

# GACETA de la PRENSA

210

OCTUBRE - 1971





**GACETA**  
**de la**  
**PRENSA**

PRENSA  
de la  
BAGETA



# GACETA de la PRENSA

AÑO XXIV

Núm. 229

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

Director: **Gabriel Herrero-Beaumont**

**OCTUBRE  
1971**

## SUMARIO:

	<u>Páginas</u>
<b>Gaceta de la Prensa.</b> En este número. <i>Director</i> ... .. 5	5
<b>1. Sociología de la Información.</b> El proceso de comunicación. <i>J. Ignacio Vasallo</i> ... .. 9	9
<b>2. Entre profesionales.</b> La información gráfica. <i>Carmelo Martínez</i> ... .. 17	17
<b>3. Legisla<sup>c</sup>ión e Información.</b> Legislación penal española relacionada con los medios de Información. <i>Ramón Vilariño Mosquera</i> ... .. 25	25
<b>4. Jurisprudencia.</b> <i>Dos sentencias del Tribunal Supremo</i> ... .. 33	33
<b>5. Situación de la Prensa en el mundo.</b> La Prensa alemana, hoy. <i>Luis Molero Manglano</i> ... .. 39	39

6. <b>El desafío de la Información (XII).</b>	
La explosión informativa.	
<i>Manuel Calvo Hernando</i> ... ..	51
7. <b>Figuras y Periódicos.</b>	
Las publicaciones infantiles en su desarrollo histórico (I).	
<i>José Altabella</i> ... ..	57
8. <b>Bibliografía.</b>	
Obras de interés general.	
<i>Rafael Gómez López-Egea</i> ... ..	67

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



## en este número

### 1. EL PROCESO DE COMUNICACION

En su estudio sociológico de la Información, J. Ignacio Vasallo —siguiendo a Talcot Parson— analiza los prerequisites necesarios para que un sistema social exista, tales como producción y distribución de bienes; organismos para la socialización de los nuevos miembros; ritos para reforzar la cohesión social y dar relevancia a los acontecimientos importantes de la vida humana; atribución del poder y de la autoridad, y, sobre todo, información. Información en cuanto al sistema básico, imprescindible, para la comunicación del individuo con los demás miembros de su grupo de interacción so-

cial, así como entre los diferentes grupos. Desde el aprendizaje del lenguaje, en los balbuceos de la Humanidad, hasta los actuales Medios de Comunicación Social, existe un largo recorrido cuya presentación hace nuestro colaborador.

## 2. LA INFORMACION GRAFICA

«... la información gráfica no sólo es la ilustración de una noticia, sino que es casi el texto lo que se convierte en acompañamiento de la noticia, porque ésta es esencialmente gráfica». De tal forma enjuicia Carmelo Martínez la importancia de la información gráfica en los Medios de Comunicación, tema al que dedica su trabajo en este número. Y analiza la simbiosis que existe entre imágenes y palabras, así como las fuentes de la información gráfica y lo absurdo que resulta el gran despliegue de fotografías —que podría cubrirse a través de una agencia— para captar un acontecimiento de cualquier índole cultural, político, deportivo, etc., y que trae por consecuencia inevitable que la mayoría de las fotografías que la Prensa publica de un hecho más o menos importante sean prácticamente copias unas de otras cuando diferentes sectores de la Información —lo local, en concreto— quedan en la práctica, gráficamente inéditos.

## 3. LEGISLACION PENAL ESPAÑOLA RELACIONADA CON LOS MEDIOS DE INFORMACION

Iniciamos en este número la publicación de una serie de tres trabajos de índole jurídica sobre la legislación relacionada con los Medios de Comunicación Social, partiendo de la Ley de Prensa e Imprenta. Ramón Vilariño Mosquera inicia así su estudio: «La Ley de Prensa e Imprenta vigente en la actualidad en el país fue promulgada, como se sabe, el 18 de marzo de 1966.»

«Al aproximarse sus seis años de vigencia puede hacerse ya un balance aproximativo de lo que ha representado y significado dentro de la Prensa y de los Medios de Comunicación en general. La Ley ha recibido aplausos y críticas, pero lo cierto es que ha supuesto un paso adelante en el camino siempre largo que debe recorrer una norma superior que, al tiempo que reglamenta el ejercicio de una profesión —sometiéndola a unos cauces—, debe ensanchar éstos al máximo, dentro de lo posible, para permitir un cada vez más saneado ejercicio de la libertad de expresión.»

## 4. DOS SENTENCIAS DEL TRIBUNAL SUPREMO

Las sentencias que hoy recogemos en nuestra sección de Jurisprudencia están referidas: la primera, a una de las limitaciones impuestas por la vigente legislación a la libertad de expresión, concretamente en lo que atañe a la salvaguardia de la intimidad y del honor personal. La segunda sentencia contempla la cancelación de inscripción registral de una empresa editora de libros, con base en que la misma no cumplía uno de los requisitos —exigencia del bien común— que determina la Ley de Prensa e Imprenta para poder garantizar la libertad de expresión.



## 5. LA PRENSA ALEMANA, HOY

Luis Molero Manglano presenta un estudio analítico de la situación actual de la Prensa germano-occidental, que casi en su totalidad acaba de superar los veinticinco años de existencia, puesto que la inmensa mayoría de los periódicos surgieron tras la victoria aliada en la segunda guerra mundial. El estudio hace hincapié en las características de la Prensa germana, así como en la legislación vigente y actividad de las Sociedades de Redactores, sin olvidar la existencia de los grandes «imperios» alemanes de la Prensa, simbolizados por sus propietarios, Axel Springer y Rudolf Augstein.

## 6. LA EXPLOSION INFORMATIVA

«Es bien conocido el hecho de la llamada «explosión científica» de nuestro tiempo, que aunque haya sido exagerada en algunas ocasiones, por haber introducido a veces extrapolaciones sin demasiado rigor, no hay duda de que plantea un problema creciente de falta de comunicación entre las distintas naciones y entre los diversos sectores científicos y técnicos de un país. Esta crisis de la Información no es un fenómeno nuevo. Desde hace quince años, la Radio, la Televisión y la Prensa nos repiten sin cesar que «el conjunto de la literatura científica y tecnológica mundial representa diez millones de caracteres de imprenta...», «que las publicaciones periódicas de carácter científico que se publican en el mundo pasan de 70.000...», y que los conocimientos científicos son hoy el doble de lo que eran hace diez años.» Y éste es el tema escogido y analizado en este número por Manuel Calvo Hernando para su sección «El desafío de la Información».

## 7. LAS PUBLICACIONES INFANTILES EN SU DESARROLLO HISTORICO

Expone José Altabella todas las características de las publicaciones infantiles españolas, partiendo desde el primer periódico de esta índole —aparecido en 1798— y, estudiando la gran floración de semejante Prensa especializada, trata de la tradición gráfica de las aleluyas y las «aucas» mediterráneas, en cuanto variantes de literatura popular. Por otro lado, relata el creciente desarrollo de las editoriales dedicadas a Prensa infantil, especialmente las situadas en sus dos grandes centros de Madrid y Barcelona. Por su extensión, debido a la minuciosidad expositiva de datos, el trabajo finalizará en el número próximo.

## 8. OBRAS DE INTERES GENERAL

Y para terminar, Rafael Gómez López-Egea presenta en este número la reseña de las siguientes obras:

- «Economía y política del petróleo», por Emilio Sanz Hurtado.
- «La documentación de la noticia», por Geogrey Whatmore.
- «Gibraltar, piedra clave», por John D. Stewart.
- «La cara oculta del Vaticano I», por Justo Collastes, S. I.
- «La apuesta europea», por Louis Armand y Michel Drancourt.

- «El saber periodístico», por Juan Beneyto.
- «Isabel la Católica. Su vida, su tiempo, su reinado», por César Silió Cortés.
- «Guía para la redacción y presentación de trabajos científicos, informes técnicos y tesinas», por Prudencio Comes.
- «El teniente Calley», por Calley y Sack.
- «Los reformadores de la España contemporánea», por María Dolores Gómez Molleda.
- «Problemas de la juventud en el mundo actual», por varios autores.
- «Portugal lejano», por Gaziel.



1. Sociología de la Información

el proceso  
de comunicación

Por J. I. VASALLO

NOCIONES BASICAS

*UNO de los conceptos clave de la moderna sociología funcionalista es el de estructura social, que Talcot Parsons<sup>1</sup> entiende como ordenación de elementos y esencialmente de grupos para el cumplimiento de los objetivos funcionales. La pro-*

<sup>1</sup> Talcot Parsons: «El sistema social». 1951. Traducción española de Jiménez Blanco. Editorial Revista de Occidente.

*La noción de estructura indica una idea de pervivencia y esencialmente de estabilidad. El segundo concepto que precisamos aclarar, antes de penetrar en el estudio de la Comunicación, es el de sistema social. Fue Pareto quien dio la primera noción de la Sociedad como sistema en equilibrio. Por sistema entiende un todo que consta de partes interdependientes, de forma que un cambio en una de las partes afecta al todo. En Pareto, el equilibrio del sistema es dinámico y tiende a ser restaurado en caso de perturbación. Los elementos internos del sistema son los intereses, el conocimiento, los residuos y las derivaciones.*

## SISTEMA SOCIAL

Parsons, tomando como base las naciones paretianas, llega a conclusiones más concretas. Concibe Parsons el sistema social como un conjunto de individuos que realizan una acción recíproca dentro de una situación, motivados por un impulso genérico que consiste en alcanzar un óptimo de gratificación y donde el complejo entramado de relaciones interpersonales y de relación con la situación, se realiza a través de un sistema simbólico. Este concepto es la base del análisis estructural funcional.

Para que un sistema social exista, necesita de una serie de prerequisites funcionales:

1. Sistema de producción y distribución de bienes.
2. Sistema de organismos para la socialización de los nuevos miembros.
3. Sistema de ritos para reforzar la cohesión social y dar relevancia a los acontecimientos importantes de la vida humana.
4. Sistema para la atribución del poder y la autoridad.
5. Sistema de comunicación.

Estos prerequisites están satisfechos por ciertas instituciones<sup>2</sup>. Tradicionalmente se ha pensado en sociología que el último de estos prerequisites estaba completo desde el momento que existía un lenguaje. Esto, que puede ser cierto —con algunas reservas— para los grupos primitivos, ya no lo es actualmente. En realidad, desde épocas muy tempranas, los grupos humanos comenzaron a buscar formas de comunicación más completas. En el paleolítico, el arte ya cumplía esta función<sup>3</sup>. Del tronco común se van desgajando una serie de instituciones

<sup>2</sup> Instituciones son las «formas o condiciones de procedimiento establecidas que caracterizan la actividad de un grupo». (R. M. Mac Iver. Charles H. Page: «Sociología», Tecnos, Madrid, 1969, pág. 15.)

<sup>3</sup> Ernst Fisher: «La necesidad del arte». Península, Barcelona, 1967.



comunicativas: la literatura, el teatro, la música, las artes plásticas, etc. Durante la Edad Media, la comunicación se realizaba esencialmente de boca en boca por intermedio de los cantores aúlicos, los juglares<sup>4</sup> y, esencialmente, desde el púlpito. El panorama cambia radicalmente con la aparición de la imprenta<sup>5</sup>. De una cultura oral pasamos a una cultura impresa, que dominará y durante cuatro siglos. Las modernas instituciones comunicativas tienen su origen en el invento de Gutenberg; en primer lugar el libro en todas sus formas; posteriormente, la Prensa, la Radio, el Cine y la Televisión.

## LA TEORIA CLASICA DE LA COMUNICACION

Comunicación puede hacer referencia a los medios físicos de viajar, es decir, a los transportes, y también al proceso de transmisión y recepción; en este sentido, comunicaciones son «instituciones y formas en las que se transmiten y reciben ideas, información y actitudes»<sup>6</sup>. En un sentido más concreto lo entiende Aranguren<sup>7</sup>, cuando afirma que la comunicación es la transmisión de una información destinada a suscitar una respuesta. Este último requisito no es preciso para C. R. Wright<sup>8</sup> que define la comunicación como un proceso por medio del cual se transmiten significados de una persona a otra.

La teoría clásica de la comunicación está expuesta por Lasswell<sup>9</sup> y por Schramm<sup>10</sup>. Lasswell da un sentido lineal a la comunicación en el famoso esquema que lleva su nombre. El acto de la comunicación se describe respondiendo a las siguientes preguntas:

*Who?*

*Says What?*

*In Which Channel?*

*To Whom?*

*With What Effects?*

Es decir: *¿quién dice qué?, ¿por qué canal?, ¿a quién?, ¿con qué efectos?* Cualquier estudio del proceso de comunica-

<sup>4</sup> Arnold Hauser: «Historia social de la literatura y el arte». Guadarrama. Madrid, 1968.

<sup>5</sup> Marshall Mac Luhan: «La Galaxia Gutenberg». Génesis del Homo Typographicus. Aguilar. Madrid, 1969.

<sup>6</sup> Raymond Williams: «Britain in the sixties: Communications». Penguin Harmondsworth. Middlesex, 1962.

<sup>7</sup> J. L. L. Aranguren: «Sociología de la Información». Hachette. París, 1967.

<sup>8</sup> C. R. Wright: «Comunicación de masas». Paidós. Buenos Aires, 1963.

<sup>9</sup> Harold D. Lasswell: «The Structure and Function of Communication in Society». En el reader de Bernald Berelson y Morris Janowitz: «Reader in Public Opinion and Communication». The Free Press. Nueva York, 1966.

<sup>10</sup> Wilbur Schramm: «How Communication Works», en «The Process and Effects of Mass Communication». University of Illinois Press, 1965.



ción tiene que concentrarse en una de estas fases. Al estudiarse el quién se investiga los orígenes de la comunicación, la fuente. Lasswell denomina a este apartado «control análisis», El estudio del qué, constituye el análisis de contenido. Si lo que se estudian son los canales de la comunicación, entramos en el análisis de los Medios. Se hace análisis de audiencias cuando lo que se estudia son las personas a las que han llegado los Medios y, finalmente, se estudian los efectos si se analiza el último apartado del proceso de comunicación. Para Lasswell, desde una perspectiva organicista, el proceso de comunicación tiene muchas analogías con el cuerpo de los seres vivos. Lo que a él más le interesa de este tema no es el hecho social de la comunicación en sí, sino sus efectos políticos, y los medios necesarios para controlar la Información.

Para Schramm, la comunicación requiere al menos tres elementos: fuente, mensaje y destinatario. La fuente puede ser un individuo o una organización informativa; el mensaje (no diferenciado del canal o del contenido), puede tomar la forma de tinta sobre el papel, ondas sonoras, impulsos de una corriente eléctrica, etc. El destinatario puede ser un individuo, un miembro de un grupo o el grupo como tal.

Cuando la fuente intenta establecer comunicación con el destinatario, lleva a cabo una codificación del mensaje que quiere transmitir, es decir, procura ponerlo en términos que puedan ser comprendidos por el otro extremo del proceso. Esta labor de codificación se lleva a cabo en su forma más corriente, por medio del lenguaje. Una vez codificado, el mensaje —al ser lanzado— queda fuera de la órbita de la fuente, ha sido puesto a disposición del destinatario, que puede recibirlo o no, y una vez recibido debe descodificarlo. El proceso comunicativo no se lleva plenamente a cabo hasta que este último apartado no ha sido completado. Para Schramm este fenómeno es enteramente similar al de un circuito de radio o de teléfono.

## CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO

Si analizamos las características del funcionamiento del proceso de comunicación, nos encontramos con que:

1. El sistema funciona al nivel del escalón más débil.

Si la fuente no tiene una información clara, si no sabe codificarse de una manera precisa y adecuada, si los signos no son transmitidos de una forma lógica al destinatario concreto, que debe descodificar con el código utilizado por el transmitente, si éste no puede ofrecer la respuesta deseada, el sistema funciona de una manera que no es totalmente eficiente.



2. El sistema tiene un máximo de capacidad que depende de las capacidades de cada unidad de la cadena. No se puede transmitir información oral a un ritmo más rápido que el que permite la velocidad a la que puede hablarse. El canal lenguaje tiene en este aspecto una importancia fundamental; sólo se puede operar sobre el margen de probabilidades que concede.

3. El sistema sólo funciona sobre la base de un campo de experiencia común entre fuente y destinatario.

Cada persona que interviene en el proceso de comunicación tiene al mismo tiempo que codificar y que descifrar. Recibe y transmite. Desde el mismo momento en que se comienza a descifrar, se está codificando de nuevo; este acto de la nueva codificación depende de las respuestas posibles a la situación que se ha planteado al recibirse el mensaje que se ha de descifrar. Esto se expresa diciendo que el circuito de la comunicación es cerrado, no tiene principio ni fin.

La importancia en la comunicación del proceso de vuelta, es decir, la respuesta, viene determinada por ser el indicador que nos concreta cómo son recibidos los mensajes, y en qué sentido son interpretados.

En el mismo acto comunicativo se utilizan siempre multiplicidad de canales. Schramm explica esto con el ejemplo de una conversación. En este caso, el canal principal son los sonidos emitidos por la voz, pero también cuentan los gestos o la expresión de la cara.

## EL CONCEPTO ESTRUCTURAL DE COMUNICACION

Como un intento de superar los anteriores conceptos de comunicación, que califica de parciales el gran estudioso brasileño, Marques de Melo<sup>11</sup> formula uno nuevo: el estructural, calificado así por tener su base en la propia estructura del proceso comunicativo. Su enunciado es el siguiente: «*COMUNICACION ES EL PROCESO DE TRANSMISION Y DE RECUPERACION DE INFORMACIONES*».

Teniendo como criterio orientador el flujo que modela la estructura del proceso (Comunicación), el concepto identifica claramente su objeto (Información).

1. Estadio - Transmisión.
2. Estadio - Recuperación.
- M1. Mensaje codificado.
- M2. Mensaje difundido.

<sup>11</sup> José Marques de Melo: «Comunicação Social - Teoria e Pesquisa». Editora Vozes Limitada. Petropolis, 1970. Brasil.



- M3. Mensaje transmitido.
- M4. Mensaje recuperado.
- M5. Mensaje realimentado.

En los términos de Marques de Melo, la recuperación es distinta de la realimentación, siendo esta última la llamada generalmente comunicación de retorno o «feed-back». El «feed-back» tiene como sujeto activo al receptor que devuelve el mensaje al comunicador. La recuperación presupone un mensaje totalmente transmitido mientras que el reaprovechamiento depende del receptor.

«Este flujo básico comprende dos estadios distintos: la *TRANSMISION* y la *RECUPERACION*. Es preciso percibir, que a pesar de ser diferentes en su naturaleza, ambos presentan una interacción cíclica, reflejando así el dinamismo constante del proceso de comunicación.

