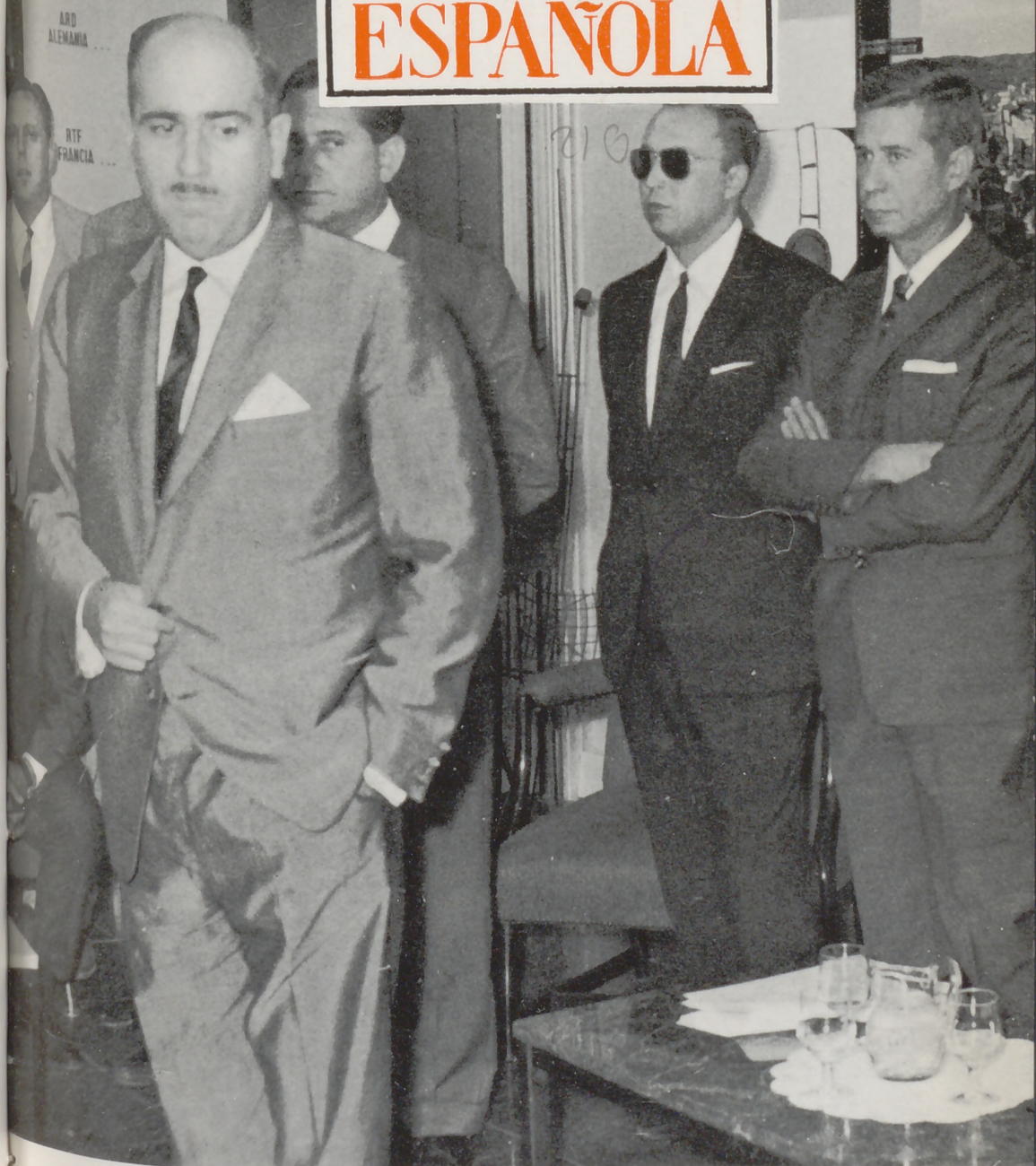


# GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA



N. 184

Año XIX

15 de octubre de 1966

**NUEVA PROGRAMACION EN TELEVISION ESPAÑOLA.**—El señor Aparicio Bernal, Director General de Radio y Televisión, convocó una reunión de Prensa para explicar los proyectos, aspiraciones y plan concreto de la nueva programación de Televisión Española. Con el Director General, presdieron el acto el Subdirector de Televisión Española, don Luis Ezcurra, quien aparece en el grabado junto a otros dirigentes de la entidad, que asistieron junto con representantes de todos los medios informativos nacionales.

SGCB2021

# EL ESPAÑOL

GRAN SEMANARIO  
POPULAR DE  
INFORMACION  
GENERAL

*SALE LOS SABADOS • 32 PAGINAS • 5 PESETAS*

SUC. DE RIVADENEYRA, S. A. - ONÉSIMO REDONDO, 28 - MADRID

# GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA

Año XIX : - : Número 184

Madrid, 15 de octubre de 1966

Director: PEDRO GOMEZ APARICIO

## S U M A R I O

	<u>Págs.</u>
El Periodismo impreso ante la Radio y la Televisión, por Pedro Gómez Aparicio ... ..	3
Un Código ético sobre los medios de información juvenil, por Pilar Agreda Saura... ..	13
Las Agencias de noticias en los Estados Unidos, por Francisco Ruiz de Elvira ... ..	15
Emisoras locales y receptores, por Aníbal Arias.	27
Pequeña historia de la libertad de Prensa en España, por Julio Merino ... ..	31
Mesa redonda sobre Periodismo científico ... ..	36
Periodismo nacional ... ..	37
Ha desaparecido el "New York Herald Tribune" ... ..	51
Cuatro nuevos libros sobre información para menores ... ..	54
Periodismo mundial ... ..	57
Cuarenta y seis alumnos terminan sus estudios.	71
El nuevo mundo se adueña de la fortaleza inglesa del "Times" ... ..	73

Depósito legal: M. 3.483.—1958

*Dirección, Redacción y Administración:*

AVDA. DEL GENERALISIMO, 39, 7.ª PLANTA.—TELEFONO 2 54 22 00 (2299).—MADRID (16)

Cada mes

P O E S I A  
E S P A Ñ O L A

MAXIMA EXPRESION DEL  
ACTUAL RENACIMIENTO  
POETICO

# EL PERIODISMO IMPRESO ANTE LA RADIO Y LA TELEVISION

Por PEDRO GOMEZ APARICIO

NO creo yo que registre la historia de las actividades públicas unas nupcias más espontáneas ni más connaturales que las del Periodismo con la Imprenta. Sus arras son recíprocas: el Periodismo le ha entregado a la Imprenta la popularidad de su influencia; la Imprenta le ha entregado al Periodismo la universalidad de su poder. Muchas veces se ha dicho que el Periodismo es hijo de la Imprenta. Resulta muy difícil compartir semejante criterio. Entre la Imprenta y el Periodismo no han existido nunca afinidades de consanguinidad, sino impulsos de mutua posesión. El Periodismo, aun antes de recibir tal nombre, respondía a la primaria necesidad humana de conocer lo que los hombres hacen. Terencio lo escribió: *"Hombre soy, y nada que a los demás hombres afecte me puede ser ajeno"*. Casi tan viejo como las más antiguas civilizaciones, el Periodismo —el ansia irrefrenable de conocer y dar a conocer— se debatía en la búsqueda de una gran fuerza universalizadora que poner al servicio del conocimiento. Existían la noticia y el arte de captarla: lo que faltaba era el instrumento que la hiciese llegar a todas partes. Se percibía también el poder persuasivo, de formación de una conciencia pública, que la noticia tiene; pero se carecía de esa capacidad de difusión sin la que las noticias y las mismas ideas pierden toda eficacia. Julio César, afanoso de influir por la noticia, confiaba a una legión de calígrafos el terrible trabajo de multiplicar una a una las copias del *"Diario de Roma"*, que se derramarían después por el inmenso Imperio. Hasta que, ya avanzado el siglo XV, se produjo aquel maravilloso invento del que un famoso agustino español pudo decir:

*"De la Imprenta el arte extraño  
es un milagro, a fe mía:  
más imprime ella en un día  
que se escribe en todo un año"*.

A partir de ese instante, Imprenta y Periodismo se fundieron. Casi me atrevería a afirmar que con una consustancialidad tan rigurosa, que ningún idioma culto ha sabido separar, en los tiempos modernos, el concepto de "la prensa", es decir, de la máquina que imprime, y el concepto de "la Prensa", es decir, del conjunto de periódicos.

La inevitabilidad de la fusión —o, si mejor se quiere, de las nupcias— se impuso al propio Gutenberg. Por los días en que Gutenberg perfeccionaba su reciente invención, volvió a llenarse Europa de gritos de cruzada: en 1454, las tropas turcas de Mohamed II se adueñaron de Constantinopla, para seguir tras sucesivos e incontenibles triunfos hasta las puertas de la misma Viena. Tres siglos y medio antes, Pedro el Ermitaño había hecho un llamamiento a los cristianos contra los infieles, pero con la solitaria voz de su predicación oral. Ahora, la Imprenta permitía multiplicar la voz. El Romano Pontífice Nicolás V recurrió pronto a ella, y las prensas de Gutenberg invadieron Europa con una Exhortación que por primera vez realizaba el fin rotundamente periodístico de poner la Imprenta al servicio de un ideal contemporáneo.

Pero la Imprenta dió también la norma al Periodismo. Tres años después —en 1457—, Gutenberg imprime un almanaque. Aquel sencillo y elemental almanaque de Gutenberg tiene un valor simbólico desde el punto de vista periodístico: el de la sumisión al tiempo. Las sumarias noticias astronómicas que el almanaque da se van enriqueciendo poco a poco con la sustantividad de lo presente, que había alumbrado el mensaje pontificio. Se produce

ya entonces una transmutación potencial de dos fuerzas gigantes: por lo que se refiere al Periodismo, la posibilidad de entrañarse en los hechos humanos para captarlos y para interpretarlos; por lo que se refiere a la Imprenta, la posibilidad de difundirlos con regularidad. Cuando se superponen esas dos posibilidades, aparece el periódico, y el hombre deja de ser una pieza aislada e insolidaria, como en la Edad Media, para convertirse en un poder actuante dentro de una comunidad ideológica, política y social.

No sería cosa fácil dilucidar si el Periodismo va detrás de la Imprenta o la Imprenta detrás del Periodismo. Creo que, nacidos para complementarse, su encuentro es inmediato. En el año de gracia de 1539 España envía al Nuevo Mundo el primer equipo de impresores: lo había pedido el Obispo de Méjico, Fray Juan de Zumárraga, "porque —eran sus palabras— sería cosa muy útil y conveniente haber allá imprenta y molino de papel". Organizó el equipo y le proporcionó los necesarios elementos Juan Cromberger, hijo de aquel Hans Cromberger, discípulo de Gutenberg, que se estableció en Sevilla a raíz de disgregarse el taller de Maguncia; y lo integraban el impresor de origen italiano Juan Pablos Bressano y el prensista español Gil Barbero. Un sevillano que era hijo de alemán, un italiano naturalizado y casado en España y un extremeño. Alguna vez he pensado si la Imprenta, arma genuina de civilización, no sería el primer germen de una efectiva Sociedad de Naciones capaz de dar cimiento a una cooperación de paz entre los hombres. Precisamente porque la primera imprenta que tuvo el Nuevo Mundo constituía un mensaje de paz, consagró sus trabajos iniciales a la impresión de un Catecismo: aquella "*Breve y más compendiosa doctrina cristiana en lengua castellana y mexicana*", que es el más viejo incunable de América. Pero su encuentro con el Periodismo fue igualmente rápido: cuando, en la noche del 10 de septiembre de 1541, un "volcán de agua" arrasó la vieja capital de Guatemala, para ahogar —entre innumerables víctimas— el dolor de la inconsolable viuda del capitán Pedro de Alvarado, la prensa elemental de Juan Pablos y de Gil Barbero lanzó prestamente una hoja informativa que ostentaba este impresionante y aleccionador título: "*Relación del espantable terremoto que agora nuevamente ha acontecido en las Indias en una ciudad llamada Guatimala. Es cosa de grande animación y de grande ejemplo para que todos nos enmendemos de nuestros pecados y estemos apercebidos para cuando Dios fuérese servido de nos llamar*". Aquella "Relación", escrita e impresa por manos españolas, es el más venerado documento periodístico publicado en un Continente, como el americano, en el que el Periodismo llegaría a alcanzar cumbres de perfección. Ahora en Méjico, como antes en Maguncia, Imprenta y Periodismo se buscaban inexorablemente.

#### *El fracaso tipográfico de John Walter.*

El siglo en que vivimos nos ha proporcionado un desarrollo realmente fabuloso en todas las técnicas: ha sido desintegrado el átomo, para poner en libertad cantidades ingentes de energía, y la Ciencia está ya superando las puras fórmulas experimentales para pasar a las realizaciones de la navegación interastral. Inevitablemente, esta trascendental revolución conmueve a los viejos sistemas de la comunicación humana, entre los que la Imprenta ha ocupado hasta ahora un lugar preeminente. Paso a paso, la información periodística, aprisionada con exclusividad en la hoja impresa, se ha dejado ganar por otras técnicas, y son ya realidad arrolladora el periódico oral de la Radio y el periódico en imágenes de la Televisión. De repente, la noticia, la glosa, el comentario; es más, los personajes y los hechos vivos, se nos meten en casa, por la prodigiosa captación de una antena, para poner ante nuestros ojos y nuestros oídos el agitado panorama del mundo. La imagen quieta del periódico impreso ha sido desplazada por la acción; el indudable esfuerzo de la lectura propia, por la comodidad pasiva de la lectura ajena. ¿Quiere decir todo ello que el periódico impreso está en peligro de desaparecer?

Refiriéndome a las nupcias entre Imprenta y Periodismo, he empleado la palabra "consustancialidad". Comprendo que la palabra es excesiva e impropia. Sin embargo, hay un hilo sutil, pero irrompible, entre Periodismo e Imprenta, que les hace mutuamente solidarios. Incluso cuando eligen a sus cultivadores. Se enseña en las Escuelas de Periodismo, casi como un axioma, que ningún periodista es completo si no conoce los secretos del arte tipográfico. Muchos grandes periodistas han salido de entre las filas de los impresores. Periodista antes que hombre de Estado fue Benjamín Franklin, pero antes que periodista fue

impresor: con su hermano James hizo el aprendizaje en Boston, y llegó a maestro de taller en Filadelfia. Impresor antes que periodista fue el español don Antonio Brusi y Mirabent, fundador del veterano "*Diario de Barcelona*", que cuenta entre los más antiguos periódicos hoy en circulación en el mundo. Y también fue impresor, si bien ocasional, aquel John Walter cuya creación —el "*Times*", de Londres— nació precisamente de un rotundo, pero justificado, fracaso tipográfico.

Sean las que sean las mudanzas del tiempo y los perfeccionamientos de la técnica, en las Artes Gráficas no se pueden romper determinadas normas. La inexperiencia de John Walter le empujó a romper una. John Walter, exportador de carbones, se arruinó con la guerra de separación de las colonias norteamericanas. Liquidó sus negocios, y la necesidad de procurarse otro medio de vida le encarriló por los caminos de la Tipografía. Había conocido a cierto Henry Johnson, que acababa de inventar un revolucionario sistema de composición: el "logográfico". Según aquel sistema, la composición no debería efectuarse letra a letra, sino por grupos de letras, es decir, por palabras completas en las de uso más corriente o por raíces y terminaciones. Ello, a juicio de Johnson, simplificaría el trabajo, ahorraría tiempo y reduciría el número de obreros. El procedimiento no ofrecía, ya entonces, novedad: los chinos, probables precursores de la imprenta, venían utilizando uno que le era en cierto modo equivalente. Pero lo utilizaban por una imperativa necesidad. Los chinos desconocen el alfabeto: su idioma es monosilábico e ideográfico, lo que quiere decir que, en la escritura, a cada palabra corresponde un signo peculiar. Se calcula que, en las grandes imprentas comerciales, hacen falta por encima de veinte mil caracteres distintos. Actualmente, en la ciudad ferrosana de Taichung, un grupo de padres jesuitas, de diversos países, entre los que figuran varios españoles, están poniendo fin a un diccionario chino vertido a cinco idiomas, en el que manejan hasta veintitrés mil caracteres. Inevitablemente, el Periodismo chino no padece de una complicación paralela: pese a todas las simplificaciones intentadas, no se ha podido reducir el número de signos a menos de ocho mil. Yo he visitado en Taipei la imprenta de un periódico, y estoy en condiciones de afirmar que el trabajo ponía a prueba hasta la tradicional paciencia china: los inmensos chibaletes abarrotaban una amplísima nave, en la que la agilidad con que los operarios se movían no bastaba para vencer las dificultades de una composición tan complicada.

Probablemente sin sospecharlo, porque no era un técnico, John Walter se creó unas dificultades semejantes. Fundó, en 1785, un periódico —el "*Daily Universal Register*", "*logográficamente impreso*"— con el que, mediante el agrupamiento de las letras, pensaba poder cerrar más tarde que los demás periódicos, salir a la calle antes y venderlo a un precio más barato. Estuvo a punto de arruinarse por segunda vez, ya que, multiplicando el número de los tipos y chibaletes, ni hubo ahorro de mano de obra, ni de gastos, ni —lo que todavía era más grave— de tiempo. Tres años duró la desventurada prueba. Tres años en los que John Walter llevó a cabo un tremendo aprendizaje como impresor, como periodista y como financiero. Prosperó, desde luego, la experiencia, porque John Walter era un hombre de genio, y, adaptada su imprenta a criterios más reales, en enero de 1788 comenzó a publicarse el "*Times*" sin la menor alusión a la logografía". El "*Times*", que llegó pronto a ser uno de los periódicos más importantes e influyentes del mundo, es un ejemplo vivo de que Periodismo e Imprenta son dos artes distintos, pero tan solidarios y aun interpendientes que, cuando no están consustancializados, el fracaso es con ellos.

#### *El gran poder de la Prensa.*

La Imprenta ha entregado al Periodismo esa capacidad de difusión sin la cual el Periodismo no sería una fuerza social irrevocable. Un gran periodista y un gran hombre de Estado, Benito Mussolini, afirmó alguna vez: "*La Prensa responde a una exigencia profunda del espíritu humano; el periódico satisface una de las necesidades más vivas de los individuos y de los pueblos. Una sed continua de saber, un afán agudo de abarcar el mundo en una sola mirada, empuja a millones y millones de lectores hacia las fascinadoras hojas de papel que —soberanas en el reino de lo efímero— se vuelven señoras en los dominios de la Historia si, renaciendo cada día de sus propias cenizas, han sabido ligarse íntima e indisolublemente al hilo invisible e irrompible de una continuidad espiritual*".

Casi un siglo antes había escrito el sacerdote español Jaime Balmes: "*La Prensa es un*

hecho, y un hecho indestructible". Para precisar: "Una asociación política está incompleta, mejor diremos desarmada, si no cuenta con un periódico que la defienda; un Ministerio siente flaquear el terreno que pisa si no alcanza a traer en su apoyo a algunos órganos de la Prensa; la diplomacia no puede preparar y ejecutar acertadamente una combinación si no posee un periódico que, según las oportunidades, declare, indique, ceda, proteste, a manera de plenipotenciario sin credenciales públicas, pero de autoridad reconocida". El coloso del Periodismo doctrinal, Joseph Addison, resumía de este modo su credo periodístico: "Mi ambición es que pueda decirse de mí que hice salir a la filosofía de los gabinetes de estudio y de las bibliotecas, de las escuelas y de los colegios, para implantarla en los clubs y en los salones, en las mesas de té y en los cafés". La Prensa es, efectivamente, un hecho, pero, principalmente, es una fuerza. Una vez Su Santidad Pío XI fue saludado por unos periodistas. "Sois la Prensa —dijo al reconocerles—; ¿sois el cuarto o el quinto Poder? No me acuerdo". Pero añadió: "Que seáis el tercero, el cuarto o el quinto, poco importa. En todo caso, sois un gran poder; tenéis, pues, una gran responsabilidad".

El poder de la Prensa reside en que es el instrumento popular de la cultura y de la orientación; su fuerza, en que habla a todos el lenguaje universal del hecho. Una vez Montesquieu, recorriendo las calles de Londres, vio cómo un albañil encaramado en lo alto de un andamio devoraba, a la hora del descanso, el contenido de un periódico: entonces comprendió Montesquieu por qué los más conspicuos estadistas ingleses, como Walpoué y Bolingbroke, sustraían los problemas políticos al mismo Parlamento para llevarlos a la tribuna, mucho más difusora, de la Prensa. El periódico ha convertido en realidad lo que Addison quería: ha sacado la filosofía de las bibliotecas y la ha entregado a la avidez de las multitudes, pero haciéndola impetuosamente amena y comprensible. Diariamente el periódico despliega el panorama diverso del mundo ante los ojos del lector para ponerle en contacto con los acontecimientos y con sus protagonistas. Hoy cualquier tertulia discute y resuelve en la mesa del café sobre la guerra del Vietnam o sobre el problema de Berlín como si fuese uno de los ministros de Asuntos Exteriores. El hombre de hoy ya no se siente espectador, sino actor de la Historia; de aquí que busque el periódico, no tanto por curiosidad como por necesidad. Mientras el libro sigue siendo pasto de minorías selectas, el periódico lo es de ingentes muchedumbres. En la pasada guerra chino-japonesa la guarnición de un importante punto defensivo del ferrocarril Cantón-Hankeu quedó cercada, y hubo que abastecerla por el aire; se preguntó a los cercados qué cosas necesitaban, y contestaron que una de las más urgentes era la Prensa, para no perder el contacto ni con el mundo ni con las vicisitudes de sus hermanos de armas; y todas las mañanas un aviador arriesgaba su vida para lanzar a los defensores un paquete de diarios.

#### La Prensa y el Progreso.

Satisfacción, la Prensa, de una necesidad colectiva, no existe actividad humana que, como ella, se haya servido más de las creaciones y de los progresos que pudieran prestarle alguna utilidad, ni que, incluso, más los estimulase. El primer telegrama que cursó el telégrafo óptico inventado por Chappe fue para comunicar, el 1 de septiembre de 1793, una noticia: la caída de la plaza de Condé, que decidió en gran parte el futuro de la Revolución Francesa; la primera vez que un avión cubrió en diez horas la distancia que media entre Inglaterra y el Oriente Medio fue, durante la guerra, para que los periódicos de Londres pudieran ser vendidos en el mismo día de su publicación en El Cairo y en Aden; la primera radiotelegrafía transmitida en colores fue para proporcionar a los periódicos norteamericanos un testimonio gráfico de la reunión de los "Grandes" en Potsdam... Fiel a su nombre, la Prensa ha "presionado" sobre todos los medios de las comunicaciones a distancia y sobre todos los sistemas posibles de impresión, para perfeccionarlos. Y los ha "presionado" por la inexorabilidad de atender la avidez de las gentes, que cada día reclamaban más periódicos, más baratos, más rápidos y mejor informados.

En su estupendo y poco conocido libro "Papeles viejos e investigaciones literarias", aquel gran periodista madrileño que fue don Manuel Ossorio y Bernard exclamaba en 1890: "Del periódico de ayer al periódico de hoy media un abismo". Para lanzar semejante exclamación había efectuado imaginariamente una visita al despacho de don Santiago Thewin, "editor con privilegio del "Diario de Madrid" cuando se disponía a trazar el número des-



tinado a publicarse en 20 de julio de 1788", e hizo comprobaciones que resultarían hoy sensacionales. Por ejemplo, la de la inserción de la anodina noticia de que "a mediados de abril", es decir, tres meses antes, había llegado a Constantinopla "el embajador otomano que estuvo en España", por ejemplo, la de la recepción de una correspondencia informativa fechada en Valladolid el 10 de mayo y que había necesitado no menos de setenta días para llegar a Madrid y para ser publicada.

Pero, en materia de Imprenta, la situación no era más ventajosa. El taller de Didot, el famoso impresor —en los tiempos de la Revolución Francesa— de la "Gazette de France" y del "Moniteur Universel", de París, apenas podía imprimir más de quinientos o seiscientos ejemplares por día. Henri Averel ha descrito de este modo el trabajo de Didot y de su único ayudante: "El impresor y su compañero entraban en el taller antes de que amaneciese, y mientras el uno mezclaba negro de humo con aceite de nuez y de linaza, el otro recubría de piel de perro los rodillos con los que extendía la tinta sobre los caracteres de imprenta. Terminada la jornada de trabajo, el impresor mojaba el papel que debería utilizar al día siguiente, en tanto que su compañero desmontaba los rodillos y lavaba las pieles de perro". Y comenta Averel: "No era mucho lo que, en estas condiciones, se podía producir".

#### *Periodismo e Imprenta se perfeccionan.*

De repente, en unos cuantos años, es salvado el abismo de que Ososrio y Bernard nos hablaba. Sería estúpido afirmar que, sin el Periodismo, la Imprenta seguiría en los tiempos de Didot; como sería insensato sostener que, sin los avances de la Imprenta, el Periodismo continuaría estancado en los tiempos de Thewin. ¿Quién puede precisar dónde está la línea que separa los impulsos de la una y del otro? Imprenta y Periodismo, como artes, como técnicas e incluso como industrias, sirven a iguales fines. Por eso se completan y se perfeccionan recíprocamente.

Hacia el 1814, el alemán Koenig aplica por primera vez el vapor a la máquina de imprimir e inventa el entintado automático; se entera un gran periodista —John Walter II, el hijo del fundador del "Times"— y le encarga la instalación en secreto de dos máquinas: y el 29 de noviembre de aquel mismo año de 1814 puede anunciar orgullosamente el "Times": "Nuestro número de hoy presenta al público el mayor perfeccionamiento que ha experimentado la Imprenta desde que fue inventada; en una hora imprimimos no menos de 1.100 ejemplares". Aquellos 1.100 ejemplares por hora se hallaban todavía muy distantes de los sesenta, los setenta o los ochenta mil que imprimen las modernas rotativas; de la misma manera que el modesto transmisor inalámbrico que el 21 de diciembre de 1901 operó Marconi en Terranova resultaría casi un juego infantil si se le pusiese al lado de los actuales radioteletipos. Todo marcha al compás de la velocidad que el ansia irrefrenable de conocer impone a los periódicos, y son paulatinamente dominados el espacio y el tiempo. La litografía generaliza el uso del grabado; el telégrafo eléctrico permite la rápida transmisión de las noticias y, el ferrocarril, su difusión impresa: la publicidad abre paso a la Prensa barata; Hoe inventa, en 1846, la rotativa, y, en 1865, Morgen Thaler construye la primera linotipia; por sus pasos contados, adviene la transmisión de la imagen a distancia, y hoy ya es posible transmitir a distancia la composición linotípica por el "type-setter"... El periódico se ha universalizado. Por citar un ejemplo, los diecinueve diarios publicados en Londres en 1829 tenían una tirada global de cuarenta mil ejemplares; la tirada global de los catorce diarios que se publican actualmente en Londres sobrepasa los veintitrés millones de ejemplares. La Imprenta, a la cabeza de las restantes técnicas, hizo posible este inmenso desarrollo. Pero, sin el impulso del Periodismo, ni la Imprenta ni las restantes técnicas de que se sirve el Periodismo habrían probablemente alcanzado su inmenso desarrollo paralelo.

#### *La simultaneidad entre hecho y noticia.*

Muchas gentes se preguntan si, al final de todo este proceso, no acabará en divorcio el matrimonio de Periodismo e Imprenta. El riesgo es evidente. Dos circunstancias de la vida moderna configuran tal riesgo: la una es informativa; la otra, vocacional. Al margen, y muchas veces incluso por encima de su valor absoluto, en la noticia confluye un

valor relativo no menos importante: el de la oportunidad. La noticia tan sólo es oportuna, y, por lo tanto, útil, cuando llega a su tiempo. Las tesis periodísticas sobre el particular han cambiado sustantivamente. Antes, una noticia lo era mientras fuese nueva; ahora, lo es solamente cuando sirve para algo. El ideal periodístico, lo que vale tanto como la cumbre de la perfección informativa, será alcanzado el día en que se logre la simultaneidad entre la producción del hecho que engendra la noticia y la divulgación de la noticia que recoge el hecho. Pero, por otra parte, nuestra generación tiene vocación de presencia: no se contenta ya con conocer, sino que quiere ver, ser testigo directo, deducir por su propia observación. Fácil es convenir en que la simultaneidad y la presencia se han hecho, no ya posibles, sino reales: merced a la Radio y a la Televisión, muchos sucesos van siendo conocidos en el mismo momento en que se transforman en noticia, y el espectador empieza ya a incorporarse hasta físicamente a acontecimientos forjadores de Historia.

Digno de destacarse es el fenómeno, desconcertante muy a primera vista, de que, a la vez que se extienden la Radio y la Televisión, los grandes periódicos hechos a la moderna continúan aumentando sus tiradas. El fenómeno es claro, y sus causas también: ni lo oído ni lo gráfico son capaces de prender la atención tanto como lo escrito; lo que se oye es fugaz, mientras lo escrito queda; la masa, por lo común, se resiste a pensar por cuenta propia, y suele edificar sus opiniones con lo que que otros opinan, a los que, si merecen un crédito de identificación, concede un insensato margen de confianza para formar su propio pensamiento: no es sorprendente ver cómo el lector hace suyos, y considera inalienablemente suyos, los razonamientos que acaba de leer.

Cabe dudar de que, situada ante el juego de estas dos fuerzas en la apariencia centífugas: la improvisación que se deriva del afán de la simultaneidad y la firmeza que exige el crecimiento de las posibilidades de influir, una parte muy considerable de la llamada "gran Prensa" no haya empezado a elegir lo peor. Quiero decir que, alarmada esa parte de la Prensa por la competencia potencial de la Televisión y de la Radio, está en camino de abandonar no pocas de sus más genuinas posiciones. Hay en ella, es verdad, un afán positivo de emulación, de engrandecer y mejorar sus medios para romper las distancias del espacio y del tiempo que separan los hechos del lector. Los entresijos de un periódico En un periódico —provinciano— de Glasgow conté yo veintiocho teletipos en permanente funcionamiento, seis rotativas dobles, una treintena de linotipias y ocho monotipias, seis prensas de estereotipias, dos equipos receptores de telefoto y de radiotelefotografía y otros dos equipos transmisores portátiles telefotográficos. Ese periódico, integrado en una gran "cadena" nacional, tenía a su servicio mil ochocientos empleados. En razón de este inmenso despliegue de recursos, fundar un nuevo diario exige hoy la inversión de un capital inicial no inferior a dos millones de libras esterlinas en Gran Bretaña, de mil millones de francos antiguos en Francia y de ocho a diez millones de dólares en los Estados Unidos. Se calcula que el presupuesto anual de gastos de un periódico norteamericano con tirada superior a cien mil ejemplares se aproxima a los veinticinco millones de dólares.

