol reúne desde hace mucho tiempo un cierto número de títulos alrededor del «Soleil». Pero una cadena de mayor importancia se ha constituido en Montreal estos últimos años: el grupo Desmarais-Parisien-Francoeur.

A comienzos de 1967, los señores Paul Desmarais y Jacques Francoeur adquirieron «La Tribune», de Shorbrooke; «Dimanche-Matin», un semanario de lengua inglesa, y diversas publicaciones pequeñas. «La Presse» y «La Patrie» se integraron unos meses después (noviembre de 1968), precediendo en poco a la adquisición de otro grupo que poseía «Le Petit Journal», «Dernière Heure», «Photo-Journal» y emisoras de radio y televisión.

Con cuatro diarios, seis semanarios, cuatro emisoras de radio y dos de televisión, «Les Journaux Trans-Canada Limitée» (es el nombre del grupo en el cual otros hombres de negocios, como el señor Parisien, tienen intereses importantes) están a punto de ocupar una posición dominante en el mercado de la Prensa francófona.

Por otra parte, es en Quebec donde la concentración es actualmente más fuerte(más del 65 por 100 de los títulos pertenecen allí a diversos grupos).

Esta concentración suscita, como en todas partes, polémics. Pero, como ha podido comprobar recientemente el Comité Especial del Senado (constituido el 18 de marzo de 1969 para estudiar los Medios de Comunicación de Masas en Canadá, publicando el año pasado tres volúmenes sobre la cuestión), no tiene aspectos negativos. Ha permitido sobrevivir a periódicos en dificultades, y se puede considerar preferible, para diversidad de la información a su pura y simple desaparición.

LA PRENSA DIARIA DE LENGUA INGLESA

En 1968 había en Canadá 105 diarios de lengua inglesa y doce francófonos.

La tirada total era del orden de los cinco millones de ejemplares. De ellos, 3.500.000 —más del 80 por 100— en inglés, es decir, mucho más que la proporción de los canadienses anglo-

fonos en el conjunto de la población. Esto se explica por el hecho de que un gran número de canadienses franceses son bilingües, mientras que no sucede así a la recíproca.

Seis diarios anglófonos de la noche tiran más de 10.000 ejemplares. Son:

Periódico	*Fecha fundación*	*Ciudad*	*Tirada (ejemp.)*
«Star»	*1892*	*Toronto*	*400.000*
«Sun»	*1886*	*Vancouver*	*190.000*
«Telegram»	*1876*	*Toronto*	*260.000*
«Star»	*1869*	*Montreal*	*160.000*
«Province»	*1898*	*Vancouver*	*120.000*
«Free Press»	*1874*	*Winnipeg*	*115.000*

Dos diarios de la mañana solamente tienen una tirada de alguna importancia: «Globe and Mail» (1844), en Toronto (25.000 ejemplares) y la «Montreal Gazette» (1778), en Montreal (90.000 ejemplares).

De hecho los dos títulos más prestigiosos son el «Star», de Montreal, y la «Montreal Gazette»; los dos han adquirido desde hace mucho tiempo una reputación de seriedad y de objetividad.

El «Telegram», de Toronto, es un periódico sensacionalista que no duda en colocar por encima del título artículos a todo lo ancho de la página y en gruesos caracteres, artículos que generalmente relatan sucesos, a la manera de «France-Soir». Una doble página editorial aborda las cuestiones serias, pero la impresión de conjunto es la de un diario que se dirige al más amplio público.

«Free Press», que aparece en Winnipeg, Manitoba, no se ocupa de los sucesos ni lleva grandes titulares y, concediendo un lugar importante a las cuestiones económicas de la provincia, se interesa también por los asuntos internacionales; ha adquirido así, con la ayuda de la seriedad y la independencia de su redacción, cierta importancia nacional.

El «Globe and Mail», primer diario de la mañana por su tirada, concede una gran importancia a las cuestiones de política extranjera, sobre todo en lo que concierne a Estados Unidos, la URSS y Gran Bretaña. La página editorial, en el interior, lleva comentarios sin firma que, a pesar de la tendencia conservadora del diario, pueden ser —un poco a la manera de los periódicos británicos— demasiado críticos al enjuiciar los problemas de la Federación canadiense.

LA PRENSA DIARIA DE LENGUA FRANCESA

Durante mucho tiempo, la Prensa canadiense francesa ha dependido del Estado, a través de los encargos de éste a las imprentas; sin estos beneficios, en la mayoría de los casos, tales periódicos no habrían podido subsistir.

Sólo en vísperas de la última gran guerra, el aumento de los recursos publicitarios, unido a la evolución política, comenzó a liberar a la Prensa francófona de esta tutela.

En la misma época aparecieron periódicos populares y periódicos de combate, generalmente nacionalistas —de una existencia a menudo corta— y que, de nuevo conocen estos últimos años, con las controversias políticas, una mayor importancia.

Los periódicos franco-canadienses poseen redacciones reducidas (una veintena de periodistas para los más importantes) y, salvo para «La Presse» y «Le Soleil», los corresponsales y enviados permanentes son casi inexistentes y se interesan poco por la vida internacional. Y, en síntesis, constituyen casi exclusivamente una Prensa de Quebec.

4.350.000 de los 5.500.000 canadienses franceses viven en Quebec, que cuenta con un total de 5.260.000 habitantes.

De los quince diarios de Quebec, once son de lengua francesa y tiran en total 800.000 ejemplares. Aunque la población inglesa no supera el 20 por 100 del total, los cuatro diarios de lengua inglesa alcanzan los 360.000 ejemplares.

Todos o casi todos los periódicos son lo que allí se denomina «regionales»; es decir, que su difusión está prácticamente limitada a la ciudad donde aparecen y a sus alrededores. Sólo «Le Devoir» extiende su audiencia a toda la provincia.

De los siete diarios publicados en Montreal, y de los que ya hemos citado los principales de lengua inglesa, el diario principal francófono es «La Presse», fundado en 1884, que aparece por la noche en formato de 40 × 58 centímetros y alcanza una tirada de 255.000 ejemplares, lo que hace de él el mayor diario en lengua francesa de América.

Periódico de gran información, el primero en haber separado las noticias y los comentarios (que reúne en una página interior), da una extraordinaria importancia a las noticias políticas. Ofrece crónicas diarias regulares, crónicas semanales en un suplemento ilustrado en colores, y conserva la sobriedad en su presentación.