Los elementos del proceso significan lo siguiente:

- El objeto central del proceso de Comunicación es la Información, transmitida por un comunicador a un receptor, utilizando un canal y un sistema de códigos específicos, y posteriormente recuperada para la transmisión de nuevas informaciones.
- El estadio de la *TRANSMISION* envuelve dos especiales: la codificación transmisión de Información por un sistema de códigos —signos, señales, símbolos— específicos, que toman así la forma de un mensaje y la difusión (utilización de un canal capaz de permitir al destinatario la percepción del mensaje).
- El estadio de *RECUPERACION* comprende el reaprovechamiento de una información transmitida, bien en su forma original, bien en otra, que, a su vez, actuará como fuente para nuevas informaciones.»

Lo que para nosotros es realmente importante, es la comprobación de que, en la situación actual del conocimiento en torno a las comunicaciones de masas, pueden llevarse a cabo estudios que, aun tomando como soporte teórico las aportaciones de los estudiosos anglosajones, pretenden adecuar esta teoría a la realidad vigente en cada país. Esta es la lección que Marques de Melo nos ofrece.

## CRITICA DE LA TEORIA CLASICA

Mills<sup>12</sup> critica el empirismo abstracto en su formulación más clásica (Lasswell); en su opinión, este método no implica más

<sup>12</sup> Wright Mills: «La imaginación sociológica». Fondo Cultura Económica. Méjico, 1964.



que una ordenación de materias, ordenación puramente lineal y que no pretende comprender el proceso globalmente. Lo que se precisa es un estudio que tome en consideración el hecho de que la comunicación es una institución social, una consecuencia de la vida del hombre en sociedad, al menos dejando al margen la comunicación animal. Cada cultura tiene sus formas de comunicación, cada grupo social va creando, en un proceso generacional y constante, sus propios Medios de comunicación que se van poco a poco diferenciando de las de otros grupos. El primitivo sistema de signos del «homo sapiens» se ha ido desarrollando poco a poco, hasta convertirse en un lenguaje y posteriormente en lenguajes diferenciados. La comunicación se nos presenta desde esta perspectiva como una consecuencia de la interacción social, y no como una realidad aislada.

## LA COMUNICACION DE MASAS

Hasta aquí hemos hablado de la comunicación en general. Por supuesto, hemos hecho hincapié en que nos referíamos exclusivamente a la comunicación en sociedad. Sin embargo, es conveniente que nos fijemos más concretamente al campo de estudio que nos interesa. La comunicación social puede ser primaria y secundaria. La comunicación primaria tiene lugar cuando se realiza cara a cara, es una comunicación entre individuos. La comunicación entre grupos es secundaria. Al no poder comunicar directamente entre sí, los grupos precisan de intermediarios. Dentro de las comunicaciones secundarias, nos vamos a limitar exclusivamente a las comunicaciones de masas. Estas han surgido como consecuencia de la moderna tecnología. C. R. Wright<sup>13</sup> enumera de la siguiente manera los elementos formales de las comunicaciones de masas:

### A) *Naturaleza del auditorio.*

El auditorio debe tener una determinada magnitud, de tal manera que comunicante y auditores no puedan integrarse en una interacción personal. Esto no es solamente una cualificación cualitativa, sino cuantitativa; se exige que este auditorio sobrepase numéricamente al grupo primario. Como consecuencia debe ser heterogéneo, lo que fácilmente se cumple si éste es amplio. Se precisa también la anonimidad; los auditores, los destinatarios de la comunicación no son, como tales, conocidos por el comunicante.

<sup>13</sup> C. R. Wright: «Mass Communication, a Sociological Perspective». Random House. Nueva York, 1963.

B) *Naturaleza de la experiencia comunicativa.*

Ha de ser pública. Como consecuencia, este proceso comunicativo está de una manera u otra sometido al control de los poderes públicos. Es rápida, lo que la convierte en una verdadera potencia social. Finalmente, es transitoria, lo que supone un carácter verdaderamente efímero.

C) *Naturaleza del comunicante.*

No es un ser aislado, sino que suele trabajar en el seno de una organización, lo que supone una perfeccionada distribución del trabajo y una impersonalidad en la comunicación.



## 2 Entre profesionales

# la información gráfica

Por Carmelo MARTINEZ

### LA FOTO COMO DOCUMENTO

A cada cual, sin duda, le impresiona un tipo distinto de cosas. Yo recuerdo que un día en que conversaba con un grupo de compañeros, redactores y fotógrafos (confieso que lo de «redactor gráfico» para designar a mis entrañables amigos los fotógrafos me parece una cosa muy rara), se llegó a una de esas discusiones, casi siempre bizantinas, a sabiendas de que son bizantinas, sobre la mejor foto que cada uno recordaba. Y no hubo dos que coincidieran, naturalmente.

Para alguien, que fue tildado inmediatamente de topiquero, la instantánea de los norteamericanos izando la bandera de las franjas y estrellas en Iwo Jima, era la foto que más le había impresionado. No hace falta decir que con razón sobrada, porque esa foto dio la vuelta al mundo, obtuvo el Premio Pulitzer, llegó a constituir para toda Norteamérica un símbolo —y no hay que olvidar que Norteamérica hace un periodismo de primerísima división— y, tanto por el hecho que reflejaba como por la fuerza de la actitud de los soldados clavando el mástil, encerraba una belleza plástica impresionante.

### FOTOS QUE PERDURAN

*Para otro, que tampoco recuerdo, pues me sería muy difícil recordar la foto evocada por cada uno, la instantánea que más recordaba era la de dos gendarmes franceses apaleando en el suelo a un alborotador y, a propósito de esto, salió un largo recuento de imágenes de este tipo, casi ya habituales, desde los desórdenes en México que sucedieron poco antes de la Olimpiada hasta la policía norteamericana con perros para azuzar contra los manifestantes.*

*Como es lógico, muchos se fueron hacia fotos patéticas, de sucesos africanos, de fusilamiento de prisioneros, de víctimas de cataclismos, de terremotos.*

*Otros dos de los contertulios, lo recuerdo bien, se fueron hacia temas más humanos y tiernos, bajo la afirmación de que eso es tan importante y tan noticia como lo que más. Y citaron, como ejemplos, la foto de Franco que, sentada en una playa, juega con su nieta y pone ante ella las dos manos cerradas para que la criatura adivine dónde está escondido lo que sea, o la famosa foto de Isabel de Inglaterra cuando los motores de un reactor levantaron su falda provocando un gesto tan asustado como femenino.*

Y yo...

*Bueno, pues también di mi opinión, claro. Aunque mi opinión más que esc, era impresión. Porque honradamente todas las fotos de acontecimientos importantes que hubiera contemplado en mi vida, entre otras razones porque no era cuestión de importancia o de estética, sinc de impresión. Y por encima de todo lo que yo he contemplado en mi vida, la foto que más me impresionó nunca es una que publicó «Match» con motivo de los famosos sucesos de la rebelión de los húngaros contra los ocupantes soviéticos. Es una instantánea terrible, donde un grupo ha colgado a un soldado soviético de los pies, de la rama de un árbol de una calle cualquiera de Budapest y patea y escupe lo que ya es un cadáver.*

*Y cuando se llega a una foto como esa, o como la de Oswald recibiendo los disparos de Jack Ruby —que es el primer asesinato del mundo que resultó televisado en directo, muy poco antes de que también lo fuera el asesinato de Robert Kennedy, pues no estoy seguro de que se estuviera transmitiendo en directo la llegada de John Kennedy a Dallas—, o fotos como la del hongo arrasador de Hiroshima o la de Jruschof gol-*



peando con el zapato en la mano sobre el pupitre de las Naciones Unidas, por citar fotos muy dispares, qué duda cabe que se ha llegado a esa imagen que vale por

mil palabras. Aunque, en definitiva, toda foto necesite también de las palabras, pues toda foto necesita una explicación.

## IMAGENES Y PALABRAS

No creo que haga falta situar el valor de las palabras y, por otra parte, no es el tema. Lo menciono únicamente porque estoy convencido de que la palabra tiene una fuerza «casi-gráfica» cuando la descripción está escrita por quien sabe hacerlo, sin olvidar que, como acabo de decir, toda imagen, toda foto, necesita una explicación en palabras.

Ahora bien, si eso es así, eso no resta en absoluto nada al carácter que ha alcanzado la imagen en el periodismo, y al hecho de que, prácticamente, la información gráfica es indispensable. Porque si hay una serie de acontecimientos que no exigen demasiado el acompañamiento gráfico —y nunca les sobraría—, como pueden ser los hechos más o menos rutinarios, tales como las reuniones parlamentarias de trámite, los hechos políticos habituales donde lo único que se puede retratar son personas, o los sucesos ya tan normales que dejan de ser noticia, como ocurre ya con los accidentes de tráfico, la realidad es que en todo lo demás el lector gusta de la información gráfica. Y que en ocasiones, la información gráfica no sólo es la ilustración de una noticia, sino que es casi el texto lo que se convierte en acompañamiento de la noticia, porque ésta es esencialmente gráfica.

Cuando se informa de que Fidel Castro ha llegado a Chile, está muy claro que lo importante es el tex-

to, la información en que se nos cuente cómo ha sido esa llegada, lo que significa, las consecuencias políticas de la visita, lo que representa para quienes deseaban esa visita, lo que supone para Cuba, lo que encierra para todo un continente en convulsión y agitación, las características de un viaje que es el primero del líder cubano al exterior. Todo eso es lo fundamental, y la imagen de Fidel Castro bajando por la escalerilla de un avión no tiene más importancia que la de apoyar todo lo demás, pues mientras no se demuestre lo contrario, todos los políticos bajan la escalerilla del avión del mismo modo, y no hay mayor interés.

En cambio, cuando Fidel Castro se pega el gran batacazo jugando al baloncesto en el mismo Chile, lo bueno es la foto. Porque lo curioso es la foto de Fidel dándose el batacazo, lo expresivo es el gran corpachón de Fidel Castro dando con sus huesos en el suelo. Porque lo importante es el testimonio gráfico, la representación plástica de un hecho que, en cambio, como noticia, no tiene ninguna importancia y es una simplísima anécdota.

Y volviendo a uno de los ejemplos citados antes, el que a la Reina de Inglaterra se le levante la falda por la racha de viento de un reactor, es que si no existiera como fotografía es un hecho que no existiría como noticia, porque no tiene entidad de tal.



## LAS FUENTES DE LA INFORMACION GRAFICA

*El modo de ilustrar plásticamente un periódico —tal y como expresaba en mi artículo anterior en estas mismas páginas— tiene muchas posibilidades. Y entre ellas, juega papel fundamental el archivo.*

*Sin embargo, a la hora de la información gráfica hay que descartar el archivo, pues éste, como tal, o precisamente por serlo, pasa a convertirse en ilustración, nunca en información, que debe ser noticia.*

*Con lo cual, situadas así las premisas, las fuentes de información gráfica de un periódico son las lógicas:*

- a) *Los fotógrafos del periódico.*
- b) *Los servicios de las agencias de noticias.*

*Vamos, pues, por orden.*

*La tarea de los fotógrafos de un periódico o revista puede tener tres vertientes:*

1. *La internacional.*
2. *La nacional.*
3. *La local.*

*En la vertiente internacional, la verdad es que, prácticamente, sólo actúan los fotógrafos de las grandes revistas gráficas, pues resulta extremadamente raro que un diario envíe un fotógrafo como enviado especial a ninguna parte, ni tampoco acompañando a un redactor.*

*Para un diario, y sobre todo para un diario español (pues no hay que olvidar los módulos y tarifas de publicidad en que se mueve la Prensa española), si la decisión de un enviado especial ya es un gasto serio, la decisión de que, además, le acompañe un fotógrafo, pasa a convertirse en un lujo. Está bien claro que no nos referimos al ámbito nacional, sino al internacional, terreno donde hasta ahora ha fallado toda posibilidad de acuerdo para que los periodistas obtengan reducciones importantes en las líneas aéreas y, sobre todo, en Iberia, que es la línea aérea española.*

## DIFICULTADES DEL PERIODISTA

*(No quiero insistir en el tema, pero no deja de ser curioso que cuando casi todas las grandes compañías del mundo dan facilidades a los periodistas, y descuentos tan sensibles como los que da la propia Iberia a los trabajadores en el extranjero, que suponen un 40 por 100, los periodistas no hayan logrado todavía personalmente ni un solo beneficio, aunque haya periódicos que hayan disfrutado o disfruten determinados convenios. Algún día me detendré a explicar cómo*

*grandes reportajes franceses de televisión son posibles gracias a disponer prácticamente de pasajes gratuitos en Air France. De todos modos, me parece importantísimo que un periodista tenga facilidad personal para viajar y documentarse, al margen de que su periódico quiera enviarlo o no. Muchos periodistas se lanzarían por su cuenta a realizar reportajes, de texto o gráficos, si tuvieran esa facilidad, en vez de tener que supe-*



periódico, casi siempre cicatera, en perjuicio, además, de ese tipo de periodista por libre, al estilo de Hemmingway, que es hoy bastante normal por el mundo.)

En fin, el hecho es que, por economía, en los diarios españoles es muy raro que —del bolsillo del periódico, pues las invitaciones son otro cantar— manden por el mundo a fotógrafos como enviados especiales. Y, dicho sea de paso, la verdad es que también es bastante raro en la Prensa universal, con la excepción de esos colosos que pueden permitirse todos los lujos. Aunque, también sea dicho, los colosos procuran no hacer excesos para poder subsistir, porque el negocio de la Prensa cada vez se hace más y más complicado.

A este respecto, baste decir que el gigante de la Prensa gráfica, la todopoderosa «Life», que es la que mandaba —y supongo que seguirá mandando en lo sucesivo, a pesar de todo— docenas de fotógrafos por el mundo, ha tenido que adoptar medidas drásticas. El día 1 de diciembre, la gran «Life», la mejor revista gráfica del mundo, tuvo que despedir cuarenta y cinco redactores y fotógrafos. Y por si esto fuera poco, decidió igualmente reducir su tirada de siete millones de

ejemplares a cinco millones, dentro de ese juego en el que una empresa periodística tiene que adecuar tirada y publicidad, pues sabido es que en la venta de cada ejemplar se pierde dinero y, si no va paralelamente compensado con los ingresos publicitarios que corresponden a una determinada difusión, sobreviene la ruina.

Y si «Life» tiene que despedirse de cuarenta y cinco redactores, más otros cuarenta y cinco administrativos, y suprimir dos millones de ejemplares de difusión, ¿qué tendrán que hacer los demás?

De todos modos, tal y como indicábamos, las grandes revistas son las que siguen manteniendo el tipo con sus fotógrafos de excepción enviados por el mundo. «Life», el «Match», las grandes revistas italianas, alemanas, inglesas —utilizando, por supuesto, numerosos convenios con las compañías aéreas—, siguen demostrando que el gran reportaje gráfico es fundamental. Y ni que decir tiene que tales revistas cuidan al mismo tiempo el reportaje gráfico nacional, de tan poderosa atracción para los lectores del país, pues cada vez se afianza más la importancia de los temas propios en el interés de las gentes.

## LOS PERIODICOS DIARIOS

Puestas así las exigencias de la información junto a las de la economía, la verdad es que los diarios cultivan solamente lo local, para confiar el resto a las agencias gráficas.

En los periódicos de la capital de un país, dentro de la información local se incrusta, de una ma-

nera absolutamente lógica, la información nacional. Es el eterno fenómeno de que todo cuanto acontece en la capital en el plano político tiene repercusión nacional.

Sin embargo, y a pesar de todo, cada vez es mayor la tendencia a que los fotógrafos se concentren en la información puramente local



—de la ciudad como tal, desde el hecho mínimo al suceso máximo— dejando la información gráfica nacional a las agencias.

¿Y eso, por qué?

Pues muy fácil. Por dos razones: por economía y hasta por evitar molestias.

Es evidente que si un Jefe de Estado preside un acto, y todos los periódicos importantes envían sus fotógrafos —cosa que sucede a veces—, forzosamente tendrá que estar sujeto al bombardeo de docenas de fotógrafos. Cosa que es tremendamente incómoda para el más alto magistrado de un país, pues la mayor parte de los actos son en interiores y obligan al uso de «flash» y, al mismo tiempo, es un derroche inútil. ¿De qué sirve que treinta fotógrafos estén haciendo las mismas fotos? ¿No es mejor que las dos o tres grandes agencias hagan ese trabajo, y distribuyan luego unas fotos que, por fuerza, salen infinitamente más baratas al

periódico que si son de su propio fotógrafo?

Cada domingo, cuando voy al fútbol, me quedo verdaderamente asombrado del derroche de fotógrafos. Incluso me planteo el misterio de que, si en Madrid no hay más que siete periódicos y tres o cuatro agencias, cómo puede haber hasta treinta fotógrafos captando exactamente la misma foto del equipo posando con el once que sale ese día. Llego a preguntarme, aparte de los que conozco, de dónde son esos fotógrafos, y hasta si son de verdad fotógrafos, o gentes que toman una cámara para ver gratis el fútbol...

Y me pregunto: excepto los diarios deportivos, que lógicamente deben estar especializados y luchar por una foto original, ¿no es un derroche esa cantidad de fotógrafos de todos los periódicos, para unas fotos que luego, cuando observo sus páginas, son siempre las mismas?

## IMPORTANCIA DE LO LOCAL

¿No sería mejor que los fotógrafos se movieran en lo local, y dejaran eso otro a las agencias?

Porque, de verdad, en lo local es donde un fotógrafo auténtico saca todo su genio y su temperamento a relucir, y donde el periódico le utiliza con provecho máximo.

Cuando hace muchos años visité por primera vez Nueva York, como era de rigor, fui a visitar el «New York Times». No me acuerdo exactamente de las cifras, pero, más o menos, lo curioso era que en el periódico, con una lógica cartesiana,

dedicaban apenas unos pocos redactores a la sección de extranjero mientras dedicaban cerca de doscientos redactores a información local, de los cuales cincuenta o sesenta eran fotógrafos. Pero en información local. En local, porque lo nacional y lo exterior venía, naturalmente, por las agencias, que para eso están: para que no haga falta en Vietnam o Pakistán un fotógrafo de cada periódico, sino un fotógrafo de cada una de las seis u ocho grandes agencias del mundo, con lo cual cada foto sale a la milésima parte de lo que costaría de la otra manera.