#### *Dos periodismos: el reposado y el frenético.*

Pero, al lado de ese aspecto informativo, en la "gran Prensa" a la que me refiero se advierte una tendencia, de raíces negativas, a extremar los sistemas de atracción de unas masas de público que pueden derivar hacia la Televisión o hacia la Radio. Un célebre humorista canadiense comparaba, en 1922, el Periodismo inglés y el norteamericano. El periódico inglés, venía a decir, está hecho para *"ser leído tranquilamente apoyado en el azucarero, por un hombre que saborea lentamente el desayuno en un rincón del club"*, mientras que el norteamericano *"por un hombre colgado de las agarraderas de un ensordecedor ferrocarril subterráneo, que traga su desayuno en el mostrador, que se tiene en equilibrio sobre un solo pie y que se afeita en sólo dos minutos"*. Es posible que, desde 1922 acá, ese fidelísimo retrato haya perdido una no escasa parte de su fidelidad. En realidad, ya había empezado a perderla mucho antes. Cuando lord Northcliffe, uno de los "Emperadores" de Fleet Street de Londres, para reforzar el gigantesco éxito del "Daily Mail", prodigio del periodismo ligero y de sensación, fundó el "Daily Mirror", en el que

la información escrita era desplazada por la gráfica, alguien afirmó de él: "Después de haber hecho un periódico para los que no saben pensar, ahora está haciendo un periódico para los que no saben leer".

Confieso que mis preocupaciones respecto del Periodismo impreso del futuro nacen precisamente de ahí: de que los periodistas nos inclinemos a hacer periódicos para los que no saben leer, o, cuando menos, para los que no saben pensar. Personalmente creo en la perennidad del periódico impreso, en la perpetuidad de los lazos nupciales que unen al Periodismo con la Imprenta. La amplia y profunda revolución a que, en las técnicas, estamos asistiendo, no ha dejado retrasado ni inerte al periódico, organismo que, por ser vital, y aun vitalizador, en la comunidad humana, no sabría acaso, ni puede, renunciar a su trascendental misión. No existe —ya lo he dicho— actividad que, como el Periodismo, se acomode mejor a las exigencias de cada momento histórico, ni que estimule más enérgicamente la forja de aquellos instrumentos que le son necesarios. Urgida hoy la información de masas por esas dos imponderables fuerzas de la simultaneidad entre el hecho y la noticia y del afán creciente de presenciar los acontecimientos, el maridaje del Periodismo e Imprenta ya ha logrado forjar el instrumento que casi le entregará el dominio de la simultaneidad y la presencia. Me refiero al periódico "telefacsimilado", que ha dejado de ser una utopía para trocarse en una realidad.

#### *El "telefacsimil", periódico del futuro.*

El "telefacsimil" es una hoja informativa impresa, con texto, titulares, grabados y publicidad —un perfecto periódico, en suma—, que se nos mete en casa, llevado por las ondas, como una emisión de Radio o un programa de Televisión. Un receptor lo capta y un telescriptor lo imprime a una velocidad, ya conseguida, de varios miles de líneas por minuto. El acontecimiento, convertido en un relato literario o gráfico, puede ser transmitido, en sucesivas ediciones, a los pocos instantes de ocurrir. De las tres etapas del periódico —la realización informativa, la composición y ajuste, y la tirada—, las dos primeras se simplifican extraordinariamente, mientras es suprimida la tercera. Con el "telefacsimil", se libera el periódico de su actual dependencia respecto de la estereotipia y de la rotativa: ya no habrá *tantos* miles de ejemplares por hora, sino tantos miles de ejemplares de impresión simultánea como receptores estén abiertos a la transmisión.

Por prodigioso que ese sistema nos pueda parecer, preciso es no olvidar que cada avance del progreso vuelca sobre los hombres nuevas responsabilidades y servidumbres. La Ciencia nos da el arma, pero nos corresponde a nosotros infundirle un espíritu. En la solicitud de permiso para editar un periódico, cierto impresor granadino de los finales del siglo XVIII se expresaba así: "Por más cuidados que se pongan, rara vez saldrá el "Diario" sin aquellos errores inherentes a su misma constitución, teniendo presente que, por ser el tiempo momentáneo y formarse (el periódico) precipitadamente y en la angustia de la noche, no podrá salir con la misma corrección que la "Biblia Poliglota", ni con la prolijidad que la impresión regia del Salustio". El razonamiento podía ser bueno para el siglo XVIII; hoy ya, probablemente, no.

En la misma medida en que se han ido complicando vertiginosamente los talleres, los medios materiales y las técnicas del Arte de imprimir, la composición de los periódicos se está simplificando, para ganar en intensidad lo que pueda perder en extensión. La artesanía, como goce moroso del trabajo, como delectación contemplativa de la obra que se tiene entre las manos, se halla, acaso, en camino de desaparecer. Vivimos bajo el imperio de la máquina, aunque será siempre el hombre quien infunda a la máquina su espíritu; la máquina nos da la posibilidad de dominar el espacio y el tiempo, pero no puede ser el hombre quien se avenga a abdicar ese dominio. La artesanía está cediendo el paso a la destreza, y el concepto de la perfección, nos guste o no nos guste, se somete actualmente a normas muy distintas de las tradicionales. Importa mucho el arte, pero importa no menos la eficacia, y es en la conjunción de la eficacia y del arte donde tal vez resida en nuestro tiempo la posibilidad de que el periódico impreso mantenga sus ventajas sobre las potencialmente más ventajosas posiciones de otros sistemas de la información. Si en el periódico presente o del futuro, impreso en rotativa o "telefacsimilado", no se saben combinar los apremios de la simultaneidad y el amor de perfección artística que el impresor grana-

dino reservaba para el Salustio o la Biblia Políglota, quizá lleguen a tener razón los que temen que el divorcio entre Periodismo e Imprenta pueda, al fin, producirse. Y ello sería un gran daño para la Sociedad, para la Imprenta y para el Periodismo.

*Una necesidad de perfección.*

¿Para el Periodismo? ¡Claro está! Todas las fórmulas de la información son Periodismo puro, en las relaciones entre esas fórmulas y el público al que están destinadas hay una gradación de matices. Hace unos años, un grupo de periódicos hispanoamericanos, inquietos por los nuevos avances de las comunicaciones radioeléctricas, se plantearon el problema esencial de qué rumbos tomaría el Periodismo en un futuro más o menos distante: si se conservaría el Periodismo impreso o si cedería el paso al radiofónico. Las conclusiones a que llegaron no dejaban de ser interesantes. Nuestros tiempos decían— son los de la velocidad acelerada, y la técnica periodística nueva se atiene estrictamente a esta norma: toda noticia deja de serlo cuando envejece, y la noticia impresa ha envejecido siempre cuando entra en competencia con la radiada. Sin embargo, y paralelamente a este fenómeno, viene observándose otro igualmente significativo: el mayor interés de las gentes por el artículo meditado, interpretativo, ilustrador de la fugaz noticia del momento. De donde deducían los polemistas una delimitación de áreas de actividad: el Periodismo noticieril, febrilmente informativo, se acoge a la Radio y, en su momento, a la Televisión; el Periodismo ilustrativo, sugeridor, basado en la observación y en el estudio, se acoge a la hoja impresa. En resumidas cuentas, la conclusión era prácticamente la de que el Periodismo impreso estaría situado en una zona casi equidistante del periódico y el libro, lo que supondría una cierta renuncia a sus finalidades de universalidad.

Naturalmente, se hace muy cuesta arriba compartir esta tesis. Fraccionando el problema entre dos posiciones radicales: el Periodismo acuciantemente informativo y el Periodismo reposadamente interpretativo, la prudencia aconseja situarse en un término medio. "Azorín" precisaba en un certero artículo: *"Ha de tener siempre en cuenta el periodista que escribe para una multitud de lectores, y que escribe, no en un libro o una revista, sino un trabajo que ha de ser leído rápidamente, en tanto se dispone el lector a ir al trabajo, o viaja en el "metro", o va en el tranvía, o espera a que comience, dentro de unos minutos, un acto regular y fijo de su vida cotidiana"*. Aunque parezca coincidir "Azorín" con el concepto del humorista canadiense sobre el periódico norteamericano, la actitud psicológica es distinta. Lo que define a la Era Atómica en que nos encontramos ya metidos, no es la posibilidad de reducir a polvo en unos pocos segundos una ciudad como Hiroshima e incluso la misma civilización, sino la bien distinta posibilidad de que un arma nacida para la destrucción sea transformada en una fuerza de mejoramiento social y de progreso. Dios no nos dio la capacidad de la invención para destruir, sino para crear y para enaltecer su providencia. Eje y finalidad del mundo será siempre el hombre, y es el hombre el que debe adaptarse a cada situación para sacar de ella los necesarios frutos.

Pensar que, en la Era Atómica, el periodista y los sistemas de la información y de la orientación pueden seguir siendo los mismos que en la época feliz en que se enseñoreaban de Europa las dulces melodías de los vales de Viena, es pensar disparatadamente. El cine nos ha dado una versión monstruosa del periodista actual: la de ese prototipo del sombrero en la nuca, con el cigarrillo encendido en la comisura de los labios, que formula preguntas impertinentes y que busca la nota del sensacionalismo a través de su propia irresponsabilidad. Ese tipo, si no está superado, tiene que serlo. Alguna vez se ha dicho responsablemente que *"ni el político ni el periodista disponen hoy de tiempo para pensar"*. Está claro que, si esa afirmación es cierta, ni el político ni el periodista pueden esperar que los demás piensen. Por lo que respecta al Periodismo, su misión no es solamente la de dar pasto de entretenimiento al hombre colgado de las agarraderas del ferrocarril, sino la de dejar en su alma una huella de luz. Ambas cosas no son incompatibles. Lo que sucede es que hay que reemplazar al periodista del sombrero en la nuca por el que, por haber pensado mucho, puede hacer pensar a los demás.

Cuando, en 1866, fue inaugurado el cable submarino intercontinental, afirmó Gordon Bennett, el renovador de la Prensa norteamericana: *"El telégrafo nos enseña que han pasado los días de los artículos de diez columnas y de las obras en tres tomos"*. Lo que la

simultaneidad informativa y el afán de presencia, a través de sus posibles instrumentos de la Radio, de la Televisión y del "telefacsimil", nos enseñan ahora es que ha pasado el tiempo de la impreparación, de la morosidad y de la artesanía, para imponernos un concepto de responsabilidad más implacable. Lo fugaz no cuenta para el Periodismo impreso; la rapidez, sí. Habrá que conjugar el vértigo, la impaciencia, el apremio, con el arte, la gracia, el matiz y, sobre todo, con el convencimiento de que lo que lanzamos a las gentes para saciar su necesidad de conocer es una poderosa fuente de energía que lo mismo puede servir para perder las almas que para salvarlas. "*¿Sois el cuarto o el quinto Poder? —preguntaba Pío XI—. No me acuerdo. Pero que seáis el tercero, el cuarto o el quinto, poco importa. En todo caso, sois un gran poder; tenéis, pues, una gran responsabilidad*". Si en la actual Era Atómica no conseguimos forjar un Periodismo impreso acomodado técnicamente a las exigencias de nuestro tiempo y moralmente digno de la responsabilidad que nos alcanza, habremos desertado de un deber que tiene imperativos de misión.

# UN CODIGO ETICO SOBRE LOS MEDIOS DE INFORMACION JUVENIL

HA SIDO DADO A CONOCER POR VEZ PRIMERA EN ESPAÑA, CON MOTIVO DEL "DIA UNIVERSAL DEL NIÑO"

ENTREVISTA CON DON ANDRÉS ROMERO, SECRETARIO DE LA ESCUELA OFICIAL DE PERIODISMO, AUTOR DEL REFERIDO CODIGO

Por PILAR AGREDA SAURA

EL día 3 de octubre se ha celebrado en todo el mundo el "Día Universal del niño". En España, la Comisión Católica Española de la Infancia ha conmemorado ese día en torno al tema de estudio "El niño y los actuales medios de información".

En relación con el tema mencionado, don Andrés Romero, Secretario de la Escuela Oficial de Periodismo y miembro del Consejo Nacional de Prensa en la Comisión de Información y Publicaciones Infantiles y Juveniles, es el autor del "Código ético sobre los medios de información infantiles y juveniles" que acaba de ser promulgado por la C. C. E. I.

—¿Qué pretende ser el Código ético sobre los medios de información infantiles y juveniles?

—Un instrumento de orientación y un medio para avivar la responsabilidad. Ha sido escrito para los padres de familia, los educadores, los dirigentes de cualquier quehacer relacionado con los Medios de Información destinados a los niños y a los jóvenes, los propios menores y el pueblo cristiano en general.

—¿Qué se desea con este documento?

—Deseamos que del Código se desprendan ideas claras para fortalecer la responsabilidad de la familia, los educadores, los especialistas y los propios interesados en

torno a todos y cada uno de los Medios de Información —Prensa, Literatura, Cine, Teatro, Publicidad y Discos— que hoy inciden sobre los menores, en nuestro país. Asimismo, crear una conciencia de servicio a la infancia y a la juventud a través de esos mismos Medios de Información. También para que esos medios sean utilizados en apoyo de la más completa formación cívico-social, cultural, religiosa y humana de los niños, adolescentes y jóvenes.

Considero que los Medios de Información a que nos estamos refiriendo deben ser utilizados de igual modo como vehículos que posibiliten la comprensión, el intercambio de ideas y la ayuda entre la infancia y la juventud de todo el mundo. Y no podemos olvidar que estos Medios pueden llenar perfectamente el vacío que pueda quedar en el necesario tiempo libre a que tiene derecho cualquier muchacho en crecimiento.

—¿Está preocupada la Sociedad por los problemas que se puedan derivar de esos Medios de Información mal orientados?

—Tenemos la obligación de trabajar en común —padres de familia, educadores y especialistas— para proporcionar a los niños y a los jóvenes de España unos Medios de Información libres de toda tara o influjo que pudiera dañar, de algún modo, el desarrollo físico y psíquico del menor.

Hay que formar una conciencia que, si ya está alertada, aún no ha adquirido el grado de responsabilidad deseable y necesario.

—¿Qué hacemos en España por los Medios de Información y los menores?

—En estos momentos andamos ocupados con el estudio de un anteproyecto de Estatuto de Publicaciones para niños y adolescentes. Hay una Comisión nombrada por el Ministerio de Información y Turismo en la que están representados los organismos y entidades, públicas y privadas, que en España se dedican a la promoción de la infancia y la juventud. Merecen especial atención los trabajos que viene realizando la Comisión de Información y Publicaciones Infantiles y Juveniles de la Dirección General de Prensa.

Cada día, por otra parte, hay más periodistas especializados en estos Medios de Información. Son diversas las Tesis de Grado que recogen aspectos concretos de esos Medios de comunicación y que han sido escritas por alumnos de las tres Escuelas de Periodismo que existen en España. Por otra parte, resulta que expertos españoles están participando en los Congresos y Seminarios extranjeros donde venimos estudiando y analizando esta interesante problemática.

—¿Cómo ha de ser cualquier norma que trate de los Medios de Información referidos a los menores?

—En principio, esa norma ha de adaptar su contenido y su intencionalidad al especial carácter del público a que va dirigida, cuidando de acentuar el respeto a los principios religiosos, morales y cívico-sociales que fundamentan el Estado español y haciendo especial hincapié en que el contenido de cada uno de los Medios de Información esté también acentuado de acuerdo con esos principios. También pienso que esa norma ha de estar elaborada con la comprensión y el respeto que merecen otras confesiones religiosas, debiendo evitar siempre herir susceptibilidades y de acuerdo con las normas del Concilio Vaticano II sobre religiones y confesiones. Y lo que es muy importante: toda norma debe determinar previamente el alcance y la necesidad de cada uno de esos medios de comunicación. En la norma hay que actuar indicativamente y con el fin de crear un mismo espíritu y mensaje, dentro de la necesaria variedad temática de los propios medios y de la edad y del sexo de los sujetos que son receptores de los mismos.

—¿Qué es, fundamentalmente, lo que re-

chaza el espíritu del "Código ético sobre los Medios de Información Infantiles y Juveniles"?

—Rechaza, categóricamente, hasta cerca de un centenar de males, taras e inconveniencias que atentan contra la dignidad y la libertad de los menores. Empezamos por rechazar de cualquier Medio de Información destinado a los menores cualquier texto, dibujo, fotografía, etc., que ataque a la Justicia, a la Verdad, a la Religión y a la Patria. También censuramos lo que pueda dañar a la familia, el bien común, etc.

—¿Cree usted en los niños?

—Yo creo en el niño porque tengo vocación de padre de familia en ejercicio. A eso, que queda dicho de pasada, he de añadir que creo en los niños porque necesitan que les demos verdad, realidad, razones y hechos. Porque las experiencias que les narremos han de ser ciertas. Porque debemos rechazar, por sistema, toda imposición sobre ellos que esté desprovista de un sentimiento humano y de un pensamiento consciente y generoso. Porque jamás hemos de imponer a sus mentes modelos de formas humanas de comportarse que sean propios de seres adultos con valores espirituales y humanos despreciados. Porque no hemos de contribuir a desarrollar su capacidad de fantasía, incapacitándolos para fomentar su mentalidad. Porque creo, por último, que jamás hay que fomentar en el niño la discriminación racial, religiosa o social.

—Por último, ¿existe o no una correlación entre los diversos Medios de Información que hoy destinamos a los niños, adolescentes y jóvenes?

—Sí, existe esa correlación, que es muy estrecha. Por eso no conviene hablar de normas éticas para la orientación y promoción de cada uno de esos medios, sino de crear un Código que tiene un carácter indicativo para todos y es consciente a la vez del practicarismo y la peculiar temática de cada uno de ellos.

Agradecemos a don Andrés Romero sus declaraciones. Por vez primera existe en España, al igual que en otros países del mundo, un Código ético sobre los Medios de Información referidos a los menores. El último de estos importantes documentos ha sido elaborado, en el Congreso de la Asociación Europea de Publicaciones para la Juventud, por M. Louis Musin, Consejero municipal de Bruselas y Secretario General de la Asociación antes citada.



REVISTA DE TVE  
y  
RADIO NACIONAL

*El semanario con más*

*suscriptores de España.*

Precio suscripción: 400 ptas. año.

Precio venta: 10 ptas. ejemplar.



# LAS AGENCIAS DE NOTICIAS EN LOS ESTADOS UNIDOS

Por FRANCISCO RUIZ DE ELVIRA

## II.—LA ASSOCIATED PRESS

SIN perjuicio de pasar revista más tarde a otras organizaciones, voy a tratar de ofrecer en primer término un bosquejo de los dos grandes colosos de la información en Estados Unidos: la Associated Press y la United Press International, que, batiéndose mutuamente en unas u otras informaciones, siendo mejor una u otra en diversos aspectos, puede decirse, en general, que rayan actualmente casi a la misma altura.

Según sus últimos datos estadísticos, AP proporciona noticias y fotografías a 8.500 diarios y emisoras en 101 países, mientras UPI lo hace a 5.846 en 114 naciones. En Estados Unidos, mediante una red de 765.000 kilómetros de cable arrendado, AP sirve a 1.750 periódicos y 2.500 emisoras de Radio y Televisión; UPI, a 1.192 periódicos y 2.637 emisoras, a través de una red similar. (Aproximadamente, una cuarta parte de los diarios norteamericanos están suscritos a ambas Agencias. En Nueva York, cinco de los seis principales. El «Post» sólo tiene AP.)

AP cuenta con 111 «bureaus» o delegaciones en territorio norteamericano y 58 en el exterior; UPI tiene delegaciones en 101 ciudades de Estados Unidos y en 94 extranjeras. Los presupuestos anuales de ambas Agencias sobrepasan los cuarenta millones de dólares (es decir, 2.400 millones de pesetas): AP informa que el suyo es de «más de 40 millones» (sin contar lo que sus miembros gastan en centralizar noticias locales y regionales, que luego facilitan a esta organización cooperativa), y UPI dice concretamente que su presupuesto actual es de 43.500.000 dólares, cantidad que, a su vez, no incluye la cifra, también multimillonaria, de «UPI Newsfilm Inc.», de la que UPI es la única propietaria.

Mediante su red norteamericana de «Unifax», sobre un circuito de 16.000 kilómetros, UPI envía fotografías simultáneamente a cerca de medio millar de suscriptores en Estados Unidos y Canadá. Otra red similar sirve a quince naciones europeas. El resto de los países recibe telefotos. El total de suscriptores al servicio fotográfico de UPI es de 1.254. Por lo que se refiere a AP, mediante sus servicios de «Photofax» y «Wirephoto», llega a 700 periódicos y emisoras de TV en Estados Unidos y a otros 2.000 suscriptores en el resto del mundo.

UPI, finalmente, distribuye reportajes y entrevistas en cinta magnetofónica a emisoras de Radio, y películas a estaciones de Televisión.

El crecimiento de ambas Agencias, en marcha hacia adelante, es ininterrumpido, si bien últimamente fue más importante el de AP. En 1963, en efecto, Associated vio elevarse el número de sus periódicos y emisoras en un 12 por ciento, mientras los clientes de UPI aumentaban en un 3 por ciento.

Y, desde luego, ambas gigantescas organizaciones están ya empleando masivamente las comunicaciones mediante «teletypesetter» (cinta perforada que hace funcionar las linotipias, directamente) y utilizando también los «computers» (calculadoras o cerebros electrónicos) para conseguir la máxima velocidad en la transmisión de noticias, al mismo tiempo que continúan estudiando y experimentando los nuevos medios que la técnica pone a su disposición. «Esta década —según el Director General de AP, Wes Gallagher— es seguro

que está presenciando más cambios en nuestra profesión que todos los que se han producido en lo que va de siglo».

#### La revolución técnica.

Indudablemente, la gran revolución técnica que se está operando en el Periodismo creo que sólo puede compararse —y entonces sólo alcanzaba a los periódicos impresos— con la invención y perfeccionamiento del telégrafo. Me refiero principalmente, entre otras cosas, al uso en periódicos, emisoras y agencias de los cerebros electrónicos o computadores (si es que puede utilizarse esta palabra, literalmente traducida).

La revista *«Editor & Publisher»*, la más importante de Estados Unidos en el terreno profesional, publicaba no hace mucho una página de chistes muy reveladora a este respecto y a la cabeza de la cual figura un computador con una medalla que dice: *«Ganador del Premio Pulitzer 1970»*.

Una de las caricaturas muestra la sala donde suelen celebrarse las Conferencias de Prensa en la Casa Blanca. Sobre el estrado, junto a la bandera, un cerebro electrónico. Otros muchos, de distintos tipos, llenan la sala, y de uno de ellos surge la frase ritual: *«Gracias, señor Presidente»*.

En otro de los chistes, un periodista llama por teléfono a una fábrica y dice: *«Aquel computador para editoriales que ustedes nos vendieron está tomando otra vez posturas demasiado liberales»*.

Un tercer dibujo muestra a dos perplejos abogados ante un cerebro electrónico. *«¿Cómo vamos a demandarlo por libelo?»*, se pregunta uno de ellos.

Finalmente, un redactor-jefe o director recibe a un joven periodista que busca trabajo, y le interpela furioso: *«De modo que usted quiere ser redactor de este diario y dice que no sabe nada de cibernética, electrónica, etc. ¿Es que no se da usted cuenta de que esto es un periódico?»*.

Por otra parte, un catedrático de la Universidad de Carolina del Norte, decano de su Escuela de Periodismo, el profesor Wayne Danielson, decía en una conferencia en la Universidad de Wisconsin: *«Es probable que no haya una sola sección en sus periódicos que esté completamente libre de fórmulas de redacción, repetidas y manoseadas; escribiendo según las cuales, se cambian los nombres y las edades de los protagonistas de las noticias, pero la redacción es siempre básicamente la misma. Creo que esto siempre ha sido así. Pero hay una clara diferencia entre otros tiempos y los nuestros, y es simplemente ésta: Ahora, si ustedes escriben como máquinas, pueden ser reemplazados por máquinas»*.

Experiencias hechas en la Universidad de Carolina del Norte, según explicó Danielson, muestran que *«una vez que se hacen ciertos juicios clave sobre las noticias del día, una gran parte de lo que se imprime en un determinado periódico puede ser predicho sobre la base de lo que se imprimió en números anteriores; y en tanto en cuanto una edición puede ser predicha, puede ser también producida automáticamente»*. *«Hay una parte de trabajo de rutina en todos los periódicos, y me parecerá muy bien que esta labor sea llevada a cabo por los computadores. Pero lo que yo no quisiera ver, aunque lo temo —terminó diciendo Danielson—, es que se incremente el contenido rutinario y maquinado de los periódicos norteamericanos simplemente porque sea más barato y sencillo encargar ciertas tareas a los computadores»*.

No me atrevo a decir si hay aquí algo de exageración, pero no cabe duda de que los cerebros electrónicos forman ya parte de los equipos de las Redacciones informativas, si bien todavía en trabajos puramente auxiliares, y que la tarea que a ellos se les pide irá siendo cada vez más diversificada y completa. El director del *«Chicago Daily News»*, Lawrence S. Fanning, ha dicho en una conferencia en la Universidad de Colorado: *«Los periódicos se enfrentan con un tremendo abismo entre el futuro y sus actuales y arcaicos métodos»*. Añadió que, aunque los diarios están utilizando computadores para justificar líneas y otras tareas, se encuentran todavía muy retrasados respecto a otras industrias. *«Esto es simplemente mecanización; no automatización»*, dijo Fanning, y aseguró que la palabra «automatización» es algo que está ligado inexcusablemente con el futuro de los periódicos. *«Los métodos electrónicos que se utilizan ya en otras industrias incrementarán el contacto de los periódicos con sus lectores y podrían llegar a disminuir las diferencias de tiempo*

entre los diarios y la Radio y Televisión, de tal forma que esta diferencia llegase a ser casi inapreciable».

Hasta ahora, los periódicos utilizan principalmente los computadores para el manejo automático de las linotipias, pero es indudable que su campo se va ampliando por meses. Lo mismo ocurre en las Agencias, según veremos más adelante. Por lo pronto, empezaremos ya a ocuparnos de éstas en forma individual.

## LA AP POR DENTRO

«The Associated Press (New York Corporation)» —y comienzo por ella en orden a ser más antigua— remonta su historia por lo menos a 1860, si bien realmente su origen se encuentra algunos años antes, en 1848.

Por bastantes razones que no es éste el lugar de analizar, el período de 1830 a 1850 es uno de los más interesantes y realizadores en la Historia de Estados Unidos anterior al siglo xx. Los periódicos tuvieron que adaptarse a los cambios que ello trajo consigo, y el secreto del éxito de los que triunfaron fue su acierto en ofrecer noticias, en lugar de mantener el viejo periódico literario y de opinión.

El incrementado valor de las noticias hizo que los directores buscasen las mejores fórmulas para obtenerlas. En la época colonial, el director norteamericano, generalmente, reproducía las noticias que llegaban a su conocimiento, si le parecía oportuno, sin organizar nunca su búsqueda, salvo en casos muy especiales. Ya en los primeros años del siglo xix, los periódicos estadounidenses comenzaron a buscar caminos para acelerar la recepción de informaciones, especialmente de Washington y de Europa. Sin embargo, la idea de obtener noticias propias y rápidas es algo que llegó a la Prensa norteamericana en la era de la llamada «peny press», es decir, de los periódicos baratos y, por ende, populares, de gran tirada.

Después de 1830, los directores comenzaron a dedicar periodistas a las informaciones de la Policía y de otros centros; pero lo que aquí puede interesarnos más es el establecimiento de las primeras corresponsalías en Washington, que datan de aquellos años, y la consecución, con la máxima rapidez, de noticias del extranjero, especialmente de Europa.

El primer servicio de esta clase lo estableció Samuel Topliff, que salía al encuentro de los buques que llegaban a Boston con una pequeña lancha, y traía así a tierra, antes que nadie, las noticias de que estos buques eran portadores. Y pronto no se contentó con los periódicos europeos que llegaban en los barcos ni con lo que le contaban sus capitanes y oficiales, sino que pagó corresponsales en Europa para que le enviasen despachos especiales.

Otras ciudades perfeccionaron este servicio; a la cabeza de ellas, Nueva York, y, como más destacado en esta ciudad, el director y luego propietario del «*Journal of Commerce*», David Hale, que también estableció el servicio de «pony express» entre Washington y Nueva York.

La extensión de servicios de este tipo por todo el país y, posteriormente, la aparición de los ferrocarriles y de los barcos de vapor aceleraron lógicamente el proceso. Un curioso ejemplo de cooperación entre los diferentes medios entonces existentes se produjo en 1845. Cuando la cuestión de Oregón produjo la amenaza de una guerra con Gran Bretaña, varios periódicos cooperaron para salir al paso de los buques en el puerto de Halifax, primero en que tocaban después de su travesía desde Europa. Las noticias eran llevadas a lomo de caballo a través de la península de Nueva Escocia hasta la Bahía de Fundy, desde donde un rápido barco de vapor las conducía a Portland (Maine). Y un tren las hacía llegar a Washington cuando aún no habían pasado 50 horas de haber sido recibidas en Halifax.

Naturalmente, en Estados Unidos, como en todo el mundo, había de ser el telégrafo el medio que más impulso daría a la transmisión de noticias. El «*Baltimore Patriot*» fue el primer periódico norteamericano que, el 25 de mayo de 1844, publicó una noticia transmitida por cable. Durante mucho tiempo aún, en tanto que las líneas telegráficas se iban extendiendo por todo el país, tuvieron que ser complementadas con los medios terrestres

y marítimos ya citados; todos los cuales se pusieron especialmente a prueba cuando Estados Unidos invadió Méjico, en aquella «guerra criminal», según frase de periódicos norteamericanos, que comenzó en 1846.

#### *El primer ensayo cooperativo.*

Al parecer, aunque de ello hay muchas versiones, fue esta guerra la que trajo consigo el primer intento de cooperación entre periódicos de Nueva York que había de llevar a la formación de la Associated Press. En su libro «Journalism in the U. S.», publicado en 1873, el que era redactor-jefe en 1846 del «Herald» neoyorquino, Frederic Hudson, dice que fue el ya citado Hale, del «Journal of Commerce», quien rompió el hielo, haciendo las primeras proposiciones de cooperación al director del «Herald», James Gordon Bennet. Tal cooperación accidental pasó por varias vicisitudes, pero, en general, demostró ser tan satisfactoria que, en mayo de 1848, se celebró una reunión en la que se llegó a un acuerdo permanente entre seis periódicos neoyorquinos: los dos ya citados, el «Courier and Enquirer», el «Tribune», el «Sun» y el «Express». Aunque no se conserva ningún testimonio escrito de esta reunión, sí se sabe que, el 13 de ese mismo mes y año, Henry Raymond, subdirector del «Courier and Enquirer», escribió al agente de telégrafos de Boston diciéndole que estos seis periódicos querían «procurarse en común noticias extranjeras desde Boston», incluyendo tanto las llegadas en buques que tocaban allí antes que en Nueva York como las enviadas desde Halifax. Una semana más tarde, Raymond firmó un contrato «en nombre de Associated Press» (denominación que realmente aún no representaba nada, salvo un grupo de periódicos asociados), en el cual se especificaba un pago de 100 dólares por 3.000 palabras de noticias transmitidas por telégrafo, y se establecía que estas noticias serían enviadas también a periódicos de Filadelfia y Baltimore.