«La Patrie», de formato tabloide 30 × 40 centímetros, se presenta, por el contrario, con una primera página ocupada en gran parte por ilustraciones y títulos de carácter sensacional; el interior recueda una especie de «magazine», con una página editoial política, económica y social.

«Le Devoir», que aparece por las mañanas, se ha fijado por objetivo, desde su fundación, «enseñar al pueblo franco-canadiense un patriotismo razonable y actuante». No supera los 50.000 ejemplares, pero, por dar preferencia a la información general sobre la local, con editoriales vigorosos, reportajes, crónicas y un servicio de artículos de «Le Monde», representa a la vez la calidad y la apertura al mundo exterior.

El otro diario de la mañana, «Montreal Matin», que alcanza los 150.000 ejemplares, representa el periódico popular, que da gran importancia a la imagen, teniendo la particularidad de pertenecer a un partido político (Unión Nacional), pero sin ser su órgano oficial.

Entre los otros periódicos francófonos, se puede citar «Le Soleil», de Quebec (150.000 ejemplares), diario de la noche, de formato 40 × 58 centímetros, del mismo género que «La Presse», con una inclinación más marcada hacia el catolicismo; «La Tribune» (50.000 ejemplares), de Sherbrocke, diario de la mañana en progresión continua, y «Le Droit» (40.000 ejemplares), fundado en Ottawa, el único diario de lengua francesa de la capital, que se esfuerza por situarse dentro de un punto de vista federal.

Señalemos, por último, que existe en Canadá, como consecuencia de las inmigraciones del siglo XX procedentes de Europa central y oriental o de Asia, un gran número de pequeños periódicos editados en alemán, polaco, chino, yiddish, etc.

SEMANARIOS Y MAGAZINES

Como hemos visto, la mayoría de los diarios canadienses aparecen el sábado con un importante suplemento, a menudo ilustrado y en color. Estos suplementos constituyen prácticamente los semanarios canadienses.

Así, «The Canadian», por ejemplo, en la Prensa de lengua inglesa, supera los dos millones de ejemplares. En lengua francesa, «Perspectives Dimanche», que acompaña a la edición de fin de semana de siete diarios de Quebec, alcanza los 740.000 ejemplares.

El más conocido de los semanarios no encartados en un diario del sábado es, en lengua inglesa, el «Saturday Night»; su tirada, en alza constante, es actualmente del orden de los 100.000 ejemplares.

En Quebec, una particularidad de la Prensa canadiense la constituyen los semanarios «pop» dedicados a los sucesos, a las estrellas y a los cotilleos, un poco en la línea de «Ici-Paris» o «France-Dimanche».

La totalidad de estos títulos, entre los cuales pueden citarse «Allo Police», «Photo-Vedettes» y «Nouvelles Illustrées», no está lejos de alcanzar los dos millones de ejemplares. Tres de ellos, «La Patrie» (190.000 ejemplares), «Photo-Journal» (175.000 ejemplares) y «Le Petit Journal» (más de 250.000 ejemplares), se ocupan especialmente de las letras y las artes.

Varios semanarios no son más que diarios del domingo, como «Dimanche Matín» publicado en Montreal, que supera los 200.000 ejemplares y es el más importante.

Sigue muy viva, a pesar de alzas y bajas, la Prensa semanal local, sobre todo en Quebec, donde la mayor parte de los títulos se agrupa en el seno de la «Asociación de semanarios de lengua francesa en el Canadá».

Se pueden señalar en Quebec más de 180 semanarios, de los que 36 se editan en lengua inglesa. Aunque la mayoría de ellos han nacido después de la última gran guerra, 17 de ellos son hoy centenarios. Una decena de ellos supera los 20.000 ejemplares.

Entre los mensuales ilustrados, destacan dos títulos, los dos con una edición en lengua inglesa y otra en lengua francesa: «Chatelaine», que supera 1.200.000 ejemplares (270.000 en francés) y, en más pequeño formato, el «Magazine Maclean», cuya edición francesa tira 170.000 ejemplares.

510 periódicos, que alcanzan los cuatro millones y medio de ejemplares, constituyen la Prensa económica especializada.

Su prosperidad es desigual según los sectores.

Así, la Prensa agrícola no tiene ya ningún título importante, desde la desaparición, en 1968, del viejo «Gamily Herald». En el orden económico y financiero, el «Financial Times of Canadá», que pertenece al grupo Southman Press, tira 46.000 ejemplares.

Cierto número de asociaciones agrupan, como en casi todos los países, a editores o periodistas.

La mayoría de los editores de diarios, anglófonos o francófonos, pertenecen a la «Canadian Daily Newspaper Association» (Asociación canadiense de periódicos diarios); los de semanarios se agrupan en la «Canadian Weekly Newspapers Association», fundada en 1919, y ya hemos citado la Asociación de semanarios francófonos. Existe, además, una «Canadian Managing Editor's Conference», para los redactores-jefes, y diversas asociaciones de periodistas.

6. El desafío de la Información (XVIII)

el libro y los medios de comunicación colectiva

Por **Manuel CALVO HERNANDO**

EN una publicación dedicada al periodismo y a la información no podía faltar, en este Año Internacional del Libro, un trabajo dedicado a la presencia de este colosal instrumento de cultura e información y a algunos de los problemas que plantea, sobre todo en relación con los medios de comunicación colectiva.

La presencia del libro en nuestra cultura contemporánea suscita una serie de cuestiones de orden económico, político, técnico, etcétera. El libro es una mercancía en el sentido de que se vende y se compra, pero, como ha señalado Robert Escarpit, no se le puede tratar como cualquier objeto de comercio, porque es a la vez múltiple y único, innumerable e insustituible. En su mensaje dedicado al Año Internacional del Libro, el Director General de la UNESCO afirma que el libro es el instrumento de comunicación más seguro y manejable que se haya inventado jamás, y el primero que permitió al pensamiento del hombre vencer al tiempo y luego al espacio.

En su último número, dedicado a estas cuestiones, «El Correo de la Unesco» habla del hambre de leer, y afirma que hacia 1970 la producción mundial de libros era de unos 500.000 títulos y de 7.000 a 8.000 millones de ejemplares año, con un índice anual de crecimiento del 4 por 100, más o menos de los títulos, y de un 6 por 100 de los ejemplares. De 1950 a 1970 la producción total de títulos se ha multiplicado por dos y se ha triplicado la de ejemplares. En ese mismo plazo, si tomamos en consideración los adultos alfabetizados y los niños escolarizados, se ha duplicado sensiblemente la población lectora del mundo. Así, pues, el consumo individual de material impreso ha progresado ligeramente y cabe por ello afirmar que en la era de los grandes Medios de Comunicación no ha empeorado la situación del libro.