## EL COMETIDO DE LAS AGENCIAS

*Igual que ocurre con la información escrita, el papel de las agencias en la información gráfica es decisivo. Sin meterse en honduras (todo ese mundo de conciertos, convenios, compensaciones, corresponsales, distribución, derechos, propiedad), las agencias resuelven cada día el problema de los periódicos: para los periódicos de otras provincias, o de otros estados, o de otras prefecturas, o de otros departamentos, o de otras regiones, porque la información nacional les vendrá dada por esa red que tiene su último nudo en el centro y que, desde el centro, irradia hacia todas partes de nuevo; y para todos los periódicos del mundo, porque la agencia de cada país—mediante un acuerdo con las otras—, servirá cada día la actualidad universal, lo mismo si se trata del asesinato de un presidente que del vencedor de la etapa del «Giro», lo mismo si es en Alaska que en Sudáfrica.*

*Esa es la gran clave del periodismo hoy en lo internacional: la agencia. La agencia que es, a su vez, la quintaesencia de todas las*

*agencias del mundo reunidas, cada una en sus áreas, en sus zonas, a veces trabajando todas ellas en un punto, a veces trasvasándose, a veces compitiendo. En definitiva y al final, todas para cada periódico, convertidas todas ellas en el teclado de un solo teletipo (en la información escrita) o en el conjunto de unas fotos que cada día traen la imagen del mundo.*

*Aquí no hace falta explicarlo. Pero de vez en cuando, creo que sería verdaderamente útil contarle al lector de cada periódico que, para que pueda tener en sus manos ese periódico o esa revista, que valen menos que un café o que un «gin tonic», han tenido que trabajar por toda la tierra miles de hombres, sin contar con los centenares que, en última instancia, lo pondrán en sus manos. Y, encima, lo fantástico, lo que ni siquiera pensará jamás el lector, es que esa foto que está viendo hoy del hundimiento de un barco, la proclamación de una «miss» o el viaje de un político, está tomada apenas unas horas antes.*

## PUBLICIDAD Y RELACIONES PUBLICAS

P. S.—Terminado ya este trabajo, me doy cuenta que he olvidado un capítulo importante de información gráfica, que es esa fuente de fotos a granel que nace de las agencias de relaciones públicas. Lo que pasa es que en relaciones públicas opino lo mismo que el bueno de Jiménez Quilez, el que fue Director General de Prensa, que decía que «relaciones públicas es una publicidad que se diferencia de la otra en que no pasa por ventanilla».





### 3. Legislación e Información

## legislación penal española relacionada con los medios de información <sup>(1)</sup>

Por Ramón VILARIÑO MOSQUERA

#### LA VIGENTE LEY DE PRENSA E IMPRENTA

**L**A Ley de Prensa e Imprenta vigente en la actualidad en el país fue promulgada, como se sabe, el 18 de marzo de 1966. Al aproximarse sus seis años de vigencia puede hacerse ya un balance aproximativo de lo que ha representado y significado dentro del panorama de la Prensa y de los Medios de Comunicación en general.

**La Ley ha recibido aplausos y críticas, pero lo cierto es que ha representado un paso adelante en el camino siempre largo que debe recorrer esa norma superior que, al tiempo que reglamenta el ejercicio de una profesión, sometiéndola a unos cauces, debe ensanchar éstos al máximo, dentro de lo posible, para permitir un cada vez más saneado ejercicio de la libertad de expresión.**

## LIMITACIONES DE LA LEY

Las limitaciones de la Ley no son intrínsecas a ella en algunos casos, ya que fue posteriormente a su promulgación cuando se produjeron esos recortes que han venido a limitar más la libertad que aquélla reconocía a los profesionales.

La Ley de Prensa limita el ejercicio de la libertad de expresión por medio de impresos, en su artículo 2.º; artículo que luego se ha venido a reforzar merced a la reforma del Código Penal de 1967.

La libertad de expresión está admitida en nuestro país. Pero, dado que los límites se encuentran en la esencia misma de la libertad, el ordenamiento jurídico español, lo mismo que los extranjeros, se ha preocupado por fijar estos límites en el ejercicio de la libertad de expresión, configurando así un haz de deberes que comportan la exigencia de cumplimiento de unas normas cuya vulneración genera una responsabilidad que jurídicamente no es única y que, por tanto, no se tipifica en un único marco legal.

## TIPOS DE INFRACCION

A través de los Medios informativos se pueden cometer dos tipos de infracciones: formales y materiales.

Las formales, son aquellas infracciones de las normas de policía y de las condiciones y requisitos que se imponen para el ejercicio de la actividad informativa. Estas infracciones suelen venir siendo castigadas por las leyes específicamente informativas, es decir, Ley de Prensa y demás normas que la desarrollan.

Las materiales, son las infracciones que derivan del contenido de la publicación y, además, de la publicación en sí, por lo que sobre la tipicidad genérica se monta otra específica, que es la de la publicidad con que se comete la infracción.

Pues bien, este tipo de infracciones, además de estar previstas en la Ley de Prensa, también se recogen en el Código Penal español. Y es que el sistema español de control de las



infracciones está a caballo del jurisdiccional y el de la Administración. La Administración castiga la tipicidad de la infracción, la difusión (Ley de Prensa); la jurisdicción sanciona el hecho penado en sí, la perturbación social en sentido amplio.

Aunque, luego de algunas modificaciones del Código Penal, se puede producir el hecho antijurídico de que recaigan sobre un mismo hecho dos jurisdicciones diferentes, pues en determinados artículos de este Código, tras su modificación, se viene a castigar la difusión de unas infracciones cuya difusión ya estaba castigada en la Ley de Prensa.

## MODIFICACIONES AL CODIGO PENAL

El Código español vigente data del año 1944, fecha en que se publicó el texto refundido. Desde entonces, ha venido regulando la vida punitiva del país con las modificaciones que hubieron de hacerse por imperativos de diversa índole, a lo largo de los años transcurridos desde aquella fecha.

La última de las modificaciones —exceptuada la reciente que acaba de ser aprobada por las Cortes el pasado mes de noviembre<sup>1</sup>— tuvo lugar por ley de 23 de diciembre de 1961. Esta ley ordenaba al Gobierno la publicación de un texto revisado en el que se incluyeran todas las modificaciones introducidas desde la promulgación del texto de 1944, e introducía al propio tiempo nuevas modificaciones. Fruto de este mandato fue el Decreto de 28 de marzo de 1963, por el que se aprueba el «texto revisado de 1963» del Código Penal, que es el actualmente vigente.

El Código Penal, que consta de 604 artículos, está dividido en tres libros. El primero de ellos —artículos 1 a 119— trata de «los delitos y faltas y de las circunstancias que eximen de responsabilidad criminal, la atenúan o la agravan». El II —artículos 120 a 565— se refiere a «los delitos y sus penas». Y el III —artículos 566 a 604— regula «las faltas y sus penas». Se exponen a continuación todas aquellas infracciones, delitos o faltas que, pudiéndose cometer a través o con intervención de algún Medio informativo, se incluyen en el Código Penal. En su exposición, se ha creído más conveniente seguir, con independencia de un criterio jerárquico-cualitativo, el método más racional que depara la lectura del Código desde el primero hasta el último de sus artículos.

LIBRO I (artículos 1 a 119): «Disposiciones generales».

Art. 10 (circunstancias agravantes).

Dentro de las tres clases de circunstancias que contempla

<sup>1</sup> Este número de octubre, se imprimió en diciembre.



el Código —eximentes, atenuantes y agravantes— modificativas de la responsabilidad penal, existe una agravante que incide de lleno en los Medios Informativos. El apartado 4.º del artículo 10 dice textualmente: «es circunstancia agravante... *realizar el delito por medio de imprenta, radiodifusión u otro medio que facilite la publicidad*».

El primer Código que consideró esta agravante fue el de 1944, pues anteriormente se la catalogó como circunstancia mixta, entendiéndose que producía efectos agravantes o atenuantes según los casos. Fue incluida definitivamente entre las agravantes, una vez que se valoró el pernicioso efecto de la difusión del daño que la publicidad del delito puede ocasionar, y ocasiona de hecho, sobre todo en el caso de los delitos contra el honor y los de opinión.

La publicidad, está tratada como agravante genérica, pero ello no quiere decir que no pueda constituirse en específica en algunos casos delictivos como, por ejemplo, en el de la calumnia.

Conviene hacer notar que, aun cuando no se mencionen taxativamente todos los Medios de difusión (televisión, por ejemplo), todos, sin embargo —incluido este poderosísimo Medio moderno—, quedan incursos en la redacción de la circunstancia 4.ª, la cual determina con precisión, «u otro...».

#### Art. 13 (responsabilidad criminal).

Este artículo es una excepción al 12, que preceptúa quiénes son los «responsables de los delitos y faltas». Según este artículo 12, «son responsables: los autores, los cómplices y los encubridores».

Pues bien, de los delitos y faltas que podríamos denominar informativos, es decir, cometidos a través de los Medios informativos, sólo son responsables, criminalmente, los autores.

Dice el artículo 13: «se exceptúan de lo dispuesto en el artículo anterior los delitos y faltas que se cometan *por medio de la imprenta, el grabado u otra forma mecánica de reproducción, radiodifusión u otro procedimiento que facilite la publicidad. De dichas infracciones responderán criminalmente sólo los autores*».

Este artículo 13 sienta, pues, el principio de la autoría exclusiva: sólo es responsable el autor, de hecho, del texto delictivo. No caben, por tanto, aquí ni el encubridor ni el cómplice, aunque, sí quepa, desde luego, la coautoría.

#### Art. 15 (responsabilidad criminal).

El artículo 15 vuelve a ser una excepción, bien que en este caso parcial, del artículo 14, cuyo concepto de autores restrin-



ge. Dice el artículo 14 que se consideran autores, los que toman parte directa en la ejecución del hecho, los que fuerzan o inducen directamente a otros a ejecutarlo y los que cooperan a la ejecución del hecho con un acto sin el cual no se hubiera efectuado.

Este concepto tripartito de autoría queda restringido en el supuesto de las infracciones informativas, tal y como se deduce de la lectura del artículo 15, que dice: «sin embargo de lo dispuesto en el artículo anterior, solamente se reputarán autores de las infracciones mencionadas en el artículo 13, *los que realmente lo hayan sido del texto escrito o estampa publicados o difundidos. Si aquéllos no fueren conocidos o no estuvieren domiciliados en España o estuvieren exentos de responsabilidad criminal, con arreglo al artículo 8 de este Código, se reputarán autores los directores de la publicación que tampoco se hallen en ninguno de los tres casos mencionados. En defecto de éstos, se reputarán autores los editores, también conocidos y domiciliados en España y no exentos de responsabilidad criminal, según el artículo anteriormente citado y, en defecto de éstos, los impresores. Se entiende por impresores, a efectos de este artículo, los directores o jefes del establecimiento en que se haya impreso, grabado o publicado, por cualquier otro medio, el escrito o estampa criminal*».

## AUTOR DE DELITO INFORMATIVO

Quiere ello decir que por autor de un delito informativo habrá que entender exclusivamente al que toma parte directa en la ejecución del hecho y en ningún caso al que fuerza o induce a otro o al que coopera a la ejecución del hecho.

El propio artículo 15 delimita cuál puede ser el contenido y extensión de esta autoría restringida, que se recoge en la frase «tomar parte directa en la ejecución del hecho» del artículo 13, al puntualizar quiénes y cuándo podrán ser considerados «autores reales del texto, escrito o estampa publicada o difundida».

Este especial tratamiento de la autoría penal-informativa se caracteriza, a la vista del mencionado artículo, por los siguientes principios:

— Unicidad de responsabilidad. Siempre habrá un responsable y uno solo. Nunca varios.

— Responsabilidad objetiva. Puede resultar autor y, por tanto, responsable del delito, quien no lo haya sido, material, directo, del hecho que se castiga. Así, el director de un Medio informativo, en el supuesto de que el autor no sea conocido o no estuviere domiciliado en España o estuviere exento de responsabilidad criminal por alguna de las doce causas del artículo



lo 8 del Código Penal: enajenación, minoría de edad (dieciséis años), sordomudez, defensa propia, o ajena, o de la familia, estado de necesidad, fuerza irresistible, miedo insuperable, cumplimiento del deber y obediencia debida.

— Responsabilidad —subsidiariamente— en cascada: autor, director, editor, impresor. Este último principio excluye la prueba liberatoria, pues, de lo contrario, quedaría roto el sistema de cascada. Sistema que ofece ventajas, aunque tampoco está exento de algún inconveniente. La ventaja inicial es que posibilita la búsqueda del verdadero culpable, el autor de hecho. El inconveniente principal es que deja la puerta abierta al castigo a quien, de hecho, no es culpable, bien que puede justificarse doctrinalmente esta culpabilidad indirecta o de derecho, acudiendo como argumento a la negligencia —culpa— atribuible, sin duda alguna, a quien, director, editor, impresor, ha permitido publicar la publicación o divulgación de un texto o escrito contrario a la ley.

LIBRO II (artículos 120 a 565): «Delitos y sus penas».

Delitos contra la seguridad exterior del Estado (título I):

Art. 123 (ultrajes a la Nación española). «Los ultrajes a la Nación española o al sentimiento de su unidad, así como a sus símbolos y emblemas se castigarán con la pena de prisión menor; y si tuvieran lugar con publicidad, con la de prisión mayor.»

Art. 126. «El que introdujere, *publicare* o ejecutare en la Nación cualquier orden, disposición o documento de un Gobierno extranjero que ofenda a la independencia o seguridad del Estado, se oponga a la observancia de sus leyes o provoque su incumplimiento, será castigado con la pena de prisión menor, a no ser que de este delito se sigan directamente otros más graves, en cuyo caso será penado como autor de ellos.»

Art. 132. «El español que, fuera del territorio nacional, comunicare o *hiciera circular noticias o rumores falsos desfigurados o tendenciosos* o ejecutare actos de cualquier clase encaminados a perjudicar el crédito o la autoridad del Estado o a comprometer la dignidad o los intereses de la Nación española, será castigado con las penas de prisión mayor, inhabilitación absoluta y multa de 10.000 a 250.000 pesetas.»

Delitos contra la seguridad interior del Estado (título II):

Art. 147. «Incurrirá en la pena de prisión mayor el que injuriare o amenazare al Jefe del Estado *por escrito o con publicidad* fuera de su presencia. Las injurias o amenazas inferidas en cualquier otra forma serán castigadas con la pena de prisión mayor, si fueran graves, y con la de prisión menor, si fueran leves.»



Art. 164. «Serán castigados con la pena de reclusión menor:

1.º Los que en las manifestaciones o reuniones públicas o en sitios de numerosa concurrencia, dieren vivas u otros gritos que provocaren aclamaciones directamente encaminadas a la realización de cualquiera de los fines determinados en el artículo anterior (artículo 163: actos directamente encaminados a sustituir por otro el Gobierno de la Nación, a cambiar ilegalmente la organización del Estado, o a despojar, en todo o en parte, al Jefe del Estado de sus prerrogativas y facultades...).

2.º Los que en dichas reuniones y sitios *pronunciaren discursos, leyeren o repartieren impresos o llevaran lemas o banderas* que provocaren directamente a la realización de los fines mencionados en el artículo anterior.»

Art. 165. «Incurrirán en la pena de arresto mayor:

1.º Los autores, directores, editores o impresores, en sus respectivos casos, de impresos clandestinos. Se entienden por tales los que no reúnan los requisitos que exige la legislación vigente para la publicación de libro, folletos, hojas sueltas y carteles.

2.º Los que, pretendiendo fundar un periódico, no cumplan las disposiciones establecidas por la legislación de Prensa. En la misma pena incurrirán los que no cumplan lo prevenido por la legislación de Imprenta o de Prensa sobre nombramiento, cambio y cese del director del periódico.

3.º El director del periódico que no cumpliera las disposiciones establecidas sobre presentación a la autoridad de ejemplares de cada número que se publique.»

## IMPRESOS CLANDESTINOS

«Impresos clandestinos son aquellos —dice el artículo 13 de la Ley de Prensa vigente— en los que no figuren o sean inexactas las menciones exigidas en el artículo 11 (anormalidades en el pie de imprenta, que incluye lugar y año de la impresión, nombre y domicilio del impresor), o que hayan sido difundidos incumpliendo lo dispuesto en el artículo 12 (depósito de seis ejemplares). El libro debe tener más de 50 páginas; el folleto, no superarlas; la hoja suelta, cuatro como máximo.»

Estos dos últimos artículos, 164 y 165, fueron modificados por Decreto de 8 de abril de 1967, que entró en vigor el 30 del mismo mes, después de una debatida discusión en las Cortes Españolas, a las que les fue sometido un proyecto de reforma

del Código Penal que, aparte afectar a estos dos artículos, supuso la introducción de otros dos nuevos, el 164 bis y el 165 bis.

Dada la trascendencia y significado del contenido de estos cuatro artículos, cerramos aquí la primera parte de este trabajo en cuya continuación dedicaremos un más amplio comentario a éstos y los demás artículos referidos a la Información, que todavía restan por ver del Código Penal español.



#### 4. Jurisprudencia

# dos sentencias del tribunal supremo

#### GARANTIAS A TRAVES DE LA LEY DE PRENSA

**L**A primera sentencia que se comenta alude a una de las limitaciones establecidas en el artículo 2.º de la vigente Ley de Prensa —a la libertad de expresión—, que, jurídicamente, precisa una mayor matización en su contenido: nos referimos a la salvaguardia de la intimidad y del honor personal. La sentencia sienta como punto realmente interesante el de que el artículo que originó la petición del interesado para incoar expediente

sancionador contra el diario que lo difundió responde exactamente a la verdad y no ataca al honor personal del recurrente, añadiendo que no es admisible que el particular pueda obligar a la Administración a incoar «a forciori» un expediente sancionador sólo porque se entiende aludido en un artículo periodístico.

La segunda sentencia contempla un supuesto de cancelación administrativa de una inscripción registral a una empresa editora de libros. Quizá lo más interesante sea que la sentencia, que confirma la resolución administrativa y desestima el recurso, inicia sus Considerandos recordando que el artículo 5.º de la Ley de Prensa dispone que la Administración garantizará el ejercicio de las libertades y derechos que se regulan en la Ley de Prensa; garantía que tiene que entenderse conjugando adecuadamente el ejercicio de esa libertad de expresión con las exigencias inexcusables del bien común.

#### RECURSO DESESTIMADO

La sentencia de la Sala III del Tribunal Supremo, de 28 de diciembre de 1970, ha desestimado el recurso interpuesto en vía contencioso-administrativa, por don Antonio García-Trevijano Forte, contra la resolución del Ministerio de Información y Turismo, de 29 de septiembre de 1969, que desestimaba el de alzada formulado contra resolución de la Dirección General de Prensa, de 24 de diciembre de 1968, por la que se acordó no haber lugar a incoar expediente sancionador al diario «Pueblo», por la publicación en los números correspondientes a los días 9, 10, 11, 19 y 20 de julio de 1969, de diversas informaciones en las que se recogían frases y conceptos, que a juicio del recurrente, faltaban a la verdad y habían sido vertidas en su deshonra y descrédito, es decir, contra su honor personal.

Todo ello a propósito de lo publicado por dicho periódico sobre su actuación, en relación con los representantes guineanos, en las conversaciones en que fue aprobada la Constitución Política de Guinea Ecuatorial; lo que suponía una eventual infracción del artículo 2.º de la Ley de Prensa e Imprenta, en lo que se refiere al respeto debido a la verdad y a la salvaguarda del honor personal, por lo que solicitaba, al margen de las acciones penales que pudieran corresponderle, la incoación de expediente sancionador contra la Dirección del diario «Pueblo».