En realidad, el nombre de «Associated Press» no se hizo de uso general hasta los años 60, pero estos periódicos de Nueva York fueron, sin duda, los precursores de las grandes Agencias norteamericanas y, especialmente, de la actual cooperativa que continúa siendo AP. En 1851, el «New York Times» pasó a ser el séptimo miembro de la naciente asociación, y, en 1856, ésta se vio fortalecida al adoptar las llamadas «Regulaciones de la Asociación de Noticias Generales de la ciudad de Nueva York». Con el nombre definitivo, poco después, de «Associated Press», que, como hemos visto, había venido siendo empleado desde el principio, aquel grupo llegó pronto a dominar el campo de la información cooperativa de noticias telegráficas, vendiendo su servicio a otros muchos periódicos de la región.

Por otra parte, esta asociación neoyorquina constituyó un ejemplo a seguir para el establecimiento de asociaciones similares en otras zonas del país, algunas de las cuales terminaron por fundirse con ella. Mientras tanto, AP tenía que luchar con organizaciones rivales, valiéndole mucho, para salir vencedora, sus acuerdos monopolísticos con la «Western Union» para el uso de esta principal red telegráfica. Pero también le fue necesario llegar a firmar contratos exclusivos para el intercambio de noticias con las principales Agencias europeas —Reuter, Havas y Wolff— a fin de cortar este suministro de informaciones a esas organizaciones rivales. Sin embargo, estos contratos, mediante los cuales las cuatro grandes Agencias se repartieron el mundo en esferas de influencia exclusiva, había de entorpecer en muchos casos la marcha de AP, especialmente desde el momento, ya en pleno siglo XX, en que la United Press, sin compromiso alguno, comenzó a recibir y enviar noticias en todo el mundo.

#### *Reglamentación interna de la AP.*

En esta brevísima e incompleta reseña histórica para mejor comprender lo que es y lo que representa actualmente Associated Press, faltan, naturalmente, muchos datos que la harían excesivamente larga para este trabajo, pero no pueden dejar de citarse ciertos hechos básicos.

El reglamento de esta cooperativa de periódicos que es AP prohibía a todos sus miembros la utilización de otros servicios de noticias. Ello fue eliminado en 1915, al ser considerado como monopolístico por el Ministerio de Justicia.

La dominación del Consejo de Directores por los antiguos y grandes diarios se ha ido

suavizando al ser ampliado dicho Consejo, de cuyos dieciocho miembros, tres por lo menos, en la actualidad, tienen que ser reglamentariamente propietarios o representantes de periódicos publicados en ciudades de menos de 50.000 habitantes.

Por otra parte, cualquier periódico miembro podía poner el veto al ingreso de otro periódico de su misma ciudad. Este derecho de veto, restringido en principio a los miembros fundadores, fue extendido a todos en 1928. (Cierto es que el veto podía quedar sin efecto si votaban a favor de la admisión las cuatro quintas partes del total de periódicos miembros, pero este caso apenas se produjo nunca.) El «*Chicago Sun*», fundado en 1941 y que no pudo ingresar en AP por el veto del «*Tribune*» de la misma ciudad, se dirigió a los Tribunales, pidiendo que declarasen ilegal este derecho monopolístico. La acción judicial duró tres años, y, en 1945, el Tribunal Supremo de Estados Unidos dio la razón al «*Sun*» y obligó a AP a enmendar sus reglamentos y admitir a varios periódicos a los cuales había sido negado el ingreso. En la actualidad, para la admisión de un nuevo miembro, sólo se necesita el voto afirmativo de la mitad más uno de los periódicos asociados, señalándose específicamente en la sección 7.<sup>a</sup> del artículo II que ninguno de los votantes debe tomar en consideración el hecho de que el periódico solicitante sea competidor de otro ya miembro de AP.

Y recordando nuevamente, para terminar esta esquemática reseña histórica, los contratos con Reuter, Havas y Wolff, a que ya hice referencia, es interesante poner de relieve que estos contratos habían de traer consigo más inconvenientes que ventajas para la Agencia norteamericana. Lo que ésta hizo para asegurarse la victoria sobre sus rivales en Estados Unidos había de volverse, en efecto, en contra suya tan pronto como tuvo enfrente a otra Agencia con suficientes medios para salir al exterior por sí misma en busca de noticias.

Según el acuerdo de 1893 con las Agencias inglesa, francesa y alemana, las noticias de Estados Unidos eran recogidas por AP y facilitadas a las otras tres organizaciones, que las distribuían en los países que comprendían sus respectivas zonas. Por otra parte, estas tres Agencias facilitaban a AP noticias de todo el mundo para su distribución en Estados Unidos. AP fue estableciendo algunas delegaciones en el extranjero para obtener noticias por sí misma, pero, faltándole el derecho a vender fuera de Estados Unidos su servicio informativo, le era imposible, económicamente, llegar a formar la red que hubiera necesitado.

Tras una serie de conversaciones e incidencias, a esta situación se le puso fin mediante la denuncia del acuerdo cuadrilateral y la firma, el 12 de febrero de 1934, de un nuevo acuerdo entre Reuter y AP según el cual ambas Agencias quedaban en libertad para servir a periódicos y Agencias de todo el mundo sin excepción alguna. Más tarde se celebraron convenios bilaterales entre las cuatro Agencias, que seguían los mismos principios que el de Reuter-AP.

#### «Barreras derribadas».

La historia completa de esta lucha, desde el punto de vista de AP (o, más aún, del propio autor), está contenido en el libro «*Barriers Down*», publicado en 1942 por Kent Cooper, que fue Director General de Associated desde 1925 a 1948 y que ya, anteriormente, había sido Jefe de Comunicaciones de la misma Agencia. Un libro verdaderamente interesante, en el que, sin embargo, bajo una constante —e indudablemente auténtica— profesión de idealismo (según Cooper, la AP y, siguiendo su ejemplo, las otras Agencias norteamericanas, eran las únicas que proporcionaban una información completa y objetiva), queda disimulada la principal razón de esa lucha que AP, con Cooper en primer término, llevaron a cabo hasta 1934 para conseguir su independencia: la sería competencia que la United Press venía haciéndoles en el campo internacional.

(Resulta también este libro altamente aleccionador porque su autor hace a Reuter y a Havas una serie de cargos que españoles y no españoles nos hemos visto obligados a hacer en muchas ocasiones a todas las grandes Agencias mundiales, sin ninguna excepción: «*Durante cuarenta y cinco años, Havas ha venido desacreditando a América del Norte en América del Sur... retorciendo las noticias...*». —«*He aquí un argentino que, a causa de sus amplias observaciones, sabía exactamente lo que durante muchos años había hecho Havas para mantener a su país en la oscuridad; peor todavía, lo que, egoístamente, había llevado*

a cabo para que los argentinos no sintiesen inclinación y si desconfianza respecto a todas las otras naciones, excepto Francia y quizá Gran Bretaña, puesto que ésta poseía los cables por los cuales Havas transmitía... No puede establecerse de manera definida hasta qué punto ha influido esta suerte de cosas en el desencadenamiento de guerras, pero lo cierto es que ha desempeñado una parte considerable...».—«Ruter y Havas... se mantenían en libertad de presentar deformadas las noticias norteamericanas, si es que llegaban a presentarlas... Según Reuter y Havas, no era seguro viajar por Estados Unidos a causa de los indios.»—«Reuter y Havas realizaban, por cuenta de sus Gobiernos, una tan vasta tarea de decirle al mundo cómo Gran Bretaña y Francia estaban ganando la guerra, sin reconocer los esfuerzos de Estados Unidos, que en Washington todo el mundo, desde el Presidente Wilson abajo, consideró que el país era injustamente tratado en ese terreno.»—«... y a fin de tener doblegada a Alemania, los resortes de su monopolio fueron mantenidos por Reuter y Havas más tensos que nunca. Es posible que esto desempeñase una parte importante en el desencadenamiento de la II Guerra Mundial.»—«Una vez más fue reiterada la antigua acusación de que las noticias que Reuter transmitía como reflejo de las actividades de Estados Unidos no se referían a nada que no fuesen linchamientos, asesinatos y otra suerte de crímenes...».—«... constantemente se reprocha (en Japón y China) que las noticias de Reuter son unilaterales y están deformadas...», etc.)

AP estableció su servicio de fotografías en 1927 y de telefotos en 1935. Los teletipos, el primero de los cuales fue utilizado por AP en 1913, habían ido reemplazando a los operadores de Morse. Durante la II Guerra Mundial, AP estableció radioteletipos y radiofotos a través del Atlántico. Su anticuado estilo de redacción fue cambiando a instancias de muchos de sus miembros y por la presión de las Agencias rivales. Por otra parte, aunque cinco años después que la United Press y el International News Service, AP comenzó a vender sus noticias a emisoras de Radio, no sin que se hubieran producido agudas polémicas entre los periódicos miembros, que tanto temieron en principio, por lo general, la competencia radiofónica. A las emisoras se les concedió posteriormente el título de miembros asociados, sin derecho a voto, y, en 1954, se formó, dentro de AP, «The Associated Press Radio-Television Association», a través de cuya Junta Directiva, las cuestiones relativas a las emisoras se estudian y tratan con los altos cargos de AP.

#### AP en la actualidad.

Y así se llegó a esta espléndida maquinaria noticiera que es la Associated Press actual, con su manejo de tres millones diarios de palabras y cuyo cuartel general en el Rockefeller Center neoyorquino (a cien metros de la Quinta Avenida) dispone de la mayor Sala de Redacción del mundo: tres mil metros cuadrados, que ocupan casi todo el cuarto piso de uno de los mayores rascacielos de Nueva York. (Aparte, naturalmente, de sus organismos directivos y otras dependencias, situadas en el mismo edificio, pero en distinta planta.)

En esta Sala de Redacción (centenares de teletipos, mesas, máquinas de escribir, mamparas y pupitres, y también diccionarios y mapas al alcance inmediato de cualquiera) empiezan y terminan todos los grandes canales de información que Associated Press utiliza para la recogida y distribución de noticias y fotografías.

Al funcionar en forma de cooperativa, todos sus miembros (actualmente, en virtud de las leyes que rigen en Estados Unidos, sólo pueden serlo periódicos y emisoras norteamericanas) tienen la obligación de facilitar a la organización cuantas noticias recogen. De esta forma, puede decirse que son corresponsales de AP todos los reporteros de los 1.750 periódicos y 2.500 emisoras que pertenecen en Estados Unidos a esta Agencia. Sus 111 oficinas en el territorio norteamericano suelen estar situadas en el mismo edificio que uno de los periódicos miembros y tienen como misión principal, no la búsqueda y recogida de noticias, sino su control, envío y distribución.

En el extranjero, AP cuenta con 58 delegaciones y gran número de corresponsales, que trabajan casi siempre en íntima conexión con las Agencias, periódicos y emisoras a que sirve en otros países y de cuyo material informativo igualmente se sirve. De esta forma, quizá no sea muy exagerada la afirmación, hecha por la propia AP, de que más de cien mil periodistas de todo el mundo contribuyen diariamente al servicio de la Agencia.

Los 111 «bureaus» de AP en Estados Unidos se encuentran ligados por dos circuitos nacionales, que funcionan ininterrumpidamente —24 horas al día, 365 días al año— y que son recibidos también en todos los principales periódicos y emisoras. Estos circuitos, de similar contenido, pero uno de teletipo y otro de «teletypesetter» (el cual proporciona cinta perforada para el funcionamiento automático de las linotipias), son manejados especialmente por la Redacción de Nueva York, que los alimenta con todas las noticias importantes del mundo entero, incluidas las de aquella ciudad. Pero, también, cualquier «bureau» puede introducir sus noticias de gran interés en estos circuitos nacionales sólo mediante una señal convenida —para que Nueva York le deje libre el camino— cuando se trata de un «flash» de extraordinaria importancia. O bien, en el caso de que no sea así, por una línea para mensajes, el «bureau» en cuestión anuncia a Nueva York la información que tiene: tema, número de palabras, si la cree interesante para el circuito nacional o sólo para el regional (de que hablaré luego), etc., y el redactor-jefe encargado de este servicio en Nueva York le da entrada cuando lo juzga conveniente, según las otras noticias que él sabe hay pendientes.

Los periódicos que tienen el servicio de «teletypesetter» —prácticamente, todos— pueden enviar directamente la cinta perforada a las linotipias y leer las noticias sobre las pruebas, o bien leerlas en un monitor, que escribe en caracteres comunes, al mismo tiempo que es perforada la cinta para las linotipias.

Existen también varios circuitos regionales (sólo, de teletipo) que comprenden las distintas zonas en que AP tiene dividido el país para su mejor servicio, y por los cuales se cursan principalmente noticias de interés sólo para esa región, muchas de ellas pedidas por un determinado «bureau» o periódico, así como avisos y anuncios referentes al servicio. Todos estos circuitos pasan por la Redacción de Nueva York para el mejor control de su contenido.

Finalmente, existen en cada Estado otros dos circuitos que ligan a los «bureaus» con los periódicos miembros. Por uno de ellos, de teletipo, el «bureau» principal del Estado recibe las noticias, que van recogiendo todos los periódicos miembros de ese mismo Estado. Este «bureau» reelabora tales noticias y las distribuye, a través del otro circuito estatal (en «teletypesetter»), a todos los mismos periódicos, utilizando también las más importantes para su inclusión en el circuito regional o nacional, según su interés.

Al mismo tiempo, por este circuito estatal de «teletypesetter» y para aquellos periódicos pequeños que no se encuentran insertos en la red nacional, son transmitidas también, seleccionadas y extractadas, las noticias más importantes del resto del país y del extranjero.

Existen igualmente otros dos circuitos nacionales, si bien no de 24 horas, para los periódicos importantes (y cuyo extracto es recibido por los pequeños mediante el circuito estatal). Uno de ellos es el «Sports Wire», de «teletypesetter», a 66 palabras por minuto, mediante el cual se transmite toda la información deportiva; y, formando parte de ella, la marcha de los principales partidos de baseball, rugby, etc., a medida que se van desarrollando, para lo cual cada campo está conectado directamente con la Redacción de AP en Nueva York. El segundo de estos circuitos, de teletipo, está dedicado a las noticias financieras, independientemente del servicio de cotizaciones de Bolsa.

*Lo menos parecido a una Redacción.*

El servicio de cotizaciones es transmitido a casi treinta periódicos por «teletypesetter», a una velocidad de 1.050 palabras por minuto, alimentando así al mismo tiempo a 16 linotipias. Otros muchos periódicos reciben este mismo servicio a la velocidad normal de 66 palabras por minuto, utilizando de uno a cuatro hilos, según la rapidez con que necesitan disponer de él. Todo ello es posible gracias al centro de computadores de la Associated Press: un brillante conjunto de miles de relucientes máquinas, de luces centelleantes y de indicadores en movimiento, que es lo menos parecido a una Redacción periodística al estilo tradicional. Esta activa área electrónica es el centro nervioso de la diaria gama de estadís-

ticas, que pasan a velocidades increíbles desde los más importantes mercados financieros a las páginas de los grandes periódicos nacionales.

Este sistema, desarrollado conjuntamente por la Associated Press y la IBM, fue proyectado especialmente para facilitar un servicio de cotización de valores más rápido y exacto a los miembros de AP. Sin embargo, se ha utilizado también en otras transmisiones a grandes velocidades, principalmente en las de importantes textos de gran extensión, a una velocidad diecisiete veces mayor que las de los circuitos regulares de teletipos.

Cada uno de los dos computadores existentes en este centro puede facilitar 600.000 datos por minuto de un almacenaje «memorístico» de 20 millones. Y «él» es quien prepara la cinta de transmisión de las tablas de la Bolsa, para su envío por los circuitos de la Associated Press, a una velocidad de 1.050 palabras por minuto. Las 1.570 acciones de la Bolsa de Nueva York, las 1.100 de la Bolsa Americana, las 1.275 obligaciones de la Bolsa de Nueva York y las 415 acciones de la Bolsa del Midwest; todas se deslizan a través del sistema de tabulación del computador, de manera que las tablas completas se encuentran en los talleres de composición de los periódicos de todo el país en sólo 10 minutos. Estas tablas incluyen el total de ventas; alzas y bajas del día en relación con días, meses y años anteriores; los últimos precios; los cambios que prevalecían al cierre de la jornada anterior, etc.

Además, los computadores tabulan y envían otros detallados datos financieros: la Bolsa más activa, totales de ventas por hora, valores destacados de la Bolsa de Nueva York, de la Americana y de la del Midwest; listas semanales, mensuales y anuales, y otras importantes informaciones para los inversionistas.

#### *Funcionamiento de los computadores.*

Un volumen de mercado superior en muchas veces al de los días más intensos experimentados hasta ahora podría ser fácilmente manejado por estos computadores. La gran velocidad del sistema permite a los periódicos vespertinos estar al tanto de los rápidos cambios en los precios mientras las Bolsas y otros centros financieros aún permanecen abiertos. Y los periódicos, que reciben esta información en código tipográfico, introducen la cinta en linotipias automáticas sólo minutos antes de que las rotativas empiecen su tarea.

He aquí, paso a paso, el procedimiento empleado:

Al mismo tiempo que las cotizaciones de las Bolsas de Nueva York, Americana y del Midwest son transmitidas por indicadores automáticos, son «leídas» por el computador a una velocidad de 10.000 palabras por minuto. La información de las Bolsas penetra en el núcleo memorístico magnético del computador, y de allí pasa al «almacén» en que se encuentran los veinte millones de datos. Automáticamente, el cerebro electrónico ordena los datos relativos a cada valor negociado. La «memoria» del computador hace uso inmediatamente de la información almacenada en relación con cualquier valor, prescindiendo del orden en que las cotizaciones de estos valores son recibidas. Por otra parte, el computador ordena toda la información financiera, y almacena los nuevos datos en su «almacén» memorístico.

Cuando la información va a ser transmitida a los diarios, varias veces durante el día y al cierre de los mercados, las tablas de valores ya ordenadas pasan de la «memoria» al computador propiamente dicho y son perforadas en cinta para su envío a través de los circuitos.

En el interior de la memoria existen programas de instrucciones que señalan al computador lo que tiene que hacer con la información que le va siendo suministrada. Cada tipo de trabajo a realizar por el sistema de computación tiene su programa. Y, mediante un mando, el computador cambia de uno a otro programa, haciendo posible que una operación comience solamente cuatro segundos después de que haya terminado la anterior.

Un especial sistema de repuestos, gracias al cual todas las piezas del equipo tienen un duplicado, está preparado para cualquier emergencia. Finalmente, un piso bajo el cual circula el aire refrigerado contribuye al mejor funcionamiento de este centro de computadores de la Associated Press, en cuya preparación se tardaron cinco años.



El 12 de julio de 1964, AP puso en marcha su tercer computador (un IBM 1620) al servicio de sus circuitos general y deportivo de noticias en «teletypesetter». Al mismo tiempo, el primero de estos circuitos pasó a transmitir de 53 a 66 palabras por minuto, como ya lo venía haciendo el Sport Wire. El uso del nuevo computador (cuyas pruebas presencié unos días antes) y el citado aumento de velocidad han incrementado en una tercera parte la rapidez y volumen del servicio por el circuito general de noticias, que alcanza ahora casi 100.000 palabras diarias.

A partir de este día, los teletipistas dedicados al servicio de «teletypesetter» (general y deportivo) en la Redacción central de AP perforan la cinta de forma continua, sin tener en cuenta la longitud de las líneas de las linotipias, corte de palabras, etc. Esta cinta, que ha sido perforada, lógicamente, a una velocidad mucho mayor que antes, es introducida en el computador, el cual realiza rapidísimamente estas tres funciones que tanto tiempo y esfuerzo representaban antes: justificación automática de las líneas; corte de las palabras al final de renglón (exactamente entre las letras en que es gramaticalmente correcto hacerlo), y, finalmente, colocación de los guiones correspondientes, así como de los cuadratines necesarios en la última línea de cada párrafo. La nueva cinta sale del perforador, movido por el cerebro electrónico, a una velocidad de 1.050 palabras por minuto. Associated Press tiene más de mil periódicos en sus circuitos de «teletypesetter»; la quinta parte de ellos, directamente servidos desde Nueva York por este circuito general que abarca todo el país.

La Redacción de Nueva York incluye también un servicio de información local, que proporciona a todos los periódicos neoyorquinos (todos son miembros de AP) las noticias de la propia ciudad. Ello no impide, naturalmente, que cada diario cubra por sí mismo muchas de las informaciones y, desde luego, las más importantes; pero, en cualquier caso, el teletipo local de AP (y el similar de UPI) les sirve a todos ellos para disponer de las noticias de rutina y para ponerles sobre aviso de algo importante de lo que ellos no tenían conocimiento todavía. La mayoría de estas informaciones locales se reciben por teléfono, bien a máquina directamente, o bien grabándolas en cinta magnetofónica para que luego un mecanógrafo las copie.

Y también existen en el «Newk Bureau» los llamados «rewrite men», es decir, redactores que vuelven a escribir las noticias a fin de prepararlas debidamente para su transmisión al resto de Estados Unidos o al extranjero.

Teniendo en cuenta todos estos servicios, y algunos otros más particulares, como el que comprende solamente los resultados de las carreras de caballos (con su secuela de apuestas), otro especial con comentarios políticos de Washington, etc., hay periódicos importantes que llegan a tener 16 teletipos sólo para recibir información de la Associated Press.

#### Información exterior.

Las noticias del extranjero se reciben, principalmente, en Nueva York, desde Londres y San Francisco. La delegación de AP en Londres recibe de los distintos «bureaus» (de los demás países europeos, por teletipo, y de las naciones africanas, Oriente Medio y Australia, por cable comercial) las noticias que se originan en estas zonas del mundo, y las transmite a Nueva York por teletipo a través de un cable transatlántico que funciona las 24 horas del día.

A su vez, la delegación de AP en Tokio recibe, por cables comerciales, las noticias del resto de Asia, y las envía por radioteletipo a Nueva York, a través de San Francisco.

Otras líneas de teletipos llegan a Nueva York desde Canadá, Alaska y Honolulu. AP recibe también por teletipo —en sus delegaciones de Moscú y Londres, y en la central de Nueva York— el servicio de la «Agencia Tass»; en Londres, el de «Press Association» (la filial de Reuter para la información nacional); en Tokio, el de la Agencia de la China comunista; en París, el de la «Agence France Presse»; en Francfort, el de DPA; en Roma, el de ANSA; en Madrid, el de CIFRA, etc.

Finalmente, las noticias de Iberoamérica (donde AP tiene 11 de los 58 «bureaus» en el

extranjero) llegan a Nueva York a través del servicio telegráfico comercial o, en casos urgentes, por teléfono.

Pero el servicio de AP, como el de todas las Agencias mundiales, es de ida y vuelta. El cable Londres-Nueva York es doble, y Nueva York envía a Londres el servicio de noticias de la parte del mundo que la propia delegación londinense no recibe de forma directa. Con esta información, y con las noticias que le llegan de África, Australia, Oriente Medio y Europa, la Redacción de AP en Londres hace un servicio para los países europeos, que transmite a través de una red de teletipo de 40.000 kilómetros. Las delegaciones de AP en París, Francfort, Roma y otras capitales, así como la Agencia EFE en España, traducen estas noticias en la lengua del país y las transmiten a los periódicos y emisoras.

El resto del mundo es servido directamente desde Nueva York por radioteletipo, mediante emisoras en el propio Nueva York y repetidores en San Francisco y Tánger. Las radioseñales que parten de la Redacción de Nueva York durante las 24 horas del día son captadas simultáneamente en ciudades tan alejadas entre sí como El Cairo y Singapur, Johannesburgo y Hong-Kong o Tokio y Buenos Aires.

Todo el servicio se distribuye en inglés, excepto el enviado a Hispanoamérica, la mayor parte del cual se transmite ya en español, después de haber sido traducido en la Redacción neoyorquina.

AP dispone de un libro guía en el que constan los temas que pueden interesar especialmente a cada país, las horas de cierre de los periódicos de las distintas naciones y las ciudades de éstas en las cuales cuenta con suscriptores.

### *Radio, TV, fotografía...*

En la misma Sala de Redacción del «50, Rockefeller Plaza», se encuentra situado el departamento de noticias para Emisoras de Radio y Televisión, donde las informaciones que se reciben de todos los Estados y de todo el mundo (mediante teletipos duplicados de los del departamento general) son redactadas con la brevedad y el estilo característico de las noticias radiofónicas. A las Emisoras importantes se les facilita desde aquí un amplio servicio de noticias para que, con este servicio y sus informaciones propias, sus equipos de redactores puedan preparar los radionoticieros necesarios. Pero la Redacción de AP facilita también, a Emisoras pequeñas que lo prefieran así, noticieros de 5 minutos cada hora, de 10 minutos cada hora, etc., que sólo tienen que ser leídos ante el micrófono. Igualmente se preparan noticieros especiales de deportes, finanzas, etc.

A las Emisoras de TV se les facilitan estos mismos servicios de noticias juntamente con las fotografías de actualidad.

El departamento fotográfico de AP funciona de forma similar al de noticias y prácticamente con la misma rapidez. También existen circuitos de telefotos en Estados Unidos y en Europa (este último extendido recientemente a la Unión Soviética, Polonia y Austria, alcanzando un total de 15 países), y también ambos se encuentran unidos por los cables, que funcionan las 24 horas del día, entre Nueva York y Londres. La mayor parte de las fotografías de AP, a veces en color, llegan simultáneamente a cientos de clientes (periódicos y emisoras de Televisión) mediante esta red de AP Wirephoto. Muchos miembros de la cooperativa y suscriptores, que disponen de máquinas Photofax, las reciben listas para pasar al departamento de grabado.

A los clientes que no están unidos por la red de Wirephoto, las fotografías se envían por radiofoto o por correo aéreo urgente. En total, el servicio de fotografías de AP cuenta con más de 2.000 suscriptores en el extranjero, mientras que, en Estados Unidos, donde AP opera 65.000 kilómetros de cables especiales de alta fidelidad, 700 periódicos y estaciones de Televisión forman parte de la red de Wirephoto. Al igual que en el caso de las noticias, circuitos regionales y estatales (de los que hay 36 y cuyo número crece continuamente) permiten la transmisión de fotografías de interés regional, manteniendo libres los circuitos nacionales para el rápido envío de las fotos de importancia general. AP tiene 400 puntos que transmiten fotografías, haciendo posible que esta transmisión se verifique casi simultáneamente con la noticia escrita.

Como todas las Agencias de información, y aparte sus informaciones complementarias, biografías, documentación, etc., AP distribuye sus «newsfeatures», reportajes o series de reportajes, como los catorce que se publicaron semanalmente a partir del 2 de agosto de 1964

sobre la I Guerra Mundial, con motivo de su cincuenta aniversario. Anteriormente, coincidiendo con el vigésimo aniversario del desembarco en Normandía, numerosos periódicos de Estados Unidos publicaron un artículo del general norteamericano Omar N. Bradley y otro del alemán Guenther Blumentrit (comandante en jefe germano en Francia en junio de 1944), distribuidos igualmente por AP.

#### *El departamento de control.*

Un departamento que me pareció de gran interés en AP (quizá porque su necesidad es algo que vengo manteniendo hace años en mi trabajo) es el que podíamos llamar de vigilancia o control. Este departamento recibe diariamente 50 periódicos seleccionados entre los más importantes y representativos, por varias razones, de Estados Unidos. Todos ellos, desde luego, son miembros de AP y suscriptores de UPI, simultáneamente. Y mediante su lectura y cotejo se estudia a qué Agencia se ha preferido en cada información, el posible por qué de esa preferencia, los fallos que haya podido haber en el servicio propio, etc. Naturalmente, como consecuencia de tal estudio, y aparte de la distribución semanal de los «Log» a que luego me referiré, se envían cartas de elogio o censura a los distintos departamentos, «bureaus» o redactores implicados en el éxito o en el fallo.

Por otra parte, todas las delegaciones de AP en el extranjero envían diariamente, y con la máxima rapidez, un informe telegráfico en el que se dice esquemáticamente qué noticias de AP, de UPI, de Reuter, etc., han sido publicadas en los periódicos de esa mañana o de esa tarde, y generalmente se señala también cuántas de cada procedencia han merecido el honor de ser publicadas con titulares de tres o más columnas. Ello sirve no solamente para confrontar el valor del servicio propio, sino también para estar al tanto y seguir las informaciones que han ido apareciendo de fuente distinta.

En este mismo orden de cosas, es interesante señalar que en el seno de esta Agencia cooperativa existen Consejos de Redacción formados cada uno por diez o doce directores o redactores-jefes de los periódicos miembros, con carácter voluntario y sin percibir por ello gratificación alguna, que estudian, por ejemplo: la información nacional, uno de los Consejos; otro, la información extranjera o concretamente la africana, la europea, etc.; otro, las noticias deportivas, y, en algunos casos importantes, una sola información concreta y su desarrollo. Cada uno de los miembros de estos Consejos (radicados en las más distintas ciudades) redacta un informe y lo envía a todos los demás componentes del mismo y al departamento central de control.

#### *Boletines y publicaciones.*

Semanalmente, AP edita en ciclostil, y lo distribuye entre todos sus empleados y miembros, un «log» (cuya traducción podría ser «diario de navegación»): un análisis de cómo las noticias y las fotos de AP han cubierto la actualidad de esos siete días.

Por ejemplo, en el correspondiente a la semana del 28 de mayo al 3 de junio de 1964, que tengo a la vista, se pone de relieve principalmente la ventaja de AP en el «coverage» de las elecciones primarias de California (un 71 por ciento de las noticias publicadas en los periódicos confrontados) y del accidente en la famosa carrera de Indianápolis (un 70 por ciento). También se destaca el enorme esfuerzo realizado durante varios meses para la organización de la red necesaria en California, donde los corresponsales de AP y el esfuerzo cooperativo de periódicos y emisoras fueron completados con muy diversos grupos de voluntarios, y donde los resultados parciales fueron tratados mediante un calculador electrónico para ir adelantando la tendencia. (Como se detalla en este informe semanal, y yo pude constar personalmente en la Redacción de UPI y por las sucesivas ediciones de los periódicos neoyorquinos, los resultados que se fueron conociendo durante casi 12 horas mostraban tan pronto a Goldwater como a Rockefeller en cabeza.)

Por lo que se refiere a las 500 millas de Indianápolis, es curioso poner de relieve que AP cubrió la información de esta carrera con 72 periodistas y 28 fotógrafos.

En estos «log» se destacan y comentan los éxitos y los fracasos de la semana, y se publican los nombres de los redactores y fotógrafos que más han sobresalido en todo el mundo. Por lo que respecta a estos últimos, se valora mucho, como es lógico, las «non-

cliche pictures», es decir, las fotos que, por su tema original o por la forma de enfocar temas habituales, se salen del camino trillado.