Por su parte, el Instituto Nacional del Libro Español y los libreros y editores conmemoran el Año Internacional del Libro con una serie de exposiciones en España y en América y la edición de un centenar de libros publicados expresamente bajo el signo de esta conmemoración.

OCHO MIL LIBROS A PUERTO RICO Y A QUITO

En el I Salón Internacional del Libro, organizado por el Gobierno de Colombia, participó el I.N.L.E. con un pabellón conjunto, donde estaban representadas las editoriales españolas, y obtuvo el primer gran premio.

Entre las actividades próximas se cuenta la entrega de 8.000 libros a Puerto Rico y otros tantos a la biblioteca de la Casa de Benalcázar, en Quito. Asimismo, se celebrará una exposición itinerante por las universidades de Chile, Bolivia, Perú, Ecuador, Colombia y Centroamérica.

Durante la Feria Nacional del Libro se espera reunir a un grupo de editores y libreros hispanoamericanos para celebrar conversaciones sobre los problemas y la situación actual del libro en aquel continente. Se piensa ampliar las ferias del libro en provincias y participar en las ferias y exposiciones en el extranjero, como la de Niza, Sao Paulo y Francfort.

14.378 TITULOS EN 1971

Hay que subrayar la labor que lleva a cabo el I.N.L.E. desde el año 1944 sobre política del libro y difusión de cultura. La media de consumo de libros al año es de cuatro por cada español. La producción editorial en 1971 supuso 14.378 títulos, 5.489 millones de pesetas valor de libros exportados y 18.000 millones de pesetas las ventas de libros en el mercado nacional.

EXPORTACION E IMPORTACION

La tendencia española en este ámbito sigue una progresión positiva satisfactoria, por cuanto el crecimiento de la exportación de títulos y con tiradas sensiblemente mayores a las de hace poco, revela nuestra influencia cultural en otros países, mientras que la importación de libros extranjeros, al no mermar el campo editorial propio, favorece la cultura y la documentación en todas las materias.

Exportación de libros españoles

(En millones de pesetas)

1967	2.359,28
1968	2.927,67
1969	3.638,31
1970	4.239,63
1971	4.924,—

En esta exportación ocupa lugar destacado Iberoamérica, con más del 90 por 100 del total.

Importación de libros extranjeros

(En millones de pesetas)

1967	465,37
1968	489,15
1969	540,08
1970	639,28
1971	678,70

LOS QUE NO LEEN

En el número de «El Correo de la Unesco» dedicado al Año Internacional del Libro, figuran estudios de diversos especialistas como Robert Escarpit, Lev I. Vladimirov y Narshall McLuhan, entre otros.

El tema se abre a una serie de panoramas y perspectivas, pero aquí sólo elegiremos un par de ellas: el problema de los que no leen y la transformación actual del libro, unida a su problemática en relación con las nuevas tecnologías de la comunicación.

En el trabajo de Escarpit, profesor de la Universidad de Burdeos y autor de una conocida obra sobre estos temas («La revolución del libro» publicado en España por Alianza Editorial) se aborda el problema complejo de las personas que no leen.

En cuanto termina la escolarización —afirma Escarpit— empiezan a multiplicarse los obstáculos para la lectura, que son de muy diverso orden. Cabe, sin embargo, reducirlos a tres grandes grupos: están, en primer término, los de tipo físico, psicológico o social que se derivan del propio lector; en segundo lugar los que nacen de la estructura de producción y distribu-

ción de libros y, por último, aquellos otros que dependen del contenido mismo de la lectura y de su finalidad.

Entre los primeros, la falta de tiempo es, en general, la gran excusa que se alega para no leer. La mayor parte de las veces no es sino un modo de ocultar una alienación más profunda y multiforme.

Una de las causas principales de la «no lectura» en los países desarrollados es que, a pesar de los progresos de la educación y de la generación de los estudios, el libro sigue siendo algo extraño para las masas.

Por ello, parece necesario insistir una y otra vez en que este gran invento del hombre de hace cuatro mil años, constituye una máquina admirable de comunicar y en la cual los mensajes están cifrados y pueden ser reproducidos, multiplicados y descifrados por cualquiera que posea la clave, es decir, por todos los que saben leer.

LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Como dice el director general de la Unesco, en la preservación y la difusión de los conocimientos humanos, el documento escrito desempeña, desde hace miles de años, una función esencial y lo mismo ocurre, desde hace varios siglos, con el documento impreso.

Pero hoy las circunstancias han empezado a cambiar radicalmente. Como afirma Maheu en su mensaje, desde hace un cuarto de siglo, el libro forma parte de la amplia gama de los grandes Medios de Comunicación, entre los cuales es necesario asegurarle su lugar, su importancia y su función, al servicio de la nueva comunicación humana, cuyas dimensiones, que son las del planeta entero, han hecho posibles esos Medios de Difusión.

Hoy, ante la auténtica explosión de los medios electrónicos, no faltan quienes predicen catástrofes apocalípticas para el libro. Según tales augures, el libro tradicional, como los dinosaurios antes de su extinción, está viviendo la última fase de su desarrollo y prosperidad.

¿Causas? El cine, la radio, la televisión, los magnetófonos tradicionales y con video, las microcopias y fotocopias, la electrónica, la cibernética y otros inventos de nuestro siglo que irrumpen en un terreno en el que hasta hace muy poco tiempo el libro reinaba como soberano absoluto.

Al definir las tendencias de la evolución del libro en nuestra época —afirma el profesor soviético Vladimirov, antiguo director de la Biblioteca de las Naciones Unidas— son muchos los que se declaran defensores incondicionales del libro tradicional y rechazan todo fenómeno nuevo. Otros ven acercarse el momento de su muerte o, por lo menos, una progresiva reducción de su importancia. Pero ni unos ni otros tienen razón.

A propósito de esto, se cita la opinión del director de la Asociación Nacional del Libro en Inglaterra, J. E. Morpurgo:

«En el curso de mi vida he oído decir en cinco ocasiones que la era del libro había terminado.»

(Estas cinco ocasiones fueron el nacimiento del cine mudo, el del cine sonoro y la aparición de la radio, la televisión y la cibernética.)