#### LA OPINION DEL RECURRENTE

La parte actora en su recurso, alegaba en esencia lo siguiente: «que disiente totalmente del criterio mantenido por la resolución de la Dirección General de Prensa, quien considera



que si una o varias informaciones aparecidas en un periódico y que contienen frases y conceptos calumniosos van dirigidos a persona no identificada, porque se sustraen del conocimiento del lector las circunstancias esenciales para su identificación, tales como: nombre, apellidos y domicilio, no pueden considerarse ofensivas para nadie», pero a su juicio, basta con el hecho de que el sector social donde se desenvuelve esa persona puede identificarla, y en este caso concreto, con las referencias dadas por el diario «Pueblo», la persona aludida fue fácilmente identificable por el amplio sector social en que la misma se desenvuelve.

Añadió el recurrente que las referencias del periódico citado habían producido un resultado más ofensivo y de mayor alcance que si desde el comienzo se le hubiese aludido personalmente, dando su filiación completa, ya que de esta manera se había incitado más a la curiosidad pública al tratar de identificar a la persona de que se trataba.

Finalizando al señalar que la réplica dirigida al diario «Pueblo», fue publicada fuera del término legal que establece el artículo 9.º del Decreto 746/66.

La sentencia inicia sus considerandos afirmando que el artículo 2.º de la Ley de Prensa e Imprenta consagra la libertad de expresión y el derecho a la difusión e información, e impone como limitaciones al mismo, entre otras, el respecto a la verdad y a la salvaguardia de la intimidad y del honor personal.

## MISION DE LA ADMINISTRACION

Insiste en que es la Administración quien garantizará el ejercicio de las libertades y derechos que en esa ley se regulan, persiguiendo a través de sus órganos e incluso por la vía judicial cualquier actividad contraria a aquéllas y, en especial, las que intentan deformar la opinión pública o impidan la libre información, correspondiendo esta facultad sancionadora a la Administración con absoluta independencia de que los hechos sean o no constitutivos de delito, según disponen los artículos 5.º y 66 de la Ley de Prensa e Imprenta.

A continuación, la sentencia examina el artículo publicado en el diario «Pueblo» del día 9 de julio de 1968, considerando que el mismo se limita a recoger las manifestaciones hechas por algunos guineanos en el Comité de los Veinticuatro de las Naciones Unidas, cuyas manifestaciones «responden exactamente a la verdad de lo expuesto en aquel Comité»; por consiguiente, «como la misión de la Prensa es fundamentalmente informar a los lectores y orientar a la opinión pública», es visto que con tal artículo no sólo no se falta a la verdad en la narra-



ción de los hechos, sino que, escrupulosamente, se cumplen los destinos de la Prensa.

Matizando la sentencia, que «si el actor entendiese que con los artículos publicados se había podido incurrir en alguno de los delitos de injuria o calumnia, libre tiene el ejercicio de las acciones penales para interponerlas ante quien corresponda». Pero que si la Administración, que es la garante de la libertad de Prensa, previa información reservada, entendió que con las publicaciones realizadas no se había infringido ninguna de las limitaciones a ese derecho, y por consiguiente no debía ejercitar su potestad sancionadora, obró correctamente al denegar la promoción del expediente sancionador, *decisión que sólo a ella corresponde ADOPTAR.*

## EL DERECHO DE REPLICA

Finalizada la sentencia, resaltando que el derecho de réplica que concede el artículo 58 de la Ley de Prensa e Imprenta y regula el Decreto número 746 de 31 de marzo de 1966, señala unos plazos para la inserción de la réplica, pero estos plazos no son preclusivos, sino que, conforme al párrafo último del artículo 9.º del decreto citado, previa justificación de la imposibilidad de publicarla en el plazo legal, puede ser este prorrogado discrecionalmente por el Ministerio de Información y Turismo, sin que pueda exceder de cinco días a contar de la recepción del mismo.

Ahora bien, en el caso que nos ocupa la carta de réplica fue leída por un guineano en el Comité de los Veinticuatro y publicada en algún periódico, antes que en el diario «Pueblo», luego si la Administración no sanciona esta falta, es por considerar que la verdadera réplica ya se había producido con la lectura de la carta, considerando también que «no es admisible que el particular pueda obligar a la Administración a incoar "a forciori" un expediente sancionador sólo porque se entienda aludido en el artículo periodístico».

Por todos estos motivos, la sentencia desestima el recurso declarando ajustadas a derecho las resoluciones recurridas.

## CANCELACION DE UNA INSCRIPCION REGISTRAL

*EL Consejo de Ministros por resolución de 4 de julio de 1969, que desestimó el recurso de alzada interpuesto contra resolución del Ministerio de Información y Turismo de 24 de marzo de 1969, dispuso la cancelación en el Registro de Empresas Editoriales de las empresa Equipo Editorial, S. A., por considerar los supuestos de cancelación del apartado 2.º del artículo*



29 de la Ley de Prensa e Imprenta aplicables al régimen cancelatorio del Registro de Empresas Editoriales, según se desprende del número 2 del artículo 51 de la Ley de Prensa e Imprenta.

*Equipo Editorial, S. A., impugnó la resolución citada en vía contencioso-administrativa, recurso sobre el que ha recaído sentencia de la Sala III del Tribunal Supremo de 18 de diciembre de 1970, desestimándolo y confirmando las resoluciones recurridas.*

*La sentencia inicia sus considerandos recordando que el artículo 5.º de la Ley de Prensa dispone que la Administración garantizará el ejercicio de las libertades y derechos que se regulan en esta ley. Garantía que tiene que entenderse conjugando adecuadamente el ejercicio de esa libertad de expresión de pensamiento consagrada en el Fuero de los Españoles, con las exigencias inexcusables del bien común, de la paz social y de un recto orden de convivencia para todos los españoles.*

*Matiza la sentencia que, según dispone el número 1 del artículo 51 de la citada Ley de Prensa, las empresas editoriales, antes de dar comienzo al ejercicio de sus actividades, habrán de inscribirse en el Registro de Empresas Editoriales que se llevará en el Ministerio de Información y Turismo.*

## REQUISITOS PARA LA INSCRIPCION

*Se señalan en el artículo 52 de la misma norma legal los requisitos para solicitar la inscripción, entre los cuales figura en el número 5 las líneas generales del plan editorial y financiero, y que cuando tales requisitos se cumplen, la inscripción es obligada conforme a lo dispuesto en el artículo 53 de la propia ley. También se prevé en el número 2 del artículo 51, tanto la posibilidad de que la inscripción se deniegue, como que se cancele, dando en ambos supuestos los recursos señalados en el artículo 30; es decir, que la ley equipara los recursos y las causas de denegación y cancelación de la inscripción de ambas empresas.*

*Añade la sentencia, que cumpliendo la parte actora del recurso lo dispuesto en los artículos citados para la inscripción, y también el Decreto número 748 de 31 de marzo de 1966, señaló en su solicitud que «su finalidad era editar obras en castellano, en vascuence o bilingüe, siendo los temas de interés general histórico, sociológico, etc. y cuentos y publicaciones infantiles»; y dentro del mismo año en que le fue concedida la inscripción, sigue la sentencia, fueron presentadas 17 obras, de las cuales fueron denegadas 14, y de ellas, dos fueron denunciadas al Ministerio Fiscal, y al año siguiente se presentaron tres obras, las cuales fueron también denegadas.*



*Por lo que la sentencia considera que, si bien para la inscripción en el Registro de Empresas Editoriales basta con señalar las líneas generales del plan editorial, «para el ejercicio de su actividad, ha de ajustarse la empresa a las limitaciones impuestas por el artículo 2.º de la Ley de Prensa, a la libertad de expresión y al derecho de difusión de información, entre los cuales se encuentra el acatamiento a la Ley de Principios del Movimiento Nacional y demás Leyes Fundamentales». Por este motivo, las obras intentadas publicar o publicadas, a pesar de la ilimitada amplitud que tienen los conceptos de interés general, científico, histórico, sociológico, etc., se apartan fundamentalmente de lo enunciado en el plan editorial, al hacer la publicación de doctrinas revolucionarias para, desorientando a la opinión pública, promover la subversión social.*

#### FALSEDAD EN LOS DATOS

*Finaliza la sentencia insistiendo en que estas faltas «no pueden ser equiparadas a las que señalan los artículos 67, 68 y 69 de la Ley de Prensa, sino que por haberse falseado la exactitud de los datos suministrados a la Administración al solicitar la inscripción de la empresa, hace que conforme a lo dispuesto en el número 2 del artículo 29 de la ley comentada, tal conducta determina la cancelación de la inscripción practicada».*

*Consecuencia lógica y natural, porque si la empresa editorial recurrente hubiese expuesto en el plan general, en vez de conceptos ambiguos, su verdadero propósito de publicar obras de marcado carácter extremista y subversivo, le hubiese sido denegada la inscripción, pero como lo ocultó desfigurando la verdad, debe cancelarse ésta que en otro caso no le hubiera sido concedida.*

*Es por lo que la sentencia desestima el recurso interpuesto, declarando ajustadas a derecho las resoluciones recurridas.*



5. Situación de la Prensa en el mundo

la prensa  
alemana, hoy

Por Luis MOLERO MANGLANO

PERIODICOS NUEVOS

*P*UEDE decirse que 1971 supone el veinticinco aniversario de fundación de la mayoría de la Prensa alemana que existe actualmente. Casi todas las publicaciones de antes de la guerra fueron poco a poco controladas por el partido nacional-socialista, por lo que casi automáticamente desapareció en 1945 a consecuencia de la ruina y de la desorganización general que siguieron al hundimiento del Tercer Reich.

*Por ello puede decirse que la totalidad de la Prensa actual ha nacido en los años de la posguerra. A pesar de lo cual, más del 50 por 100 de los títulos aparecidos a partir de 1946 no resultaban de nueva creación. La mayoría suponían tan sólo el renacimiento o reaparición de periódicos existentes antes de la capitulación o, incluso, antes de la instauración del régimen hitleriano. Entre los que se remontan en sus orígenes a épocas más lejanas pueden citarse el «Hildesheimer Allgemeine Zeitung», de Hildesheim (1705); el «Hanauer Anzeiger», de Hanau (1725); el «Giessener Anzeiger», de Giesseb (1715), y el de más importancia entre todos ellos: el «Nürnberger Zeitung», de Nuremberg, fundado en 1804.*

#### DIARIOS APARECIDOS EN 1945

Los primeros periódicos aparecidos en 1945 fueron puestos en circulación por iniciativa de los vencedores, es decir, de los aliados, que los reinstauraron en su respectiva zona de ocupación. Cuando más tarde fueron autorizados periódicos propiamente alemanes por la iniciativa de los promotores, enfoque y organización, sus fundadores debían obtener antes una licencia de las autoridades aliadas, que en cierto modo condicionaba el periódico, por lo que el verdadero resurgir de la nueva Prensa alemana se dio en realidad a partir de la derogación de dicha autorización previa por la Alta Comisión Aliada el 21 de septiembre de 1949. Efectivamente, a partir de entonces el proceso fue muy rápido y ya a finales de 1951 existían más de 620 diarios, con otros tantos satélites o ediciones locales de los primeros, lo que suponía un total de más de 1.220 títulos. A pesar de una serie de desapariciones en el curso de estos últimos años —entre ellas la muy destacada del célebre periódico satírico «Simplicisimus», en la primavera de 1967—, la Prensa alemana hoy es, tal vez, una de las primeras de Europa, tanto en cantidad como en calidad.

#### UNA PRENSA CON MUCHOS SATELITES LOCALES

En la República Federal Alemana existen actualmente más de 1.200 títulos de diarios, que alcanzan una tirada global superior a los 22 millones de ejemplares. Estas cifras deben aumentarse con una cuarentena de semanarios, varios centenares de revistas ilustradas y publicaciones periódicas consagradas a la mujer, a la casa, a la radio y a la televisión, a los deportes, al turismo, a la política y a las cuestiones culturales, lo que supone varios millares de publicaciones especializadas diversas.

La Prensa alemana presenta un cierto número de características específicas diferenciales. En primer lugar, no responden



a la constante histórica de Alemania, dada la actual organización federal, en la que Berlín ha dejado de desempeñar su papel de capital. En segundo lugar, no muestra una tendencia excesiva a la concentración, ni en una ciudad ni en una zona determinada del país, sino que se distribuye muy equitativamente, por lo que es esencialmente regional. Así, cada uno de los Estados que constituyen la República Federal, cada ciudad de una cierta importancia, y a veces algunas pequeñas ciudades, tienen sus propios periódicos, lo que justifica el gran número de títulos diarios. En este sentido debe precisarse que en Alemania se llama diario a cualquier Medio informativo que aparezca tan sólo dos o tres veces por semana, pero de forma regular, y que en el total de títulos se incluyen los numerosos «satélites» de los periódicos más importantes, ya que estos satélites no tienen el carácter de ediciones locales del periódico principal. En resumen, podría llegarse a la cifra de 450 verdaderos diarios independientes en Alemania.

#### CARACTERÍSTICAS DE LA PRENSA ALEMANA

Otra de las características que se encuadran en la vieja tradición de la Prensa alemana es la de que la mayoría de la Prensa local y regional halla su difusión a través de las suscripciones, siendo mucho menos importante la venta directa de ejemplares.

Por otra parte, ninguno de los grandes periódicos están dirigidos o pretenden una audiencia nacional, si exceptuamos a «Frankfurter Allgemeine», que lleva como subtítulo «Zeitung für Deutschland», y en una menor medida a «Die Welt» y «Süddeutsche Zeitung». Lo que no quiere decir que alguno de ellos no haya adquirido un prestigio que le hace conseguir una difusión más amplia que la marcada por los límites de su región.

Dentro de esta categoría pueden ser clasificados doce periódicos: uno en Munich, dos en Stuttgart, tres en el valle medio del Rin, cuatro en el Ruhr y dos en Hamburgo. Entre ellos sólo uno sobrepasa, muy ampliamente, el millón de ejemplares; siete pasan de los 300.000, y «Frankfurter Allgemeine», a pesar de su audiencia de carácter nacional, sólo llega a los 250.000. Puede calcularse que unos 30 títulos sobrepasan los 100.000 ejemplares de tirada.

Otra característica esencial de la Prensa alemana es su mayor preocupación por obtener calidad de información, más que por una abundante difusión. Como ejemplo de ello puede decirse que las cuestiones políticas, económicas, artísticas y literarias ocupan amplio espacio y están muy cuidadas en su presentación, mientras que los sucesos, los pasatiempos y los hechos diversos tienen el espacio muy limitado.



## LOS GRANDES SUPLEMENTOS

Como en Gran Bretaña y los Estados Unidos, los sábados por la tarde se ofrece la edición del periódico acompañada de suplementos de todo género, redaccionales y publicitarios, que alcanzan la mayor paginación, en este género, de Europa.

Característica común a la Prensa de todos los otros países es la de que la Publicidad supone el capítulo más importante de ingresos de la empresa periodística (del 60 al 70 por 100), sin que por ello se consiga siempre el equilibrio presupuestario de la misma. Por ello se recurre, como en otras partes, a aproximaciones o cooperaciones que tienden a disminuir los gastos generales (por ejemplo, la utilización común de redacciones o instalaciones), y se dan casos de concentración, así como a veces la desaparición pura y simple del periódico. Sin embargo, puede decirse que en los últimos años las ventas de ejemplares se ha mantenido o ha aumentado. Más difícil es conseguir frenar la evasión de la publicidad hacia la televisión, por lo que los periódicos tratan de unirse en sus esfuerzos o proyectos, habiendo reclamado incluso la autorización al Gobierno para crear la propia Prensa una tercera cadena de televisión financiada por la publicidad. Sin embargo, la conclusión de expertos encargada por el Bundestag de estudiar este asunto en 1964 se pronunció en contra.

## CONDICIONES MATERIALES Y REGIMEN LEGAL

Las instalaciones de los periódicos alemanes y las condiciones materiales de que disponen son de las más lujosas y mejores, por lo menos, de Europa. Asimismo, los recursos humanos con que cuenta cada periódico. Por ejemplo: mientras sólo hay una decena de corresponsales franceses acreditados en Bonn, los periódicos alemanes están representados en París por unos cincuenta periodistas entre enviados especiales permanentes y corresponsales. Por ello, la amenaza del paro no se hace sentir en la profesión, aunque las condiciones salariales de los periodistas alemanes son muy rígidas y no responden al nivel de vida europeo o a la prosperidad del país, ya que están reglamentadas de una manera muy estricta, que clasifica a los periodistas según zonas de salarios, tirada de los periódicos, antigüedad de servicios prestados y categoría profesional.

En cuanto a su asociación profesional y laboral, según las últimas cifras, los periodistas están agrupados —en un 70 por 100— en varios sindicatos, de los que los más importantes son la Asociación de Periodistas Alemanes (Deutscher Journalistenverband) y la Unión de Periodistas Alemanes (Deutscher Journalistenunion). Los editores se reparten entre la Asociación



Federal de Editores de Periódicos Alemanes (Bundesverband Deutsche Zeitungsverleger) y la Asociación de Editores de Revistas Alemanas (Verband Deutscher Zeitschriftenverleger). Desde 1957, un Consejo de Prensa de composición paritaria reúne a editores y periodistas.

## SOCIEDADES DE PERIODISTAS

Por lo demás, los movimientos de sociedades de periodistas empiezan a desarrollarse en el seno de la Redacción. Recientemente, la Academia protestante de Loccum organizó un coloquio sobre la «Libertad interna de la Prensa», destinado a clarificar las relaciones de los periodistas con sus patronos. Al final se votó una moción muy dura, según la cual «la libertad interna de la Prensa no está garantizada institucionalmente en Alemania». Naturalmente, los representantes de los editores, apoyándose en la concepción económica de la empresa, habían objetado por adelantado que la empresa constituye un todo, y que los periodistas no podían ser privilegiados en relación a los colaboradores, empleados y obreros. Lo que, por supuesto, es desconocer el carácter de servicio público que tiene la Información y las garantías que deben ser dadas a quienes la construyen y a quienes la reciben.

En la práctica, en algunos periódicos existe un estatuto que garantiza los derechos de los redactores frente a la dirección. Así, por ejemplo, en el diario «Mannheimer Morgen», y en el semanario «Stern», en el que en mayo de 1969 se constituyó un llamado «Comité Consultivo Redaccional». Más recientemente, Augstein, propietario de «Spiegel», llevó a cabo una oferta de participación del 50 por 100 a los que trabajaban en el mismo, con el lógico resultado de que la mayoría de los empleados y obreros la aceptaron favorablemente, pero no así los periodistas, más preocupados, como decíamos antes, por su independencia informativa que por su «status» económico.