Aparte de este «log» semanal, se publica cuatro veces al año la revista «*The AP World*», en la que varios jefes de «bureaus» explican la marcha de sus zonas; se insertan datos y fotografías de periodistas de AP destacados en el trimestre, cambios en el personal, nuevos miembros de «The AP 25-Year Club», fotografías y noticias particulares del personal de AP, etc.

Dedicado igualmente a su personal, se han publicado folletos o libros como «Picture Talk», aparecido en febrero de 1964 y que es el resultado de las conversaciones celebradas en Nueva York por representantes de las principales «Redacciones» fotográficas de AP.

Associated Press publica también libros en los que se recoge y destaca su propia labor, cuyo último ejemplo fue «*The Torch Is Passed*», referente a la información del asesinato del Presidente Kennedy; libro del que se han vendido varios millones de ejemplares en Estados Unidos y que fue traducido a numerosos idiomas, entre ellos el español.

En abril de 1964, por otra parte, fue proyectada por vez primera una interesantísima película titulada «*Frontiers of News*» y que está realizada a base de unas doscientas fotografías de AP que fueron noticias de primera página en los últimos tiempos.

# EMISORAS LOCALES Y RECEPTORES

Por ANIBAL ARIAS RUIZ

Las disposiciones del año 1932, y en especial el Decreto de 8 de diciembre, creando el régimen de Estaciones locales de pequeña potencia, adolecían de defectos explicables en la regulación de toda nueva actividad. Por ello, volvemos hoy sobre el tema.

Así, el Decreto de fecha 10 de enero de 1934 dispone que, en lo sucesivo, no se autorizará la concesión de Emisora alguna que no esté emplazada como mínimo a 30 kilómetros de distancia de la más inmediata. Únicamente, si la Emisora puede demostrar que no interferirá a la más inmediata, y previas las comprobaciones técnicas precisas, podría autorizarse alguna excepción.

El Decreto no pasa sin comentarios. Realmente, viene a poner el dedo en la llaga de una serie de problemas técnicos en lo que se refiere a las Emisoras de carácter local. Pero los comentarios no rozan el problema real, preocupación hoy de todas las Radio-difusiones continentales y en virtud del cual la "coexistencia" de tales Emisoras ha venido a resultar imposible en la práctica, dentro de la gama de "ondas medias", y sólo posible en la gama de ondas extracortas, por el sistema conocido como "modulación de frecuencia" o "frecuencia modulada".

Las interferencias, imposibles de evitar debido a la dispersión a largas distancias de la "onda media o normal", van obligando al constante aumento de potencia, más o menos "legal-clandestino", ante la imposibilidad de fijar un límite máximo a la propagación en esta clase de ondas.

## *Problemas de las emisoras locales.*

Sin embargo, los comentarios citados aportan claridad de ideas sobre dos aspectos concretos del funcionamiento técnico de las Emisoras locales: tales problemas son los

que se derivan del uso de la longitud de onda y del empleo de la potencia lógica.

El uso de la longitud de onda exige estabilidad. Y ésta sólo puede lograrse por el uso del oscilador maestro, estabilizado preferiblemente por cuarzo, evitando dispersiones que antes o después, como después hubo de ocurrir indefectiblemente, interferían las Emisoras más próximas.

Hay, en onda normal, una difusión en rayo directo, que va atenuándose, hasta desaparecer, según aumenta la distancia a que está situado el receptor. Pero, de acuerdo con lo que ya indicábamos a este respecto, la onda normal o media, que va atenuándose hasta desaparecer conforme nos vamos alejando de ella, nos provoca de golpe la sorpresa de que, veinte o treinta kilómetros más allá, vuelve a escucharse, exactamente igual que si estuviésemos bajo la acción del rayo directo.

Por ello, se habló y se comentó sobre el extremo. Por ello, también, hubo de ser presentada y planteada la necesidad de sujetarse estrictamente a la potencia marcada, así como al uso de dos frecuencias comunes para este tipo de Emisoras, correspondientes a las longitudes de los 200 y de los 201 metros. En principio, si se aceptaba el hecho de que una potencia de 200 vatios en antena corresponde a un rayo directo intenso de cinco kilómetros, útil, y que va atenuándose hasta extinguirse en un radio de 30 kilómetros, cabría pensar que una sola longitud común era suficiente para que en ella cupiesen todas las Emisoras previstas. Realidades como las que ahora vamos a señalar, hicieron, sin embargo, imprescindible el uso de dos longitudes de onda comunes, con la mínima separación de los 10 kilociclos (fracción del metro-medida) que hoy rige todas las disposiciones legales.

El alcance máximo del rayo indirecto, siempre en onda normal o media, puede llegar hasta los 600 kilómetros. Es decir,

que una estación local de 200 vatios de potencia puede ser perfectamente captada en lugares situados a lo largo de tal distancia. Pero, aunque no lo sea, el ruido de fondo que produce en cualquier receptor de lámparas puede llegar a ser molesto para la perfecta escucha de más de una Emisora diferente, "alcanzada" por este rayo indirecto en su zona propia de programación.

Con independencia de estos extremos, pudo ponerse de relieve entonces que el punto de partida que se adoptó para regular el distanciamiento de las Emisoras a un mínimo de 90 kilómetros no era real, ni ello significaba, en la práctica, que en una Emisora de onda normal de 200 vatios de potencia se detenía y extinguía su rayo directo en el radio de los previstos 30 kilómetros.

En las zonas llanas, carentes de montañas y de arbolado, la propagación de escucha aceptable llegaba con facilidad a los 60 kilómetros. Después, las características de la antena influían también, extraordinariamente, en este alargarse de la propagación. De todos es sabido que una buena antena puede hacer rendir de un 10 a un 20 por 100 más de la potencia máxima del emisor. Una antena deficiente, en cambio, puede restar, incluso, hasta un 60 por 100 más.

Todo ello, mucho más apreciable años más tarde, contribuyó a determinar unas "realidades" técnicas que habrían de servir en el futuro, aunque ello fuese para llegar a la conclusión actual de que sólo en la gama de ondas extracortas es posible lograr la "limitación absoluta" del radio de propagación.

#### *Los receptores.*

Volvemos ahora, en este artículo, a detenemos un poco más en lo que a los receptores de la época se refiere, valorándolos en su exacto sentido de fundamental baremo para registrar el desarrollo de toda Radiodifusión. Ya dijimos anteriormente lo relativo de estos datos y estadísticas, no ya por las prácticas reservas de declaración de los usuarios, sino porque tales declaraciones se referían exclusivamente, con la posible ocultación, a los receptores vendidos en el comercio. Pero no cabe olvidar que, hasta 1933, nos encontramos en la plena época del "sinhilismo", en que los "radiomaniáticos" se construyen sus propios aparatos de galena con todo entusiasmo, devorando las revistas técnicas de cons-

trucción que se venden por todas partes. Y no sólo se construyen sus propios aparatos —los más entendidos, incluso de lámparas—, sino que se los hacen a sus amistades y conocidos. Naturalmente, ninguno de tales aparatos, cuyo número debía alcanzar cifras muy considerables, se registró ni controló en momento alguno.

Por ello, la proporción establecida en 1933, del 6,44 por cada 1.000 habitantes, no puede ser aceptada en momento alguno como exacta. Las estadísticas de otros países tampoco pueden servirnos de valoración en este caso. Tales cifras daban, por ejemplo, una densidad, en Dinamarca, de 150 receptores por cada 1.000 habitantes, a la cabeza de una relación en la que ocupaba Suecia el segundo lugar, con 155; Inglaterra, el tercero, con 138,92, y los Países Bajos, el cuarto, con 103.

Las normas previstas en el proyectado Plan Nacional de Radiodifusión, que vimos en el trabajo anterior, relativas a los receptores de Radio, en razón de la no entrada en vigor de dicho Plan, carecían de utilidad. El problema de controlar perfectamente la escucha, unido a la necesidad económica de obtener recursos para continuar el desarrollo de la Radiodifusión, obligaron a medidas intermedias que regularizasen una situación en la que entonces, como hoy aún, pudiera llegarse al máximo límite de este control.

#### *Nuevas normas en España.*

Fue por ello por lo que, el 5 de diciembre de 1934, la Dirección General de Telecomunicación —aún dependía la Radio de Correos y Comunicaciones— dictó las normas que a continuación reproducimos y cuya lectura implica, en este caso, una versión completa y autorizada.

*"Como no han de aplicarse las tarifas que la Ley de Radiodifusión estipula para el uso de aparatos radiorreceptores hasta que se halle en funcionamiento una de las Emisoras del Estado, se continuará percibiendo cinco pesetas por aparato instalado en domicilio particular y 50 pesetas por cada receptor en los casinos, centros de recreo, sean o no culturales, sostenidos por cuotas de socios, los establecimientos y lugares públicos, los de venta de material de Radio y los agentes o vendedores en comisión de material de Radio, aunque no tengan establecimiento o casa abierta para la venta al público.*

*"Los radiorreceptores instalados en cualquier local de comercio de consumo abierto*

al público pagarán la licencia correspondiente, y no se permitirá eludir el pago de la misma por el artificio de instalar el receptor en habitación inmediata al local de acceso al público si en este lugar se percibe la escucha con claridad."

#### Excepciones.

"Quedan exceptuados del pago de licencia de Radio las escuelas primarias, secundarias, profesionales o de Enseñanza superior del Estado; los establecimientos benéficos, sanitarios o culturales, cualquiera que sea su confesionalidad, pero de estancia gratuita; los penitenciarios y los destinados a refugio de ciegos o mutilados. También estarán exentos del pago de la licencia los "Hogares del Soldado" y las "Cantinas escolares".

"Los aparatos radiorreceptores a los cuales se expida licencia gratuita por estar comprendidos en las excepciones anteriores deberán ser instalados precisamente en el lugar del asilo, preventorio, aula o local donde al funcionar cumpla la misión benéfica o cultural objeto de la exención, pues de hallarse instalados en habitación particular de personas que se dirijan o sirvan la institución o establecimiento, se les aplicarán las cuotas correspondientes, sin perjuicio de la sanción a que hubieren sido acreedoras."

#### Otros casos.

"Los aparatos transportables o instalados sobre móviles, como trenes, autobuses, automóviles, barcas gasolineras, vapores costeros, de pasaje, etc., satisfarán la cuota con arreglo a la clasificación que les corresponda, según sea de uso exclusivamente particular o para escucha pública y, en su caso, ateniéndose al criterio previsto en la instrucción siguiente.

En el caso de hoteles, balnearios o establecimientos similares u otros que, con un solo receptor, puedan servirse varias habitaciones, se satisfará la cuota que le corresponda como tal establecimiento por el aparato radiorreceptor y un suplemento de cinco pesetas al año por cada enchufe o derivación utilizable para instalar un teléfono o altavoz en cualquier habitación. Si las derivaciones para otros altavoces han de salir del edificio para llevarlos a otros más o menos inmediatos, se considerará el caso como comprendido en el concepto de "radiocentrales".

"Ninguna persona puede instalar ni utilizar un aparato radiorreceptor sin haber obtenido la licencia correspondiente. Esta licencia se entiende otorgada para captar solamente radiodifusión nacional o extranjera. Cualquiera otra comunicación radiotelegráfica o radiotelefónica oficial, pública o de Prensa, que se capte, queda en absoluto prohibido comunicarla a tercero, bajo pena de sanción de multa y pérdida del aparato."

#### Las licencias.

"La expedición de licencias se organizará principalmente a domicilio, y, de una manera complementaria, a horas determinadas, en las oficinas telegráficas. A este efecto se organizará este servicio de la manera siguiente:

1.º Se repartirá un padrón domiciliario durante la primera quincena de enero.

2.º Se recogerá durante la segunda quincena de enero y primera de febrero.

3.º De las resultas de los padrones recogidos con declaración de aparato, se extenderán las correspondientes licencias de Radio, debiendo estar terminada la recaudación el último día del mes de marzo.

4.º Sin perjuicio de este sistema de cobranza, se dedicará un tiempo diario en cada oficina telegráfica para expedir en ventanilla las licencias que el público directamente solicite.

"Terminado el plazo voluntario para la expedición de licencias de Radio, a todos cuantos se presenten a solicitar licencias se les expedirá por el duplo de su valor. Sólo se exceptuarán de esta cuota a los que exhiban factura o certificado de compra del aparato que justifique haber sido adquirido en un plazo máximo de un mes anterior al día en que se pide la licencia, en cuyo caso se expedirá por valor de la cuota sencilla.

"Se comprobará si la persona, entidad o establecimiento que autorice la factura de venta tiene su correspondiente licencia, a cuyo efecto, en el dorso, se hará constar con nota autorizada, en la parte que se remite a esta Dirección General, el número de aquélla. En caso contrario, se procederá con el que sea como un clandestino cualquiera."

#### Los receptores clandestinos.

"Se intensificarán todo lo posible las inspecciones para descubrir receptores clandestinos. Al descubrirse uno, se invitará al po-

seedor del aparato a obtener la licencia en un plazo máximo de ocho días, dentro del cual se expedirá la licencia por el duplo de su valor, sin excepción.

"Si transcurrido ese plazo de ocho días el poseedor del receptor clandestino no hubiese recogido la licencia, se harán efectivas por la vía de apremio, a cuyo efecto se remitirán a la Delegación de Hacienda respectiva los recibos no satisfechos y, en su caso, el de la multa que pudiera haberse impuesto, sin perjuicio de incautarse inmediatamente del receptor.

"La licencia da derecho al uso de un solo radioreceptor, es válida por un año y no puede transferirse a tercero."

"El poseedor de un aparato radioreceptor está obligado a notificar en la Oficina de Telégrafos todo cambio de domicilio, e igualmente todo cambio de aparato, para la correspondiente modificación de la licencia.

"En el caso de pérdida de una licencia, se notificará a la Oficina de Telégrafos, disponiéndose la expedición de un duplicado, por el que se pagará como derechos la cantidad de una peseta.

"Los poseedores de aparatos radioreceptores podrán renunciar al uso de los mismos, pero deberán comunicarlo a la Oficina de Telégrafos un mes antes de la caducidad de la licencia, sin cuyo requisito tendrán que pagarla, aunque no esté en uso el aparato.

"Los extranjeros residentes en España que deseen obtener licencia para uso de aparato receptor, deberán presentar documentos que acrediten su nacionalidad.

"Sanciones:

"1.º Al poseedor de un aparato de galena sin licencia, multa de 25 pesetas.

"2.º Al poseedor de un aparato de lámparas sin licencia, multa de 100 a 500 pesetas.

"3.º A los que facilitaren noticias captadas por un aparato radioreceptor prohibidas en estas instrucciones, multa de 100 a 1.000 pesetas. Sin perjuicio de la imposición de las multas anteriores, se podrá proceder, contra quienes incurran en una falta o delito, con arreglo al Código Penal y demás disposiciones vigentes en materia

de ocultaciones fiscales, y en clandestina o delictiva utilización de la Radiodifusión."

Estadísticas.

La ley, en esta ocasión, fue acompañada de los oportunos órganos ejecutivos, encargados de llevar a cabo una labor que, en verdad, hubo de ser efectiva. Y es así como la Dirección General de Telecomunicaciones crea en Madrid, y en este año de 1934, una Junta Provincial de Radiodifusión, encargada de realizar este trabajo. Sólo en los primeros nueve meses del año, el número de licencias expedidas en Madrid aumentó en 19.088, lo que muestra el gran número de aparatos clandestinos existentes en España y de lo cual era índice la propia capital de la nación.

De 1929 a 1934, el desarrollo del control de receptores y de percepción del impuesto respondió a los siguientes datos oficiales:

Año	Número de licencias	Pesetas
1929	3.122	15.630
1930	45.877	223.934
1931	49.640	241.009
1932	83.814	561.623
1933	154.662	898.485
1934	213.004	1.394.528

La Dirección General de Telecomunicación, a efectos de hacer comprender la importancia de este perfecto control de los receptores existentes, hizo la oportuna difusión de estas cifras, acompañadas de los gráficos necesarios, mediante Circular de fecha 16 de marzo de 1934 y en la que se reflejan los extremos relativos a 1931, 1932 y 1933.

Hoy, cuando España es uno de los pocos países del mundo donde el pago de tal impuesto ha sido suprimido, estos problemas nos suenan demasiado lejanos, pero no por ello hubieron de ser menos reales entonces.



# PEQUEÑA HISTORIA DE LA LIBERTAD DE PRENSA EN ESPAÑA

Por JULIO MERINO

## I.—«CUANDO LAS CORTES DE CÁDIZ...»

**E**S indudable que la vida española del siglo XIX está influida por aquella hecatombe de principios que fue la Revolución Francesa. Tanta y tan poderosa fue la fuerza con que de París salieron los nuevos dogmas, que, a no tardar mucho, todos los rincones de Europa supieron de ellos. Porque ni siquiera bastaron para impedirlo las grandes coaliciones militares. Como un reguero de pólvora que tuviese su centro en la guillotina del Terror, la palabra "libertad" va abriéndose camino por los estrechos senderos absolutistas. Se levantan altares para adorar a la diosa Razón, pero, en el fondo, no es ésta quien triunfa, sino la Duda. A partir de este momento, y a lo largo de toda una centuria, nadie sabe lo que quiere, ni siquiera los cerebros privilegiados. De aquí las luchas, las controversias, los golpes de Estado, las guerras civiles... Todo el mundo quiere tener razón y ser el único portador de ella. Desaparece la tolerancia y surge la intransigencia. Se mata o se muere por defender unos principios.

En España, son las Cortes de Cádiz quienes marcan la pauta de todo el siglo. El ansia de libertad ha llegado con el ímpetu de una bola de nieve que hubiese sido arrojada desde París. Durante varios años, esa mágica palabra de "libertad" anida en la mente y en los corazones del pueblo español. Parece como si, al conjuro de ella, fueran a desaparecer el hambre y la miseria, los odios y las injusticias, el caciquismo de los poderosos. Comienza la tragedia que van a interpretar, con todo lujo de detalles, conservadores y liberales. Pues, ya se sabe; los españoles odian los términos medios: o morir por la tradición o romper con la tradición.

Acertadamente Balmes dijo al respecto: "La España antigua, la España religiosa y monárquica, la España de las tradiciones, de los hábitos tranquilos, de las costumbres sencillas... no puede olvidar, ni siquiera dejar de amar, a esa otra España nueva, que, con su incredulidad e indiferencia, su afición a nuevas formas políticas, sus ideas modernas, su vivacidad y movimiento, sus costumbres importadas del extranjero, su amor a los placeres, su afán por el desarrollo de los intereses materiales, su fuerte tendencia a una transformación completa, ha surgido a la vida pública y pide un puesto en la misma".

En cuanto al Periodismo de este siglo, ni que decir tiene que está íntimamente ligado a la política; que es un Periodismo, por lo tanto, político, combativo, separatista. Un Periodismo que —como dice el profesor Beneyto en su libro "Ordenamiento Jurídico de la Información"— unas veces está libre hasta la anarquía y otras atado hasta el candelado en la boca. O sea, una etapa en la que mandan los absolutistas— conservadores y, otra, los liberales-revolucionarios. Veámoslo sobre el propio terreno, como dirían los militares.

La Constitución de 1812.

Se aprueba la Constitución de 1812 el mismo día de San José, un 19 de marzo que pasó a la Historia para siempre. En su artículo 371 se dice ya que "todos los españoles tienen libertad de escribir, imprimir y publicar sus ideas políticas sin necesidad de licencia, revisión o aprobación alguna anterior a la publicación, bajo las restricciones y

responsabilidad que establecen las leyes". Hasta ese momento la Libertad de Imprenta es un sueño, un mito que queda en la calle. Pero la piedra ya está lanzada; y no faltará a la cita cada vez que se hable de Constitución.

Los tiempos, además, son propicios a ello: una guerra de guerrillas que abarca todos los terrenos y todos los desórdenes. Y, por si fuera poco, hay luz verde para atacar de palabra al invasor, para poder imprimir los disparates más grandes junto al juicio sincero y reposado. La Prensa, todavía periódicos que salen cuándo y cómo pueden, se divide en los que están "con" y los que están "contra". Afrancesados y patriotas. Persecución de unos y quema de otros... Lo malo es que la costumbre se hace ley y, cuando se quiere remediar, ya no se puede. Ni siquiera llamándose Fernando y siendo Rey absoluto. Ni siquiera decretando (25 de abril de 1815) la prohibición de todos los periódicos, a excepción de la "Gaceta" y el "Diario de Madrid".

La Libertad de Imprenta aparece como un derecho autónomo, cuyo enclavamiento en el mismo título dedicado a la Instrucción Pública no deja de ser desconcertante. Aunque, inicialmente, su sentido aparece vinculado a la pasión crítica del siglo XVIII, en seguida se vuelca a la política y se transforma en "el freno que detendrá a los gobernantes". Así lo entienden y apoyan la mayoría de los diputados, porque hasta Inguanzo mismo, conservador, dirá al respecto: "Los Gobiernos y los Tribunales tienen sobre sí otro tribunal más alto, que es el de la opinión pública; y en efecto es un contrapeso admirable de la potestad para contenerla en sus límites, porque todos aprecian su honor y reputación, y ningún hombre deja de tener bastante amor propio para que no tema la censura de los demás en el ejercicio de sus funciones y conducta pública" ("Diario de Sesiones").

Pero esta función de la Libertad de Imprenta tiene un sentido más profundo: como órgano de la opinión pública, es un elemento básico de un régimen fundado en la soberanía nacional. Y aun algo más: es una pieza de publicidad que debe informar toda la vida del Estado. "El derecho de traer a examen las acciones del Gobierno —según Muñoz Torrero— es un derecho imprescriptible que ninguna nación puede ceder sin dejar de ser nación." Así, pues, la Libertad de Imprenta se destaca como "instrumento de publicidad para formar la opinión" y como "órgano mediante el que ésta se expresa". En el *Preámbulo del Reglamento* puede leerse: "La Libertad de Imprenta no sólo es un freno a la arbitrariedad de los que gobiernan, sino también un medio de ilustrar a la nación en general y el único camino para llegar al conocimiento de la opinión pública".

Escuchemos lo que dice "El Censor" en agosto de 1821: "Ante el vigor que la Prensa está tomando sería conveniente realizar un estudio acerca de la importancia y utilidad de los periódicos: de la protección que debe dispensárseles por los Gobiernos liberales; de la imparcialidad con que han de estar escritos, y de las obligaciones de sus redactores".

#### *El Periodismo, potencia social.*

Es por entonces cuando aparece el periodista profesional. Ese periodista del que acertadamente escribiría Mesonero Romanos: "Su existencia data, entre nosotros, de una docena escasa de años; su investidura es voluntaria; sus armas no son otras que una resma de papel y una pluma bien cortada. Y, sin embargo, en tan escaso tiempo, con tan modesto carácter y con armas de tan dudoso temple, el Periodismo es una potencia que quita y pone leyes, que levanta los pueblos a su antojo, que varía en un punto la organización social".

Porque, al lado de periodistas del talento de un Larra o de un Balmes, comenzaron a pulular plumíferos que se anticiparon en años a los que no tenían inconveniente en usufructuar una credencial del Servicio de Limpiezas y conocían el camino eficaz para succionar del "fondo de reptiles". Sujetos sin ideología, capaces de saltos funanbulescos, y cuya ética profesional, que siempre es reflejo de la privada, les permitía el trueque simultáneo de creencias religiosas y postulados políticos. Algunos buscavidas idearon la ingeniosa teoría de que, para pertenecer a un periódico, no es preciso compartir su ideología. (Ingeniosa si se tiene presente que la Prensa política es órgano de un Partido; mejor dicho, de todos los Partidos.)

Esta idea me recuerda los "Ministerios técnicos" creados por Maxence Van Der

Meersch para uno de sus personajes de "Cuerpos y almas". O sea, Ministerios donde se dice que no interviene la política: Agricultura, Industria, etc..., pues así es posible mantenerse gobierne quien gobierne. Y que yo llamaría más bien "Ministerios camaleones", donde sólo es necesario cambiar el color de la camisa para poder dirigirlos, sin importarnos las ideologías, sin entregarse a nadie, siendo de todos y de todo, como un Fouché cualquiera.

De aquí que la experiencia no fuese muy afortunada. Algún diputado alegó que se sembraba para el futuro, y ésta es, quizá, su única justificación. La Libertad de Imprenta se despeñó en el libertinaje. Y no cabe la menor duda de que todo el conglomerado de sistemas y direcciones que había de ser característica "sine qua non" de la Prensa Española de la centuria, tuvo su origen en este periodo gubernamental.

Junto a publicaciones de tipo moderado, como "El Redactor General", de Alcalá Galiano; el "Diario Mercantil", de Jérica, y "La España Vindicada", de Colón, figuran los que sólo buscan el escándalo y la polémica personal: "El Robespierre", "El Tribuno", "La Tertulia", "El Patriota en las Cortes", etc.

De entre todos estos periódicos podríamos destacar el "Semanario Patriótico", que publicaba el poeta Quintana y en el que colaboraban escritores de la talla de Toreno y Capmany. Su corrección, la mesurada exposición ideológica, la razonada crítica, el tono constante de su literatura, su patriótica determinación, le salvan en un momento tan comprometido. Y es que Quintana —como otro escritor de la época nos dice— quiso hacer del "Semanario Patriótico", más que una palanca de movimientos galvánicos, una escuela permanente de educación política que preparase a los espíritus para recibir con serenidad y emplear con decoro las conquistas del derecho que se habían constituido en necesidad suprema del nuevo régimen constitucional.

Pero la serenidad de este periodo no formó escuela, y los años 1814 y 1820 son hitos de desenfreno, anticipo de otros años de ese y del siguiente siglo.

El alzamiento de Riego, con sus "trágalas" y alegrías populacheras, volvió a exaltar el pensamiento y a inundar de letra impresa la nación. Salían periódicos a granel, de la izquierda, de la derecha, del centro o del cielo. Muchos de los cuales desaparecían a poco de iniciar su publicación, casi con la misma facilidad con que habían surgido a la luz pública. Lo que motivó en años posteriores, como dato curioso de esa entelequia literaria, que apareciera un periódico titulado "El Sepulturero de los Periódicos", destinado a comentar las repentinas desapariciones.

Proliferaban los Partidos políticos, porque cada "señorito" quería tener el suyo, ser jefe, y, además, tener "su" periódico para darse postín. Las Redacciones de éstos llegaron a ser continuidad de los "Clubs" y de las "Sociedades Patrióticas", de las que fueron personificación el Lorencini y la célebre "Fontana de Oro", de Galdós.

¡Que por algo los periodistas "profesionales" de estos años aún no cobran sueldos ni ganan nada hasta que el Partido alcanza el Poder y "cae" algún Gobierno Civil o alguna Dirección General!

En fin; de esta manera, y con ese valor político que casi llegó a identificar la Libertad de Imprenta con la soberanía popular; con esa tendencia al desenfreno, y, lógicamente, con un sentimiento de recelo, legaron las Cortes de Cádiz el "problema de la Libertad de Imprenta" al siglo XIX. El cual se encargaría de tejer sus Leyes y Reglamentos sin acertar a definir ni a moderar lo que se presentaba como un nuevo Poder (ese Cuarto Poder): el diario como órgano de la opinión pública.

El periódico. visto por Larra.

Muerto Fernando VII, el 29 de septiembre de 1833, María Cristina ejerce las funciones de Gobernadora del Reino, como tutora de su hija Isabel, hasta octubre de 1840, en que las circunstancias originadas por su desacertado gobierno la obligan a entregar la Regencia a Espartero y salir de España.

Durante este corto periodo, la Prensa, muy sujeta mientras dura la última etapa de Fernando "el Deseado", vuelve a sus andadas. Lógico si se piensa en las "persecuciones" y en la suspensión de 1824. A una etapa de anarquía sigue otra de "candado en la boca". Al libertinaje, la fusta del censor. Sin términos medios, sin concesiones, sin tolerancia de unos o de otros. Si hay liberales en el Poder, se persigue a los absolutistas; si hay absolutistas, se persigue a los liberales... El caso es que, cuando acaece la muerte del

Rey, los ánimos ya están dispuestos "a no seguir aguantando más". Incluso los románticos que en 1824 se echaron a viajeros con cierto entusiasmo, andan ya deseosos de dejar sus Londres y sus París para volver. Eso: volver. Volver a las andadas; volver a escribir barbaridades; volver a la calumnia, al sarcasmo, a las críticas jeroces, a las luchas internas...

De todos modos, una cosa se ha sacado buena: y es que el público se aficiona a leer el periódico. Ese periódico que todos los días le da formado el pensamiento por escasos céntimos y que le ahorra el meditar y rectificar. Ese periódico que —como dijera Bécquer— se recibe como a un amigo de confianza que viene a charlar un rato mientras se hace hora de almorzar.

Por lo tanto, no resulta extraño que sean los mismos políticos los primeros en sorprenderse ante su desarrollo. Ciertamente, hasta ahora, sólo se contaba con la experiencia de las Cortes de Cádiz y los tres años del alzamiento de Cabezas de San Juan; pero el mito de la libertad estaba demasiado ahincado en el espíritu de los liberales para que no cedieran en su beneficio todas las posiciones de defensa con que inicialmente quiere detener el alud la prudencia de Javier de Burgos, para quien no podía existir absoluta e ilimitada Libertad de Imprenta, publicación y circulación de libros y papeles, sin ofensa de nuestra Religión Católica y detrimento del bien general.

Es ésta la época en que "Figaro" filtra sus soflamas a través de la censura y rabia por expresar con libertad lo mucho que se le queda en el cuerpo y "lo mucho con que se quedaron los censores". Aunque, a decir verdad, no debía de ser tan severo el censor cuando nos han quedado tantos testimonios de la ironía del malogrado y desventurado Larra, quien se lamentaba (aludiendo a las sanciones pecuniarias) que la Libertad de Imprenta era cara "como bocado delicado". "Por dos mil reales te puedes dar un hartón; por cuatro mil, dos hartazgos; y así progresivamente hasta la cantidad de tres hartazgos, que, en llegando a ese número, mueres de un causón". (Artículos políticos y sociales: "Dios nos asista".)

Larra se mantiene en su ética periodística en un momento en que Prensa es sinónimo de escabel, el mejor medio para medrar en lo político y en lo administrativo. El, que sabe todo esto y cómo medra el audaz, trazó una semblanza del periodista:

No cabe negar que un periodista es un ser bien criado, si se atiende a que no tiene voluntad propia; pues sobre ser bien criado, debe participar también de calidades de los más de los seres existentes; ha menester, si ha de ser bueno y de duración, la pasta del asno y su seguridad en el pisar, para caminar sin caer en un sendero estrecho y agachar, como él, las orejas cuando zumba en derredor de ellas el garrote.

"Reirmos de las ridiculeces, ésta es nuestra divisa; ser leídos, éste es nuestro objetivo; decir la verdad, éste es nuestro medio", responde en cierta ocasión al ser preguntado sobre la labor propia del periodista.