EL LIBRO HA SOBREVIVIDO

Sin embargo, el libro ha sobrevivido y ninguno de los medios técnicos se encuentra en condiciones de sustituirle totalmente. La radio y la televisión son sistemas de «información instantánea», es decir, su acción cesa en el momento en que termina la emisión. En cambio, el libro es un medio de información constante y representa una preciosa reserva a la que se puede recurrir en cualquier momento. La combinación del sonido y la imagen da excelentes resultados cuando se trata de exponer una información que tenga sólo una cierta complejidad. Pero cuando se trata de algo más complejo, sólo la página impresa resulta verdaderamente eficaz.

Es también importante comprobar que la lectura constituye un proceso de asimilación de la información mucho más rápido que el de la audición.

De todos modos, unos y otros sistemas pueden coexistir y se ha observado que, en general, el desarrollo de la radio y, sobre todo, de la televisión entrañan un aumento de la lectura y crea una demanda de libros directamente proporcional a la importancia de la red audiovisual. Lo único necesario es estar preparados. Como dice McLuhan en este mismo número de «El Correo de la Unesco», en la época de las «videocassettes», en la que será posible marcar el número de un libro con la misma facilidad con que se telefonea a un amigo, están a nuestro alcance formas de experiencia literaria totalmente nuevas. Nuestra tarea de hombres cultos radica en aprestarnos a afrontar esas innovaciones.

El lema de este Año Internacional del Libro es bien sencillo: «Libros para todos». ¿No ha llegado ya la hora —se pregunta en su mensaje el director general de la Unesco— de reexaminar en su conjunto los problemas de la edición, para poner a su servicio las técnicas electrónicas y audiovisuales, cuya inflluencia se ejerce con creciente vigor sobre el libro? Si es imposible aislar a éste de los demás grandes Medios de Información, ¿no es normal que revisemos a fondo el papel que desempeña en la sociedad?

El Año Internacional del Libro, como señala el propio Maheu, es algo que afecta al número casi infinito de aquellos para quienes el uso del libro —instrumento de trabajo, medio de formación personal o cauce para la evasión y el ensueño— es inseparable de la felicidad y de la dignidad del ser humano.

7. Figuras y Periódicos

notas para una historia del periodismo femenino en españa (y II)

Por **José ALTABELLA**

EL FOLLETINISTA JULIO NOMBELA FUNDO Y DIRIGIO DURANTE MUCHOS AÑOS «LA ULTIMA MODA»

EL día 9 de enero de 1888 aparece en Madrid el primer número de «La Ultima Moda», revista quincenal, primero, y semanal después, dedicada a la mujer y sus elegancias, que llegó a ser una de las más importantes en su género que se publicaron en España. Duró hasta el año 1927. Se componía de ocho páginas, al principio, con cuyo texto alternaban quince o veinte grabados en madera. Fue fundador y director de ella Ju-

lio Nombela, notable periodista y autor de novelas de folletín. Le ayudó en aquella tarea editorial su hija Rosa. «La Ultima Moda» alcanzó pronto un éxito extraordinario y rápido. En los primeros cinco meses llegó a contar diez mil suscriptores, que fueron aumentándose poco a poco no sólo en la Península, sino también en las provincias de Ultramar y en las repúblicas hispanoamericanas, hasta llegar a veinticuatro mil a los seis años de su aparición.

Igualmente aparecieron por entonces: «La Ultima Moda de la Ilustración Cubana» (Barcelona, 1888), suplemento de la citada «Ilustración»; «El Ultimo Figurín de la Ilustración Musical» (Barcelona, 1888), hoja-suplemento, quincenal, ilustrada, a dicha revista; «Boletín de Modas para Zapateros» (Madrid, 1889-99), mensual; «La Giralda» (Sevilla, 1894-1927), periódico quincenal de labores femeninas, dirigido por Francisco Nogales; «Boletín de Modas para Modistas» (Madrid, 1895-99), quincenal; «Madrid-Sport» (Madrid, 1896); «La Confianza» (Madrid, 1896-99), revista semestral; «El Primor Femenil» (Barcelona, 1897-1990), publicación consagrada a las bellas labores femeniles y especialmente al bordado y al encaje; «El Eco de la Moda» (Barcelona, 1897-1927), revista semanal de modas, edición española de «Le Petit Echo de la Mode», de París, y «La Mariposa» (Barcelona, 1899-1913), periódico de bordados y labores de señora, dirigido por Jaime Brugarolas.

MAS DE MIL MUJERES EJERCIERON Y EJERCEN EL PERIODISMO EN ESPAÑA

Se llega al siglo XX. El feminismo a caballo entre dos centurias, está ganando sus más fuertes batallas. La mujer, incorporada a numerosas actividades culturales, empieza a entrar en la Prensa, primero con timidez, y después resueltamente. Pasan de mil los nombres que entre los siglos XIX y XX podrían darse de mujeres españolas que ejercieron y ejercen el periodismo. Pero sólo voy a recordar dos figuras, síntesis de mi lacónico homenaje. Una, Carmen de Burgos Seguí, que hizo célebre su seudónimo de *Colombine*, y fue la primera mujer que ingresó como redactora en plantilla en un periódico en nuestro país: «Heraldo de Madrid». El otro nombre es el de María Luz Morales, la gran decana, la gran señora del cuarto poder, la gallega inserta en Cataluña, monumento vivo de vocación y profesionalidad. Por aquellas fechas de principios de siglo se da la paradoja siguiente: en tanto que existen escritoras que apenas quieren ocuparse de modas y colaboran y dirigen periódicos con un criterio genérico, orientado, generalmente, al arte o a la literatura, surgen unos periodistas del género masculino que, ocultos tras seudónimos femeninos, redactan crónicas de modas. Y a las diversas motivaciones que se dan cita en los periódicos femeninos, viene a unirse la preocupación de la

vida del gran mundo, o *revista de salones*, como entonces se llamaba a la crónica de sociedad. Muchas revistas femeninas acogen este tema en sus páginas, actitud que se produce igualmente en las primeras revistas deportivas. Surgen por entonces, también, publicaciones exclusivamente dedicadas a la vida de sociedad.