## LEGISLACION

El artículo 5.º de la Ley Fundamental (Constitución) de la República Federal garantiza la libertad de Prensa. «Cada ciudadano —dispone la misma— tiene el derecho de expresar y difundir libremente su opinión por medio de la palabra, por sus escritos y por la imagen.» Tiene el derecho de informarse libremente en todas las fuentes, generalmente accesibles. La libertad de Prensa y la libertad de Información en Radio y Cine quedan garantizadas. No hay «censura». En cuanto a los temas de la competencia de los Länder, un cierto número de ellos —Baviera, Hesse, Bade-Wurtemberg— han adoptado leyes sobre



Prensa, que reconocen generalmente, entre otros, el derecho del redactor de negarse a divulgar la fuente de sus informaciones. Por otra parte, la Ley del Imperio, de 1874, sigue estando en vigor y, en especial, su regulación del derecho de réplica.

Los periódicos alemanes disponen de los servicios de tres grandes Agencias de Prensa, dos americanas —«Associated Press» (A. P.) y «United Presse International» (U. P. I.)— y una alemana, fundada el 18 de agosto de 1949, la «Deutsche Presse-Agentur» (D. P. A.). Esta última es propiedad cooperativa de los editores de periódicos y de las estaciones de radio. A fin de salvaguardar su independencia, sus estatutos prohíben a cualquier empresa de Prensa que posea más del 1 por 100 de su capital, y al conjunto de las estaciones de radio que posean más del 10 por 100. El Consejo de Vigilancia, compuesto por 18 miembros, no tiene ningún representante del Gobierno Federal. La sede de la D. P. A. está en Hamburgo. Posee una red de corresponsales muy vasta, tanto en la República Federal como en el mundo entero.

#### EL «IMPERIO» DE SPRINGER

Un cierto número de «imperios» dominan la Prensa alemana, especialmente en materia de semanarios y de publicaciones periódicas. Pero el primero de todos ellos, y muy de lejos, es el de Axel Springer, que constituye el mayor editor de publicaciones de todo tipo en Europa (tirada total: 2.000 millones de ejemplares por año).

Herederero de un pequeño negocio de Prensa, Axel Springer empezó muy modestamente en 1945 con una publicación mensual —«Norddeutsche Hefte»—, que, consagrada a la radio, a la literatura y a las ciencias, alcanzó pronto los 100.000 ejemplares. Con sus publicaciones mensuales, sus editoriales, un conjunto sin rival de imprentas repartidas en cinco grandes ciudades, que hacen de él el fabricante de la mayor parte de los diarios, incluso de los competidores directos, «Quick», «Stern» y «Neue Revue», el grupo Springer domina directa o indirectamente una gran parte de la Prensa del otro lado del Rin. Sus ambiciones sobrepasan probablemente el marco de la Alemania Federal. El nuevo edificio empezado en Stuttgart a comienzos de 1970 posee una de las más gigantescas imprentas de Europa (se habla de máquinas para doce colores).

#### LA AUTOCOMPETENCIA

La regla de la competencia es absoluta entre las diferentes publicaciones del «imperio» Springer, y no existe entre ellas



ninguna concentración redaccional. El desarrollo de las empresas de este gigante no ha dejado de suscitar y suscita, a pesar de ello, protestas muy numerosas. El Gobierno Federal se ha preocupado hasta el punto de crear, en marzo de 1967, una «comisión de encuestas sobre la Prensa», llamada Comisión Gunther por el nombre de su presidente, cuyo título no disimulaba que debía, sobre todo, investigar los eventuales medios de limitar el acceso de Springer a nuevas publicaciones.

Axel Springer, como ya hemos dicho, edita varios diarios, cuyo conjunto representa algo menos de la tercera parte del mercado de la Prensa diaria, muy por delante de los otros grupos de diarios, de los que los principales —«Westdeutsche Allgemeine Zeitung» y «Süddeutsche Verlag»— no sobrepasan el 3 por 100.

En Hamburgo, Springer edita los dos grandes periódicos, muy diferentes, que son «Die Welt» y «Bild Zeitung». El primero, comprado a las autoridades británicas en 1953, tira 290.000 ejemplares. Por la seriedad de su información, el reparto de sus secciones, la distribución de páginas, se dirige a un público de una cierta calidad. Periódico de gran información, tiene un poco de «Le Figaro» y de «Le Monde», pero tiende a marcar una cierta orientación nacionalista, duramente reprochada a Springer por los «contestatarios» alemanes, que se quejan no sólo de su influencia política, contraria a sus ideas, sino también de su posición dominante en la Prensa alemana.

«Bild Zeitung» es, por su parte, a todos los efectos, un fenómeno único en la Prensa alemana: periódico popular, especie de «Ici-Paris» en diario, fundado en 1952 y tirado en formato reducido 40 × 57, ofrece solamente hechos diversos, con grandes títulos y fotos en primera página. Vendido a bajo precio desde su fundación (15 pfennig, alrededor de dos pesetas cincuenta céntimos), es el único diario alemán que alcanza y sobrepasa la enorme tirada de cuatro millones de ejemplares. Se estima que es leído por más de la cuarta parte de los alemanes occidentales. Su edición dominical «Bild am Sonntag», tira alrededor de tres millones.

## EL PRIMER DIARIO DE SPRINGER

Entre los otros diarios del grupo, debe citarse el que fue fundado en primer lugar, en 1948, el «Hamburger Abendblatt», que tira alrededor de 330.000 ejemplares. En Berlín, donde se alza con gran pompa desde octubre de 1968 en la Kochstrasse, el corazón del antiguo barrio de la Prensa y muy cerca del muro que divide a la ciudad, un rascacielos de acero y de vidrio de 20 pisos, Axel Springer —que publica especialmente el «Berliner Zeitung» (350.000 ejemplares) y el «Berliner Morgenpost»



(230.000 ejemplares)— cubre el 66 por 100 de la totalidad de las ventas de periódicos en la antigua capital alemana. (Entre los demás diarios pueden citarse «Kurier» y el «Tagesspiegel».) Recientemente, en enero de 1971, Axel Springer, que ya tenía intereses en tres pequeños periódicos de Sleswig-Holstein, ha adquirido el 20 por 100 del capital de «Lübecker Nachrichten» (93.000 ejemplares).

Las tiradas más importantes después de «Bild Zeitung» son las de «Wersdeutsche Allgemeine» (550.000 ejemplares), en Essen, que constituye —muy lejos de Springer— el segundo grupo de Prensa en materia de diarios; y «Ruhr Nachrichten» (360.000 ejemplares), en Dortmund. Pero el diario de más renombre y el único que pretende una difusión verdaderamente nacional es, a pesar de su menor tirada, «Frankfurter Allgemeine», de Francfort.

A continuación, algunos títulos que incluyen a veces el nombre de la ciudad donde se publican. La «Süddeutsche Zeitung», de tendencia liberal, que aparece en Munich (280.000 ejemplares), goza de una audiencia que sobrepasa los límites de Baviera. En Stuttgart, la «Stuttgarter Zeitung», que tira 160.000 ejemplares y posee otros varios diarios como el «Münchener Merkur» (215.000 ejemplares), forma el segundo grupo de Prensa diaria.

En Francfort, la «Frankfurter Rundschau» de tendencia centro izquierda, disfruta igualmente de un cierto renombre sin sobrepasar los 150.000 ejemplares. La «Kölnische Rundschau», de tendencia cristiano-demócrata, en Colonia, tira 160.000 ejemplares, y edita también bajo el nombre de «Bonner Rundschau» el diario de la capital federal. Entre los periódicos de cierto renombre se puede citar también, en Hannover, el «Hannoversche Presse» (155.000 ejemplares) y, en Fribourg-en-Brisgau, el «Badische Zeitung».

Además, existe una gran cantidad de diarios locales. Todos estos periódicos, que forman lo que se llama «Heimatpresse», una expresión mucho más fuerte y cargada de efectividad que la de Prensa local, como se traduciría muy aproximadamente, mantienen —cualquiera que sea su fórmula y su tirada— una importancia mayor que las llamadas ediciones regionales o locales.

## SEMANARIOS Y PUBLICACIONES ILUSTRADAS

De los doce grandes semanarios ilustrados de los años 50, solamente cinco subsisten en la actualidad y es un terreno en el que los gigantes son los dueños.



Rival en influencia de Axel Springer, Rudolf Augstein dirige, también en Hamburgo, en dos torres gemelas de acero y de vidrio, que constituyen una especie de mundo cerrado (pero maravillosamente abierto al mundo exterior), el semanario «Der Spiegel». Con una redacción sin comparación posible (Augstein contrata sistemáticamente a los mejores periodistas de Alemania), el carácter incisivo que su director sabe dar a sus encuestas, sus revelaciones o sus campañas, «Der Spiegel», que tira un millón de ejemplares cada semana, sobrepasa muy de lejos a sus competidores. Sin embargo, la tirada llega ahora a su techo, y el equilibrio del negocio no está totalmente asegurado.

#### LA REVISTA «STERN»

Con casi dos millones de ejemplares «Stern», también publicado en Hamburgo, se ha convertido en la «locomotora» del grupo «Gruner & Jahr GmbH», nacido en 1965 de la fusión de tres firmas editoriales de periódicos hamburgueses, Richard Gruner, John Jahr y Gard Bucerius. Constituye actualmente, detrás de Springer, el segundo grupo de Prensa alemana y sus imprentas de Hamburgo pasan por las más modernas de Europa. Posee especialmente el semanario femenino «Constanze» (800.000 ejemplares), el bimensual femenino «Brigitte» (más de un millón de ejemplares), el mensual de decoración «Schöner Wohnen» (450.000 ejemplares), el mensual económico y financiero «Capital» (con sus 90.000 ejemplares), y el semanario político de renombre «Die Zeit», que sobrepasa los 300.000 ejemplares.

«Stern» está, sin embargo, seguido muy de cerca por «Quick» (1.700.000 ejemplares). Publicado en Munich, fue adquirido hace algunos años por la editorial Heinrich Bauer, de Hamburgo, que ya editaba «Neue Illustrierte» y la «Neue Revue», publicada en Colonia (1.800.000 ejemplares). Todas estas revistas ilustradas, como muchas de las publicadas por Gruner & Jahr, ofrecen en las fotos agradables personas desvestidas. Heinrich Bauer posee todavía el «Neue Blatt» (1.300.000 ejemplares), adquirido de Axel Springer por 30 millones de marcos en 1968, la revista femenina mensual «Praline» (780.000 ejemplares), y la revista para jóvenes «Bravo» (con 1.800.000 ejemplares) adquirida a Weitoert.

«Bunte Illustrierte» (1.850.000 ejemplares) es el principal florón de las ediciones Burda, en Iffembourg, Baden. Estas, que constituyen el segundo grupo de Alemania para las revistas ilustradas, publican por otra parte, de manera especial, el bimestral «Das Haus Burda» (1.250.000 ejemplares), consagrado a todo lo que se refiere a la casa, desde un punto de vista



muy moderno, y la revista mensual femenina «Burda Moden» (1.565.000 ejemplares).

## OTRAS GRANDES REVISTAS

Finalmente, tres publicaciones importantes, «Eltern», «Jasmin» y «Ywen» pertenecen a Kindler y Schiermayer, de Munich, antigua filial de Springer, cedida el 24 de junio de 1968, a un impresor de Stuttgart, Weitpart, por 75 millones de marcos (editaba igualmente «Bravo» vendida a continuación a Bauer). Kindler et Schiermayer es actualmente una filial de Gruner & Jahr GmbH. Con una tirada de 244.000 ejemplares «Twen», la «revista de los veinte años», no equilibra su presupuesto y ha estado a punto de desaparecer a la muerte de su redactor jefe Helmuth de Haas, en 1970. Por el contrario, «Jasmin», la «revista de la pareja», lanzada con gran refuerzo publicitario en marzo de 1968, es un gran éxito: dos millones de ejemplares. «Eltern», que se dirige a los padres, sobrepasa por su parte el millón.

Entre las publicaciones diversas de gran tirada, también se vuelve a encontrar al grupo Springer, que tiene en primer lugar «Hör zu» (Escucha), publicación de radio y de televisión, una de las primeras publicaciones del grupo, y que fue lanzada en 1946. Su tirada es de más de cuatro millones de ejemplares. Dos años más tarde, en 1948, la revista de vulgarización científica «Kristall» alcanza los 500.000 ejemplares.

La vida y las controversias propiamente políticas encuentran su lugar en un cierto número de semanarios, entre los que pueden citarse el social cristiano «Deutscher Zuriere», editado en Munich (100.000 ejemplares), el socialista «Worwärts», publicado en Bonn (70.000 ejemplares), el cristiano «Rheinischer Merkur», en Coblenza (50.000 ejemplares) y el «Deutsche National Zeitung», nacionalista, en Munich (100.000 ejemplares).

## PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS

En cuanto a revistas y publicaciones especializadas, científicas, culturales, técnicas, profesionales, religiosas y otras, es imposible citarlas: se cuentan más de 10.000. Entre los órganos técnicos más importantes, mencionemos simplemente «Flug Revue-Flug Welt International», revista mensual de aviación (60.000 ejemplares), «Auto-Markt», revista mensual de la industria y del comercio del automóvil (25.000 ejemplares), «Der Maschinenmarkt», bisemanal de información industrial (30.000 ejemplares).

Esta rápida ojeada de conjunto, que demuestra la importancia de la Prensa escrita en Alemania Occidental, no debe hacer-



nos olvidar que al otro lado del Rhin, como en todas partes, la televisión representa actualmente una fuente de información capital. Aparece en cabeza, desde hace varios años, en todos los sondeos de opinión relativos a los Medios por los que el público declara estar al corriente de la actualidad. Se estiman en unos 25 millones el número de telespectadores alemanes.

#### LA TELEVISION ALEMANA

La televisión alemana es totalmente libre. Ningún representante del Gobierno Federal figura en la dirección de las diferentes cadenas, y, como todos los periodistas del otro lado del Rhin, sus colaboradores han sabido demostrar en más de una circunstancia, que no toleran ninguna intromisión e incluso ningún «consejo» de las autoridades, en cuanto a la elección de las emisiones y de los programas.





6. El desafío de la Información (XII)

la explosión  
informativa

Por Manuel CALVO HERNANDO

INVESTIGACION CIENTIFICA Y PERIODISMO

AUNQUE se trata de un tema que no afecta directamente a los periodistas, sino a los científicos, nos parece que debe exponerse aquí sucintamente la problemática de la Información y la documentación científica, ya que lo que se haga o se deje de hacer en el mundo en este campo incidirá sobre las posibi-

lidades reales de la difusión informativa. Investigación científica y periodismo son dos aspectos complementarios en el desarrollo humano (1).

## PROCESO DE LA INFORMACION

*El tema es extremadamente complejo y abarca todos los sectores que comprende el proceso de la Información: la creación, manejo y utilización de material informativo, científico y técnico; los métodos para su tratamiento; sus fuentes; las bibliotecas y fondos bibliográficos internacionales; la enseñanza y formación de documentalistas profesionales, y los aspectos económicos de tratamiento de material informativo (2).*

*Es bien conocido el hecho de la llamada «explosión científica» de nuestro tiempo, que aunque haya sido exagerada en algunas ocasiones por haber introducido a veces extrapolaciones sin demasiado rigor, no hay duda de que plantea un*

*problema creciente de falta de comunicación entre las distintas naciones y entre los diversos sectores científicos y técnicos de un país.*

*Esta crisis de la Información no es un fenómeno nuevo. Desde hace quince años, la Radio, la Televisión y la Prensa nos repiten sin cesar que «el conjunto de la literatura científica y tecnológica mundial representa diez millones de caracteres de imprenta...», «que las publicaciones periódicas de carácter científico que se publican en el mundo pasan de 70.000...» y que los conocimientos científicos son hoy el doble de lo que eran hace diez años (3).*

## TRANSFORMACIONES CUALITATIVAS

*Este cambio cuantitativo de la situación ha producido ciertas transformaciones cualitativas que el doctor J. Urquart (4) divide en tres fases. En la primera, hasta el comienzo de la guerra mundial de 1914, los científicos principalmente en forma individual, más o menos como en los últimos dos mil*

*años. La sociedad no había tomado aún conciencia de la contribución que los científicos prestaban a su bienestar y no les proporcionaba medios adecuados. La segunda fase se produce como consecuencia del reconocimiento creciente de que la actividad científica contribuía al progreso de una forma, de*

(1) Véase el trabajo de Angel Abascal Garayos: «La información científica, pieza clave de la investigación». Revista «Arbor». Madrid, enero 1971.

(2) «La labor informativa científica y técnica en Canadá», en «Ciencia y técnica en el mundo». Madrid, septiembre-octubre de 1969.

(3) Roberto Mathias: «UNISIST: Un sistema mundial de la información científica». Publicado en «Perspectivas de la UNESCO» núm. 576-577, julio de 1970.

(4) Doctor J. Urquart, director de la National Lending Library, de Gran Bretaña. Conferencia pronunciada el 19 de noviembre de 1968 en el Patronato «Juan de la Cierva», en Madrid.



una industria o de la comunidad en conjunto. Crece el número de organizaciones de investigación y los científicos se transforman en servidores de una sociedad que necesita cada vez más de ellos. En esta fase, mientras crecía la necesidad de instrumentos bibliográficos y de mayores bibliotecas científicas, son las universidades e institutos científicos y las organizaciones de investigación quienes hacen frente a esta situación.

En la tercera fase, que se inició después de la segunda guerra mundial<sup>1</sup>, empieza a reconocerse que la Información no sólo es esencial para la investigación, sino que se convierte en el fin primordial de la actividad científica.

Según estudios norteamericanos (5), el volumen expansionista de

la Información científica y técnica, la emergencia de nuevas disciplinas y eslabones entre las existentes y el número siempre mayor de grupos —y de sus necesidades— son tres aspectos visibles y urgentes del problema de la Información científica.

En cuanto a su contenido, puede encontrarse en el estudio de STCOM sobre todas las series de actividades implicadas en la transmisión de Información, desde que surge la primera comunicación informal hasta que se transmite la versión formal de lo conseguido. Están después los órganos de difusión secundarios y, finalmente, la aplicación de los progresos logrados y la adaptación de la Información a las necesidades de trabajo de un usuario potencial.

## REDES AUTOMATIZADAS

A la vista del conjunto de problemas y necesidades en este campo, los países industrializados se esfuerzan en la creación o el desarrollo de redes de Información automatizadas a nivel nacional. Por otra parte, se registran ensayos de organización de sistemas bibliográficos de ámbito mundial, como los llevados a cabo por la Royal Socie-

ty de Londres en 1922 o por la UNESCO hace veinte años. Hasta ahora, los ensayos no han dado los resultados esperados y los especialistas creen que ello es debido a la falta de uniformidad que caracteriza a los diferentes y complicados sistemas vigentes en Europa Occidental, la URSS, el Japón y los Estados Unidos.

## SISTEMA MUNDIAL DE INFORMACION

En 1967, la UNESCO y el Consejo Internacional de Uniones Científicas empezaron a estudiar la po-

sibilidad de crear un sistema mundial de Información científica: el UNISIST, invención fonética que

(5) «La estructuración de la comunicación científica y técnica en Estados Unidos. Resumen del informe SATCOM», en «Ciencia y técnica en el mundo». Madrid, febrero de 1970.



simboliza en su sigla el papel que pueden desempeñar las Naciones Unidas en este campo.