#### La Constitución de 1837.

No hay que olvidar que estamos en pleno apogeo del Romanticismo. Que la amnistía de 1832 ha abierto las puertas a la "turbulencia sentimental" y a las "ilusiones exaltadas". Que en Madrid se vive por y para la palabra. Que los románticos representan una ruptura total con la tradición. ¡Qué diferente uso de la libertad pueden hacer los espíritus vulgares! Porque la realidad es que, cuando las "sublimes ideas" y las "palabras sublimes" bajan de los grandes hombres, se empequeñecen y se arrastran: de la libertad surge el libertinaje, del bien común sale el egoísmo personal aprovechado, de la Patria salen los separatismos... Se continúa deshojando la margarita en torno a las dos ramas borbónicas. España comienza a sangrar.

En 1837 llega una Constitución nueva, en la que se recogen estas "sublimes ideas". Por lo que a Libertad de Imprenta se refiere, se prohíbe la censura previa, y aunque los preceptos que desarrollaron este principio extremaron las garantías y las sanciones (establecimiento de un Jurado para los delitos de imprenta), éste fue el pie para el libertinaje, porque todos los esfuerzos de quienes todavía veían con claridad resultaron baldíos para contener el desenfreno de la Prensa.

Así, pues, no sorprenderá que en 1839 —sólo dos años después de la Constitución—, los gobernantes reconozcan su impotencia frente a una Prensa que descarriaba la opinión, concitaba las pasiones, desquiciaba el Estado, envilecía la autoridad, defendía la alarma

y el desaliento en tiempos de guerra, y no respetaba la moral ni la religión y llevaba su osadía y precocidad "a tal punto, que el hombre honrado no se halla ya seguro en el santuario de su casa, y como si su vida privada no fuese también un derecho garantizado por la ley, debe temer a cada instante que una pluma emponzoñada le haga objeto del lubricio público..."

Por desgracia, esto es más real de lo que se desearía. Se llegan a unos extremos, verdaderamente insoportables (¿no es curioso pensar que, justamente un siglo más tarde, se iba a repetir lo mismo?). Se denigra a las personas, a los gobernantes, a los literatos, a los artistas, al Ejército, a la Iglesia, etc... Nadie escapa si alguien está dispuesto a pagar la ofensa. Nada se queda en el tintero si suenan sobre la mesa de redacción unas viles monedas.

"El Guirigay" de 27 de abril de 1839 decía, por ejemplo: "Como el verdugo, los ministros viven de la sangre del pueblo; como el verdugo, los ministros comen con la sangre del pueblo; como el verdugo, los ministros son odiados por el pueblo. El bandolero que roba ya sabe cuál es su sentencia. El hombre que tiraniza no debe ignorarla". Sin embargo, no debe olvidarse que, junto a "El Guirigay", de González Brabo, se publicaban "El Español", en que escribió Larra, y "El Pensamiento de la Nación", de Balmes.

*El periódico, instrumento político.*

El Periodismo corresponde, cosa natural, a la temperatura política de la época. No es apenas un órgano de información, sino un instrumento político de opinión. Y en los periódicos, con mayor o peor fortuna, aparecen las concepciones políticas de los Partidos y los nombres de "perfil ministerial". Porque —como dijera don Juan Valrea— casi todos los hombres que después ganaron fama en la tribuna o en el foro y ocuparon sillas ministeriales y hasta fueron jefes de Partido comenzaron por ser periodistas.

Por eso no puede decirse con propiedad que el Periodismo de estos tiempos sea una profesión independiente, sino un instrumento político, con el mismo ardor, la misma inestabilidad y la misma irresponsabilidad de la vida pública. Intención política hay en casi todas las páginas impresas de la época, aunque, a decir verdad, también abunda el semanario de rango literario o de puro entretenimiento que publica versos o novelas, o información de cosas científicas.

Lo que sí es cierto, y esto hay que admitirlo de cualquier modo, es que, cuando el siglo que tratamos se acerca a su mitad, el Periodismo constituye ya una realidad. "Que la Prensa sea —diría Balmes en sus "Escritos Políticos"—, como se ha dicho, la lepra de las sociedades modernas, o se la considere como uno de sus preciosos esmaltes; que se parezca, como también se ha dicho, a la lanza de Aquiles, curando con un extremo las heridas abiertas con el otro, o que las deje sangrando, sirviendo sólo para exasperarlas, lo cierto es que constituye un hecho, y un hecho indestructible del que pueden salir lecciones desesperantes y palabras consoladoras, el amor y el odio, la paz y la guerra, la luz y las tinieblas, la verdad y el error, el bien y el mal."

Sin embargo, los tiempos van más de prisa. La Constitución de 1837 queda muy pronto anticuada. La interferencia en el Gobierno mediante el pronunciamiento o el motín fue, durante su vigencia nominal, causa permanente de anormalidad. Anormalidad que desemboca en el general Espartero. El año 1840, la Reina Gobernadora, presionada por todos, se ve obligada a renunciar y salir de España. Entonces se elige como Regente al jefe de los progresistas. La vida política, no obstante, continúa desenvolviéndose con las mismas características de violencia, hasta que, en 1843, un complejo alzamiento, en que participaron todos los Partidos frente al Regente, determinó su expatriación.

Y llega al Poder —tras los breves Gobiernos de López, Olózaga y González Brabo— el general Narváez. Comienza la llamada "década moderada".

# MESA REDONDA SOBRE PERIODISMO CIENTIFICO

SE CELEBRARA EN BUENOS AIRES DEL 15 AL 19 DE  
NOVIEMBRE

**Un solo participante europeo: el periodista español don Manuel  
Calvo Hernando**

Organizada por la Unión Panamericana y el Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa, del 15 al 19 del próximo noviembre se celebrará en Buenos Aires una Mesa Redonda sobre Periodismo Científico. En el Programa provisional que ha sido ya cursado se dan las siguientes precisiones sobre lo que ha de ser esa Mesa Redonda:

"Cada día viene adquiriendo mayor importancia la difusión de la Ciencia a través de los medios de información de masas, debido a su relación con el progreso económico y social. En algunos países del mundo existen profesionales de la información o de la ciencia que se han especializado en este tipo de divulgación. El Periodismo científico presta así un evidente servicio al desarrollo de la ciencia en esas naciones, creando, sobre todo, un clima propicio para la atención de pueblos y Gobiernos hacia la investigación. Además, informa al público en general del estado actual de la ciencia y de sus implicaciones sobre la vida cotidiana.

En los países latinoamericanos se observa, en general, una falta de periodistas especializados en la divulgación de la ciencia y, por otra parte, un gran interés, por parte de los profesionales de la información, en recibir una preparación que les capacite para desarrollar estas tareas. También se observa una falta de relación recíproca entre periodistas y científicos.

Por tales razones, la Unión Panamericana y el Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa convocan una Mesa Redonda sobre Periodismo Científico, que se celebrará en Buenos Aires del 15 al 19 de noviembre de 1966, con la colaboración del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas de la Argentina."

Esta Mesa Redonda cuenta ya con estos antecedentes:

"En octubre de 1962 se celebró en Santiago de Chile el Primer Seminario Interamericano de Periodismo Científico, bajo los auspicios de la Unión Panamericana y del Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa.

En agosto de 1964 fue establecido por el Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa, con la cooperación de la Unión Panamericana, el Premio "John R. Reitemeyer" para Periodismo relacionado con las ciencias.

En septiembre de 1965 se verificó en Quito, en el CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina), un cursillo Interamericano de Periodismo Científico, organizado por el Departamento de Asuntos Científicos de la Unión Panamericana."

Por lo que se refiere a los temas que en la Mesa Redonda de Buenos Aires serán examinados, son principalmente estos dos:

Ciencia y progreso: Aspectos salientes de la investigación científica en la Argentina. Técnicas de divulgación de la ciencia a través de los medios de información de masas.

Según se anuncia, van a ser invitados solamente periodistas que, con la categoría de Jefes de Redacción, tengan una dedicación completa en un diario. Los participantes serán alrededor de veinticinco: seis periodistas sudamericanos, diez argentinos, ocho o diez científicos argentinos y un solo periodista europeo: el español don Manuel Calvo Hernando, Redactor jefe de "Ya".

Están previstas sendas visitas de estudio al Laboratorio de investigaciones científicas de Buenos Aires, a las instalaciones de la Comisión Nacional de Energía Atómica, a la Estación de Biología Marina de Mar del Plata y a las instituciones científicas de Córdoba.

# PERIODISMO NACIONAL

## NUEVA PROGRAMACION EN TELEVISION ESPAÑOLA

### EL SEÑOR APARICIO BERNAL CONVOCO UNA "RUEDA DE PRENSA" PARA EXPLICAR EL NUEVO PLAN

#### Ampliación del número y realizaciones en los servicios informativos

En una rueda de Prensa a la que asistieron representantes de todos los órganos informativos nacionales y de las agencias de publicidad, el director general de Radio y Televisión, se-

ñor Aparicio Bernal, hizo la presentación del nuevo plan de programación de Televisión Española. "Hemos procurado corregir los fallos observados a lo largo de temporadas anteriores



El director general de Radio y Televisión, en un momento de su alocución ante los representantes de la Prensa y de las entidades publicitarias.



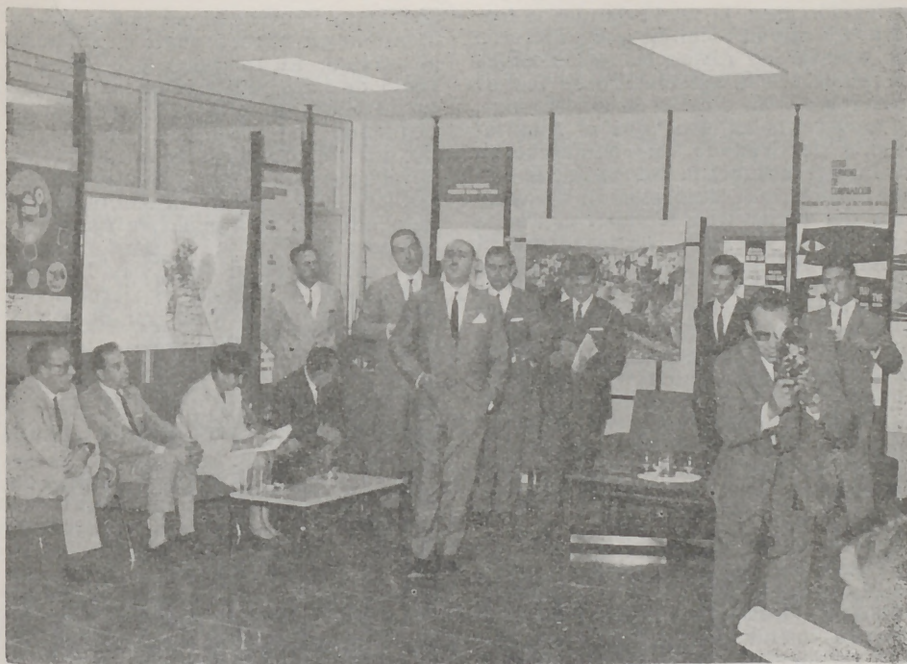
*Después de las palabras del señor Aparicio Bernal, el propio director general, y el subdirector, señor Ezcurra, departieron animadamente con los invitados a la "rueda de Prensa".*

introduciendo algunas novedades en los proyectos para el desarrollo de la temporada 1966-67", dijo el director general. Televisión Española procura ahora respetar los horarios habituales y habrá innovaciones en los servicios informativos de la primera cadena, la denominada en siglas técnicas canales VHF. En este punto se insiste en la presentación de fotografías o reportajes filmados y se suprime la aparición en la pantalla de locutor y fotograma a un mismo tiempo, y los "Puntos de vista", previa selección de comentaristas, estarán a cargo de especialistas natos, al tiempo que se ampliarán noticias con comentarios de tres a cuatro minutos de duración.

Anunció asimismo el señor Aparicio

Bernal que días después haría cara a las cámaras; unas declaraciones que, en efecto, realizó poco más tarde, para explicar por qué TVE vive de la publicidad, cómo se produce esa necesidad y cuáles son los sistemas adoptados por otros países. La gran novedad anunciada por el director general fue la de la autonomía de programación en la segunda cadena, la del UHF. Madrid, Barcelona, Zaragoza, Valencia, Bilbao, San Sebastián y Sevilla en breve plazo disfrutarán de la recepción de estas emisiones, lo que constituye más del 50 por 100 del contingente de los espectadores de televisión en nuestro país. En atención a esta circunstancia, la programación se divide, y





*“... lo importante es rectificar errores; pretender la perfección es una utopía...”, dijo el señor Aparicio Bernal.*

en cierta manera, compite entre ambos programas.

“Televisión Española—concluyó el señor Aparicio Bernal—no ha de ser

un cúmulo de genialidades reunidas, sino un cúmulo de rectificaciones sucesivas. Lo contrario sería totalmente utópico”.

## EL SINDICATO NO PUEDE LIMITAR EL EJERCICIO DE CUALQUIER INDUSTRIA O COMERCIO

### Fallo del Tribunal Central de Amparo que revoca otro del Provincial de Granada

El Tribunal Central de Amparo ha estimado el recurso de apelación que don Ramón Díaz Fanjul interpuso contra resolución del Tribunal Provincial de Amparo, de Granada, por la que se rechazaba recurso anterior del mismo señor Díaz Fanjul frente a

la denegación de su solicitud de afiliación al Sindicato Provincial del Papel, Prensa y Artes Gráficas de aquella capital con el fin de desarrollar un negocio de venta al público de revistas, novelas y periódicos.

Decidió el Sindicato denegar la au-

torización para la venta de que se trataba "porque el local en que solicitaba no guarda las distancias establecidas en relación a lo establecido en fechas anteriores". En escrito de alegaciones, el recurrente expuso "que el Ayuntamiento de Granada, en comunicación de la que adjuntaba fotocopia, le había notificado la autorización de apertura del dicho establecimiento (fecha 6 de agosto de 1964), en tanto que el acuerdo del Grupo Sindical de 12 de mayo anterior no sólo le negaba la afiliación solicitada, sino que además le denegaba autorización para venta al público de la mercancía en cuestión", tras haber entendido él mismo la actitud de "desestimación por silencio sindical" del primer recurso de reposición —fecha 15 de junio de 1964—, lo que le llevó a formular el de amparo ante el Tribunal granadino.

La respuesta de este último jurado se basaba en que en el mismo edificio en el que pretendía instalar establecimiento el recurrente en amparo se encuentra enclavado en local contiguo otro de idéntica actividad económica, arrendado hace más de veinticinco años por industrial del ramo en cuestión, y asimismo, en que el señor Díaz Fanjul demostraba con su solicitud "deseo inequívoco de dañar el negocio de venta anterior instalado en el mismo edificio, pues de la especial ubicación resultaría muy difícil —añadía el acuerdo del Tribunal de Amparo, de Granada— que los dos establecimientos subsistieran, cuando uno sólo puede vivir muy modestamente".

Ahora el Tribunal Central de Amparo estima: a) Que no puede negarse el encuadramiento sindical a la persona, natural o jurídica, que desarrolle actividades industriales o comerciales debidamente autorizada por los organismos administrativos competentes —el Ayuntamiento de Granada—; b) Que la Organización Sindical carece de facultades para establecer limitaciones en el ejercicio de cualquier industria o comercio, y únicamente pueden dirigirse al Gobierno o a los Ayuntamientos para que se dicte una ordenanza o reglamento que regule con carácter general y obligatorio la actividad de que se trate; c) Que el Grupo de Vendedores de Prensa del

Sindicato Provincial no podía válidamente negar al recurrente su afiliación al mismo, ni tampoco prohibirle la venta de tales publicaciones, con base en un acuerdo adoptado por el Grupo exigiendo determinada distancia entre establecimientos de tal tipo, pues tal acuerdo no podía prevalecer sobre las facultades del Ayuntamiento. Por todo ello, el Tribunal Central estima la apelación del señor Díaz Fanjul y deja sin efecto el fallo del Tribunal granadino, y declara el derecho del recurrente de obtener su encuadramiento sindical solicitado.

#### SOBRESEIMIENTO DE UNA CAUSA CONTRA DON LUIS MARIA ANSON

El Tribunal de Orden Público ha rechazado el recurso del Ministerio Fiscal y ha confirmado el sobreseimiento de la causa incoada a instancia del propio Ministerio contra don Luis María Anson, firmante de un artículo titulado "La Monarquía de todos", que se publicó en "ABC" el día 21 de julio último y que motivó el secuestro de la edición del diario madrileño. El 16 de agosto el Juzgado Especial de Orden Público sobreseyó el expediente y el Ministerio Fiscal entabló recurso ante el aludido Tribunal, el cual confirmó definitivamente el entendimiento de que en el artículo de referencia no existe materia punible.

La noticia muestra una vez más la independencia de la Justicia española y la eficiencia de la reciente Ley de Prensa e Imprenta, que garantiza a las empresas editoras y a los periodistas la más auténtica libertad de expresión dentro de los márgenes legales.

#### DON CARLOS RIVERO, NUEVO DIRECTOR DE "EL ESPAÑOL"

Para dirigir el semanario "El Español", en su nueva etapa, ha sido designado don Carlos Rivero, que ostentaba el cargo de redactor-jefe del Servicio de Orientación Informativa de Radio Nacional de España. El periódico era editado antes por el Ministerio de Información y Turismo, y a partir de ahora lo será por la Delega-

ción Nacional de Prensa y Radio del Movimiento.

Don Carlos Rivero, periodista joven pero con larga y brillante carrera en la profesión periodística, nació hace cuarenta y cinco años en Puenteareas (Pontevedra) y pertenece a la generación de la Cruzada Nacional, porque desde muy temprana edad inició sus tareas de periodismo. Fundador y actualmente director de la revista "*Vieja Guardia*", pertenece asimismo al Consejo Nacional de Prensa, y ha conquistado destacados premios profesionales, como los nacionales de Radio y de Televisión Española, "29 de octubre", Onésimo Redondo, "Octubre", de la Dirección General de Prensa, etc. Su libro "*Mañana empieza el alba*" ganó el premio de novela corta del Ayuntamiento de Valladolid, y es au-

tor de otros libros y novelas notables, tales como "*Los vientos de la sombra*" y "*Hombre de paso*".

CRUCES DEL MERITO CIVIL  
A DON JOSE VALLS Y DON JOSE  
ARMENGOL

Entre las cruces de Caballero de la Orden del Mérito Civil, concedidas por Su Excelencia el Jefe del Estado, a propuesta del ministro de Asuntos Exteriores, con motivo de la pasada festividad del 18 de julio, figuran las otorgadas a los periodistas barceloneses don José Valls Sorolla, redactor gráfico de la Agencia Europa Press, y don Juan Armengol, redactor de Radio Barcelona.

## SE REGULAN LOS REQUISITOS EXIGIBLES PARA EXAMENES DE PERIODISMO

### PARA QUIENES NO HAYAN APROBADO EL CURSO PREUNIVERSITARIO, EXAMEN CONDICIONAL

En el "Boletín Oficial del Estado" del 30 de septiembre último, número 234, se publica una Orden del Ministerio de Información y Turismo, de fecha 23 del mismo mes, por la que se regulan los requisitos exigibles para los exámenes de Grado y convalidación en las Escuelas de Periodismo y se establecen exámenes condicionales para los aspirantes que no acrediten haber aprobado el curso Preuniversitario.

En su parte expositiva, dicha Orden especifica que la de 18 de agosto de 1962 ("Boletín Oficial del Estado" de 29 de agosto), que aprobó el Plan de Estudios de la Escuela Oficial de Periodismo, establece en su artículo 12 como condición para poder ingresar en dicho Centro docente estar en "posesión de los títulos que habiliten para el ingreso en la Universidad". A su vez, el artículo 3.º de la Orden de 28 de febrero de 1963 ("Boletín Oficial del Estado" de 14 de marzo del mismo año), que dicta las normas para la realización del examen de convalidación de los estudios realizados en Centros no oficiales de docencia del periodismo y desarrolla en este punto, de acuerdo con los artículos 11 y 10, respectivamente, los Decretos de 7 de septiembre de 1960 y 8 de septiembre de 1962, reguladores de dichas enseñanzas en la Escuela de Periodismo de la Iglesia de Madrid y en el Instituto de Periodismo de la Universidad de la Iglesia de Pamplona, preceptúa que los alumnos que aspiren a realizar la prueba de colación de Grado prevista en los Decretos referidos como examen de conjunto para la convalidación de estudios unirán al expediente académico que deben acompañar a la solicitud la certificación de estar en pose-

sión del título de Enseñanza Media que habilite para el ingreso en la Universidad.

Como quiera que se han formulado consultas sobre la interpretación y alcance que se debe dar a dichas disposiciones, que han motivado, por otra parte, diferencias en las condiciones básicas con que se presentan los alumnos de Periodismo de los citados Centros docentes al examen de Grado, de convalidación o de conjunto, se hace necesario establecer la correcta interpretación de los preceptos legales vigentes en esta materia para igualar a todos cuantos aspiren a obtener el título oficial de Periodista.

En su consecuencia, el Ministerio ha tenido a bien disponer:

Artículo 1.º La exigencia que respecto a los aspirantes que pretendan hacer las pruebas de acceso a la Escuela Oficial de Periodismo contiene el artículo 12 de la Orden de 18 de agosto de 1962, en cuanto a "estar en posesión de los títulos que habiliten para el ingreso en la Universidad", ha de interpretarse, a tenor de lo establecido en la vigente legislación respecto a los Bachilleres superiores, de haber aprobado el Curso Preuniversitario.

Artículo 2.º Lo establecido en el artículo 3.º de la Orden de 28 de febrero de 1963 ("Boletín Oficial del Estado" de 14 de marzo del mismo año), respecto al examen de convalidación de los estudios realizados en Centros no oficiales de Enseñanza de Periodismo, ha de entenderse igualmente, por lo que atañe a los Bachilleres superiores, de que el título de Enseñanza Media que habilita para el ingreso en la Universidad supone haber aprobado el Curso Preuniversitario.

Artículo 3.º Condicionalmente podrán ser admitidos al examen de Grado o de convalidación en la Escuela Oficial de Periodismo aquellos alumnos bien procedan de esta Escuela o de los otros Centros docentes de enseñanza periodística reconocidos que habiendo ingresado en la respectiva Escuela con anterioridad a la aparición de esta Orden no hubiesen aportado la certificación acreditativa de haber aprobado el Curso Preuniversitario o de poseer los títulos análogos que permiten el ingreso directo en cualquiera de las Facultades Universitarias o en las Escuelas Técnicas Superiores.

Artículo 4.º A los alumnos a que se refiere el artículo anterior y que condicionalmente hayan sido admitidos y aprobados en los exámenes de Grado o de conjunto hasta la fecha de esta Orden no se les expedirá el título de Periodista hasta el momento en que completen su expediente escolar, mediante la presentación del documento que en dicho artículo se expresa.

Artículo 5.º Los exámenes condicionales a que alude el artículo 3.º tan sólo se autorizan por un período improrrogable correspondiente a las convocatorias que tengan lugar en los cursos académicos 1966-67 y 1967-68.

## LAS EMPRESAS PERIODISTICAS ESTUDIAN LOS PROBLEMAS DEL PAPEL

### SE REUNIO EN LEQUEITIO EL PLENO DEL GRUPO SINDICAL

Un grupo de treinta y siete representantes de empresas periodísticas de toda España se reunieron en el pleno de la Junta Nacional del grupo sindical de Diarios, celebrado en Lequeitio (Vizcaya). Presidió la sesión de trabajo el consejero-delegado de Administración de "La Editorial Católica, Sociedad Anónima", don Mariano Rioja y

Fernández de Mesa, y en la reunión se estudiaron cuestiones relacionadas principalmente con las importaciones de papel para Prensa, adquisición de la producción nacional, estudios sobre la difusión de la propia Prensa y otros problemas.

El presidente de la Asociación de la

Prensa de Bilbao, don Ramón Mandiola, hizo el ofrecimiento de un banquete con que los cuatro periódicos de la capital vizcaína obsequiaran a los parti-

cipantes en la asamblea del grupo sindical, en cuyo nombre pronunció palabras de gratitud el señor Rioja y Fernández de Mesa.

## LA AGENCIA EFE DISTRIBUIRA EN EXCLUSIVA LAS NOTICIAS DE AGENCIAS EXTRANJERAS

Una Orden del Ministerio de Información y Turismo que publica el "Boletín Oficial del Estado" en su número 225, del 20 de septiembre, concede a la Agencia EFE, S. A., la distribución en exclusiva en todo el territorio nacional de las noticias procedentes de agencias extranjeras. Explica el preámbulo de la disposición que el artículo 49 de la Ley 14/1966, de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta, autoriza conceder a una agencia nacional en que concurren los requisitos a que el mismo artículo se refiere la distribución en exclusiva, sin discriminación alguna, de las noticias procedentes de agencias extranjeras.

Dichos requisitos se dan en la Agencia EFE, S. A., toda vez que en ella están representadas las entidades públicas y los medios informativos a través de la incorporación a su Consejo de Administración de los órganos representativos de los empresarios de diarios nacionales y de su participación accionarial en la

misma; ello unido al hecho de su actual expansión internacional, que le permite obtener una información propia y objetiva, sin más orientación que la de satisfacer fielmente los intereses periodísticos españoles y del mundo hispanoamericano para completar con ella los servicios de las agencias mundiales que en la actualidad distribuye, aconseja hacer uso de la autorización concedida en el referido artículo 49 de la Ley de Prensa e Imprenta en favor de la mencionada Agencia EFE, S. A.

En su virtud, se dispone:

Artículo 1.º Se concede a la Agencia EFE, S. A., la distribución en exclusiva en todo el territorio nacional de las noticias procedentes de agencias extranjeras.

Art. 2.º Lo establecido en el artículo anterior incluye las noticias procedentes de otros órganos informativos extranjeros que las distribuyan o puedan distribuir en España directamente o en régimen de agencia.

## NUEVOS CONSEJEROS DE ADMINISTRACION DE LA AGENCIA EFE

### POR VEZ PRIMERA, MIEMBROS REPRESENTANTES DE LA PRENSA NACIONAL.

El Consejo de Administración de la Agencia EFE, S. A., aceptó la propuesta del Grupo Nacional de Diarios para nombrar nuevos consejeros en representación de los periódicos españoles

a los señores Bergareche, de "El Correo Español-El Pueblo Vasco"; Hernández-Pardos, de "El Noticiero Universal"; Altes, de "El Norte de Castilla", y Marzal, de "La Vanguardia".

Dichos nuevos miembros del Consejo de EFE fueron elegidos por votación entre los componentes del Grupo de Diarios, y anteriormente habían sido ya elegidos don Mariano Rioja, como presidente del Grupo Sindical de Diarios, y don Enrique Ramos, como presidente del Sindicato Nacional de Prensa, Radio, Televisión y Publicidad.

Ahora por vez primera la Prensa española está representada directamente desde la fundación de la agencia en el Consejo de Administración de la misma. Esta representación alcanza a cinco consejeros, a los que se une el delegado nacional de Prensa y Radio del Movimiento, señor Fernández Sordo.

## AGASAJO A DON AURELIO MIRO QUESADA

### LE FUE OFRECIDO POR EL MINISTRO DE INFORMACION Y TURISMO

El ministro de Información y Turismo, don Manuel Fraga Iribarne, ofreció un almuerzo al presidente de la Academia de la Historia del Perú, don Aurelio Miró Quesada, quien a su vez es subdirector del diario "*El Comercio*", de Lima. Junto al ministro y al agasajado se sentaron don José Antonio Miró Quesada, hermano de este último y miembro del Ayuntamiento de Lima; los directores generales de Información y de Relaciones Culturales, señores Robles Piquer y De la Serna; el presidente de la Federación Nacional de Asociaciones de la Prensa y director de "*Hoja del Lunes*", de Madrid, señor Gómez Aparicio; director general de Prensa, señor Jiménez Quílez; presidente del Consejo Nacional de Prensa, señor Beneyto; director de la Agencia EFE, señor Mendo; director de "*Ya*", señor Morcillo Herrera, y otras personalidades representando al Instituto de Cultura Hispánica, los historiadores, el Periodismo y la política.

A los postres, el señor Fraga Iribarne pronunció breves y cálidas frases de ofrecimiento del agasajo al señor Miró Quesada, de quien exaltó su destacada personalidad y las fraternales relaciones entre el Perú y España. En respuesta, el propio señor Miró Quesada dedicó cariñosas palabras de gratitud, en las que subrayó la acción cultural de nuestra Patria en aquella nación hermana. Es imborrable —dijo— la huella de los tres siglos de virreinato de España en aquellas tie-

rras entrañables". La nación española legó al Perú su sangre, su cultura, su romanismo, todo lo que, junto con el mestizaje, tan querido y tan fomentado por los españoles, es la esencia fundamental de la actual nacionalidad peruana. Después de aludir al hispanismo sincero y decidido de "*El Comercio*", tan veterano y tan prestigioso periódico hispanoamericano, don Aurelio Miró Quesada concluyó con un entusiástico brindis por la Madre Patria.

### ALMUERZO DE DESPEDIDA AL PERIODISTA SEÑOR WANG

Con motivo de su traslado al Perú, el corresponsal de la Agencia Central de Noticias de la China nacionalista, don Lorenzo Wang, fue objeto de un cariñoso almuerzo de despedida en el Club Internacional de Prensa, tras sus diez años de estancia en Madrid, donde estudió las carreras de Derecho y de Periodismo y contribuyó firmemente a estrechar las relaciones entre ambos países. Presidieron con el homenajeado, el encargado de Negocios de China nacionalista, don Pablo Tseng; en representación del director general de Prensa, el subdirector, señor Segú; el jefe de Prensa extranjera, de la Dirección General, señor Escobar de la Serna; secretario general del Instituto de Cultura Hispánica, señor Suárez de Puga; presidente de honor de la Asociación de Corresponsales Extranje-

ros, señor Gullino; vicepresidente del Club, señor Chelala; presidente de la Asociación de Corresponsales de Prensa Iberoamericanos, señor Miralles Bravo, y el catedrático de la Universidad de Madrid señor Sánchez de Muniaín.

El secretario del Club Internacional de Prensa, señor Salazar Soto, hizo la dedicatoria del agasajo, y el señor Chelala exaltó la personalidad del homenajeadado. Entre otras personalidades que no asistieron y enviaron excusas por ello y su adhesión al acto, están el director general de Prensa y el presidente de la Federación Nacional de Asociaciones de la Prensa.