A partir del siglo XX se publican: «Gente conocida» (Madrid, 1900), semanal; «Moda y Arte» (Madrid, 1900); «Mundo Elegante» (Madrid, 1900-13), revista de modas para caballeros y señoras, fundada y dirigida por Francisco Monterde; «La Mujer en su Casa» (Madrid, 1901-36), editada por la Casa Bailly-Baillière; «El Cofrecito de Labores» (Barcelona, 1902-13), revista exclusiva de labores, mensual, dirigida por Jaime Brugarolas, como suplemento de «La Guirnalda y la Bordadora»; «El Consultor de Bordados» (Barcelona, 1903-36), periódico quincenal y luego mensual, de dibujos prácticos y modernos para bordados, encajes y toda clase de labores femeniles, dirigido por Juan Ribes y Castañé; «Gran Vía» (Madrid, 1903-36), dirigida por Vicente de Castro Les, que, dedicada al deporte, publicaba informaciones de modas y de vida mundana; «Revista Azul» (Madrid, 1903); «La Dama» (Madrid, 1907-13), revista quincenal ilustrada, de mundo, música y modas, la cual en 1908 cambio el título por «La Dama y la Vida Ilustrada», siendo dirigida en esta etapa por Isabel Oyarzábal de Palencia; «La Familia» (Barcelona, 1907-37 y 1944-19...), periódico moral, instructivo y recreativo del hogar doméstico, mensual, en publicación y gran tradición católica, fundado por Juan Bautista Morera Bargalló y dirigido por Antonio Pérez de Olaguer; «El Figurín de "El Patrón Americano"» (Madrid, 1907-13), ilustración de modelos de calzado; «La Moda Práctica» (Madrid, 1907-36), semanario de las familias, dirigido por Amparo Busquets; «Fémina» (1908) y «Revista de la Sombrerería» (Barcelona, 1908-13), mensual.

«EL HOGAR Y LA MODA» ES HOY LA REVISTA DECANA DE LAS PUBLICACIONES FEMENINAS EN ESPAÑA

Requiere especial mención «El Hogar y la Moda» (Barcelona, 1909-37 y 1941-19...), revista quincenal de gran tradición en su género, que es actualmente —y desde hace muchos años— la decana de las publicaciones de femineidad de España. Apareció su primer número el 7 de junio de 1909, fundada por los señores Durán y Ventosa, Julio Gibert Mateus y José Fernández de la Reguera, siendo este último su primer director. Más tarde fue dirigida sucesivamente por la escritora María Luz Morales, y después por el ilustrador Gutiérrez Larraya, siéndolo actualmente por el periodista Javier Gibert Porrera. La revista que nació semanal, luego fue decenal, más tarde mensual, para salir en la actualidad quincenal. Tuvo un guadiana, impuesto por las circunstancias históricas de la guerra española, desde di-

ciembre de 1937 a marzo de 1941. Llegó a ser la revista femenina y de modas de mayor tirada de España y marcó una auténtica etapa en el periodismo de su clase, por la adecuada identificación con el público mesocrático y popular al cual se dirigía. En mi casa estaban suscritos a ella —así como a «Lecturas» (que nació como suplemento literario de «El Hogar y la Moda») y «Labores del Hogar»— y yo recuerdo emocionado cómo me embebía la sección infantil de aquella pareja, «Las aventuras de Zig Zag», precursora de los «comics» de hoy, y con qué ternurismo pedantuelo leía la sección de «Experiencias de nuestras lectoras»...

Más tarde aparecieron «Mi Revista» (Madrid, 1911-20). quincenal; «El Renacimiento» (Sevilla, 1912-13), revista de modas y labores; «La Mujer y el Trabajo» (Madrid, 1912-27), mensual; «The Continental Taylor» (Barcelona, 1913), periódico para sastres, dirigido por Pedro Bosch; «La Moda Artística» (Madrid, 1913), mensual; «La mujer que vive de su trabajo» (Barcelona, 1913), órgano mensual del Montepío de Santa Madrona y demás instituciones en favor de la mujer obrera; «La Sastrería Ibérica» (Barcelona, 1913), periódico para sastres, fundado y dirigido por Pedro Bosch Xifra; «Gran Mundo» (Madrid, 1914); «El Amigo de las Mujeres» (Madrid 1915), semanario; «Revista de Educación Familiar» (Madrid, 1916-27), semestral; «Friné» (Madrid, 1918), revista semanal femenina, y «Revista Hispánica» (Madrid, 1918-20), quincenal.

CELSIA REGIS QUISO INICIAR A LA MUJER EN LAS LABORES DE ARTES GRAFICAS

Queremos hacer un breve aparte con una publicación titulada «La Voz de la Mujer» (Carabanchel Bajo, Madrid, 1917-31), revista quincenal en unas etapas y bisemanal otras, fundada y dirigida por Celsia Regis, dama que fue concejal del Ayuntamiento madrileño y la cual montó a sus expensas unos talleres gráficos para iniciar a la mujer en las tareas impresoras, ofreciendo el primer antecedente español de la formación femenina en las artes gráficas.

Por los felices veinte vieron también la luz «Arlequín» (Madrid, 1919); «Vida Aristocrática» (Madrid, 1919); «La Vida en el Gran Mundo» (Madrid, 1919); «Fhenix» (Madrid, 1920); «Gloria Femenina» (Madrid, 1920), mensual; «Mundo Femenino» (Madrid, 1921-36), órgano mensual de la Asociación Nacional de Mujeres Españolas. Por aquellas fechas la propia editorial Hymsa lanzaría también al mercado «Labores del Hogar» (Barcelona, 1927-36 y 1952-19...). Igualmente alcanzó gran tradición el «Almanaque de la Madre de Familia» (Barcelona, 1928-36 y 1942-19...), suplemento anual de «El Hogar y la Moda».

REVISTAS FEMENINAS ESCRITAS EN LENGUA CATALANA

Por esa gran integración de las regiones en la vida española, merecen párrafo aparte las revistas femeninas escritas en lengua catalana. En este orden habrá que recordar a «Feminal» (Barcelona, 1907-17), editada como suplemento de «Ilustració Catalana», dirigida por Carmen Karr y con magníficas cubiertas ilustradas por Ramón Casas; «Or y Grana» (Barcelona, 1906-07), «Setmanari autonomista per a las donas, propulsor d'una Lliga Patriótica de Damas», que aparecía los sábados, editado por el poeta Eduardo Girbal Jaime y dirigido por Gaspar Roure; por su larga vida en lengua vernácula hay que citar «La Dona Catalana» (Barcelona, 1925-34), «Revista de modes i de la llar», que aparecía los viernes bajo la dirección de Magín Muriá; otra «revista catalana per a la dona» fue «Dona Gentil» (Barcelona, 1927), de la cual sólo aparecieron dos o tres números; efímera fue también «Evolució» (Barcelona, 1931), como portavoz de la «Lliga Femenina per a la Pau i la Llibertat».