¿Cuáles son —se pregunta «Perspectivas de la UNESCO»— los adelantos logrados por el UNI-

SIST desde que se iniciaron los primeros estudios? Un especialista francés, Jean-Claude Gardin, alto funcionario del Centro de Investigaciones Científicas de su país, presenta la situación actual del modo siguiente:

#### SISTEMA COMUN DE SIMBOLOS

«Sin duda alguna, el trabajo más interesante que se ha llevado a cabo es el relativo a las descripciones bibliográficas, campo esencial, pues sin sistema común de símbolos no puede haber verdadera comunicación entre servicios de Información. Y aun cuando se adopte un lenguaje internacional entre científicos —como es el caso para las matemáticas y la química orgánica—, quedará todavía por arreglar el problema de la normalización de las técnicas de las computadoras electrónicas, tales como la impresión y la clasificación de las cintas magnetofónicas con el fin de que sean intercambiables y, en consecuencia, pasar de un servicio a otro.

Así, por ejemplo, se han hecho progresos en la adopción de abreviaturas normalizadas o uniformizadas en lo que atañe a las publicaciones periódicas: para indicar una revista, el número, un artículo en el interior del mismo, el autor y la lengua en que está escrito. Otro proyecto importante —la creación de un registro mundial de publicaciones científicas y técnicas— permitirá disponer de un único código o sistema de identificación para todos los informes y comunicaciones.

Un cierto progreso se ha realizado en otro campo, en el de la transcripción de lenguas extranjeras: se ha fijado, en efecto, un sistema convencional para las letras especiales empleadas en alemán y en otras lenguas: se han propuesto una serie de normas internacionales, de acuerdo con el Instituto para la Información Científica de Moscú, de manera que se eliminen, en lo que se refiere al ruso, los signos diacríticos, cuyo tratamiento es extremadamente dificultoso para los computadores y que suelen ser empleados generalmente para transcribir al alfabeto latino los caracteres cirílicos. Asimismo, se ha tratado de normalizar el juego de los caracteres y el sistema de codificación de las computadoras; se ha llegado a un acuerdo para adoptar como punto de partida un grupo de cuarenta y cinco caracteres (las veintiséis letras del alfabeto en mayúsculas romanas, las nueve cifras y el cero, así como otros nueve signos auxiliares); se han codificado mediante una combinación de dos o más caracteres básicos los otros suplementarios que utilizan la mayor parte de los grandes servicios de información o de informática.»



## PROBLEMAS PENDIENTES

Quedan, sin embargo, numerosos problemas sin resolver, sobre todo en lo que atañe a los sistemas de clasificación, las formas de establecer los índices, *l é x i c o s* compatibles entre sí, la lingüística, la semántica y la traducción automática o automatizada. Pero puede afirmarse que ha nacido una nueva especialidad —la ciencia de la documentación— para la adquisición y ordenación de todas las comunicaciones científicas asequibles (6).

Como decíamos, tanto los países como las organizaciones internacionales han empezado a interesarse

se seriamente por estas cuestiones. Ya hemos hablado de preocupaciones británicas y norteamericanas. Añadiremos ahora que en la Unión Soviética existen unos 60 institutos y oficinas centrales de Información científica y técnica, que difunden la literatura de las distintas especialidades procedentes del país y del extranjero. Cada una de las Repúblicas Federales de la URSS dispone de su propio centro de Información, y el Instituto central, agregado a la Academia de Ciencias, coordina este trabajo y publica una revista de referencias con un millón de notas al año.

## ESPAÑA

En España funciona, desde 1953, el CID (Centro de Información y Documentación), dependiente del Patronato de Investigación Científica y Técnica «Juan de la Cierva», del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, y que recoge mensualmente, en forma de resúmenes realizados por especialistas, los trabajos más importantes aparecidos en unas 1.500 publicaciones periódicas nacionales y extranjeras, y publica también estu-

dios monográficos sobre ciencia y técnica. Dispone de laboratorios y talleres de fotodocumentación, servicio de traducción y télex para facilitar su comunicación con las personas o entidades interesadas.

Independientemente de esto, el Ministerio de Educación y Ciencia ha encargado a la Dirección General de Archivos y Bibliotecas de la organización de un Servicio Nacional de Información Científica y Técnica.

## HISPANOAMERICA

Las naciones hispanoamericanas tienen también un enorme interés en esta materia (7). En noviembre

de 1970 se celebró en Madrid un seminario sobre «Planeamientos de Estructuras Nacionales de Informa-

(6) Véase Javier Lasso de la Vega: «La documentación al servicio de la empresa y de la industria». Publicado en «Revista del Instituto Nacional de Racionalización del Trabajo». Madrid, septiembre-octubre de 1961.

(7) Véanse los trabajos e informes presentados en la Reunión de Expertos en Documentación, celebrada en Santiago de Chile los días 25 y 26 de septiembre de 1970 y especialmente el Proyecto del Centro Regional de Información, Documentación e Investigaciones, de la CEPAL (Comisión Económica para América Latina de las Naciones Unidas).



*ción Científica y Técnica», bajo los auspicios de la Oficina de Educación Iberoamericana y con la colaboración de la UNESCO y del Gobierno español. La conclusión principal de esta reunión podría resumirse así: serán necesarias medidas urgentes de carácter jurídico, administrativo y financiero para*

*que los países iberoamericanos puedan reforzar o crear sus estructuras de Información científica y técnica si pretenden participar en el sistema mundial UNISIST, del que antes hablábamos. La base esencial del UNISIST estriba en la existencia de servicios nacionales de Información científica y técnica.*

## ORGANISMOS INTERNACIONALES

*En cuanto a las organizaciones internacionales, podría hablarse de los esfuerzos de cada una de ellas en este sentido. Citaremos como ejemplo al Organismo Internacional de Energía Atómica, que ha iniciado un proyecto, basado en el empleo de computadoras electrónicas, para recoger toda la Información sobre la energía atómica y sus usos pacíficos y ponerla a la disposición de científicos y técnicos. Debe tenerse en cuenta, para comprender el alcance de este proyecto, que cada día se publican en el mundo sobre estos temas unos seiscientos artículos, libros u otros trabajos.*

*Las grandes asociaciones que agrupan a los cultivadores de una*

*determinada disciplina también se disponen a afrontar el desafío de la Información y se va hacia la creación de un sistema internacional de Información química, basado en dos de los servicios de Información química más importantes del mundo: el «Chemical Abstracts», de la sociedad norteamericana American Chemical Society (ACS) y el «Chemisches Zentralblatt», de la organización alemana Gesellschaft Deutscher Chemiker.*

*La American Chemical Society extrae actualmente información de más de doce mil revistas científicas publicadas en unas ciento seis naciones y de las patentes químicas de veintiséis países.*



## 7. Figuras y Periódicos

# las publicaciones infantiles en su desarrollo histórico (I)

Por José ALTABELLA

### ANTECEDENTES HISTORICOS EXTRANJEROS

*AUNQUE en estas notas sólo nos vamos a ocupar del desarrollo histórico de la Prensa infantil española, hemos querido recoger, sin embargo, una breve alusión a los primeros periódicos extranjeros de esta especialidad.*

*El que pasa hoy por ser el primer periódico infantil del mundo fue «The Lilliputian Magazine» (1751-52), fundado en Londres por John Newberry. Pocos años más tarde surgió «The Museum*

for *Young Gentlemen and Ladies*» (1758). El ejemplo británico saltaría a otros países, con acento imitable.

Y así, tenemos el caso de Francia, con su «*Journal d'Éducation*» (1768-78), presentado al rey por M. Le Roux, licenciado en Artes y director del Colegio Mayor Boncourt, de París. Sus números formaban un pequeño volumen en octavo, «lleno de opiniones juiciosas —según un comentarista de la época—, de principios verdaderos y que ofrece en todas partes lecciones de virtud propias para formar buenos ciudadanos en las diferentes condiciones de la vida; todo lo refería a estos tres objetos: la religión, las costumbres y las ciencias, objetos a los cuales se reduce la educación, que consiste en hacer que los jóvenes sean virtuosos, ciudadanos e instruidos».

Y de Francia la preocupación periodística por la infancia salta a Alemania, con dos títulos célebres: el «*Leipziger Wochenblatt für Kinder*» (1772-74), y el «*Kinderfreund*» (1775-84), este último dirigido por Rochow. La ilustración germana da vida a nuevos títulos, como «*Hamburgische Wochenblatt für Kinder*, en Hamburgo; «*Kinderzeitung*», en Nüremberg, etc.

Periódicos al modo dieciochesco, en plena Ilustración, están inmersos en un contenido ensayístico, más cerca del discurso pedagógico que de la amenidad para el niño. Tienen la densidad del tratado y el rigorismo de la época; constituyen más una guía del pedagogo y una orientación del educador que un incentivo de amenidad al servicio de la infancia. Pero así eran los primeros pasos...

## EL PRIMER PERIODICO INFANTIL ESPAÑOL, DE 1798

Como un fleco del despotismo ilustrado llega a nuestro país, entre la turbamulta de tanta publicación para mayores, el eco de una revista que permite a nuestra nación tener periodismo infantil en el siglo XVIII, sí que su caso sea tan excepcional que no se continúe en bastante tiempo. Nos referimos a la «*Gaceta de los Niños*» (1798), subtitulada «Principios generales de moral, ciencias y artes, acomodados a la inteligencia de la primera edad», de la que son autores José Bernabé Canga-Argüelles, los afamados humanistas, célebres por sus traducciones de griego. Conocedores de las publicaciones infantiles extranjeras —por ejemplo, el «*Courrier des enfants*», de Jouffret, entre otras—, tratan de adaptar a la idiosincrasia y mentalidad española este florilegio de lección de cosas, con regusto de miscelánea enciclopédica y de amenas historietas.

## LA GRAN FLORACION DE LA PRENSA INFANTIL EN EL SIGLO XIX

Al auge romántico, con la disposición periodística de unas publicaciones con bellos grabados en madera, debemos el verdadero auge de la Prensa infantil en España. Toda una serie de factores económicos, polí-



ticos y culturales habrán de determinar su marcha: entre los primeros, la evolución de las artes gráficas; entre los segundos, la aparición de una burguesía con inquietudes espirituales; y entre los terceros, la lucha contra el analfabetismo, que llevará a la consolidación de la instrucción primaria obligatoria en el último tercio del pasado siglo.

El mismo desarrollo industrial del periodismo, de un lado, que dará lugar a la creación de buenas editoriales, y la profesionalización del escritor, de otro, que permitirá a los hombres con vocación el encontrar en la literatura casi un medio de vida, se conjugaron para que esa floración se manifestara, rompiendo con esfuerzo los valladares de una serie de inconvenientes, cuyo análisis detallado nos harían prolijas estas notas.

Cinco modernos especialistas en literatura infantil han abordado todos estos problemas, desde diferentes puntos de vista. Ofrecemos la bibliografía de sus estudios, para quienes deseen ampliar sus conocimientos sobre este género literario: Carolina Toral: «Literatura Infantil Española» (Madrid, 1957); Carmen Bravo Villasante: «Historia de la Literatura Infantil Española» (Madrid, 1959); Jesús María Vázquez, O. P.: «La Prensa Infantil en España» (Madrid, 1963); Teresa Rovira: «La revista infantil en Barcelona» (Barcelona, 1964), y Antonio Martín Martínez: «Apuntes para una historia de los tebeos» (Revista de Educación. Madrid, 1967-68).

Siguiendo el ejemplo de Madrid y Barcelona —centros de irradiación de Prensa infantil muy desarrollados y que se estudiarán más adelante—, bastantes provincias españolas dieron muestras, ya en el siglo XIX, de una preocupación infantil en su actividad periodística. Así, en Málaga, apareció «El Amigo de los Niños» (1849), pequeño periódico de cuatro páginas, fundado el 17 de junio por Santiago Casilari, fundador y director durante muchos años del diario local «El Avisador Malagueño». En Zaragoza se publicaron «La Floresta Infantil» (1857), que duró dos años, y «La Alborada» (1864), con ilustraciones. Apareció en Pamplona «El Amante de la Infancia» (1866), periódico de instrucción y recreo dedicado especialmente a los niños de ambos sexos y dirigido por don Dionisio Ibarlucea. Poco después apareció también en Valencia «El Juguete» (1871-72), periódico ilustrado para niños, cuyo título iba a resultar un símbolo precursor de la gran tradición jugueteril levantina, que culminó en nuestros tiempos en el Certamen Anual Industrial del Juguete.

#### LA TRADICION GRAFICA DE LAS ALELUYAS Y LAS «AUCAS» MEDITERRANEAS

Como un antecedente desvaído de la Prensa infantil, por su temática y su presentación gráfica, pero dentro de un orden modesto y artesano, basado en una estampería de dibujo tosco y texto ramplón, figuran las *aleluyas*, más conocidas en el folklore mediterráneo —Cataluña, Baleares y Valencia— como *aucas*, y con algunas características diferenciales sobre las primeras.

Según Juan Amades, el nombre de *aUCA* significa oca en catalán antigua. «El juego de la oca —cuenta un famoso folklorista catalán— se ex-



tendió mucho por Europa en los comienzos de la imprenta. Los primitivos estampadores alemanes imprimieron biblias y juegos de la oca, que vendían de pueblo en pueblo y de ciudad en ciudad en nómada romería. La gente erudita les compraban libros, y los analfabetos, llevados por la atracción que las imágenes ejercen en la gente sencilla, adquirirían juegos de la oca.» Después de tener unos antecedentes cabalísticos para los juegos de azar, de corte típicamente pagano, esta imaginería popular fue evolucionando. Las *aucas* se remontan, pues, al siglo XVI. Hubo temas de oficios populares, de gritos callejeros, de vidas de personajes célebres, de santos... Los centros más conocidos de producción de *aucas* fueron Barcelona y Valencia. En Madrid llegaron a mediados del siglo pasado, importadas por el imaginero catalán José María Marés y Roca, quien editó las primeras en 1842, fomentando así una industria popular, que inundaría los mercados a través del siglo XIX y que, con una supervivencia ancestral, aún alcanzaría, moribunda, hasta bien entrado el siglo XX. Antes ya de la llegada de Marés a la Villa y Corte existía en Madrid una costumbre tradicional, el día del Sábado de Gloria, que consistía en echar unos papelitos en el momento del toque de alaluya, y en los cuales se leía la palabra alaluya; se lanzaban desde las ventanas y balcones, y la chiquillería los recogía con alborozo y guardaba con no menos fruición. De aquí el nombre de *alaluya*. Ahora bien, la semejanza de las hojas conteniendo las *alaluyas* con las *aucas* y el empleo de éstas para el mismo objeto de las alaluyas, hizo que se extendiera a las *aucas* el apelativo de alaluyas, con el cual se las conoce hoy generalmente.

#### VARIANTE DE LA LITERATURA POPULAR

Son una variante de la literatura de cordel, eminentemente popular, ampliamente estudiada por Juan Amades, en Barcelona, y Gayano Lluch, en Valencia. Buenas colecciones de estos documentos de imaginería popular se encuentran hoy, como una muestra de la preocupación por lo infantil en tiempos pasados, en la Sección de Estampas de la Biblioteca Nacional, en el Museo del Pueblo Español, en la Biblioteca y Hemeroteca Municipales, instituciones madrileñas; y en Barcelona, en la Biblioteca Central de la Diputación, en la Biblioteca de los Museos de Arte y en el Archivo Histórico de la Ciudad, amén de algunas colecciones particulares, como la de don Juan Almirall y Foraste. En el Archivo Municipal de Valencia se conservan también buenas colecciones.

Ese sentido pedagógico de la alaluya, como libro barato de hojas sueltas sin encuadernar y con ilustraciones aleccionadoras, queda patente en numerosos testimonios. Así, Amades, explica:

*«Los temas ya tradicionales siguieron cultivándose y, además, se crearon producciones originales de la auca, representadas por historias que constituían verdaderas novelas infantiles de creación auquística. Con esta novelística se crearon una serie de personajes, tales como Don Perlimplín, Don Barrigón, El Baldragues, El Estudiante Borrascues, El Hombre Cuchara y, so-*



*bre todo, el popularísimo Don Crispín. A pesar de su gran expansión y de ir destinada a la infancia, la auca no perdió nunca su sentido de juego. Y hasta fines de su vida se estamparon diversas auques destinadas a rifas infantiles, que parece conservaban todo el carácter y funcionamiento del juego de azar, al cual se había destinado la primitiva auca impresa.*

*La auca tenía un eficaz valor pedagógico. Los niños de aquellos tiempos adquirirían muchas de las primeras nociones de diversos conocimientos por medio de la auca, la cual tenía siempre un profundo sentido moral. En la auca no se podía aprender nada nocivo, y todos los niños las podían mirar y volver a mirar, leerlas y releerlas en todo lo que querían saber, sin ninguna especie de riesgo en cuanto a nuestro humanismo.*

*A pesar de su empleo como elemento pedagógico y como libro de imágenes, y de su uso para efectuar rifas, sentido que ya llevaba en sí la auca, los niños le habían dado diversas aplicaciones: recortaban los grabados y hacían diversos juegos, al mismo tiempo que los hacían servir de moneda infantil (patacones) para satisfacer las transacciones del negocio incipiente, tan extendido entre la infancia.»*

Enrique Menéndez y Pelayo, para corroborar cómo se despertó en su hermano, el ilustre polígrafo, su desmedido afán por la lectura, escribe:

*«Yo creo que en cuanto poseyó un catecismo del Padre Astete, dos libros de cuentos infantiles y tres pliegos de aleluyas echó los cimientos de su librería.»*

Testimonio que valoriza la gran afición que los niños de pasadas épocas tuvieron por las aleluyas, con sus pareados y dísticos sencillos y sus grabados de boj rudimentarios.

Las relaciones de la auca y de la aleluya con el mundo del juego de azar, fueron tratadas con extensión por el autor de estas notas en su obra «La Lotería Nacional de España, 1763-1963» (Madrid, 1962).

#### LOS GRANDES CENTROS EDITORIALES DE MADRID Y BARCELONA

Esa paridad en importancia editorial de Madrid y Barcelona, queda reflejada en la aportación que cada una de estas ciudades hace a diferentes títulos de Prensa infantil, y que si en el siglo XIX la rivalidad estaba a favor de Madrid, por la cantidad de títulos lanzados al mercado, es a partir del siglo XX cuando el mayor número de periódicos infantiles lo ofrece Barcelona. Ahora bien, es curioso recoger dos hechos que marcan esta competencia periodística. Primero, la casualidad de que en el término de menos de una década aparecieran los dos primeros periódicos infantiles



que —al margen del antecedente dieciochesco de la «Gaceta de los Niños»— recogen las bibliografías en Barcelona y en Madrid. El primer periódico infantil de Barcelona lo registra, aunque de un modo dubitativo, el erudito Juan Torrent, a quien tanto deben los estudios hemerográficos de Cataluña, atribuyéndole la fecha de 1840; no sabe más datos que el cronológico y no puede confirmar su existencia. El primer periódico de Madrid fue la «Minerva de la Juventud Española» (1833), dirigido por Juan Manuel Ballesteros. A éste le siguió, siete años más tarde, «El Amigo de la Niñez», aparecido en 1841, como semanario.