#### HOMENAJE A DON MATIAS PRATS EN BARCELONA

La Prensa catalana rindió en Barcelona un cálido homenaje de simpatía y admiración a don Matías Prats con ocasión de haberse hecho la presentación oficial de un disco microsurco en el que se narran incidencias de los partidos de la Copa Rimet, campeonato mundial de fútbol, disputado en Inglaterra el pasado verano. Presidieron la cena, junto a Matías Prats, el seleccionador nacional, señor Balmanya; el presidente del C. D. Sabadell, señor Rosson; el director de Radio Nacional en Barcelona, señor Arandes, y otras personalidades. Ofreció el agasajo el locutor señor Soriano, y el señor Mir, director de "Di-cen", glosó la personalidad profesional del homenajeadado, y entregó a Domingo Balmanya el primer ejemplar del referido disco el propio Matías Prats, quien añadió la esperanza de que en un futuro próximo le sea posible retransmitir en directo un partido de fútbol en el que España conquistó un campeonato mundial.

#### AGASAJA A DIRIGENTES DE ASSO- CIATED PRESS

El ministro de Información y Turismo, señor Fraga Iribarne, presidió en Madrid un almuerzo ofrecido por Mr. Harold Milks, director para Es-

paña y Portugal de Associated Press, a los directores de la Junta de Radio y Televisión de la citada agencia norteamericana, que realizan una gira por Europa en visita de estudio por varios países europeos.

#### HOMENAJE A DON PIO CABA- NILLAS, EN SANTIAGO

*Le fueron entregados la medalla de honor de la Orden de Compostela y el título de hijo adoptivo de la ciudad.*

*El director general de Prensa, hijo adoptivo de Villel.*

El subsecretario de Información y Turismo, don Pío Cabanillas, ha recibido en Santiago la medalla de honor de la Orden de Compostela, que le fue impuesta por el alcalde de aquella ciudad en un acto de homenaje de gratitud celebrado en el Ayuntamiento, al que asistieron las autoridades locales y provinciales de La Coruña y Pontevedra. Asimismo, al señor Cabanillas le fue entregado el título de hijo adoptivo de la ciudad del Apóstol.

*Homenaje al director general de Prensa.*

El Ayuntamiento de Villel (Terral) ha entregado sendos títulos de hijos adoptivos de la localidad al director general de Prensa, don Manuel Jiménez Quílez, y a su hermano don Juan, jefe de Publicaciones del Instituto Nacional de Estadística.

## GOMEZ FIGUEROA, JEFE DE PRENSA DE OBRAS PUBLICAS

El ministro de Obras Públicas, don Federico Silva Muñoz, ha dado posesión de su cargo de jefe de Prensa de dicho Ministerio a don José Gómez Figueroa, redactor de "*Hoja del Lunes*", de Madrid, y periodista de fácil y elocuente pluma. Ha cosechado multitud de galardones y éxitos profesionales a través de los muchos años en que, pese a su juventud, su firma aparece en multitud de publicaciones españolas. Sus reportajes, especialmente, llevaron a periódicos y revistas de toda España la nota vibrante y humana de la máxima actualidad siempre, o el descubrimiento de la noticia inédita que él sacó a la luz, siempre con un tratamiento literario de la mejor estirpe periodística.

## DON FRANCISCO CAPOTE, REDACTOR-JEFE DE CIFRA

Ha sido nombrado redactor-jefe de la Agencia Cifra don Francisco Capote Maciá, a quien dio posesión de su cargo el director de Efe, don Carlos Mendo.

## DOS PERIODISTAS CUMPLEN TREINTA AÑOS EN "EL ALCAZAR"

Con muy pocos días de diferencia, dos redactores del diario "*El Alcázar*", de Madrid, don Adoración Gómez Camarero y don José Martín Morales, cumplieron en el mes de septiembre treinta años de servicio en el periódico. El señor Gómez Camarero ingresó en "*El Alcázar*" dos días después de la liberación del heroico recinto, después de haber estado escondido en casa otros setenta y dos. El señor Martín Morales era un chiquillo a su llegada a "*El Alcázar*", el 28 de septiembre, pero ya había hecho sus pinitos periodísticos y debutó en firme haciendo información local.

## DON CARLOS SENTIS, DIRECTOR DE "TELE-EXPRES"

Ha sido designado director del diario barcelonés "*Tele-Expres*" el ilus-

tre escritor y periodista don Carlos Sentis, quien sustituye en el cargo a don Ignacio Agustí. El señor Sentis ha tenido que abandonar el puesto presidencial del Consejo de Administración de la Agencia Efe, que venía ocupando últimamente.

## NUEVOS PRESIDENTE Y DIRECTOR DE "MADRID"

Han tomado posesión, respectivamente, de la presidencia del Consejo de Administración y de la dirección del diario "*Madrid*" los señores don Rafael Calvo Serer y don José Manuel Miner Otamendi.

El señor Calvo Serer es catedrático de Historia de la Filosofía de la Universidad de Madrid y fue fundador y director de la revista "*Arbol*", consejero de Investigaciones Científicas y catedrático de Historia Moderna de la Universidad de Valencia. Ha colaborado en importantes órganos de información de España y del extranjero y ha escrito numerosas obras literarias, políticas y filosóficas.

Don José Manuel Miner Otamendi era hasta ahora redactor-jefe de "*Madrid*" y ostenta la vicepresidencia segunda de la Asociación de la Prensa de la capital de España. Nació en Hernani (Guipúzcoa) el 11 de junio de 1910. Su carrera profesional la inició en el diario "*El Alcázar*", de cuya redacción pasó a la de "*Madrid*" en 1952 para hacer la crónica municipal. Once años más tarde fue ascendido a la jefatura de Redacción de este periódico, y ha sido también subdirector de "*El Europeo*". Entre otros varios premios y galardones periodísticos, el señor Miner Otamendi ha obtenido el Alfonso Rodríguez Santamaría.

## NUEVO DIRECTOR DE REUTER EN ESPAÑA

Para sustituir a Mr. Henry Buckley, durante más de veinte años director de la Agencia Reuter en Madrid, y que ha sido jubilado, la citada Agencia ha designado su sucesor a Mr. John Organ, hasta ahora destinado en Roma. El señor Buckley inició su correspon-



salía de prensa inglesa en España en 1929 y desde aquella fecha ha seguido con encomiable objetividad y con inteligencia todos los acontecimientos de la política española. Casado con doña María Planas, el señor Buckley tiene varios de sus hijos nacidos en España.

El señor Buckley ofreció en el Club Internacional de Prensa una recepción para despedirse de sus amigos y compañeros en España. Asistieron el ministro de Información y Turismo, señor Fraga Iribarne; el embajador inglés, sir Alan William; directores generales de Prensa, señor Jiménez Quílez, y de Información diplomática, señor Martín Gamero; subdirector general de los Servicios Informativos de la Dirección General de Prensa, señor Rodríguez del Castillo; directores de diarios y agencias de Prensa de Madrid y otras personalidades. Habló brevemente Mr. Buckley para despedirse y presentar a Mr. Organ, su sucesor, y el ministro cerró el acto con frases de alabanza para la meritoria tarea informativa que Mr. Buckley ha desarrollado en nuestro país.

#### PROMOCION DE PUESTOS EN LA REDACCION DE "ABC"

En la Redacción del diario "ABC", de Madrid, ha habido una promoción de puestos, que afecta a diversas secciones del periódico. El padre Martín Descalzo se hace cargo como titular de la nueva sección religiosa, "La Iglesia en el mundo moderno", y en sustitución del padre Sopena, que tan brillantemente desempeñó en los últimos años este cometido en las mismas páginas, retorna a ellas como crítico musical don Antonio Fernández Cid, en tanto que don Luis Calvo regresa del Lejano Oriente, desde donde día a día informó puntualmente de los graves acontecimientos políticos de nuestra época.

Don Luis María Anson, que alcanzó el premio nacional de literatura 1965, por su libro "El grito de Oriente", sucede al señor Calvo en la misma corresponsalía y cesa, por ese motivo, en la regencia de las páginas de huecograbado del periódico, a la que se incorpora don Lorenzo López Sancho,

que ocupaba la jefatura de colaboraciones, puesto al que pasa ahora don Miguel Pérez Ferrero.

Por otra parte, "ABC" introducirá, en cuanto reciba la maquinaria precisa para ello, diversas modificaciones en su encuadernación y en otras diversas secciones.

#### EL MINISTRO SECRETARIO SE REUNIO CON LOS PERIODISTAS EXTRANJEROS

*Para agradecerles su atención especial a la información de las elecciones sindicales, el ministro secretario general del Movimiento y delegado nacional de Sindicatos, señor Solís Ruiz, se reunió en un almuerzo con los corresponsales y representantes de la Prensa extranjera en España. Asistieron también el presidente y otros directivos de la Asociación de Prensa Extranjera y altos mandos de la Organización Sindical y de Prensa y Radio del Movimiento.*

#### RECEPCION A PERIODISTAS EN LA EMBAJADA DE LA R. A. U.

El consejero de Prensa en la Embajada de la R. A. U. en España, señor Abdel Hamid Awad, ofreció en Madrid una recepción a los representantes de Prensa extranjera y española. Al acto, celebrado en la residencia del propio diplomático árabe, asistieron directores generales de los Ministerios de Asuntos Exteriores y de Información y Turismo, altos funcionarios de varios departamentos, consejeros y agregados de diversas Embajadas, directores de diarios, revistas y agencias de información, periodistas y otras personalidades.

#### DON FEDERICO GALLO, DELEGADO DE TVE EN BARCELONA

Don Federico Gallo, que desde la fundación de "Tele-Exprés" venía os-

tentando el cargo de subdirector de este diario barcelonés, ha tomado posesión de la delegación de la primera cadena de Televisión Española en Barcelona, lo que le ha obligado a cesar como subdirector del repetido periódico.

#### **"EL CORREO CATALAN" LLEGO A SUS LECTORES PERFUMADO**

Todos los números de la edición del día 22 de septiembre del diario barcelonés "*El Correo Catalán*" se vendieron al público perfumados, tanto en la parte de huecograbado como en las páginas de tipografía. Con motivo de la II Semana de la Química, Cosmética y Perfumería, que se celebraba en la ciudad condal, el periódico se ofrecía al lector impregnado de un suave perfume, lo que se logró mediante una original técnica de una empresa de perfumería.

#### **DON ATAULFO GARCIA ASENJO, OFICIAL DEL MERITO CIVIL**

Su Excelencia el Jefe del Estado, a propuesta del ministro de Información y Turismo, ha concedido la cruz de oficial de la Orden del Mérito Civil a

don Ataulfo García Asenjo, redactor del diario "*Informaciones*", de Madrid, en el que realiza desde hace muchos años una intensa y eficiente labor profesional.

#### **LA ORDEN DE ISABEL LA CATOLICA, A DON JOSE MOLINA PLATA**

A propuesta del ministro de Asuntos Exteriores, le ha sido concedida a don José Molina Plata, director del diario bilbaino "*Hierro*", la encomienda de la Orden de Isabel la Católica, como premio a su dilatada labor profesional en servicio de España.

#### **NUEVA JUNTA DE LA ASOCIACION DE VALENCIA**

En las elecciones celebradas en la Asociación de la Prensa de Valencia para la renovación por mitad de su Junta directiva fueron elegidos los siguientes periodistas:

Vicepresidente, don Vicente Diego Salvá; secretario, don Rafael Alfaro Taboada; tesorero, don Dionisio Domínguez Garijo; Vocales: don Ricardo Dasi Gadea, don Maximiliano Lloret Gómez y don José María Cruz Román.

## **PREMIOS Y CONCURSOS PERIODISTICOS**

### **UN PREMIO DE 150.000 PESETAS PARA UNA MONOGRAFIA SOBRE "DERECHO DE PRENSA"**

**EL CONCURSO CONVOCA A OBRAS INEDITAS QUE ESTUDIEN LA HISTORIA DE LA REGULACION JURIDICA ESPAÑOLA**

El "Boletín Oficial del Estado", en su número del 17 de septiembre, publicó una Orden del Ministerio de Información y Turismo de fecha 6 del mismo mes por la que se convoca concurso para la concesión de un premio

de 150.000 pesetas al mejor trabajo monográfico inédito sobre el tema "Historia del Derecho de Prensa e Imprenta en España". En el preámbulo se explica que la fundamental importancia de la consideración e investiga-

ción de los temas relacionados con la información, que se manifiesta en la continuada aparición en todos los países de obras y trabajos sobre sus distintos aspectos, y la relevancia esencial del tratamiento jurídico de los mismos, significa el acusado interés de fomentar el estudio de la legislación española a este respecto, por todo lo cual, coincidiendo con la celebración en este año del XXV Aniversario de la creación de la Escuela Oficial de Periodismo y con el hecho de la promulgación durante el mismo del nuevo Derecho español de Prensa e Imprenta, el Ministerio convoca el concurso para premiar la mejor obra monográfica inédita en que se estudie la regulación jurídica española, como antecedentes del ordenamiento legal vigente, con arreglo a las bases siguientes:

Primera.—Se convoca concurso para la concesión de un premio de 150.000 pesetas al mejor trabajo monográfico inédito de autor español sobre el tema "Historia del Derecho de Prensa e Imprenta en España". El contenido del tema objeto del concurso excluirá la consideración del régimen legal vigente sobre Prensa e Imprenta.

Segunda.—La entrega de los trabajos monográficos que se presenten al concurso que por esta Orden se convoca se hará en ejemplar triplicado mecanografiado, bajo seudónimo y con plica, el nombre del autor o autores. La extensión mínima de dichos trabajos será de 150 holandesas mecanografiadas a dos espacios.

Tercera.—La presentación de originales se realizará en el Registro General del Ministerio de Información y Turismo, y el plazo para presentación de los mismos finalizará el día 1 de marzo de 1967.

Cuarta.—El Jurado para la adjudicación del premio estará compuesto por: el subsecretario de Información y Turismo, como presidente; el director general de Prensa o persona que designe, como vicepresidente; el presidente del Consejo Nacional de Prensa; un profesor de la Escuela Oficial de Periodismo; un catedrático de la Facultad de Derecho de la Universidad de Madrid; el secretario general de la Dirección General de Prensa,

que actuará como secretario del Jurado.

Quinta.—El fallo del Jurado deberá pronunciarse dentro del plazo de sesenta días, a contar del día en que concluya el de presentación de originales.

Sexta.—El Jurado podrá declarar el concurso desierto si a su juicio ninguno de los trabajos presentados es merecedor de premio. Podrá asimismo formular mención especial para los trabajos que, además del premio, estime destacables por su calidad.

Séptima.—El trabajo premiado será editado por el Ministerio de Información y Turismo. Asimismo podrá editar aquellos trabajos que hayan sido objeto de mención especial del Jurado. Los trabajos editados quedarán de propiedad del Ministerio, quien entregará 200 ejemplares a los respectivos autores.

Octava.—Los trabajos no premiados ni editados por el Ministerio podrán retirarse durante los tres meses siguientes a la publicación del fallo.

#### MINER OTAMENDI Y PUCH, PREMIOS DEL CONCURSO AREA METROPOLITANA DE MADRID

En el concurso de artículos periodísticos convocado por la Comisión del Area Metropolitana de Madrid, el primer premio ha sido otorgado a don José Manuel Miner Otamendi, y el segundo, a don Juan Francisco Puch, respectivamente, de 25.000 y de 15.000 pesetas.

#### DON ARTURO LLOPIS, PRIMER PREMIO DEL CONCURSO DE SALOU

En el concurso periodístico del Ayuntamiento de Salou (Tarragona), el primer premio, de 50.000 pesetas, ha sido concedido a don Arturo Llopis, por su serie de trabajos publicados en el diario "La Vanguardia", de Barcelona. Don José Montero Alonso ha obtenido el segundo premio, de 25.000 pesetas, por un artículo publicado en "Madrid". Finalmente, don

Jesús Vasallo y don Wenceslao Andréu, por sendos trabajos publicados, respectivamente, en "Córdoba" y en "El Correo Catalán", obtuvieron premios extraordinarios de 5.000 pesetas.

#### CONCURSO PERIODISTICO DEL AYUNTAMIENTO DE SEVILLA

El Ayuntamiento de Sevilla convoca concurso de trabajos periodísticos publicados en periódicos o revistas nacionales o extranjeros durante los meses comprendidos entre octubre y marzo próximo, cuyo conjunto y tema constituyan una campaña eficaz de propaganda de las excelencias de la capital sevillana. El primer premio será de 15.000 pesetas y el segundo de 10.000.

De los trabajos que opten al concurso deberán enviarse cinco ejemplares al Negociado de Cultura del Ayuntamiento, pegados los impresos o recortes en pliegos de papel de barba y con la indicación, en el sobre, de "Optante a los premios para Periodistas de 1967". El plazo de admisión terminará a las doce horas del próximo 15 de mayo.

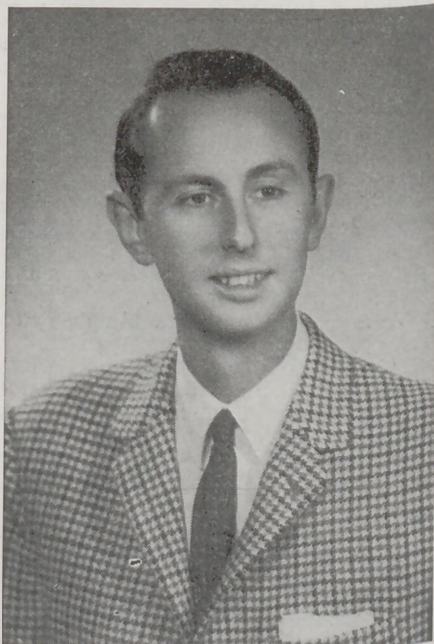
#### BRILLANTE FIN DE CARRERA DE DOS ALUMNOS DE SAN ISIDORO

Dos alumnos de la Institución San Isidoro para huérfanos de Periodistas han terminado con toda brillantez sus respectivas carreras. Se trata de don José Antonio Orejón Pajares, hijo del que fue empleado administrativo de "Prensa Española", don Manuel, y que ingresó en San Isidoro en noviembre de 1953, y de don Francisco José Fernández Núñez de la Cigoña, huérfano del que fue redactor de "Hoja del Lunes", de Nigo, don Fabriciano.

El señor Orejón y el señor Fernández Núñez de la Cigoña cursaron sus estudios con destacadas calificaciones desde el bachillerato, y ahora han alcanzado sendos puestos en la Renfe, el primero, como ingeniero de Caminos, y el segundo, como economista, licenciado en Ciencias Económicas.



*Don José Antonio Orejón Pajares.*



*Don Francisco José Fernández Núñez  
de la Cigoña.*

# Ha desaparecido el "NEW YORK HERALD TRIBUNE"

ERA EL PERIODICO MAS BRILLANTE Y MEJOR  
ESCRITO DE LOS ESTADOS UNIDOS

NO HA PODIDO SALVARLE EL DINERO DE JOHN  
HAY WHITNEY, A QUIEN LA AVENTURA HA  
COSTADO VEINTE MILLONES DE DOLARES  
EN NUEVE AÑOS

Seguirá saliendo la edición de París, la más antigua de un  
periódico norteamericano en Europa.

LA Dirección del «*New York Herald Tribune*» anunció a fines del mes de agosto que se suspendía definitivamente la publicación del periódico. Ha sido uno de los más célebres y respetados periódicos del mundo y durante muchos años el más brillante y mejor escrito de los Estados Unidos. En la década de los años 30 tenía en su Redacción al editorialista más influyente de Nueva York, Geoffrey Parsons; al mejor director de páginas deportivas, y al más agudo redactor de la vida local, Stanley Walker, al que sucedió más tarde otro, Engelking, tanto o más exigente, cuyo prurito de exactitud llegaba a tal extremo, que en cierta ocasión tuvo a uno de sus redactores toda la noche por Brooklyn sólo para comprobar un apellido. Esta Redacción estaba acompañada de una constelación de escritores colaboradores que no tenía par en la Prensa norteamericana.

*La intransigencia de los Sindicatos.*

Parte de la culpa de la desaparición del «*Herald Tribune*» hay que cargársela a la actitud de las Unions (Sindicatos), que han impedido la salida del periódico durante 16 semanas, a partir de su integración con el «*World Telegram-Sun*» y con el «*Journal American*», que realizó en marzo para salvar su situación.

Los Sindicatos han enfocado el problema con mezquindad y excesivo egoísmo, tratando de desbancarse unos a otros y todos ellos ignorando el fenómeno inevitable de la automatización. Al principio, la prolongada huelga (que se produjo sólo a los tres años de otro paro larguísimo) fue declarada para asegurar que la antigüedad, y no la capacidad, sería el criterio para seleccionar a los redactores de los antiguos periódicos que pasarían al nuevo surgido de la fusión. A los cuatro meses, todavía quedaba pendiente de solución el plus que deberían recibir los operarios de estereotipia por trabajar los sábados. Ahora, con menos puestos de trabajo disponibles —comentaba la revista «*Time*»—, los Sindicatos tendrán que negociar otra vez del principio al fin con la nueva Compañía, pero quizá hayan aprendido que un egoísmo excesivo puede convertirse en auto-destrucción.

No toda la culpa ha procedido del lado laboral, y justo es señalar otras circunstancias que han contribuido a la desaparición definitiva de un periódico brillante en otro tiempo, pero que había ido paulatinamente decayendo. En el orden político, el «*Herald Tribune*» reclutaba sus lectores en la alta clase media republicana, pero la gente que constituye ésta ya no reside en Nueva York. Por otro lado, la extensión de su rival el «*New York Times*»,

con su enorme red de corresponsales en el extranjero, el creciente favor de la Prensa sensacionalista, el desarrollo de las revistas de información y el éxito explosivo de la Televisión empezaron a ponerle al periódico, desde la conclusión de la Guerra Mundial, en trance difícil, del que no ha podido salir, pese a los intentos que ha realizado, así desde el punto de vista financiero como profesional y técnico.

#### *Arbol genealógico.*

El «*New York Herald Tribune*», en su forma actual, tenía sólo cuarenta y dos años, pero poseía un árbol genealógico que le daba una gloriosa ancianidad de más de ciento treinta. En efecto, en 1835 James Gordon Bennet, Sr., nombre famoso en la Historia del Periodismo, pues fue uno de sus inventores en el concepto moderno, fundó el «*New York Herald*», operación que le costó 500 dólares. En 1841, Horace Greely creó el «*New York Tribune*». El primero era un periódico barato, popular, que tuvo el mérito de imbuir en el Periodismo norteamericano el hambre por las noticias vivas y frescas. Solía, en aquellos años en que no existían las comunicaciones que hoy conocemos, enviar lanchas con reporteros a la llegada de los barcos que iban de Europa; para cuando el barco tocaba en el puerto, los periodistas habían hecho las principales entrevistas y recogido de boca de los viajeros las noticias europeas.

Fue también el «*Herald*» el que realizó una de las primeras proezas de «enviado especial». Mandó a Stanley a que buscara a Livingstone, que se había perdido en la selva africana. El otro periódico, el «*Tribune*», era distinto: circunspecto, distinguido, y la voz influyente de un Partido que acababa de nacer: el Republicano, «*aunque no tanto* —comentaba en un artículo «*Time*»— *que no tuviese sitio en sus columnas para las crónicas que desde Londres enviaba un corresponsal llamado Carlos Marx (1851-1861)*».

En 1872 un periodista que se había distinguido como corresponsal en la Guerra de Secesión, Whitelaw Reid, adquirió la propiedad del «*Tribune*», del que ocupó, además, la Dirección, cargo en que le sucedió en 1912 su hijo Ogden, que doce años más tarde compró el «*Herald*». De la fusión de ambos surgió este «*New York Herald Tribune*», que tuvo éxito inmediato, con una tirada que sobrepasó las de sus progenitores.

#### *Una influyente señora.*

Conviene ahora traer a colación el nombre de una figura femenina que llegó a tener gran significación en la historia del periódico: Miss Helen Rogers Reid. En el momento de ocurrir la fusión (1924), la brillantez y peso editorial del nuevo periódico necesitaban el complemento de una publicidad abundante. De esta sección se ocupó una joven licenciada de la Universidad de Appleton (Wisconsin), que terminó casándose con el director propietario, Ogden. Miss Helen Rogers Reid se encargó de la promoción del periódico, cuyo prestigio elevó con la creación del Foro Anual del «*New York Herald Tribune*» sobre Problemas de Actualidad. Miss Rogers Reid llegó a ser una personalidad destacada e influyente en el alto mundo neoyorkino y promovió campañas políticas nacionales e internacionales. En 1947, a la muerte de su marido, se encargó de la Dirección general del periódico, pero se vio ya enfrentada con las primeras dificultades económicas, pues la fortuna de la familia Reid, que fuera en tiempos considerable, había disminuido.

Designó a su hijo mayor, Whitelaw, como director, y éste introdujo una serie de medidas económicas y reducción de personal, pero apenas tuvieron efecto. En realidad, parece que Whitelaw no estaba a la altura de las circunstancias, que empezaban a ser duras y agravadas por el nuevo empuje de la Televisión. La dominante señora decidió sustituirle por su hijo más joven, Ogden, que desde chico había dado muestras de gran dinamismo y vigor intelectual. Al hacerse cargo del despacho directorial, decidió efectuar allí un cambio de arriba abajo, y planeó reformas literarias, creó alguna nueva sección y lanzó una edición matinal temprana, de las cuales innovaciones unas tuvieron éxito y otras no. Pero, no obstante, el periódico parecía herido en su moral y daba muestras de vacilación, sobre todo en relación con su rival, el «*New York Times*». Todavía conservaba una excelente Redacción y una serie de nombres prestigiosos en la lista de columnistas: Art Buchwald, Jose Alsop, Walter Lippmann, y los ases informativos de la guerra de Corea, Homer Bigart y Marguerite Higgins, ambos premio Pulitzer. El primero de éstos, al regresar del frente, se quedó sorprendido ante el estado del periódico —en el que, en los tiempos gloriosos,

la gente joven trabajaba, no sólo por el salario, sino, sobre todo, por el prestigio que le daba a uno—, y se pasó al «Times». La defeción de redactores —que son los que constituyen la verdadera «corriente sanguínea» de un periódico— empezaba, y no había manera de contenerla. Y al mismo tiempo aumentaban las dificultades financieras.

#### Los millones de Whitney.

A fin de paliar éstas y de emprender nuevo camino, los Reid recurrieron en 1957 a la ayuda de John Hay Whitney, figura importante de las finanzas norteamericanas, multimillonario conocido por sus aficiones deportivas, que había sido Embajador en Londres en la época en que Eisenhower era Presidente.

Recibió Whitney la invitación con entera satisfacción, e incluso con entusiasmo; puso 1.200.000 dólares en la Empresa, con una opción de compra, y terminó por convertirse en accionista mayoritario, al mismo tiempo que buscaba la cooperación de sus amigos de Wall Street. Su deseo era salvar al «New York Herald Tribune» y convertirlo en el órgano del sector moderado del Partido Republicano. Tras un previo tanteo, encomendó la Dirección a John Denson, procedente de la revista «Newsweek», que trató de dar al periódico con sus reformas —confección, titulación, diferente fisonomía de la página primera— lo que algunos llamaban «enfoque de magazine». Simultáneamente, se hizo gran gasto en una campaña de promoción partiendo del lema «un buen periódico no tiene por qué ser pesado». La tirada empezó a subir, pero en eso llegó la huelga de 1962-63, que le dejó mortalmente herido. El periódico había perdido ya a Denson. Trataron los sucesores de éste de imitar su estilo, pero carecían de su viveza. Pese a todo, las estrellas permanecieron, e incluso surgieron otras, como Judith Crist en la crítica del cine y el columnista-reporter Jimmy Breslin. Aparecieron nuevos reporteros de brillante porvenir, pero no había como en la buena época, cuando el «Herald Tribune» era, no sólo un gran periódico, sino una verdadera Escuela de Periodismo, quien los encauzase.

El «Herald Tribune» seguía perdiendo dinero, tanto, que ya empezaba a ser demasiado incluso para una bolsa tan henchida como la del millonario Whitney, cuya aventura periodística —verdadero servicio público— parece ser que le ha costado unos 20 millones de dólares. No obstante, tardó en decidirse a arrojar la esponja, y sólo el pasado abril se prestó a aceptar la propuesta fusión con el «World Telegram & Sun» (de Hearst) y el «Journal American» (de Scripps). El periódico previsto no salió. Otra huelga, que estalló precisamente por causa de esta fusión, terminó por provocar la suspensión definitiva.

#### La edición de París.

La desaparición del periódico neoyorkino no arrastra la de la edición de París. Ha sido éste el más antiguo de los periódicos norteamericanos que lanzaron edición europea. Apareció en 1888 y estaba principalmente destinada a los turistas y ciudadanos de EE. UU. residentes fuera del país. Se distribuye por 8.000 quioscos de 72 países, desde Oslo a Ciudad del Cabo y desde Lisboa hasta Formosa. Tiene una tirada media de 60.000 ejemplares, que se eleva a 102.000 en el momento más alto de la temporada turística. Ha ganado dinero, aunque en los últimos tiempos ha cambiado el signo debido a los elevados costos, sobre todo los de su complicada distribución mundial.

Hace unos meses comenzaron conversaciones con vistas a su fusión con la edición parisense del «New York Times», que tiene una tirada de 40.000 ejemplares, y ha perdido dinero desde su aparición, hace seis años. Las conversaciones no dieron resultado, porque los del «Times» pedían el control editorial y una asociación a partes iguales. Poco después se recibía una oferta más favorable del «Washington Post», y ha sido con éste con el que se ha realizado por fin la fusión. El «Washington Post» ha adquirido el 45 por ciento, y el resto lo ha conservado Whitney, que sigue siendo el editor. «Nuestra asociación con el «Post» —ha manifestado este último— nos dará la posibilidad de ampliar el campo de las actividades de nuestro diario en París y reforzará su posición en el mercado europeo».

El periódico responderá en adelante al largo título de «Edición Internacional del New York Herald Tribune-Washington Post» y añadirá al material habitual el procedente del servicio informativo de los periódicos «Los Angeles Time» y «Washington Post».

J.

## Cuatro nuevos libros sobre información para menores

DOS SOBRE PRACTICA DE PERIODISMO, UNO SOBRE CINE Y OTRO HISTORIOGRAFICO

TODOS LOS LUNES DE ESTE MES, CONFERENCIAS-COLOQUIO BAJO EL LEMA "EL NIÑO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL"

LA Organización Juvenil Española acaba de dar a la luz tres manuales, dos de los cuales interesan especialmente a estas páginas, mientras el tercero toca un tema —el Cine— que, por su próxima relación con la formación de los menores, también merece ser citado aquí. Son obras dedicadas a la preparación de especialistas juveniles, elaboradas por expertos en cada uno de los temas y llevadas a cabo por iniciativa del Gabinete de Tiempo Libre del Instituto de la Juventud.

### DE JOVENES Y PARA JOVENES

La primera de las obras es un manual en dos tomos, que atiende tanto a mostrar cómo es la Prensa hecha por jóvenes cuanto a abrir claros por el espeso bosque de ofrecerles a ellos mismos una Prensa adecuada. El autor, Andrés Romero Rubio, conoce cumplidamente ambas facetas: director de la Escuela de Preparación Periodística del Instituto de la Juventud y director de la excelente revista "*La Ballena Alegre*", su experiencia y su activa preocupación le han permitido y obligado a acudir a un terreno tan amplio como trascendente.