Al reanudar el hilo cronológico dejado con este inciso de publicaciones redactadas en catalán nos encontramos con otros títulos: «Elegancias» (Madrid, 1923-27), mensual; «Revista de Oro» (Barcelona, 1923-27), mensual, femenina; «Mujer» (Madrid, 1925-26), revista del mundo y de la moda, publicada por la Editorial Saturnino Calleja y dirigida por Rafael Calleja; «Por nosotras» (Madrid, 1926-27), semanal; «La Mujer y la Moda» (Barcelona, 1930-36), revista de modas y del hogar; «La Mode Féminine» (Madrid-París, 1930-1951), semestral; «Menaje» (Barcelona, 1931-37 y 1941-56), revista mensual para la mujer y el hogar; «La Mode Enfantine» (Madrid, 1931-51), semestral; «Ellas» (Madrid, 1932), semanario de las mujeres españolas; «Silhouettes Enfantines» (Madrid, 1933); «Viviendas» (Madrid, 1933-36), revista del hogar; «Labores y Modas» (Madrid, 1935), publicaciones «Knitted»; «La Gaceta Europea» (Barcelona, 1935-36); «Tricornio» (Barcelona, 1936), publicación trimestral de modas, dirigida por Mariana Goncharow, y «Pictorial» (Barcelona, 1936), álbum de modas y elegancias.

LA ETAPA CONTEMPORANEA EXIGE, POR LA ABUNDANCIA DE TITULOS, UNA SIMPLE ENUMERACION

Llegamos ya a la etapa contemporánea. La esquematización de esta síntesis nos condiciona a una simple enumeración. Razones de espacio, repetimos, obligan. Así, en la década de los años 1940 a 1950 recordamos los siguientes títulos: «Mujer», «Misión», «Letras», «Catalogue des Modes», «Enfants», «La Mode por Manteaux et Costumes», «Catalogue des Modes». «Y», «La Mode de la Lingerie», «Eco», «Elégances Practiques», «La Moda en España», «Labores Alfa», «Consigna», «Ediciones

Martí», «Reflets de la Mode», de «Silhouettes Fémines», «Medina», «Senda», «Luz», «Nuestros niños», «Para nosotras», «Siluetas», «Alta Costura», «Croquis de mode», «C. C. F.», «Arte y Hogar», «Creaciones», «Adorno», «Manteaux Elégants,» «Luna y Sol», «Splendide», Noveaux Croquis», «La Femme Elégante», «Meridiano Femenino», «La Layette», «Ventanal», «Les Modes», «Revista Española de Sastrería», «Vestuario», «Vicky para sus niños», «Pour Madame», «Tailleur», «Elite», «Boletín Técnico Sartorial», «Toilettes d'Enfants», «La Robe Favorite», «La Mode à Paris», «Vos Manteaux», «Labores Reales», «La Moda Elegante», «Milady», «Marisse», «Petites Toilette», «Lingerie et Blouses», «Demoiselles», «Croquis Parisiens», «Bebé», «Ilustración Femenina», «Magda», «Chicas», «Volad», «Moda y Línea» y «Textil».

Entre los años 1950 y 1960 surgieron: «Mode Facile», «Lingerie Fine», «Janine», «Gran Mundo», «Dames de France», «Carnet Elégant», «Astra», «Album Thais», «Platino», «Manteaux Modernes», «La Lingerie de Marysse», «Internacional Chic», «Les Enfants», «Doria», «Agata», «Les Tricots», «Sutilezas de Mujer», «Ambiente», «Funcionarias», «Firmas», «Feria», «Boletín de la Moda», «Perfil», «Sucedió», «Marisol», «Isis», «Escuela de Hogar», «Bella», «Teresa», «Alba», «Cumbres», «Tocado», «Ruklor», «Mujercitas», «Mujeres en la Isla», «Galas Femeninas», «Loti», «María Angela», «Monique», «Ello», «Keratina» y «Lilí».

Y en los años últimos, de 1960 a nuestros días, han aparecido: «Assumpta», «Elisabeths», «Femenino», «María Luisa», «Telva», «Venus», «Maniquí», «Formación», «Silvia», «Punto Moda», «Gala», «Tena», «Ama», «Club Femenino», «Miss», «Ecos del Hogar», «La Familia Cristiana», «Ello», «Arianne», «Confección Española», «Jersey», «Cocina y Hogar», «Bolero Film» y «Hogar 2000».

LA CORTA EXPERIENCIA DEL PRIMER DIARIO ESPAÑOL DEDICADO EXCLUSIVAMENTE A LA MUJER

Como final, hemos de cerrar este artículo, eruditón y pesadote, con la alusión a «Diario Femenino», fundado en Barcelona, el 27 de octubre de 1968, y editado en huecograbado. Intento audaz, dirigido por Jaime Arias, subdirigido por José Pernau y bajo la jefatura de redacción de Isabel Cajide.

Más tarde fue dirigido por una mujer, Angeles Masó de Bassegoda. Fue el primer diario español dedicado exclusivamente a la mujer. Un año después, pasaría a ser dirigido por Ramón Solanes. Y al ser adquirido recientemente por el grupo «Mundo», ha pasado a titularse «Mundo Diario».

¡Ojalá hubiéramos podido hablar de la labor sociológica del periodismo femenino, de la Prensa llamada del corazón, de los

consultorios sentimentales, de las secciones culinarias y de economía doméstica, del mundo de los patrones, de las técnicas de impresión, de los grandes ilustradores de modas, de toda la compleja problemática que encierra esta especialidad del periodismo! Pero... tal vez eso sea motivo de futuros artículos.

8. Bibliografía

obras de interés general

Por **Rafael GOMEZ LOPEZ-EGEA**

BASES DOCUMENTALES DE LA ESPAÑA CONTEMPORANEA.

Autores: VARIOS
Ed. Guadiana de Publicaciones. Madrid, 1971. 3 vols. 24 × 17 cm. Rústica.