La otra circunstancia está en la revista «Los Niños», que bajo el mismo fundador y director, Carlos Frontaura, tuvo dos etapas, una madrileña, fundacional, que duró siete años, y otra barcelonesa, que duró diez.

Continuando con la lista de periódicos infantiles madrileños tenemos, tras del citado «El Amigo de la Niñez», la aparición de dos en el mismo año: «El Eco de la Juventud» (1842) y «El Museo de los Niños» (1842), éste de lecciones de cosas. Surgen después, ya con grabados, «El Mentor de la Infancia» (1843-45), que recoge cuentos, anécdotas piadosas y juegos infantiles, dirigidos y redactados por José Muñoz Maldonado, Conde de Fabraquer; «Album de los Niños» (1845), periódico redactado por el escritor asturiano Nicolás Casto Caunedo y Suárez de Moscoso, y Matías Díaz Avilés, y «Album de la Infancia» (1845), por «un amigo de los niños», que no es otro que el gran periodista Eduardo Gasset y Artime, fundador del diario «El Imparcial» y abuelo de José Ortega y Gasset.

## APOGEO ROMANTICO

España vive el apogeo romántico, a través de una serie de «Museos» e «Ilustraciones», que marcan la época clásica de la Prensa gráfica. Ese mismo ambiente llega, a la velada luz del quinqué, a las revistas femeninas, hogareñas e infantiles. De aquí aquellos títulos de la época isabelina: «Museo de los Niños» (1847), o «Museo de cuadros históricos, científicos, morales o fantásticos, trazados con la pluma y animados por el buril del artista»; «El Mensajero de los Niños» (1849), publicación mensual «de ciencias, letras, literatura, recreo y noticias oficiales de la Sociedad de Socorros Mutuos de Instrucción, que tuvo por continuador a «El Faro de los Niños» (1849), periódico de educación, ambos fundados por Ramón Rodríguez de la Barrera; «La Ilustración de los Niños» (1849), publicación pintoresca; «La Educación de los Niños» (1849); «La Aurora» (1851-53), semanario infantil, dirigido por los pedagogos Joaquín Avendaño y Mariano Carderera, que contenía cuentos, geografía, ciencias recreativas, historia, religión, viajes, poesía, fábulas, leyendas, anécdotas y máximas; «El Amigo de la Juventud» (1856); «El Belén Literario» (1857), semanario infantil, y «La Juventud» (1857).

Atención especial merece «Educación Pintoresca» (1857-58), por sus grabados, láminas y figurines dentro y fuera del texto, y en cuyas páginas colaboraron famosos escritores del siglo XIX, como Fernán-Caballero, Joaquina García Balmaseda, Antonio de Trueba, José María Larrea y otros.



Esta revista romántica fue antologizada y estudiada en 1948 por José Simón Díaz.

De esta época son también «La Aurora de la Vida» (1860-62), periódico ilustrado dedicado a los niños de ambos sexos, en el cual colaboró intensamente Joaquina García Balmaseda y que más tarde se refundió en «El Correo de la Moda»; «Ilustración Infantil» (1866-68); «El Amigo de las Familias» (1866); «El Periódico de la Infancia» (1867), dirigido por el secretario de la Escuela Normal, don César de Eguiluz y Bengoechea; «La Infancia» (1867), periódico ilustrado para niños, con grabados, y «Flor de la Infancia» (1868), periódico de niños, dirigido por Fernando Mellado, con la colaboración literaria del Conde de Fabraquer, y dibujos de los grandes ilustradores Francisco Ortego y Daniel Urrabieta Vierge.

#### UN GRAN PERIODICO INFANTIL, «LOS NIÑOS»

El periódico infantil que desempeña un gran papel en su época, y que casi puede considerarse el mejor de su tiempo, fue «Los Niños» (1870-77), titulado con razón «periódico ilustrado para instrucción de la infancia, casi único en su género». Fue fundado por Carlos Frontaura y Vázquez, uno de los más amenos escritores costumbristas del siglo XIX y desde luego el que comparte con Ossorio y Bernard el mayor esfuerzo por la literatura infantil en el último tercio de la pasada centuria. Frontaura afirmaba que en España no son muchos los hombres que se dedican a escribir para los niños, ya que la política lo absorbe todo; por eso decía de él Ossorio y Bernard que era muy meritorio el que Frontaura hubiera sostenido el periódico durante siete años, «aquí donde ninguno de esos periódicos ha logrado prosperar, acaso por la deficiente educación de los grandes». Supo rodearse de un gran plantel de colaboradores y en las páginas de «Los Niños» colaboraron Trueba, Hartzenbusch, Gertrudis Gómez de Avellaneda, Campoamor, Zorrilla, Ossorio y Bernard, etc. Cuando tuvo acreditado el periódico fundó otro dedicado a las niñas, bajo el título de «La Primera Edad» (1873), en el cual ofrecía figurines.

Publícanse espúes «El Amigo de la Infancia» (1847-1913)<sup>2</sup>, ilustrado, mensual, con una tirada de 1.800 ejemplares, de matiz evangélico, fundado por Federico Fliedner y después dirigido por Teodoro Fliedner; «La Caridad» (1877), revista bisemanal de los Hospitales de Niños; «La Correspondencia de los Niños» (1877), semanario dominical católico literario, que ese mismo año pasó a llamarse «Correspondencia de la Juventud».

Desaparecido «Los Niños», vinieron a reemplazarlo varios títulos: «La Niñez» (1879-84), revista de educación y recreo, publicada y dirigida por Manuel Ossorio y Bernard, que duró cuatro años; «El Mundo de los Niños» (1886-88)<sup>3</sup>, ilustración infantil decenal editada por el litógrafo Julián Palacios, dirigida por Ossorio y Bernard e ilustrada con dibujos ingenuos de José Cuevas, publicaba trabajos de Echegaray, Hartzenbusch, Lista, Núñez de Arce, Trueba, Ortega y Munilla, etc., y «La Edad Dichosa» (1890), revista ilustrada, también fundada y dirigida por Frontaura.



En esta etapa brilla la actividad periodística de Manuel Ossorio y Bernard, que a todos sus plurales méritos de escritor enciclopédico prefería su condición de autor de literatura infantil, y así, en una semblanza en verso, escribió:

*Y si aún algo ambiciona  
el disculpable afán de quien persigue  
el conseguir un nombre algo notorio,  
es que, oyendo decir: «¿Quién es Ossorio?»,  
contestar puedan todos lo que sigue:  
Un humilde escritor que, consagrado  
al género infantil, ha publicado  
periódicos y libros a docenas,  
para esas criaturas  
de animado mirar, largas melenas,  
maliciosa intención y risas puras:  
es, ya que estriba en eso su jactancia,  
el autor predilecto de la infancia.»*

## EL SIGLO XX

El siglo XX se inició con un periódico infantil titulado «Heraldo de los Niños» (1900), fundado por José García Plaza, y en el cual inició su vida periodística, de niño, Francisco Serrano Anguita. Pronto salió para hacerle competencia «Album de los Niños» (1900), con muchas páginas en papel satinado, buenas ilustraciones, chistosas historietas cómicas y hasta algunas láminas en colores. Aparecieron después «Los Chicos» (1905) y «Gente Menuda» (1906-36), primero fundada como suplemento del diario «ABC», después inserto en «Blanco y Negro», para ser periódico infantil independiente de 1908 a 1910; fue una feliz creación de Torcuato Luca de Tena y Alvarez Ossorio, quien encontró magníficos colaboradores para su empeño: Elena Fortún, seudónimo de la celebrada escritora de temas infantiles, Encarnación Aragoneses, creadora del personaje Celia, y Josefina Bolinaga, Matilde Ras y los ilustradores Viera Sparza y Francisco López Rubio. Después siguieron «Infancia» (1910-11), revista semanal ilustrada, dirigida por José Robledano y en la cual colaboró de niño Fernando Perdiguero; «Madrileñillos» (1911-27), publicación quincenal para niños y niñas, con censura eclesiástica, que repartía gratis una edición de 8.000 ejemplares y fue fundada y dirigida por Angel Bueno. «El Amigo de la Juventud» (1912), revista mensual, con grabados, dirigida por los Hermanos Maristas; «El Explorador» (1913-36), revista quincenal, órgano de los exploradores españoles, de 2.000 ejemplares de tirada; «Los Niños de España y América» (1913-27), también editada y dirigida por Angel Bueno, quincenal, con 2.500 ejemplares de tirada; «Los Niños» (1914), revista ilustrada mensual; «Los Muchachos» (1914-27), semanario editado por la empresa de «Alrededor del Mundo», con 20.000 ejemplares de tirada; «El Pequeño Séneca» (1915), revista infantil; «Pulgarcito» (1916), revista semanal ilustrada; «ABC Infantil» (1916), revista semanal ilustrada que cam-



biaría un año después de título, apareciendo con el de «AED Infantil» y cuyas portadas dibujaba Joé Robledano; «Recreo Escolar» (1920), semanal, y «La Milagrosa y los Niños» (1925-36), boletín mensual de las Asociaciones Infantiles de la Virgen Milagrosa.

## INFLUENCIA DEL CINE COMICO

La época de las películas cómicas, delicias de grandes y chicos —claro que más de éstos que de aquéllos—, va a dar al periodismo infantil una impronta que influirá en su futuro, desde los títulos a los personajes de la historietas. Con ellas vendrán las películas de dibujos y las aventuras fabulosas que colmarán la fantasía de las futuras generaciones de niños. Van a nacer pronto, entre nosotros, los cuadernillos de las historietas cómicas...

En 1924 se fundó «Chiquilín» (1924-27), revista de la vida infantil, semanal, editada por Federico Bonet, industrial que por poseer marcas de productos de gran consumo infantil —maicenas, talcos, sales de fruta, etc.— quería poseer un soporte publicitario original. Los dos primeros meses colaboraron en sus páginas, dirigiéndolas, Enrique Jardiel Poncela y José López Rubio; más tarde se quedó de director Fernando Perdiguero (*Menda*), el luego famoso colaborador de «La Codorniz» de nuestros días con el seudónimo *Cero*. El personaje central de la revista era el entonces popular Jackie Coogan, *Chiquilín*, y son de recordar las famosas aventuras de *Polin* y *Doroty* que *Menda* ilustraba y redactaba todas las semanas. El periódico se vendía a veinticinco céntimos y alcanzó gran éxito. En sus páginas colaboraron, entre otros, José Robledano, Antonio Barbero, Pedraza Ostos, Caraballo, y como niños, en la sección infantil, iniciaron su vida artística también Mercedes Ballesteros de la Torre, Ramón Puyol, Serny y Summers. «Chiquilín» tuvo una segunda época dirigido por Manuel Abril, al que se deben originales cuentos infantiles.

En competencia de este periódico nació por entonces —sin que podamos precisar otros datos— «Titirimundi». También es de aquella época «Pinocho» (1925-31), semanario infantil, cuyo título estaba inspirado en el personaje italiano de Collodi, del «Gionarle dei Piccoli», pero magníficamente españolizado por Salvador Bartolozzi, director de la publicación, que patrocinaba la Editorial Calleja, tan popular en la edición de cuentos para niños desde el último tercio del siglo XIX. Allí venían las celebradas aventuras de *Pinocho* contra *Chapete*, las de *Currinche* y *Don Turulato* —creación de K-Hito, así como trabajos firmados por Edgar Neville, López Rubio, Penagos, Magda Donato, Robledano, Tono, Galindo, Marco, Barradas, etc. Más tarde llegó a sus páginas la invasión de los «comics» americanos: «Tin y Ton», o los «Pilluelos», de Dircks; «Colorín y su Pandilla», de Brenner; «El Gato Félix», de Pat Sullivan... y tantos más. Tres años después K-Hito se separó de esta revista, para fundar «Macaco» (1928-30), tomando el nombre de un personaje de su creación. «Macaco» tiraba 20.000 ejemplares semanales, se publicaba en la Editorial Rivadeneira y estaba enteramente redactada por dibujantes y escritores español-



les. Tuvo un sucesor en el semanario «Macaquete» (1930-36), editado también en Rivadeneyra y dirigido por K-Hito.

#### LA REVISTA «JEROMIN»

Una revista ilustrada para niños, nacida con espíritu apologético, fue «Jeromín» (1929-36), que se vendía a un precio barato —25 céntimos— para conquistar a los lectores de una clase económicamente débil. Intervinieron en su creación y lanzamiento Manuel G. Bengoa y Cristino Soravilla, el creador de una divertida «animalandia», verdadera divulgación del mundo zoológico; fue también colaborador Sebastián Méndez. En sus últimos años fue integrada en la cadena de Prensa «La Editorial Católica», de Madrid. Y, finalmente, aparecen los últimos semanarios infantiles madrileños de anteguerra: «Pichi» (1930-33) y «El Perro, el Ratón y el Gato» (1930), con ciertas pretensiones intelectuales esta última, fundada y dirigida por *Antoniorobles*, seudónimo del celebrado dibujante y escritor Antonio Robles y Soler, editada con grabados en negro y en color por la Compañía Iberoamericana de Publicaciones y en la que, junto al director, colaboraron Mihura y Oscar; y «La Novela del Niño» (1930-36), revista semanal infantil, cómica y literaria, que ofrecía grabados en negro y color, comenzó el 6 de octubre y se repartía gratis a los suscriptores de las novelas por entregas de la casa Editorial Albero.

*(Concluirá en el próximo número.)*



## 8. Bibliografía

# obras de interés general

Por **Rafael GOMEZ LOPEZ-EGEA**

### **ECONOMIA Y POLITICA DEL PETROLEO**

Autor: SANZ HURTADO, Emilio.

Ed.: Guadiana de Publicaciones. Madrid, 1970. 404 págs. 24 × 17 cm. Rústica.

Estudio amplio y sólidamente documentado en torno al papel de la industria mundial del petróleo y sus graves implicaciones en el orden económico y político. El autor, ingeniero de la rama petrolífera y economista, analiza los distintos aspectos del petróleo como la más importante fuente de energía actual, que ha logrado a través de sus múltiples aplicaciones derivadas —tanto combustible como aceites y productos plásticos— convertirse en materia indispensable para el progreso económico de los países más desarrollados.

El examen comparado de las zonas geográficas productoras de petróleo crudo, en relación con el de países consumidores, permite conocer los desniveles entre unos y otros y explica las tensiones políticas derivadas de conflictos armados que puedan dificultar la libre circulación de los navíos cargueros a través de las distintas rutas marítimas petrolíferas. La obra conjuga el valor expresivo de los datos documentales y estadísticos de la producción del petróleo en los últimos años, el aumento de las necesidades y las agrupaciones económicas de grandes compañías con intereses y capitales dependientes que mantienen el equilibrio comercial en los distintos mercados del mundo. Frente a las múltiples dificultades que lleva consigo la búsqueda de nuevos yacimientos petrolíferos y la situación política inestable de gran parte de los países productores se alza la necesidad creciente del petróleo como fuerza indispensable dentro de los procesos de industrialización emprendidos. El autor, al llamar la atención sobre los datos proporcionados por las estadísticas y relacionar los distintos niveles de producción y consumo, muestra los peligros de una política petrolífera de bloques antagónicos que puede provocar desajustes perjudiciales tanto para la economía de los países productores como para la de los consumidores, que ven detenidos peligrosamente los crecimientos industriales previstos y disminuidos los márgenes de aumento registrado en los más diversos sectores de la economía.

## LA DOCUMENTACION DE LA NOTICIA

Autor: WHATMORE, Geogrey.

Ed.: Universidad de Navarra. Pamplona, 1970. 187 págs. 23 × 15 cm. Rústica.

El hecho noticiable recogido por el periodista en el ejercicio de su labor profesional encierra distintos aspectos que pueden parecer secundarios, pero sin los cuales la función informativa aparece recortada y falta de dimensión. En esta obra, «La documentación de la noticia», señala el autor, con evidente sentido práctico, los detalles complementarios que contribuyen decisivamente a reforzar el interés de los hechos sucedidos. Cada situación, según se desprende de la obra de Whatmore, aparece encuadrada en un momento concreto, según su dimensión temporal, y en un lugar determinado, de acuerdo con la dimensión espacial. Encerrar la noticia entre el espacio y el tiempo es un arte que define y diferencia al buen periodista del simple recopilador de datos. Los datos transmiten un mensaje, algo que trasciende de su materialidad y que resulta imprescindible recoger como auténtico espíritu de la noticia. El periodista se enfrenta, pues, ante la necesidad de presentar los datos documentales que aumentan el interés de la noticia y sitúan al lector en la posibilidad de una mejor apreciación de las circunstancias. Por eso resulta imprescindible, primero, seleccionar los datos, y después, buscar el apoyo documental, bien a través de un estudio del terreno en el que se desarrolla la noticia, o de la consulta a las más apreciadas fuentes documentales. Los casos contemplados por el autor suponen un claro exponente de los criterios y métodos a seguir en las más diversas situaciones que pueden registrarse en el transcurso de la actividad informativa. De la obra se desprenden enseñanzas reveladoras. El Periodismo, considerado como profesión, no puede acabar en los recursos fáciles de improvisación y falta de profundidad. El buen estilo y agilidad expresiva son medios al servicio de la noticia, que debe apoyarse de modo esencial en la documentación reflexiva de unos hechos que, aisladamente considerados, pueden llegar a carecer fatalmente de lógica si no se encajan en la debida forma con la realidad ambiental que les da la plenitud de sentido.

## GIBRALTAR, PIEDRA CLAVE

Autor: STEWART, John D.

Ed.: Aguilar. Madrid, 1968. 20 × 18 cm. Tela.