A partir de las publicaciones teóricas emanadas de la C. I. P. I. J., en su mayoría como resultado de los Cursos de Espe-

cialización desarrollados hasta el momento, se hacía necesario ir sintetizando las densas intervenciones de profesionales del Periodismo, de psicólogos y pedagogos, para desarrollarlas sobre todo en un plano práctico y escueto. Estos manuales lo intentan, con general fortuna, aunque es obvio que no se puedan reducir a doscientas cincuenta páginas las múltiples implicaciones que muchos ángulos de esta especialidad contienen. La obra, en cada uno de sus tomos, es de una utilidad inmediata para quienes quieran recorrer con paso rápido y seguro el camino elemental del Periodismo juvenil. Es su mérito mayor, a nuestro juicio, que se haya emprendido y realizado el trabajo con un propósito didáctico, conseguido en todo momento, sin desechar la orientación ágil y aguda sobre puntos que son en particular interesantes y problemáticos.

El manual recoge en su primer volumen lo que se refiere a la Prensa volante, desde una llamada sobre su indudable necesidad e importancia hasta las variantes, en campamentos, en centros de enseñanza y trabajo, entre dirigentes juveniles y como revistas habladas. El segundo volumen, que trata de la Prensa juvenil tipográfica, no es sólo un resumen de objetivas observaciones, sino una rica guía que puede ser-



vir muy bien al aspirante a periodista e incluso al periodista novel, como síntesis que por su claridad constituye un fácil refresco de ideas. Trata este segundo tomo de los presupuestos económico, de personal, de maquinaria y de distribución; de la composición y organización del equipo redactor de una revista; de las secciones principales de la misma; y de la confección, atendiendo al maquetado, la paginación, los contrastes, la preparación de originales, las normas tipográficas, la obtención de pruebas y otros extremos sencilla y certeramente expuestos. Antecede a ello, un anexo sobre planteamiento, precedentes y otros datos documentales, y cierra el volumen otro de carácter informativo sobre la Escuela de Preparación Periodística, junto con un nutrido apéndice bibliográfico.

Este manual es, en definitiva, recomendable a cuantos quieran tener ideas claras sobre el mundo de la Prensa para menores, particularmente en nuestro país. Constituye, por otra parte, una muestra más del reciente interés que el tema suscita entre nosotros.

El manual de Cine, debido a la pluma de Angel Casado Marcos de León, nace con similar propósito formativo. Es evidente que el medio audiovisual está inscrito ya con recios caracteres en el contexto de las grandes influencias sobre nuestros niños y jóvenes. *"Los grandes medios de difusión: Cine, Radio, Prensa y TV —dice el autor en la introducción— se basan en la técnica de estas imágenes. La importancia de estos medios es cada vez mayor... La O. J. E. quiere y debe contar con ellos. Pueden ser un elemento importantísimo en esa pedagogía indirecta que le es tan peculiar y, por otra parte, tan necesaria e insustituible."*

Casado Marcos pretende que este manual despierte el interés de los jóvenes por la tarea específica de los especialistas y, sobre todo, oriente concreta y prácticamente a los especialistas mismos, indicándoles el modo más adecuado de abordar problemas y satisfacer necesidades en este campo. El volumen, de cien páginas, ocupa las treinta primeras con conceptos generales introductorios, para dedicar la segunda parte a la formación del especialista en Cine y otros medios audiovisuales de cara a los Hogares Juveniles. Se trata de un trabajo que resultará provechoso, en particular para aquellos a quienes más directamente se dirige.

## EL NIÑO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Como cada primer lunes de octubre, desde hace catorce años, se ha celebrado el 3 de este mes el Día Universal del Niño. Con este motivo se ha iniciado en el Instituto de la Juventud un ciclo de cinco conferencias programadas para cada uno de los lunes del mes en curso. La primera de ellas, desarrollada por el padre Jesús María Vázquez, fue pronunciada bajo el título *"El niño y los actuales medios de comunicación social"*. Se trata del tema que muy acertadamente ha propuesto este año, como objeto de estudio y difusión en nuestro país, la Comisión Católica Española de la Infancia.

El padre Vázquez señaló en su disertación el acierto de la C. C. E. I. al elegir el tema, y llamó la atención sobre la necesidad, manifiesta en otros países, de atender a evitar o cerrar las llagas de una patología social de difícil desarraigo. Subrayó cómo el Decreto Conciliar sobre los Medios de Comunicación Social ha dedicado especial atención, sobre todo en cuatro de sus artículos, a la información para menores, insistiendo en la necesidad de adaptación y adecuación de la Prensa para niños y jóvenes de uno y otro sexos. Se refirió después al ámbito de los menores como un mundo radicalmente distinto, por principios psicológicos, y habló de la particular fuerza que la Prensa gráfica tiene en la actualidad, cuando estamos empezando a vivir la llamada *"época de la civilización por la imagen"*, desde hace pocas décadas. Indicó como muy significativo el dato de que, en España, lo que se lee más son los *tebeos*, *"cuya tirada actualmente se calcula ya en más de 78 millones de ejemplares anuales. Es lastimoso —añadió— que exista más cantidad que calidad, aunque se van dominando las peores taras cualitativas y vislumbramos un panorama alentador"*.

Entre los problemas de la Prensa infantil, destacó el padre Vázquez el abuso de la violencia, imperante hasta hace poco, así como la necesidad de encontrar y promocionar auténticos héroes y personajes que sean *humanos*. Dijo también que la lectura de los niños no puede limitarse a los libros de texto y que de ello nace la imperativa urgencia de proporcionarles otros libros y periódicos sanamente evasivos. En la selección de lecturas infantiles, la última responsabilidad reside en el medio familiar, así como en lo que toca al

visionado de unos u otros programas de Televisión y Cine o la audición de Radio. Por último, se refirió al juguete, lamentando que los niños estén en gran parte olvidando las virtudes positivas del juego a cambio de la sugestión negativa de ciertos juguetes. Una gran labor de colaboración es necesaria para que la Prensa, la Televisión, la Radio, el juguete, el teatro y el disco, entre otros, acierten con los centros de interés de los menores y no hagan fallida la actividad que muchos profesionales de la información y de la educación se han decidido ya a emprender.

En el programa elaborado por la C. C. E. I. seguirán conferencias-coloquio sobre los siguiente temas y en las fechas que se indican a continuación:

- 10 de octubre.—“Prensa Infantil”, por don Alvaro Capella. “Literatura Infantil”, por doña Carmen Bravo Villante.
- 17 de octubre.—“Radio Infantil”, por don Enrique Santos y don Maximino Sanz.
- 24 de octubre.—“Cine Infantil”, por el padre José María López Cerezo.
- 31 de octubre.—“Televisión Infantil”, por doña María Dolores de Asís.

Todas estas conferencias-coloquio se celebrarán en el Instituto de la Juventud, a las ocho de la tarde. Al ciclo, abierto bajo los más esperanzadores auspicios, pueden

asistir cuantos se interesen por los temas planteados.

## LIBRO HISTORIOGRAFICO

Aparecerá en los próximos días un libro titulado “Prensa Infantil y Juvenil: pasado y presente”, que en la actualidad está ultimando la Comisión de Información y Publicaciones Infantiles y Juveniles. La nueva obra recoge, a través de las etapas históricas que vienen desde finales del siglo XIX hasta nuestros días, los títulos más significativos y la tónica de conjunto de esta Prensa en cada momento.

Quando está cercana la terminación del Estatuto de Prensa Infantil, el nuevo libro viene a sumarse como un rico complemento a la lista de publicaciones documentales que ya constituyen valiosa ayuda para cuantos tienen preocupaciones en este campo. Su contenido, resumido con vistas a un mejor manejo, incluye referencias al pasado, descripción del presente y esbozo de previsiones para un futuro inmediato, con la expresiva adición de una serie de diapositivas que puedan representar cada etapa, además de un apéndice que recoge una breve reseña histórica de cada publicación elegida como muestra, relación exhaustiva de títulos hoy en el mercado y actividades, publicaciones y composición de la C. I. P. I. J.

Es alentador poder ir contando nuevas obras útiles en el elenco bibliográfico que ya podemos mostrar en nuestra Patria sobre la información para menores.

# PERIODISMO MUNDIAL

## UNA PROFUNDA CRISIS EN LA PRENSA ITALIANA

LA LIBERTAD DE PRENSA ESTA CADA VEZ MAS  
CONDICIONADA POR LOS PODERES ECONOMICO-  
POLITICOS

HAY UNA AMPLIA TENDENCIA A LA  
CONCENTRACION Y, POR LO TANTO, A LA  
DESAPARICION DE PERIODICOS

**El Congreso de la Federación Nacional de la Prensa ha  
reclamado medidas radicales**

DEL 14 al 17 del pasado septiembre se celebró en Venecia el X Congreso de la Federación Nacional de la Prensa italiana. Varios temas importantísimos figuraban en el orden del día; entre ellos, y principalmente, el de una libertad de Prensa amenazada por múltiples factores y el de la crisis, relacionado estrechamente con la amenaza a dicha libertad, por que en la actualidad atraviesan las Empresas periodísticas. Como resumen de las deliberaciones, en la última reunión del Congreso, y por aclamación, fue aprobada una propuesta, que refleja con toda exactitud los temas discutidos y el ambiente en que las discusiones transcurrieron. Su texto dice así:

"La Comisión designada por el Congreso para elaborar un documento capaz de reflejar los problemas actuales de la Prensa italiana somete a la Asamblea la siguiente moción:

"El Congreso Nacional de la Prensa italiana: Considerando las graves consecuencias que podrían derivarse de la tendencia a la concentración y a la reforma de las Empresas editoriales, y con el fin de tutelar concretamente la libertad de Prensa, que encuentra seguro baluarte en la multiplicidad y en la articulación regional de los títulos; decidido a tutelar los intereses de esas Empresas, afectadas ya por un inquietante porcentaje de paro; tomando nota con satisfacción del compromiso del Gobierno, expresado por el Presidente del Consejo, Moro, al Con-

greso, de instituir una Comisión mixta para el examen y la solución de los problemas del sector y de la categoría de los periodistas:

"Encarga a la Federación Nacional de la Prensa y a los mismos periodistas, sobre todo a los que están investidos de mandato parlamentario, que promuevan todas las iniciativas capaces de favorecer de manera especial a las Empresas pequeñas y medianas, liberándolas de gravámenes que están en contraste con la función social de la Prensa, y de fomentar una mayor difusión de la Prensa diaria y periódica.

"En relación con todo lo dicho, se exponen, a título de sugerencia, algunas iniciativas, a discutir con el Gobierno y los editores:

"1) Ulteriores facilidades para la adquisición del papel, mediante un nuevo mecanismo que garantice, sobre todo, la vida de los órganos de Prensa de menor tirada;

"2) Análogas medidas que hagan disminuir los costes de los servicios, como los gastos telefónicos, postales, telegráficos, de transporte, de energía eléctrica, etc., así como la exención de impuestos fiscales, con especial referencia al I. G. E. (impuesto general sobre utilidades);

"3) Comprobado el desequilibrio provocado por la situación de monopolio en que actúa la RAI-TV en el mercado de la publicidad, desequilibrio que se ha acentuado en los últimos años (con un presupuesto publicitario que ha pasado de 16.000 millones de liras en 1961 a 36.000 en 1966) y que ha repercutido especialmente en los periódicos de media y pequeña tirada y en sus respectivas Empresas editoriales, se encarga a los órganos competentes que estudien las soluciones adecuadas para una justa adaptación de la distribución de la publicidad de la Entidad estatal (RAI-TV) sobre la Prensa sin discriminación alguna, para que resulten favorecidas las Empresas medianas y pequeñas. Análogas exigencias se imponen en lo que atañe a la distribución de la publicidad IRI y de las Empresas de Estado;

"4) Como ocurre en todos los países con alta difusión de los órganos de Prensa, conviene fijar una disciplina legislativa que establezca los horarios de cierre de los periódicos, estudiando al mismo tiempo la renuncia a uno de los seis números semanales y liberalizando el precio del eventual sexto número;

"5) Promover todas las medidas capaces de acrecentar la difusión de la Prensa diaria, ejerciendo una obra de persuasión para convencer a la opinión pública sobre la importancia que tienen para ella la información y el libre debate de las opiniones, índice de los actuales valores democráticos y culturales de cada pueblo. Esto podría realizarse, por ejemplo, a través de las oportunas campañas de publicidad radiotelevisiva, mejorando los sistemas de distribución, desarrollando una obra de educación entre los jóvenes de las escuelas superiores o con otras iniciativas que se consideren oportunas a tal fin.

"Sobre estos problemas, que afectan íntimamente a las exigencias de desarrollo y de renovación cultural y democrática del país, el Congreso llama con energía la responsable y concreta atención del Parlamento italiano."

#### La libertad de Prensa, amenazada

Hasta aquí, el texto de la moción final del Congreso, en la que, ciertamente, no faltan las alusiones a los dos temas principales del mismo: la libertad de Pren-

sa, que en Italia aparece cada vez más condicionada por el poder económico-político de las entidades estatales, y la crisis de las Empresas periodísticas, consecuencia inmediata del monopolio que algunas entidades estatales ejercen sobre la publicidad.

La libertad de Prensa en Italia, afirmada en principio por la Constitución y las leyes del Estado, encuentra cada vez mayores dificultades para abrirse paso. El motivo es muy sencillo: los costes de producción de un periódico, en Italia, superan en cerca del 30 por ciento a los ingresos del periódico, y hasta hay periódicos que se venden en los quioscos a un precio inferior al del coste del papel en que están impresos. Por lo general, esa diferencia entre el coste y el producto de la venta debería ser cubierta, y con creces, por los ingresos publicitarios, pero la verdad es que estos ingresos van disminuyendo de año en año y que, hoy día, los periódicos que consiguen cerrar sus balances a cero o con superávit se pueden contar en Italia con los dedos de una mano. Casi todos están en déficit, un déficit que cubre quien tiene la posibilidad de cubrirlo, es decir, los Centros de poder político o económico. A este punto, la libertad de Prensa, la auténtica, la verdadera, se convierte en libertad del poder —político o económico—, que dispone de una Prensa propia, de una Prensa dócil a sus deseos y a sus intereses, que pueden ser legítimos, pero que no contribuyen al ejercicio de la libertad de Prensa que la Constitución y las leyes sancionan.

Hoy, con el aumento de los costos y la progresiva reducción de los lectores de la Prensa diaria, la situación se va agravando cada día más; muchos periódicos son suprimidos, y los que quedan acaban diciendo prácticamente las mismas cosas, porque todos son, de una manera u otra, tributarios de los valores, de los criterios de juicio, de la filosofía corriente en el sistema y en los poderes que la expresan: los poderes que tienen en sus manos la posibilidad de distribuir, con criterios incontrolados, espacios publicitarios por valor de millares de millones. En el sector de la distribución de la publicidad actúan en Italia, con creciente vigor de concentración, algunos "monopolios": las entidades de Estado. En primer lugar, y en posición dominante, se sitúa la RAI-TV, que absorbe actualmente, con sus espectáculos publicitarios, 36.000 millones de liras (una cantidad suficiente para el funcionamiento de veinte diarios de tirada media de 100.000 ejemplares).

Para resolver estos problemas y atajar la progresiva crisis de los periódicos en Italia, el Presidente del Consejo de Ministros, Moro, ha anunciado, hablando a los congresistas en Venecia, que será creada una Comisión mixta, formada por representantes del Gobierno y por periodistas, para examinar a fondo las dificultades en que se debate el sector. Por lo pronto, los periodistas han presentado dos posibilidades: la de establecer por ley que las Sociedades concesionarias de publicidad distribuyan ésta a todos los periódicos, en proporción a la tirada y a la difusión, y la de crear una única entidad estatal para la publicidad, sometida a severo control y encargada de distribuir con criterio objetivo la publicidad a la Prensa diaria y periódica.

El Gobierno, por el momento, ha prometido que tomará en consideración estas sugerencias, pero, hasta ahora, no parece querer renunciar al control de la sociedad SIPRA —concesionaria exclusiva de la publicidad radiotelevisiva— y

del Ente Celulosa —que monopoliza la distribución del papel a los periódicos y revistas—. Mediante estos dos organismos, la libertad de Prensa resulta fuertemente condicionada en el país.

## ALEMANIA

**E**L último catálogo editado de revistas científicas alemanas comprende 1.583 títulos, lo que representa un aumento de 355 nuevas publicaciones de

Revistas  
científicas

según el catálogo de referencia.

este género desde 1961. Veintitrés son las especialidades de todas las publicaciones alemanas occidentales actualmente,

\* \* \*

**G**ERHARD Starke, director de la Radiodifusión alemana, ha sido nombrado director de "Die Welt", uno de los tres diarios alemanes de mayor tirada. Starke ocupó su anterior cargo desde 1961 hasta el pasado mes de agosto, en que quedó incorporado al periódico de Hamburgo para familiarizarse con él antes de asumir la dirección.

Nuevo  
director  
del "Welt"

\* \* \*

**L**AS Agencias DPA y UPI han anunciado que a principios de enero de 1967 comenzarán la distribución de un servicio conjunto de fotografías.

Nuevo  
servicio de  
la DPA

La Agencia alemana podrá disponer de la red mundial de tele-fotografías de la norteamericana, no sólo para distribuir la información gráfica germana de actuali-

dad, sino para recibir la de todo el mundo distribuida por United Press International.

\* \* \*

**L**A sugerencia del IV Congreso de Ministros de Justicia de los países europeos, celebrada el pasado mayo en Berlín, para que se proceda a un estudio comparado de las Legislaciones de Prensa de las naciones representadas en el Congreso, ha encontrado eco, pues en

Un derecho  
europeo de  
Información

varias capitales europeas, sobre todo las escandinavas, se han iniciado los trabajos preparatorios para una confrontación de las Leyes de Prensa nacionales. Estos estudios han abierto el camino para la aprobación de un Derecho europeo sobre Información y Publicación, aunque se cree que pasará mucho tiempo antes de que se llegue a una uniformidad legislativa sobre la materia.

\* \* \*

**L**AS revistas ilustradas alemanas son las que más intensamente se ven afectadas por la concentración de Empresas periodísticas, que continúa acentuándose en la República Federal. Sobre los cuatro grupos importantes existentes hasta ahora, empiezan a destacarse los de Bauer y Bucerus, que son los

La concentra-  
ción de las  
revistas

más empeñados en la disputa por la conquista del mercado publicitario, sin que pueda predecirse de momento cuál de dichos grupos prevalecerá sobre el rival. Aunque en el terreno de los periódicos diarios se registra también el fenómeno de la concentración, éste no ha afectado tan seriamente como a las revistas, lo que da lugar a que las publicaciones diarias tropiecen con mayores dificultades.

\* \* \*

**S**EGUN una encuesta realizada por el Instituto de Periodismo de la Universidad de Maguncia, los estudiantes de dicho centro docente que se interesan por los problemas políticos (un 29 por 100 del total) leen con más frecuencia la Prensa

Los problemas políticos y la Prensa

o escuchan los programas informativos de la Radio y la Televisión que los desinteresados por dichos problemas. Del primer grupo, el 49 por 100 lee regularmente el diario local "*Mainzer Allgemeine Zeitung*"; el 39 por 100 tiene preferencia por "*Frankfurter Allgemeine Zeitung*", y el 12 por 100 lee "*Die Welt*". El porcentaje de los lectores de los mismos periódicos que no tienen interés por los temas políticos es, respectivamente, del 35, 23 y 15 por 100.

\* \* \*

**L**AS revistas ilustradas alemanas "*Neue Illustrierte*" y "*Revue*" han publicado un número con dos portadas, la suya propia y la de la publicación de la competencia; de esta manera han comenzado la preparación de sus lectores para la fusión de ambas, que se pro-

Fusión de dos revistas

dujo dos números después. La nueva revista, fusionada de las hasta ahora independientes, se publica con el título de "*Neue Revue*", cuya Redacción se encuentra en Colonia. El director de "*Neue Revue*" es Ewald Struwe, que anteriormente dirigía la "*Neue Illustrierte*".

## A U S T R I A

**L**A "*Austria Presse Agentur*" (APA) ha celebrado el vigésimo aniversario de su fundación. Los suscriptores de la Agencia austriaca de Prensa son

Aniversario de la APA

los periódicos y revistas austriacos, propietarios de la misma. La APA fue constituida como Empresa corporativa,

después de la Segunda Guerra Mundial, como sucesora del "Centro oficial informativo", que existió desde 1922. La APA, cuyas instalaciones son de las más modernas, intercambia noticias con una veintena de Agencias de Prensa de todo el mundo.

\* \* \*

**E**L periódico vienés "*Kronen Zeitung*" ha sido condenado a pagar una indemnización de 3.000 "shillings" (7.000 pesetas) al Partido Socialista

Periódico condenado

austriaco, querellado contra el periódico por una información aparecida en éste en la que se decía que el diario socialista

"*Arbeiter Zeitung*" no tiene ya ninguna influencia sobre las masas, por lo que los dirigentes del Partido han proyectado convertirlo en una publicación destinada exclusivamente a los afiliados, con una tirada reducida.

\* \* \*

**L**A nueva Ley de Turismo de la región de Vorarlberg (Austria occidental) ha dado lugar a una protesta del Consejo de Prensa austriaco, que

**La defensa del turismo**

considera que dicha Ley podría representar una limitación a la libertad de Prensa al figurar entre las disposiciones de aquélla una que establece que será objeto de sanciones "especiales" la difusión intencionada o negligente de noticias que puedan causar perjuicio al turismo.

**BELGICA**

**E**L Gobierno belga, cediendo a las presiones sindicales, ha ordenado que los sábados por la tarde no sean distribuidos por correo los diarios; con

**El reparto de diarios los sábados**

ello se obtendrá una economía de 22 millones de francos belgas (25 millones y medio de pesetas) que beneficia al Gobierno, pero causa un grave perjuicio a la Prensa. La razón es clara: la mayor parte de los quioscos y puestos de venta de periódicos permanecen cerrados los fines de semana, lo que motiva que las suscripciones a los verperinos sean numerosas; sólo "Le Soir" tiene en Bruselas 8.000, que no podrán ser distribuidos a causa de las medidas adoptadas.

Al promulgarse esta disposición, la Asociación belga de directores de periódicos ha hecho pública una declaración en la que se dice que la supresión de la distribución por correo de los periódicos de la tarde los sábados constituye una amenaza contra la libertad de Prensa. La Asociación ha protestado también por no haber sido consul-

tada previamente por el Gobierno antes de adoptar esta decisión.

\* \* \*

**L**A revista femenina "Femmes d'Aujourd'hui", editada en Bruselas por el "trust" francés Hachete, que circula principalmente en Francia y cuya tirada total es de

**Otra fusión de revistas**

1.300.000 ejemplares, se ha fusionado con "Modes et Lectures d'Aujourd'hui" (con 220.000 ejemplares de tirada), de la misma editorial y dedicada a lectoras jóvenes.

**DINAMARCA**

**C**ON motivo del centenario del diario danés "Naestveds Tidende", el rector de la Universidad de Copenhague ha declarado que todos los centros docentes de Dinamarca deberían estas suscritos a diferentes periódicos. La lectura de la Prensa —di-

**La Prensa en los centros docentes**

jo— enriquecería el material de estudio de las clases superiores; de ahí que se cree oportuno que el Ministerio de Educación, además de seleccionar los libros de texto de los centros docentes superiores, considere conveniente que los alumnos de éstos dispongan de varios periódicos; con ello se contribuiría también a evitar la desaparición de publicaciones danesas, que es cada vez más alarmante.

**FRANCIA**

**L**A Asociación de Periodistas franceses ha revelado que durante el pasado verano había en paro forzoso



en Francia un total de 190 periodistas, literarios y gráficos, de ellos 163 en París. El Centro nacional para la colocación de periodistas existente en París logró colocar en distintas publicaciones, durante el segundo trimestre de 1966, a un total de 26 que se encontraban sin empleo.

**Periodistas en paro**

\* \* \*

EL director del semanario "Minute", Jean François Devay, ha sido condenado al pago de una multa de 1.000 francos (12.000 pesetas) por ofensas al Presidente de la República, según una sentencia del Tribunal Correccional de París. El motivo de la condena ha sido la publicación de un dibujo humorístico, aparecido en "Minute" el 9 de abril de 1965, en el que aparecía el General De Gaulle.

**"Minute", condenado**

\* \* \*

FRANCIA está trabajando en la construcción de un satélite propio de comunicaciones, el "Saros", cuyo proyecto está siendo desarrollado por los centros nacionales de transmisión de noticias y de investigación espacial.

**Satélite de transmisión**

\* \* \*

EN un 10 por 100 subirá el precio de algunos de los diarios parisenses a partir de noviembre. Las publicaciones afectadas por la subida

son: "L'Information", "Les Echos", el comunista "L'Humanité" y el socialista "Le Populaire"; con esta autorización ha quedado derogado el bloqueo de los precios de la Prensa, establecidos por la Ley de 12 de septiembre de 1963.

**Aumenta el precio de los diarios**

## H O L A N D A

LA tentativa de algunos importantes periódicos holandeses, que publican un suplemento gratuito ilustrado en color los fines de semana, no ha alcanzado el éxito previsto. Ha fracasado prácticamente el intento de evitar, mediante la publicación de estos suplementos, la introducción de la publicidad en la Televisión neerlandesa. Una investigación realizada entre los lectores ha demostrado que éstos no conceden la atención que se buscaba a los suplementos, que les recuerdan los numerosos catálogos editados en color, con anuncios de productos varios, que reciben en sus domicilios por correo.

Una estadística realizada entre los anunciantes ha demostrado que el primitivo interés que éstos prestaron a los suplementos de la Prensa diaria ha decrecido considerablemente, lo que ha motivado que dichos suplementos, que en principio aparecieron con 40 páginas, hayan quedado reducidos a 20.

\* \* \*

PARA los navegantes holandeses se ha publicado el primer número de un periódico sonoro, redactado y editado por el Centro de Estudios Marí-

**Periódico  
sonoro**

timos. La cinta magnetofónica, que tiene una duración de sesenta minutos, contiene un resumen de las noticias más interesantes recogidas de la Radio y la Televisión holandesas.

\* \* \*

**L**A primera Escuela de Periodismo de los Países Bajos se ha inaugurado en Utrecht. El programa de la Escuela se inspira en el del Centro de

**Primera  
Escuela de  
Periodismo**

Formación Periodística de París y otros centros americanos parecidos. La Escuela ha sido fundada por iniciativa de periodistas y editores, y cuenta con una subvención del Gobierno equivalente a 160 millones de pesetas. Los cursos tendrán una duración de tres años.

### INGLATERRA

**L**ORD Thomson ha anunciado que, a partir del próximo mes de abril, publicará una edición del "Evening Post" para la zona de Bedfordshire y el norte de Hert-

**Thomson  
extiende  
su red**

fordshire; al propio tiempo editará el "Evening Echo", que se distribuirá en la región suroccidental de Hertfordshire. Con ello, Lord Thomson reafirma su optimismo en cuanto al futuro de la Prensa regional; ha anunciado también que sus asesores estudian la posibilidad de publicar nuevos periódicos para el Norte y el Midlands.

Simultáneamente, Lord Thomson ha constituido una nueva Empresa editorial, filial de la "Thomson Organization Ltd.", editora del "Sunday Times"; llevará por título "Noonday Books Ltd." y su gama de publicaciones abarcará desde libros educativos e infantiles hasta obras de ciencia-ficción.

\* \* \*

**E**L ingreso de los diarios, revistas y cadenas de Televisión por ventas de espacios publicitarios no ha alcanzado el nivel en que se hallaba cuando

**Contención  
en la  
Publicidad**

los conservadores estaban en el Poder, según ha revelado "Statistical Review of Press and TV Advertising". Por su parte, la "Legion Publishing Co." ha afirmado, al hablar del desarrollo de la publicidad, que ésta ha retrocedido hasta alcanzar un "punto de detención total". Aunque "Statistical Review" calcula en unos 287 millones de libras (48.790 millones de pesetas) las inversiones publicitarias en Prensa y Televisión —cifra que establece un nuevo "record" en estas inversiones— durante los doce meses terminados en junio pasado, esta cantidad sólo supera en el 1 por 100 a la invertida en 1965. El aumento registrado en el mismo período, concluido en junio de 1964, fue del 11 por 100. La misma publicación señala que la cifra del segundo semestre de 1966 de inversiones en Prensa será de 46.018.000 libras, lo que supone un aumento del 2 por 100 sobre las inversiones del segundo semestre de 1965; el aumento en TV ha sido sólo del 0,50 por 100.

\* \* \*

**L**A situación de la Prensa inglesa ha sido calificada de "plenamente satisfactoria", a pesar del desarrollo de los demás medios de comunicación social y del aumento del precio de los periódicos, la mayoría de los cuales ha registrado un aumento en sus tiradas medias en el primer semestre del presente año.

**Aumento  
progresivo  
en las tiradas**

Así, por ejemplo, el "Sunday Times" ha pasado a una tirada de 1.445.463 ejemplares, de 1.360.320 que tenía anteriormente; "The Observer" ha pasado a 875.754, con un aumento de 46.470 ejemplares sobre 1965; "The Daily Telegraph", con 1.353.146, ha aumentado escasamente la tirada respecto al año anterior (1.350.529 ejemplares).

Entre los periódicos populares del domingo, "News of the World" ha permanecido estacionario, con una tirada de 6.183.584 ejemplares. "Sunday Mirror" ha aumentado en 150.000 ejemplares la tirada, que se encuentra ahora en 5.173.000 ejemplares: "Sun" presenta una ligera regresión, con 1.275.173 ejemplares frente a los 1.361.090.

Por lo que se refiere a las revistas, son las femeninas las que alcanzan las más fuertes tiradas: "Woman's Own", que distribuye 2.208.176 ejemplares y ha aumentado 67.400; "Woman", con 3.007.279, aumentó 86.034, y "Woman's Weekly" se ha situado en 1.480.179 ejemplares.

\* \* \*

**E**L "trust" editorial londinense "Associated Newspapers Ltd.", que, entre otras publicaciones, edita "Daily Mail", "Daily Sketch", "Evening

**Ganancias de  
la "Associated  
Newspapers"**

"News" y "Weekend", obtuvo en el último ejercicio una ganancia bruta de 4.400.000 libras (748 millones de pesetas),

lo que supone un descenso del 0,3 por 100 sobre los beneficios del año anterior. No obstante las inferiores ganancias, por decisión de Lord Rothermere, Presidente del "trust", se ha repartido a los accionistas el mismo dividendo del 25 por 100, lo que se ha hecho posible por los resultados favorables de las inversiones de la Editorial en otras ramas industriales, entre ellas una emisora de TV.