La serie dedicada a las «Bases documentales» de la historia española de los dos últimos siglos, XIX y XX, integrada por ocho volúmenes, alcanza, hasta el momento, los cuatro primeros tomos que abarcan el período de tiempo comprendido entre 1808 y 1923. Los presupuestos científicos y el enfoque general del trabajo se dirigen al estudio y exposición ordenada de las fuentes históricas. El esquema que preside la elaboración de la obra se muestra plenamente identificado con la cronología de los hechos históricos. Aparecen, hábilmente seleccionados, aquellos acontecimientos verdaderamente decisivos en el rumbo seguido por la historia. Una historia que, independientemente del

juicio subjetivo que merezca, ofrece la objetividad inapelable de los hechos tal como sucedieron, gloriosos o tristes, grandes o de apariencia intrascendente. Los autores del trabajo, profesores de la Universidad de Madrid —María del Carmen García Nieto, Javier M. Donezar y Luis López Puerta—, han acertado en su tarea selectiva respecto a los hechos históricos que se consideran como fundamentales en la interpretación de acontecimientos políticos, revoluciones sociales y guerras civiles que presiden el siglo XIX español y gran parte del XX. Hasta el momento, en los cuatro primeros volumenes, se ofrecen documentos históricos relativos a los hechos sucedidos a partir del año 1808, fecha en la cual España se enfrenta a un grave dilema histórico que afecta profundamente a su propio ser nacional. El primer volumen comprende el período de la invasión napoleónica, hasta la muerte del rey Fernando VII, momento en que se abre el nuevo régimen de monarquía liberal borbónica. El segundo volumen abarca los años agitados de 1833 a 1868, con las guerras carlistas como dramático telón de fondo en el que se plantean y no se resuelven las contradicciones ideologicas de una época crítica. El tercer volumen comprende los años de 1868 y 1874, caracterizados por la consagración del liberalismo democrático, al menos en las clases de la burguesía que maneja los resortes de la política nacional. El volumen IV se ocupa de los años 1874-1923, con la restauracion monárquica de Sagunto y la crisis del sistema representado por Alfonso XIII, incapaz ya de controlar la marcha de los acontecimientos.

LENGUAJE Y VIOLENCIA.

Autor: CONTE, Rafael.

Ed. Guadiana de Publicaciones. Madrid, 1972. 319 págs. 22 × 16 cm. Rústica.

Amplio y detallado estudio crítico sobre los componentes y la temática de la narrativa hispanoamericana actual, considerada como un fenómeno creativo de caracteres propios de gran originalidad. Rafael Conte, crítico del diario madrileño «Informaciones», actualmente corresponsal en París, ha llevado a cabo un serio intento de acercamiento a la literatura de Hispanoamérica, que ofrece una extraordinaria variedad temática y estilística. La concesión del premio Nobel de Literatura, concedido al novelista guatemalteco Miguel Angel Asturias, supone —según Conte—, más que un galardón destinado a honrar con exclusividad la obra individual de un autor, el reconocimiento de un hecho con caracteres de universalidad, es decir, el auténtico florecimiento de la novelística hispanoamericana. En efecto, la concesión del premio puso de manifiesto que Miguel Angel Asturias, si ciertamente podía considerarse en cierto modo como la quintaesencia de la novela en la América hispana, no estaba solo; junto a él se encontraban grandes figuras de hombres maduros, cuya vida se había consagrado enteramente a la creación literaria, como Alejo Carpentier, Juan Carlos Onetti, Eduardo Mallea, Ernesto Sábato, etcétera, y hombres jóvenes, novelistas de inusitado rigor y poderoso mundo de fantasía creadora, como Julio Cortázar, Carlos Fuentes, Mario Vargas Llosa, Gabriel García Márquez, etc., que integraban un conjunto de valores auténticamente renovadores, admirados y comprendidos por su dimensión universal. Rafael Conte no se limita a teorizar simplemete sobre detalles más o menos de matiz, sino que estudia en profundidad las corrientes renovadoras y la aportación personal de cada autor dentro del contexto literario en el que se hallan insertados. Los documentos aportados se dirigen certeramente hacia los puntos clave que acreditan la original aportación de los escritores americanos de habla española. La exacta valoración de su estilo y concepción no impide la sana crítica. Existen, como en todo fenómeno literario, aspectos negativos que Conte señala con pleno conocimiento de causa y evidentes aciertos que se encarga de destacar, siempre en función de la propia expresividad literaria, que no se detiene en fronteras nacionales ni en épocas concretas.

CONVERSACIONES CON R. J. SENDER.

Autor: C. PEÑUELAS, Marcelino.

Ed.: Magisterio Español. Madrid, 1970. 286 págs. 18 × 13 cm. Rústica.

La figura y la obra literaria de Ramón José Sender, debido a sus circunstancias humanas e históricas, adquiere caracteres muchas veces legendarios que parecen funda-

mentarse en la realidad. En cualquier caso, el profesor Marcelino C. Peñuelas ha demostrado un evidente buen gusto en sus referencias a la juventud de Sender y a los hechos que precedieron a la guerra civil de 1936, así como un respeto hacia la veracidad histórica desprovista de adornos. El trabajo exacto en el trazo biográfico de la personalidad del escritor aragonés y los extensos comentarios sobre sus más significativas obras, permiten conocer a Sender en su más auténtico perfil humano y de creador literario. No se escatiman los elogios cuando, según el ponderado juicio de Peñuelas, éstos son necesarios. Pero la crítica seria y perfectamente elaborada no deja en ningún caso de señalar defectos estructurales y formales que parecen inevitables en cualquier obra humana. Salvo el apartado introductorio, en el cual se analiza con finura y conocimiento la obra narrativa de Sender, el resto de la obra se centra en las «Conversaciones» mantenidas por el autor con Ramón J. Sender, género que nos ayuda a conocer rasgos interesantes de la personalidad, sentimientos y afectos de un hombre para el cual la vida era, y seguramente todavía lo es, una aventura apasionada en la que él había puesto lo mejor de sí mismo. A través de las charlas reproducidas, Sender repasa su biografía y aclara, puntualiza o define posiciones tantas veces deformadas por la distancia o las interpretaciones poco escrupulosas. Surgen así anécdotas significativas de apariencia sencilla, pero indicadoras del pulso humano y literario de Sender, que se refleja en sus más importantes novelas. Sobre ello se pronuncia el escritor con absoluta sinceridad y señalando además el espíritu que le embargaba en el momento de su creación literaria. Las conversaciones con Sender acercan al novelista a nuestra realidad concreta y le sitúan en una perspectiva puramente artística, por encima de episodios y apasionamientos que ya forman parte de la historia.

HISTORIA DEL LIBRO.

Autor: DAHL, Svend.

Ed.: Alianza. Madrid, 1972. 319 págs. 18 × 11 cm. Rústica.