El problema histórico, jurídico, político y humano de Gibraltar adquiere, en los últimos años, acusados perfiles diplomáticos al ser analizada su situación en el seno de la Organización de las Naciones Unidas. Las posiciones española y británica, una vez delimitados



con claridad los términos del tratado de Utrecht, resultan francamente desfavorables para Inglaterra que había extendido su dominio fuera del territorio señalado y establecido comunicación por tierra con la Península, instalando dependencias militares en perjuicio de los intereses de seguridad española. El autor, que ocupó durante varios años un puesto de responsabilidad en la Administración británica destacada en el Peñón, examina el problema con espíritu realista, después de consultar detenidamente los términos del famoso tratado de Utrecht, en virtud del cual se mantiene la presencia de Inglaterra en Gibraltar desde el año 1704. La subsistencia de la vida en el Peñón sólo ha podido perpetuarse a través de un sistemático incumplimiento de los términos del tratado, por parte de Inglaterra. Hasta hace unos años la vida de la colonia transcurría para sus habitantes como en un soñado paraíso. Mano de obra abundante, proporcionada por los obreros españoles; entrada y salida libre de mercancías; amplias y lujosas posesiones en Málaga; vida sencilla y agradable, amparada en una situación de auténtico privilegio. Después de intentar el establecimiento de conversaciones sobre Gibraltar, y en vista de la actitud británica, el Gobierno español se limita a cumplir, en la parte que le corresponde, el tratado de Utrecht. Según esto, se cierra la frontera terrestre con Gibraltar, se retira la mano de obra, se suspende la entrada de aprovisionamientos y se interrumpen las relaciones que favorezcan la continuación del «status» anterior. Los más directos perjudicados, la población gibraltareña, según Stewart, se halla abocada a una situación triste, desesperada, que les debe hacer recapacitar sobre la conveniencia de aceptar la mano tendida por España.

## LA CARA OCULTA DEL VATICANO I

Autor: COLLANTES, Justo, S. I.

Ed.: B.A.C. Madrid, 1970. 280 págs. 18 × 10 cm. Tela.

El Concilio Vaticano I, que por diversas circunstancias históricas no pudo llegar a su desarrollo final, ha constituido un claro antecedente de los temas debatidos en el Vaticano II, convocado por S. S. el Papa Juan XXIII y clausurado en 1965 por Pablo VI. El origen y la génesis del Concilio Vaticano I, analizado en sus textos y documentos casi desconocidos por el investigador Justo Collantes, S. I., ofrece datos de gran interés para conocer las preocupaciones de la Iglesia a finales del siglo XIX, tanto en el orden jerárquico estructural como en su proyección ante la sociedad de su tiempo. El cuidadoso análisis llevado a cabo por el autor sobre los trabajos planteados como preparación de los temas a considerar en el Vaticano I, sirven, entre otras cosas, para demostrar que el deseo renovador concretado un siglo más tarde, en las sesiones del Vaticano II, no surgieron por casualidad al impulso de unos cuantos espíritus providenciales. Se trata más bien de una postura que ha permitido a la Iglesia la flexibilidad suficiente como para adaptarse a los cambios históricos accidentales, sin perder el sentido ni la esencia de su misión trascendente. Una simple ojeada sobre los temas planteados por las comisiones de expertos movilizados en 1864 por Pío IX, para su estudio en las sesiones conciliares iniciadas el 8 de diciembre de 1869, resultan suficientemente expresivas sobre las intenciones que guiaban a los teólogos. Temas tan actuales como la reforma litúrgica, la revisión del Derecho Canónico, la creciente y necesaria internacionalización de la Curia, o la reforma de los seminarios, acreditan, sin lugar a dudas, la conciencia de unos problemas que era preciso acometer con espíritu sincero y deseos de renovación auténtica.

## LA APUESTA EUROPEA

Autores: ARMAND, Louis, y DRANCOURT, Michel.

Ed.: Plaza & Janés. Barcelona, 1969. 216 págs. 20 × 17 cm. Tela.

A raíz de la obra de J. J. Servan-Schreiber «El desafío americano», el problema del desequilibrio industrial y tecnológico entre Europa y América ha provocado las más acaloradas polémicas entre los sociólogos, políticos y economistas que se han ocupado de la cuestión. Louis Armand y Michel Drancourt parten en su estudio de un reconoci-



miento previo del terreno. Europa supone, sin duda, una realidad de carácter y socio-cultural que se ha convertido durante siglos en el motor de la historia del mundo. Nada encontramos en Europa, salvo el espíritu de sus pueblos, que se diferencia excesivamente de otros lugares del mapa. Ni por yacimientos o riqueza mineral, ni por la extensión de sus tierras, aventaja Europa a las posibilidades que hoy existen en regiones mucho más atrasadas. Europa, escondida en sus pequeños valles y anchas planicies, refugiada en sus costas quebradas, ha cobijado pueblos rebeldes, celosos de sus libertades y convencidos de llevar en su interior la clave de los problemas del mundo. Esta creencia, que puede resultar ingenua y pretenciosa, resulta decisiva al examinar la acción europea en el mundo a través de los siglos. Pero en los últimos años el punto de equilibrio, centrado en el viejo continente, sufre un desplazamiento lateral. América heredera cultural de Europa, inicia un despegue espectacular y amenaza con dominarla. Armand y Drancourt, al analizar el problema, encuentra la diferencia entre la potencia material, desviada hoy hacia Norteamérica, y la capacidad europea intelectual de síntesis, necesaria para encontrar una salida viable a los problemas que acechan a la humanidad supertecnificada. En este terreno se encuentra la nueva oportunidad del predominio europeo. Será necesario asimilar los avances de la tecnología y el cambio de valor de las dimensiones de espacio y tiempo, alteradas por la rapidez de los desplazamientos, para encontrar así nuevos caminos, en los cuales Europa, una vez más en el transcurso de la historia, haga su apuesta, juegue su carta sobre el tapete de un mundo que ha ensanchado sus fronteras a una escala planetaria.

## EL SABER PERIODISTICO

Autor: BENEYTO, Juan.

Ed.: Editora Nacional. Madrid, 1965. 135 págs. 19 × 12 cm. Rústica.

Ensayo de teoría filosófica, centrado en torno al carácter peculiar del hecho noticiable, como objeto fundamental que moviliza la acción informativo-periodística. Juan Beneyto, catedrático de la Universidad de Madrid, periodista y presidente durante varios años del Consejo Nacional de Prensa, une a su formación doctrinal unos conocimientos sobre la materia específicamente periodística que le permiten profundizar en el sentido del hecho noticiable y su situación dentro del entorno ambiental y social. Según expone documentalmente el autor, sólo resulta factible llevar a cabo de un modo satisfactorio la función informativa, a través de un conocimiento de los aspectos históricos, sociales, políticos, psicológicos, capaces de enfocar equilibradamente las más complejas situaciones. Los hechos nunca se producen aisladamente, ni tampoco encierran valor en sí mismos; es precisamente en contacto con las realidades humanas y sociales cuando los sucesos adquieren significado auténtico y acaparan la atención de los sectores más calificados de la opinión pública. El periodista, que sabe calibrar la importancia de la noticia, la ofrece rodeada de los hechos circundantes, con el fin de separar en ella su valor fundamental de los elementos accidentales. Realmente, si el profesional del periodismo aspira a presentar la verdad de los hechos recogidos, no debe limitarse a cumplir con buena voluntad su labor. La ciencia, los conocimientos y el saber suponen un arma decisiva para lograr el cumplimiento de los fines idealmente propuestos. Juan Beneyto abarca en su estudio diferentes planos dentro de la actividad periodística. Las condiciones individuales, basadas en sólido contenido doctrinal, tampoco deben ignorar las técnicas de expresión legítimamente ligadas al periodismo. Su lenguaje, ágil y profundo, debe acoplarse a cada situación especial, con la seguridad de hallar el camino más apropiado para reflejar los hechos con la puntual exactitud que exige la función periodística en nuestra sociedad moderna.

## ISABEL LA CATOLICA. Su vida, su tiempo, su reinado. Cuarta edición

Autor: SILIO CORTES, César.

Ed.: Espasa-Calpe. Madrid, 1967. 445 págs. 23 × 15 cm. Tela.

La biografía de Silió Cortés, uno de los más serios y equilibrados estudios que se han escrito sobre la reina Isabel de Castilla, logra armonizar la precisión documental y el ritmo estilístico hasta convertir la historia en una apasionante novela. El autor esboza,



en primer lugar, las líneas generales del período histórico en que se desarrollaron los primeros años de la futura reina de Castilla, para enlazar después con las tensiones surgidas en torno a los derechos de Isabel y su sobrina Doña Juana, apodada con el nombre de «La Beltraneja». Tiempos difíciles se avecinaban en los reinos de la Península. Particularmente en las regiones pertenecientes al reino de Castilla, la pérdida del poder real y la creciente influencia de la nobleza había desembocado en una situación de anarquía difícil de superar. Isabel acomete con entusiasmo y gran tenacidad la tarea de pacificar y organizar sus reinos. La boda con Fernando, rey de Aragón, funde los dos grandes bloques que habrían de constituir la base de la unidad española: Castilla y Aragón. Consolidada, tras dura oposición, la autoridad de los reyes, conquistado el reino de Granada y asimilado el de Navarra, afrontan los monarcas sus dos líneas de expresión marítima. Una, en el Mediterráneo, que mantiene la presencia española en Italia. Otra, de más altos vuelos, lleva a las recién descubiertas tierras americanas a los conquistadores de imperios varias veces más extensos que el de España. La vida de Isabel I nos pone en contacto con una parcela crucial de la historia de España. Cesar Silió no ensalza vanamente la figura y la obra de la reina. Su exposición, capaz de respetar la veracidad histórica, resulta más expresiva que las alabanzas. La visión de los acontecimientos, tanto de los que parecen acertados como los desfavorables, resulta siempre suficientemente amplia, de acuerdo con las circunstancias de una época en la cual los valores materiales y los espirituales se hallaban fundidos dentro de una misma realidad.

### **GUIA PARA LA REDACCION Y PRESENTACION DE TRABAJOS CIENTIFICOS, INFORMES TECNICOS Y TESISAS**

Autor: COMES, Prudencio.

Ed.: Oikus-Tau, S. A. Ediciones. Barcelona, 1971. 269 págs. 20 × 14 cm. Cartoné.

La enseñanza en España, planteada tradicionalmente sobre el fomento de la capacidad retentiva y centrada en la memoria como elemento capaz de repentizar en un momento dado la mayor cantidad posible de conocimientos, ha experimentado actualmente un cambio sustancial en sus planteamientos. La facultad de raciocinio, la preparación cultural y la técnica instrumental de trabajo sustituyen a la antigua acumulación de datos memorísticos. En esta obra expone el autor, de modo sencillo y esquemático, un conjunto de datos prácticos destinados a facilitar la preparación de trabajos, estudios, informes técnicos o tesis universitarias a todos aquellos, investigadores o profesionales, que se enfrenten a la necesidad de realización de tareas intelectuales o de elaboración teórica. Con notable sentido realista aborda el profesor Comes en la primera parte la descripción conceptual de los tipos de comunicaciones escritas, divididas en trabajos de carácter científico, tesis, informes, memorias, artículos, comunicados, reseñas y reseñas, como actividades más frecuentemente utilizadas tanto de índole particular como las funcionales y profesionales. El examen de los medios auxiliares de trabajo, como la elaboración y clasificación de datos, fichas y ordenación por materias (C.D.U.), se completa a través de los sistemas de estructuración de los estudios en sentido orgánico y la redacción definitiva del texto ya ultimado. Sin considerar que el tratado de P. Comes pueda suponer la única forma posible de elaborar trabajos escritos de alto nivel, no existen dudas sobre la utilidad de sus consejos y la dimensión práctica de los principios expuestos, apoyados siempre en un amplio conocimiento teórico y práctico de las normas que rigen actualmente los procesos de elaboración. La obra resulta un complemento de gran utilidad para todos los profesionales de las letras, periodistas, escritores o asesores técnicos.

### **EL TENIENTE CALLEY**

Autores: CALLEY y SACK.

Ed.: Noguer. Barcelona, 1971. 200 págs. + 4 láms. 22 × 15 cm. Cartoné.

La matanza llevada a cabo por unidades militares norteamericanas en la aldea vietnamita de My Lai, sobre personas civiles, durante el mes de marzo de 1968, ha sido



considerada como uno de los hechos más dramáticos de la guerra en Indochina. Coinciden una serie de aspectos en el suceso que llaman poderosamente la atención y despertan apasionadas polémicas. En esta obra, el periodista norteamericano John Sack ha recogido con estilo ágil y penetrante el testimonio del teniente del Ejército de los Estados Unidos William Calley, uno de los inculpados gravemente por su actuación al frente del destacamento de hombres que tomaron parte en la acción dramática de My Lai. El periodista Sack, con extraordinaria habilidad, plantea crudamente, a través de las declaraciones de Calley, las enormes contradicciones de una sociedad, de un Gobierno que envía a sus hombres a un país extraño a matar o ser muertos y, posteriormente, los somete a proceso, acusados de hacer precisamente aquello que les fue encomendado. El teniente Calley, acusado, convicto y hallado culpable de «homicidio premeditado» en My Lai, acusa, a su vez, a los jueces, al país y al Gobierno. Su voz, áspera y llena de frustraciones, se alza como una llamada de atención. ¿Cuáles son los deberes de un soldado en Vietnam? ¿Hasta dónde puede exigirse equilibrio y moderación frente a un enemigo desconcertante, camuflado entre la población civil? ¿Cómo distinguir, en angustiosa guerra de nervios, a los combatientes vietcong? Las respuestas, a pesar de la condena impuesta al teniente Calley, alcanzan a todo el Ejército, y a los responsables de esta guerra, en la cual los Estados Unidos no han logrado establecer con claridad sus objetivos, mediatizados por compromisos y temores de una compleja situación internacional plagada de dificultades.

## LOS REFORMADORES DE LA ESPAÑA CONTEMPORANEA

Autor: GOMEZ MOLLEDA, María Dolores.

Ed.: C.S.I.C. Madrid, 1968. XXX + 522 págs., 465 figs. 25 × 16 cm. Tela.

Estudio histórico, amplio y documentado sobre una de las épocas más interesantes y decisivas del siglo XIX español, que incluye los treinta últimos años de su historia. La obra, centrada en el análisis de los componentes filosóficos y culturales que rodearon la renovación de la enseñanza en España, analiza con realismo y espíritu objetivo la figura y la obra de don Francisco Giner de los Ríos, impulsor y creador de la llamada Institución Libre de Enseñanza, que constituye, sin duda, un notable intento de situar la cultura española al nivel que le correspondía, tanto por su tradición anterior como por el valor de las nuevas generaciones. La autora, que ha dedicado muchos años de estudio e investigación al tema del transismo español trasplantado por Giner de los Ríos, no aborda con intención polémica el contenido filosófico último del krausismo, sino, ante todo, los propósitos de un movimiento renovador de la enseñanza, inspirada en nobles deseos, seguido por éxitos prestigiosos e innegables en la investigación humanística y científica. La autora se acerca a las personas que protagonizaron las acciones con respetuoso reconocimiento de su auténtico valor y capacidad de trabajo. Lo cual no quiere decir que se acepten íntegramente sus convicciones ideológicas, que por otra parte, y analizadas con la perspectiva de la historia, carecen actualmente de sentido. La Institución Libre de Enseñanza ha cumplido una determinada misión ante la historia y la sociedad española. El hecho, conocido hoy por un conjunto de estudios valiosos que, como el de «Los reformadores de España contemporánea», muestran fielmente los aspectos esenciales del problema, que deben ser previamente conocidos por las jóvenes generaciones. La historia recogida por la doctora Gómez Mollada logra presentar con exactitud y buen criterio los ambientes intelectuales de la época y la actitud de las clases dirigentes ante la reforma universitaria, indispensable para el desarrollo futuro del país.

## PROBLEMAS DE LA JUVENTUD EN EL MUNDO ACTUAL

Autores: Varios.

Ed.: Centro de Estudios del Valle de los Caídos Madrid, 1970. 160 págs. 25 × 16 cm. Rústica.

Los desajustes producidos periódicamente en las distintas generaciones de jóvenes que se incorporan a la vida social alcanzan en nuestra época unos caracteres de videncia



y enfrentamiento difíciles de someter a normas racionales. En torno a los problemas de la juventud, un conjunto de especialistas, psicólogos, educadores y sociólogos han aportado sus puntos de vista críticos, con el deseo de aclarar los matices más acusados del enfrentamiento entre la juventud y las sociedades que les rodean. Tomando como punto de referencia los episodios de la famosa primavera de París de 1968, los autores analizan los diferentes aspectos implicados en el problema, tanto los de índole social y política como los de carácter ideológico y sentimental. La obra se plantea en sentido realista. Los autores no tratan de arrojar todas las culpas al campo de la juventud contestataria, sino más bien de analizar con severidad los hechos, con el fin de tratar de comprender los motivos que alentaban a los estudiantes en su lucha contra la sociedad. Las conclusiones ofrecen datos para la reflexión. Testimonios capaces de llamar la atención sobre las evidentes injusticias subyacentes en la estructura social y la carencia de ideales en que la civilización tecnificada sumerge al hombre. Sólo si estamos dispuestos a reconocer las razones de la juventud y a variar la actitud de las conductas será posible intentar el acercamiento capaz de unificar la disparidad de los criterios generacionales. La juventud actual rechaza los formulismos carentes de sentido, y no parece dispuesta a asimilar criterios filosóficos y morales inspirados en situaciones y mentalidades defectuosamente planteadas. Sólo una autenticidad afirmada con los hechos aparece como la única vía de entendimiento que puede nivelar la distancia actual entre la juventud y el cuerpo social.

## PORTUGAL LEJANO

Autor: GAZIEL.

Ed.: Edhasa. Barcelona. 205 págs. 20 × 13 cm. Rústica.

Portugal, el país europeo más entrañable unido a la historia y a la cultura de España, pedazo fundamental de la Península, parte sustancial del viejo tronco ibérico, se encuentra lejos, de espaldas a los afanes e inquietudes de España. «Portugal lejano», en frase de Gaziél, se acerca ahora, como realidad escondida entre los márgenes leves que separan las tierras hermanas. La obra presenta un Portugal sencillo —observado con simpatía por el autor—, dispuesto a mirar a los valores existentes, antiguas tradiciones, costumbres modernas, que sirven todas para ofrecer, desde planos muy diversos, aspectos parciales de una misma realidad. La primera entrada en tierras portuguesas, «rodando en el Lusitania Expres» hasta Lisboa, le lleva en ágil recorrido a penetrar en el corazón del país, resumen de la historia y la cultura de un pueblo que ha luchado con nobleza frente a las dificultades. La segunda entrada, desde el aire, le permite contemplar un paisaje teñido de colores suaves, ligeramente ondulado, que se desliza, sin prisa, ante los ojos que lo contemplan, en dirección al mar Atlántico, espejo de tantas empresas del Portugal marinero. Gaziél examina los pequeños rincones, los detalles menudos de las gentes que se afanan con seriedad en la tarea diaria. Monumentos históricos, como los de Alcobaça o Santa María da Vitoria, y muestras de pasada grandeza en Batalla, el Palacio de Queluz o en el Monasterio de Mafra, alternan con la descripción de ciudades populosas como Lisboa o Setúbal, junto a lugares de peregrinación, como Fátima y Leiria. Portugal adquiere así una fisonomía concreta, un perfil sugestivo que nos acerca a un nuevo Mediterráneo recién descubierto. La cordial y sincera amistad que une a los dos pueblos encuentra en la obra de Gaziél su más adecuada expresión afectiva y humana.







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

---

Depósito legal: M. 3.483 - 1958

SGCB2021