\* \* \*

**C**ON motivo de la presentación de un proyecto de Ley que trata de prohibir la existencia de estaciones de Radio piratas, las principales asociaciones de publicidad

**Las emisoras  
piratas**

y de anunciantes británicos ("Advertising Association", "Incorporated Society of British Advertisers"

e "Institute of Practitioners in Advertising") se han declarado a favor de las emisoras comerciales. Según la primera de dichas Asociaciones, al suprimirse las emisoras piratas se privará a los anunciantes de un medio publicitario de gran aceptación entre el público. Una declaración conjunta de las mencionadas organizaciones afirma que existe en Inglaterra una audiencia asegurada que oscila entre 18 y 25 millones de oyentes de las emisoras con espacios comerciales.

**I T A L I A**

**C**ONTINUA en el país la desaparición de periódicos. A los varios

que han dejado de existir últimamente, bien por fusión con otros o que por fracaso económico dejaron de publicarse, hay que sumar el "Giornale del Mattino", que se editaba en Florencia desde hace veinte años.

**Sigue la desaparición de periódicos**

Por otro lado, al cabo de casi cincuenta años de vida, ha dejado de publicarse el vespertino de Trieste "Piccolo Sera", que se ha fusionado con el diario de la mañana "Il Piccolo", de la misma editorial.

La revista ilustrada "Settimana Incom", que tuvo en sus comienzos gran éxito de público, ha desaparecido. Lo mismo ha sucedido con "Le Ore", que va a intentar reaparecer si encuentra medios financieros para ello. Mientras, se rumorea que va a dejarse de publicar asimismo el único "magazine" informativo italiano, "Vita".

## SUECIA

Las publicaciones económicas suecas "Affaersvaerlden" y "Finanztidningen" van a fusionarse a finales de año. En Estocolmo se cree que la tercera revista económica en importancia del país ("Veckans Affaerer") acabará fusionándose también con las anteriores.

**Revistas económicas fusionadas**

El motivo de esta fusión no es otro que la precaria existencia que por separado llevaban dichas publicaciones.

La nueva publicación resultante de esta concentración estará respaldada por una Fundación constituida por un centenar de Empresas y varios Bancos comerciales.

## SUIZA

La Asociación de la Prensa suiza se ha declarado satisfecha con la actitud de una Comisión del Consejo Nacional, que ha reconocido el derecho de los periodistas a negarse a testificar. La Comisión ha declarado que la protección de las fuentes de información del periodista no es un privilegio profesional, sino "una de las condiciones esenciales del libre ejercicio de la información, en propio interés del pueblo y del Estado, y un elemento fundamental de la libertad de Prensa".

**Defensa de las fuentes informativas**

## ARGENTINA

La Asociación de Editores de Periódicos argentinos (ADEPA) ha protestado por la prohibición del semanario humorístico "Tía Vicenta", que el diario "El Mundo", de Buenos Aires, editaba como suplemento dominical. La Asociación dice en su protesta que esta prohibición contradice la declaración de principios del actual Gobierno; entiende la ADEPA que, cuando una publicación incurra en un hecho delictivo y, por ello, punible, deben ser los Tribunales ordinarios de Justicia, y no el Poder Ejecutivo, el que intervenga para sancionar a los editores.

**Protesta por la suspensión de un periódico**

## CANADA

El delegado general del Consejo superior de "Messageries de Presse", M. Bertrand Grandval, ha anunciado que unas 1.800 publicaciones francesas

**La Exposición  
Mundial  
de Prensa**

se presentarán a la Exposición Universal de Prensa que se celebrará en Montreal en 1967. En el pabellón de Francia en

dicha Exposición será proyectada permanentemente una película sobre la Prensa francesa, y un teletipo, directamente enlazado con París, permitirá, durante el tiempo que dure la Exposición, proyectar sobre una pantalla de grandes dimensiones las últimas noticias difundidas por la Agencia France Presse.

El Consejo de "Messageries de Presse" organizará una Exposición rodante de publicaciones de lengua francesa, que, durante tres meses, recorrerá los condados de habla francesa en Canadá.

**ESTADOS UNIDOS**

**H**A aumentado en el equivalente de tres pesetas el precio de la edición dominical del "New York Times", que se vende en la zona de Nueva York. El diario

**El "Times"  
aumenta  
el precio**

ha explicado que la causa de esta subida radica en el reciente aumento del precio del papel-prensa y en

el considerable aumento de salarios registrado en el ramo periodístico.

\* \* \*

**E**L magnate anglo-canadiense Roy Thomson, que reside actualmente en Inglaterra, donde fue elevado a la dignidad de Lord en 1964, continúa comprando periódicos. Ultimamente ha

**Thomson  
compra tres  
periódicos**

adquirido en Estados Unidos dos diarios y un semanario en Alabama, y otro diario

en Mississippi. Con ellos son dieciséis los diarios que Thomson posee en Norteamérica, con una tirada global de 1.300.000 ejemplares.

\* \* \*

**D**OS importantes revistas norteamericanas, a cuyo círculo de lectores pertenecen directores superiores de la industria y el comercio de Estados Unidos, han abierto una

**Instalación  
de Oficina  
en Londres**

oficina común en Londres para su distribución y obtención de publicidad. Se trata de la publicación

"Business Abroad", que se publica cada dos semanas, con una tirada de 12.000 ejemplares y noticias internacionales de Economía, y "Dun's Review", con 135.000 ejemplares de tirada, que informa sobre las tendencias de la vida económica, especialmente de la norteamericana. Las dos revistas citadas pertenecen a la misma editorial.

\* \* \*

**E**L más antiguo diario norteamericano editado en Europa, el "New York Herald Tribune", que se imprime en París desde 1888 y cuya edición

**La edición  
europea  
del "Herald"**

neoyorquina ha sido suspendida, se editará en el futuro en la capital francesa en colaboración con el "Washington Post".

Este diario ha adquirido una participación del 45 por 100 en la edición europea del "Tribune", con lo que ha dado un paso importante en la expansión de sus intereses en el mercado internacional de Prensa. El "Post" posee desde hace tiempo, conjuntamente con "Los Angeles Times", una Agencia de

noticias, y publica, además, el semanario de información mundial "Newsweek".

\* \* \*

**L**A revista de los editores norteamericanos "Editor and Publisher" ha informado del continuo aumento de la publicidad en color. El avance de la

**La Publicidad en color sube**

TV en esta misma modalidad ha motivado que los anunciantes de Prensa deseen también utilizar el color. Tomando como base el nivel publicitario de 1951, se señala que en 1960 la publicidad en color había aumentado en un 3,79 por 100; el aumento de la publicidad en blanco y negro durante el mismo período fue de 1,31 por 100. En 1965, los aumentos fueron, respectivamente, del 6 y el 1,35 por 100. El más beneficiado por la publicidad en color es el "Miami Herald", con 4.700.000 milímetros de publicidad en color, lo que equivale al 7,2 por 100 del total de sus espacios publicitarios. Le siguen "Los Angeles Times", con el 3,6 por 100, y el "Milwaukee Journal", con el 3,5 por 100. El sobreprecio de una página en color sobre la de blanco y negro es, en los citados tres periódicos, de 525, 1.025 y 485 dólares, respectivamente. La industria que más emplea la publicidad en color es la del automóvil y sus derivados.

\* \* \*

**S**EGUN una encuesta recientemente realizada por W. R. Simmons and Associates, los periódicos norteamericanos que superan el número de veinte

**Las mayores tiradas**

millones de lectores son los siguientes: "Reader's Digest", 44.576.000 ejemplares; "Life", 43.170.000; "Look", 37.308.000; "TV Guide", 33.441.000; "Parade", 27.519.000; "This Week", 27.327.000; "Saturday Evening Post", 24.081.000; "McCalls", 22.819.000; "Better Homes and Gardens", 21.994.000 ejemplares.

**MEJICO**

**H**A sido prohibido el "Diario de México" por haber aparecido en junio pasado con los pies de dos fotografías cambiados. La suspensión, decretada más de dos meses después, ha dado lugar a que, en su último número, el periódico publicase un artículo en el que acusaba al Presidente mejicano de abuso de autoridad y de haber atentado contra la libertad de Prensa.

**Periódico suspendido**

**CAMERUN**

**E**L Parlamento ha aprobado un nuevo Estatuto para la Agencia de Prensa del Camerún, que ha quedado transformada en un Instituto federal. Ello significa que las actividades de la Agencia no quedarán limitadas a la parte oriental del país, de habla francesa, sino que se extenderán a las regiones occidentales, en las que predomina el idioma inglés. La Agencia tendrá el dere-

**Transformación de la Agencia**

cho exclusivo de obtener y distribuir noticias en todo el país.

## EGIPTO

**H**A sido expulsado del país el corresponsal de "Le Figaro", Ives Cuau, que desde 1965 desempeñaba la Corresponsalía del diario parisiense. El periodista francés ha sido acusado por las autoridades egipcias de haber manifestado en sus artículos cierta hostilidad al socialismo árabe. Cuau es el primer corresponsal extranjero expulsado de Egipto desde 1956.

Corresponsal  
expulsado

\* \* \*

**E**L Tribunal Supremo de Seguridad del Estado ha condenado a prisión perpetua al antiguo redactor-jefe del diario "Akbar", Mustafá Amin, acu-

Periodista  
condenado

sado de haber entregado secretos militares a una potencia extranjera. Amín fue detenido en julio de 1965 en Alejandria, en el momento en que se entrevistaba con un agregado de la Embajada norteamericana.

## TANZANIA

**E**STAN muy avanzados los trabajos para la creación de una Agencia de Prensa nacional, que nacerá bajo el signo del panafricanismo y para asegurar una "información independiente de la servida por las Agencias imperialistas". La Agencia contará con el apoyo del bloque oriental. Una serie de periodistas, procedentes en su mayor parte de Zanzíbar, han venido especializándose en centros periodísticos de Praga y otros lugares de la zona soviética.

Agencia  
oficial de  
Prensa

Artículos, crónicas  
e informaciones sobre  
letras y arte



La

ESTAFETA  
LITERARIA



A LA VENTA EN TODOS LOS QUIOSCOS



# CUARENTA Y SEIS ALUMNOS TERMINAN SUS ESTUDIOS

## CIENTO CUARENTA Y TRES COMIENZAN AHORA SUS ESTUDIOS EN LA ESCUELA OFICIAL

AUMENTA EN TODA ESPAÑA EL INTERÉS DE LA  
JUVENTUD POR LA CARRERA DE PERIODISMO

**Por CARLOS SAMPER**

**C**UARENTA y seis estudiantes de Periodismo acaban de finalizar sus estudios en la Escuela Oficial de Madrid, Escuela de Periodismo de la Iglesia e Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra. Cuarenta y seis profesionales en potencia que no han necesitado llamar muchas veces a las puertas de los diversos medios de comunicación social, porque la mayoría de ellos ya trabajan en periódicos, revistas, emisoras de Radio y Televisión, etc.

Mientras tanto, ciento cuarenta y tres aspirantes a periodistas han comenzado los estudios de primer año de carrera en la Escuela Oficial de Periodismo y en la sección de esta misma Escuela, en la Universidad de La Laguna. Estos exámenes corresponden a la convocatoria de septiembre-octubre.

### LOS QUE AHORA COMIENZAN.

Si sacamos una radiografía del total de aspirantes a ingreso en la Escuela Oficial de Periodismo —exámenes celebrados en Madrid, Barcelona y Canarias—, incluidos los hispanoamericanos, he aquí lo que apreciamos en ella:

#### CANARIAS:

Alumnos presentados .....	16
Alumnos aprobados .....	11
Calificación de notable .....	3
Calificación de aprobado .....	8

#### *Número uno de los aprobados:*

Don José Miguel Bravo de Laguna Bermúdez.

#### BARCELONA.

Alumnos presentados .....	46
Alumnos aprobados .....	22
Calificación de sobresaliente ...	3
Calificación de notable .....	7
Calificación de aprobado .....	12

#### *Número uno de los aprobados:*

Don José Javier Echave-Sustaeta Villar.

#### MADRID.

Alumnos presentados .....	296
Alumnos aprobados .....	97
Con titulación académica suficiente .....	74
Licenciados .....	23
Calificación de sobresaliente...	2
Calificación de notable .....	26
Calificación de aprobado ...	69

#### *Número uno de los aprobados:*

Señorita María Cristina Torrá León.

## HISPANOAMERICANOS.

Alumnos presentados .....	13
Alumnos aprobados .....	10
Calificación de sobresaliente ...	1
Calificación de notable .....	1
Calificación de aprobado .....	8

*Número uno de los aprobados:*

Don Ignacio Villarreal Junco (Méjico).

## LOS QUE HAN ACABADO SUS ESTUDIOS.

He aquí los resultados de aquellos estudiantes de Periodismo que, procedentes de la Escuela Oficial de Periodismo, Escuela de Periodismo de la Iglesia e Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, han acabado ahora sus estudios:

## ESCUELA OFICIAL DE PERIODISMO.

Alumnos presentados al examen de convalidación .....	29
Alumnos aprobados .....	19

*Número uno de los aprobados:*

Señorita María Isabel Armas Serra.

## ESCUELA DE PERIODISMO DE LA IGLESIA.

Alumnos presentados .....	25
Alumnos aprobados .....	12

*Número uno de los aprobados:*

Señorita María Isabel García Martínez.

## INSTITUTO DE PERIODISMO DE LA UNIVERSIDAD DE NAVARRA.

Alumnos presentados .....	19
Alumnos aprobados .....	15

*Número uno de los aprobados:*

Don Ignacio Artime Granda.

La anécdota, que la ha habido a lo largo de un mes de exámenes —septiembre a octubre—, ha tenido tanta o más curiosidad y gracia que en anteriores ocasiones. No vamos a reseñar anécdotas, sino a dejar constancia de ciertas observaciones:

a) Cada vez se presentan más aspirantes a los exámenes de ingreso en Periodismo.

b) Crece el número de los Licenciados en Filosofía y Letras, Derecho y Ciencias Políticas y Económicas.

c) Aumenta el número de aspirantes masculinos y femeninos pertenecientes a diversas órdenes e instituciones religiosas.

d) El interés por los estudios de Periodismo ya no se manifiesta tan sólo entre los aspirantes procedentes de aquellas provincias donde el Periodismo tiene una tradición muy arraigada, sino que se aprecia en alumnos procedentes de todas las provincias españolas.

e) Aumenta el número de mujeres que quieren ser periodistas.

f) Se aprecia entre los aspirantes a ingreso, entre algunos de ellos, un interés por la carrera de Periodismo porque quieren complementar su preparación literaria.

Luego, naturalmente, cada caso es un problema, un deseo, una aspiración. Problemas, deseos, aspiraciones que nos merecen todo respeto y que merecen también nuestra comprensión y ayuda.

Creo que nos encontramos en un bonito, en un interesante momento para la carrera de Periodismo. Tanto es así, que alguien me decía recientemente:

—De no haber ingresado en la Escuela hace diez años, me gustaría hacerlo ahora.

—¿Y eso?

—Tenemos una Ley de Prensa que ha abierto un amplio campo de posibilidades. Se habla de la autonomía en la formación intelectual y técnica del periodista. Se habla también de modificar el actual plan de estudios y articular la carrera en cuatro cursos. Hay demanda de plazas para periodistas en los diversos medios de información. Caminamos, en lo geográfico, hacia un Periodismo regional en España; en lo técnico, hacia un Periodismo con una gran capacidad de análisis y de síntesis; en lo ideológico, hacia un Periodismo de inteligencia y de razón.

Cuarenta y seis nuevos periodistas podrán decir un día hasta qué punto estamos ahora equivocados.

# EL NUEVO MUNDO SE ADUEÑA DE LA FORTALEZA INGLESA DEL "TIMES"

EL VIEJO Y RESPETABLE DIARIO LONDINENSE HA SIDO COMPRADO POR EL CANADIENSE THOMSON

UNA GRAN CADENA DE TELEVISION Y OCHENTA PERIODICOS SON YA CONTROLADOS POR EL COMPRADOR

Aspira a que el "Times" se transforme y llegue a ser un negocio.

Por PABLO SELA HOFFMANN

EN un momento en que el flamante Ministro británico de Asuntos Exteriores, George Brown, ha declarado públicamente que la Prensa inglesa formaba parte de una «sinistra conspiración»; en que el Ministro de Hacienda, George Callaghan, truena contra los ríos de tinta irresponsable que se desperdician en editoriales sobre temas económicos en el país; en que planea sobre la Gran Bretaña aquella vieja frase, adjudicada a Stanley Baldwin, de que «el poder de la Prensa es un poder sin responsabilidad, es la prerrogativa de la mujer de vida acrada a través de los siglos», un canadiense de 72 años, Thomson, consigue algo que él personalmente no ha vacilado en calificar como «el privilegio más grande de mi vida»: comprar el «Times».

Con gran laconismo ha corrido por el mundo la noticia: «Se ha llegado a un acuerdo para crear una nueva Compañía, la Times Newspapers, propietaria y editora de The Times y The Sunday Times». Para Gran Bretaña y toda su simbología, es un acontecimiento sin duda alguna comparable, en la Historia de la Prensa, a la compra del «Times» por Lord Northcliffe o la absorción del «Morning Post» por parte del «Daily Tele-

graph». Un día antes, Thomson declaraba públicamente que no creía que un nuevo diario tuviese viabilidad económica en Inglaterra; un día después, había agregado «The Times» a un imperio periodístico valorado en 63 millones de libras esterlinas y había hecho honor a su ambición juvenil de comprar el viejo diario.

Es posible que tanto Brown, como Callaghan, como, en el pasado, Stanley Baldwin, hayan exagerado el poder de la Prensa en Inglaterra, pero la realidad sociológica, económica y política de que lo único que un 30 por 100 de la población lee es el periódico, permite pensar que Thomson tiene y, sobre todo, tendrá un peso específico considerable en la vida del país.

LOS PERIODICOS COMO NEGOCIO.

Thomson recibe la ciudadanía inglesa en 1963 y es honrado por la Reina con un título nobiliario: elige llamarse Lord Thomson of Fleet Street, honrando así la vieja calle cuna del Periodismo inglés, y señalando, además, sus objetivos: Lord de Fleet Street se es, de verdad, cuando se controla el «Times».

El 85 por 100 de las acciones de la nue-

va Compañía son de Thomson, y con ello se olvida lo que un director del «Times» había escrito cuando se iniciaba la penetración de Thomson en Inglaterra: «Consideramos —escribía, al difundirse por los medios periodísticos la noticia de que el magnate canadiense estaba en negociaciones para comprar el «Glasgow Herald»— que Lord Thomson es un factor beneficioso en el mundo de la Prensa. Pero, aunque fuese el Arcángel San Gabriel, opinamos que ya tiene bastantes periódicos en Inglaterra». Con una fuerte cadena de Televisión en el Canadá y ochenta periódicos por el mundo, Thomson compra «The Scotsman», escocés, e inmediatamente adquiere el control del grupo Kemsley con el «Sunday Times». El Arcángel San Gabriel iniciaba su etapa final de penetración; que culmina ahora, y en la cual el único fracaso es el de no haber conseguido incorporar a su imperio el grupo editorial Odham.

Thomson no se ha cansado de afirmar públicamente que, para él, la Prensa no es más que un negocio, del cual exige beneficios. Que los exige, es cierto, y que los obtiene, también: su imperio ha dejado el pasado año beneficios por un total de seis millones de libras esterlinas. En otras palabras: Thomson ha hecho suya esa vieja máxima de que el Periodismo es un negocio, no para predicar, sino para prosperar.

#### «LA MAQUINA DE TRUENOS» NO PROSPERABA.

En efecto, «The Times» parecía haber olvidado la segunda parte, la económica. Fundado en 1775 por John Walker, con el título de «Daily Universal Register», pasa a ser «The Times» en 1788, y a lo largo de todo el siglo XIX, bajo la Dirección de personalidades tales como Barnes y Delane, es conocido como «The Thunderer», dueño y señor de los destinos del Imperio. En 1908 es comprado por Lord Northcliffe, y en 1922 pasa a ser propiedad de la familia Astor. Seguía predicando, pero sus dificultades financieras eran cada vez mayores. Efectúa en el pasado año una delicada operación de «cirugía facial» y consigue que su tirada pase de 254.337 ejemplares a 286.000. Y, sin embargo, los beneficios, que en 1964 habían sido de 170.000 libras, se reducen en 1965 a 104.000, de las cuales, tras amortización y pagos de intereses, quedan sólo 33.000. Aunque sus suplementos literarios y educativos fuesen rentables, el diario no lo era. También había dejado de ser el «Ti-

mes» del pasado. Unos diarios le superaban en tirada; otros, en cobertura informativa; otros, en publicidad. Muere el espíritu: aquel espíritu que permitía anécdotas como la que cuenta Claud Cockburn: Sustituía éste a un corresponsal del «Times» asesinado por unos bandidos en China; al comunicarle el jefe de Extranjero la noticia, le añade a título de consuelo: «Esta muerte, sin embargo, tendrá su recompensa...». Y ante un Cockburn atónito, sigue la frase: «... dos tercios de columna en la página de necrologías del Times».

Thomson ha comprendido que el prestigio sin base económica no tiene futuro, y lanza la fuerte rentabilidad del «Sunday Times» en apoyo de la tradición. «The Times —declaró recientemente— es un periódico soberbio, pero que necesita más dinero para ampliar su información, necesita más páginas, y eso es lo que le daremos».

#### CONFUSA SITUACION DE LA PRENSA BRITANICA.

Thomson ha comprado prestigio, pero también problemas. En primer lugar, el grupo Astor sigue siendo propietario del edificio de Printing House Square y de toda la maquinaria. Por esta razón, el nuevo grupo propietario de «The Times» y «The Sunday Times» tendrá que pagar una cifra considerable: unas 250.000 libras anuales de alquiler. Por ello, «The Statist» puede afirmar con razón que este acuerdo no es nada más que la primera parte, ya que si Thomson quiere —y ésta siempre ha sido su meta— una rentabilidad total tanto del «Times» como del «Sunday Times», uno y otro tendrán que imprimirse en el mismo lugar. Las instalaciones de Thomson trabajan a medio gas a pesar de que tiran la edición de Londres del «Guardian». Por ello no sería erróneo pensar en una etapa de pérdidas importantes hasta que se aclare la situación. Y ello es necesario porque, en estos momentos, resulta que las instalaciones de Thomson están tirando «The Guardian», rival directo de «The Times», y las flamantes instalaciones de «The Times» en Printing House Square tiran «The Observer», peligroso enemigo dominical del «Sunday Times» de Thomson. Es una situación a la que lo menos que se la puede calificar es de curiosa, y en cuyo estudio se adentrará la Comisión sobre Monopolios que, en virtud de la Ley de Monopolios, tiene que conocer obligatoriamente de toda fusión de periódicos.

Todo el mundo en Londres está convenci-

do de que no habrá obstáculo alguno por parte de la Comisión. ¿Razones? Varias. Ante todo, la del convencimiento de que la concentración en la Prensa es un fenómeno irreversible; después, la del hecho de que se busca una posible violación de la exigencia de una «libre expresión de opiniones» y una «adecuada presentación de la información». En principio, nada viola Thomson, que, además, se ha apresurado a declarar que ambos periódicos mantendrán una política informativa independiente y libre de partidismos. Aparte de que no debe olvidarse, y la Comisión de Monopolios lo tendrá en cuenta, que «Thomson y su grupo no tenían un periódico de la mañana de envergadura nacional».

«The Times», para ganar dinero, tiene que alcanzar una tirada que gire en torno del medio millón de ejemplares; es decir, tiene que doblar la tirada actual. Y, esto, el propio Thomson sabe que es difícil. No es imposible, porque, al aumentar el nivel educacional en un país, aumenta la demanda de Prensa seria. Pero la lucha con el «Daily Telegraph», «The Guardian» y «The Financial Times» va a ser de una gran dureza. Si se consigue que «The Times», diario, haga suyas muchas de las buenas cualidades del «Sunday Times», el futuro del «Daily Telegraph» y del «Financial Times» va a ser comprometido. El primero pierde dinero con su suplemento dominical, que ha bajado de 662.000 a 642.000 ejemplares.

Se produce, de otra parte, un fenómeno de antropofagia periodística. Los periódicos se devoran entre sí quitándose lectores y quitándose periodistas. (Prueba palpable de ello es lo que ha ocurrido con la fusión de tres diarios en Nueva York, de la cual se ocupará GACETA DE LA PRENSA próximamente.) Y, además, de toda concentración surge una capacidad financiera más fuerte, unas instalaciones técnicas más adecuadas, una tecnología más eficiente, que contribuyen a restar vida a Empresas periodísticas más débiles.

#### REACCION DE LA PRENSA.

La reacción de los colegas ingleses es curiosa, ya que, en sus editoriales, reflejan optimismo, cordura, pero, también, amargura y preocupación.

El «Daily Mirror» no puede olvidar ni sus orígenes ni la tipología de sus lectores: «Bienvenida a un nuevo diario de la aristocracia». Amparado en su éxito, el «Daily Mirror» se toca el rizo de la frente y le da la bienvenida. «No hay razón alguna para que «The Times», ahora, se convierta en un periódico profesional... Además, esto obligará a «The Guardian» a ajustarse el corsé».

Nada permite opinar sobre si «The Guardian» lo ha hecho o no, pero, en su editorial sobre la fusión, escribe: «Dentro de sus ambiciones, Lord Thomson ha logrado una de las que faltaban, y lo ha logrado bien». No habrá interferencia alguna por su parte, siempre que «The Times» gane dinero. «Esperamos que nuestra amistosa revalidad perdure mucho tiempo».

«Daily Telegraph» da muestra de un trágico realismo: «The Times ha dejado de ser un periódico independiente. Quizá tenga que ser así. Cuando la economía dicta una medida de este tipo, no tiene sentido llorar sobre algo que no tiene remedio». Pero también deja paso a una luz optimista: «Cuando aumenta el nivel educativo de un país, aumentan el interés y la demanda de noticias y comentarios inteligentes. Crece el mercado para periódicos buenos. (Por ello) a ninguno de nosotros nos daña una fuerte competencia: hay sitio para todos».

«Buena suerte para el «Thunderer» — escribe «The Observer»—. Que en su nueva vida muestre algunas de las actitudes que le hicieron famoso: una de ellas, la convicción de que no siempre ganar dinero es lo más importante».

¿Va a ganar dinero «The Times», o, por el contrario, no sólo va a perder, sino que, en su aventura, va a arrastrar a Thomson y a otros diarios? Algunos, como «The Financial Times», están a tope de tirada; otros, como el «Evening News» y el «Standard News», están perdiendo un 10 por 100 de tirada cada año. ¿Estamos ante un matrimonio por interés, que va a terminar actuando de tremendo revulsivo en el mundo de Fleet Street?

GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA promete, para su próximo número, un detallado estudio económico de cómo la fusión del «Times» y del «Sunday Times» va a incidir sobre la vida de la Prensa británica.

# GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA

## ESTA A LA VENTA EN

- BARCELONA.—Distribución de Semanarios.—Unión, 9.  
BILBAO.—Vda. de José Simó.—Plaza de los Mártires, 1.  
LA CORUÑA.—D. Gabriel Henche Martínez.—Florida, 20.  
GRANADA.—D. Ricardo Rodríguez.—Enriqueta Lozano, 8.  
MADRID.—Quioscos de Cibeles, Avda. de José Antonio, Puerta del Sol, Cea Bermúdez y Librería Martínez Betrán, Avda. del Generalísimo, 47.  
MALAGA.—Librería Torres.—Generalísimo, 30.  
OVIEDO.—D. Manuel Arbesú San José.—Gil de Jaz, 10.  
PALMA DE MALLORCA.—D. Vicente Rotger Roselló.—Mezquida, 12.  
LAS PALMAS.—Distribuidora Edit. Canaria.—Tomás Morales, 30.  
SAN SEBASTIAN.—D. Francisco Iriberri.—San Marcial, 10.  
SANTA CRUZ DE TENERIFE.—Distribuidora Editorial Canaria.—Avda. de la Salle, 9.  
SANTANDER.—D. Santiago Toca.—Vergara, 39.  
SEVILLA.—Gabriel Derri.—Jimios, 22.  
VALENCIA.—Distribuidora Valenciana.—Pl. Picadero Dos Aguas, 4.  
VIGO.—José Fernández Costas, Sucesores.—Velázquez Moreno, 20.  
ZARAGOZA.—Cooperativa de Vendedores.—San Miguel, 22.  
LIBRERIAS DE FERROCARRILES, S. A.—En las principales estaciones de la Red.

\* \* \*

### SUSCRIPCIONES.

GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA.—Avenida del Generalísimo, 39.—  
MADRID, 16.—Teléfono 2 54 22 00; extensiones 21 36 y 22 74.

### PRECIOS DE SUSCRIPCION

España	}	Semestre .....	95 ptas.
Hispanoamérica		Año .....	180 ptas.
Filipinas y Portugal			
Otros Países		Año .....	260 ptas.

# PUBLICACIONES ESPAÑOLAS

## SERVICIO INFORMATIVO ESPAÑOL

### ULTIMOS TITULOS APARECIDOS:

#### CLAVES DE ESPAÑA:

- De la Edad Media al Siglo de Oro, por Manuel Criado de Val. Precio: 50 ptas.
- The Spanish Heritage in the United States, por Darío Fernández Flórez. Precio: 100 ptas.

#### RUTAS DE ESPAÑA:

- El Camino de Santiago, por Vicente Martínez. Precio: 60 ptas.
- Valencia, Aragón, por Felipe Ximénez de Sandoval. Precio: 25 ptas.
- Islas Baleares, por Juan Bonet. Precio: 60 ptas.

#### DOCUMENTOS INFORMATIVOS:

- Crónica de un año en España (18 julio 1964, 18 julio 1965). Precio: 100 ptas.
- España en su prensa, 1965. Precio: 60 ptas.
- Marina, Universidad, Ciudad. Precio: 50 ptas.

#### DOCUMENTOS SOCIALES:

- La familia en España, por Gabriel Elorriaga. Precio: 25 ptas.

#### DOCUMENTOS HISTORICOS:

- Gibraltar en el pasado. Precio: 30 ptas.
- La intervención comunista en la guerra de España. Precio: 50 ptas.

#### ESPAÑA ES ASI:

- Historia (en español y en inglés). Precio: 50 ptas.
- El hombre y la vida española. Precio: 40 ptas.

#### ESPAÑA Y LOS ESPAÑOLES:

- La España de los españoles. Precio: 400 ptas.
- La España de cada provincia. Precio de la obra completa: 750 ptas.  
Precio de las separatas de cada prov.: 10 ptas.

#### TEMAS ESPAÑOLES:

- Séneca y el senequismo, por Antonio Becerra.
- Ibn'Arabi, musulmán español, por Santiago Dotor.
- Gavinet, por Luis Aguirre Prado.
- Joaquín Costa, por Luis Aguirre Prado.
- Las Fuerzas Armadas, por José María Gárate Córdoba. Precio del ejemplar: 5 ptas.

Pedidos, a la EDITORA NACIONAL  
Paseo de la Castellana, 40 - MADRID