El libro, considerado en su dimensión de instrumento capaz de transmitir ideas, doctrinas y sentimientos, o en su papel de Medio de Comunicación Social, ofrece una historia llena de interés a través de la cual se palpa su influencia en el progreso de los pueblos. El tema del libro, en sus diferentes aspectos, exige un tratamiento cuidadoso. Evend Dahl, durante muchos años director de la Real Biblioteca de Copenhague, acredita —junto a unos profundos conocimientos del tema— el amor al libro y la exacta valoración de su significado como portavoz de un mensaje cultural y formativo. El libro reúne la sencillez expositiva con el dato científico necesario para situarlo en su dimensión espacial y temporal. En los capítulos iniciales la obra procede a un examen histórico del tema. Desde el hallazgo del papel, como elemento básico y primario del libro, en las civilizaciones de Egipto y China, hasta su desarrollo posterior durante la Edad Media y la extraordinaria difusión alcanzada en el Renacimiento debido a la invención de la imprenta, el libro recorre un largo camino, muchas veces penoso, pero siempre decisivo en la evolución progresiva de las culturas. El autor dedica una especial atención a los sistemas de escritura manual y a los códices medievales para revalorizar la intensa actividad de los copistas, que permitió formar grandes bibliotecas en las cuales pudo conservarse el rico patrimonio cultural del mundo antiguo y transmitirlo al Occidente cristiano, que alcanza insospechado esplendor con el Renacimiento, gracias a la existencia de las grandes obras clásicas de la Filosofía y las Artes. La aparición de los tipos móviles de imprenta, merced al genio de Guttenberg, supone una revolución dentro de la historia de la cultura universal, al facilitar las grandes tiradas de libros y aumentar su difusión hasta los más diversos rincones del mundo. En los siglos posteriores, según demuestra detenidamente Svend Dahl, la cultura del libro traspone las fronteras de los países y desborda el ámbito de los continentes. Los hombres piensan y aprenden ahora con un ritmo acelerado, siguiendo de cerca la expansión de las técnicas de impresión que, en tiradas de cientos de miles de ejemplares, multiplican hasta límites insospechados la acción cultural representada por ese personaje fiel y siempre manejable que es el libro.

SIGNOS EN EL HORIZONTE.

Autor: ROF CARBALLO, Juan.
Ed.: Prensa Española. Madrid, 1972. 501 págs. 18 × 11 cm. Rústica.

Ha reunido Juan Rof Carballo en este volumen impresiones de escritor, sentimientos surgidos en la contemplación de los hechos que nos rodean y levantan la imaginación en busca de respuesta a los interrogatorios planteados. Las reflexiones del autor se apoyan en sucesos que durante los últimos años han preocupado al mundo: La guerra, lo problemas de la natalidad, la miseria y la riqueza, las desigualdades, injusticias, el dolor, la felicidad y la muerte. La extensión de los escritos, que aparecen recogidos bajo el título sugerente de «Signos en el horizonte», es la de un artículo periodístico, aunque su estilo responde a una concepción mucho más reflexiva que informativa. La muerte de Robert Kennedy, un viaje por motivos profesionales, la emocionada contemplación de un paisaje vivamente sentido, evocaciones de personajes, intuiciones sobre la vida y la muerte, sirven para hilvanar jugosos comentarios que ayudan a situar el sentido del agitado acontecer. La extraordinaria preparación humanística de Rof Carballo le permite aludir repetidamente a hechos, teorías y doctrinas filosóficas, a través de las cuales el hombre aparece enfocado en su múltiple dimensión, sicológica, biológica y anímica, como ser ansioso de alegría y felicidad que no puede encontrar en el transcurso de su vida física. Rof Carballo no adopta una posición de superioridad ni moraliza con pedantería sobre las conductas o situaciones a las que alude. Una corriente de vitalidad traspasada de esperanza, alienta en los escritos de Rof Carballo. En conjunto, proporciona elementos válidos para enriquecer la mente humana, siempre vacilante en el torbellino de sensaciones alocadas que rodean al individuo en la sociedad actual. Episodios de apariencia intrascendente, junto a constantes referencias a la resposabilidad social, moral y profesional, muestran un auténtico ideario a través del cual la mente lúcida de Rof Carballo ilumina caminos oscuros y añade el cálido aliento de su mano amiga.

ANALES DE LA IV REPUBLICA ESPAÑOLA. 2.ª edición.

Autor: SIERRA, Ramón.
Ed.: Prensa Española. Madrid, 1972. 248 págs. 16 × 14 cm. Rústica.

El futuro político de España se ha convertido en una preocupación constante para todos los que conocieron el desarrollo de los acontecimientos anteriores y posteriores a la II República Española de 1931-1936. Este es, en realidad, el motivo irónico que permanece escondido en el fondo del relato con visos de crónica futurista, sagazmente imaginado por Ramón Sierra. Sus «Anales de la IV República» envuelven, bajo capa de humor, una profunda crítica hacia inveterados defectos que laten en el espíritu hispánico. Han pasado los años y Ramón Sierra salta al futuro. A un futuro que ya no parece tan lejano. La crónica de los sucesos arranca de un frío día de enero de... 1984, y finaliza con una reacción política militar, el 18 de julio de 1888. Esta pirueta, con mucho de salto en el vacío y no poco de predicción histórica, permite al autor dibujar, en primer lugar, el obligado contexto histórico político europeo y mundial, dentro del cual los avatares de España juegan un papel importante en el reparto del equilibrio de las potencias internacionales. Respecto a las tendencias, grupos y partidos, previstos por Ramón Sierra para los años 80, se observa, salvando distancias formales, un curioso y revelador paralelismo con los acontecimientos y personajes que llevaron al desastre a la II República y justificaron el levantamiento del Ejército. El autor acierta en su visión de los hechos, apunta detalles que hacen sonreír y expone situaciones que inducen seriamente a la reflexión. Se mantienen en la acción viejos partidos políticos de izquierdas y derechas, mientras muchos sectores continúan defendiendo intereses regionalistas entendidos de un modo más romántico que práctico. La peripecia se complica y, una vez más, los hombres de buena voluntad parecen arrollados por la acción de los oportunistas. La IV República Española, sin aceptar la enseñanza maestra de la Historia, repite antiguos errores y nuevamente las urgentes necesidades de orden y gobierno, sentidas con rara unanimidad, se convierten en necesidad perentoria de garantizar las normas indispensables para la convivencia.

GACETA DE
LA PRENSA

25 ptas.