

NUM. 196

AÑO XX

15 de octubre de 1967

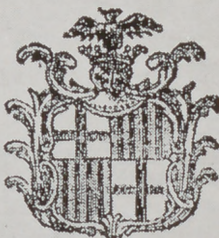
210

GACETA DE
LA PRENSA
ESPAÑOLA

Núm. 1

DIARIO DE BARCELONA.

Del Lunes 1 de Octubre de 1792.



SAN REMIGIO, OBISPO Y CONFESOR.

Está la Indulgencia de las Quarentá Horas en la Iglesia de los Angeles, de Religiosas de Santo Domingo.

F E R I A.

Mañana 2 hay Feria en Alforge Diamenge y Brañim.

Afecciones Astronómicas de hoy.

El 15 de la Luna menguante. Sale á las 6 hor. con 47 min. y 10 seg. del anochezer : se pone á las 7 hor. con 59 min. y 18 seg. de mañana 13 y esta en los 23 grad. 2 min. y 7 seg. de Aries. Sale el Sol á las 6 hor. con 10 min. : se oculta á las 5 hor. con 50 min. : y está en los 8 grad. 57 min. y 30 seg. de Libra. Debe señalar el reloj al mediodia las 11 hor. con 49 min. y 21 seg. La Equacion mengua 18 seg. en 24 horas : y el Equinoccio dista del Sol 11 hor. con 27 min. y 5 seg. Hoy celebra la Luna aspecto de conjuncion con el Planeta Saturno á las 12 horas con 43 min.

AFICCIONES METEOROLOGICAS DE ANTES DE AYER.

Epoca del dia.	Termometro.	Barometro.	Vientos y Atmosfer.
A las 6 de la mañ.	15 grad. 9	28 pulg. ol	S. S. O. Nubes.
A las 2 de la tard.	17 9	27 10 8	S. Nub. des. cub. llu.
A las 11 de la noc.	17	27 9	S. fuert. entrecub. llu.
Calor medio.	16 9	27 10 6	Elevacion media.

EL EDITOR DEL DIARIO A LA CIUDAD DE BARCELONA.

Cuna siempre gloriosa
De Heroes y Sabios, donde se han criado
Letras, virtud, honor acrisolado,
Artes, valor, nobleza victoriosas;

Dig-

DECANO DE LA PRENSA EN EUROPA

Ciento setenta y cinco años cumplió el día 1 de octubre el decano de los periódicos de Europa, «Diario de Barcelona», que nació con esa portada en 1792, precisamente tres siglos después del descubrimiento del Nuevo Continente.

GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA

Año XX :: Número 196

Madrid, 15 de octubre de 1967

Director: PEDRO GÓMEZ APARICIO

S U M A R I O

	Páginas
Ciento setenta y cinco años del "Diario de Barcelona", por Rafael Cotta	3
Un periódico gratis en Washington	10
Sanción por intrusismo en la profesión periodística	11
Un folletín del siglo XX: Superman, por A. Martín Martínez	17
"3E" dejó de publicarse, por D. R.	31
Las memorias de la hija de Stalin, sensacional acontecimiento periodístico, por Rafael Salazar	37
Elogio de "Diario de Lisboa" a la Prensa española	44
Periodismo mundial	45
Certamen internacional de Cine y Televisión para niños	55
Periodismo nacional	63
Parecen imponerse los adversarios de la "Failing Newspaper act"	69
Herbert Matthews, baja en el periodismo ...	76
Hasta los "Hippies" tienen su propia prensa.	79

Depósito legal: M. 3.483.—1958

Dirección, Redacción y Administración:

AVDA. DEL GENERALISIMO, 39, 7.^a PLANTA.—TELEFONO 2 79 62 00 (2136).—MADRID (16)



REVISTA DE TVE
y
RADIO NACIONAL

El semanario con más

suscriptores de España.

Precio suscripción: 400 ptas. año.

Precio venta: 10 ptas. ejemplar.

CIENTO SETENTA Y CINCO AÑOS DEL "DIARIO DE BARCELONA"

PUBLICO SU PRIMER NUMERO EL DIA 1 DE OCTUBRE DE 1792

FUE FUNDADOR EL NAPOLITANO, NACIONALIZADO ESPAÑOL,
DON PEDRO PABLO USSON DE LAPEZARAN

Por Rafael COTTA

EN 1759 desembarcaba en España, formando parte del séquito de Carlos III, don Pedro Pablo Ussón de Lapezarán, caballero napolitano que muy pronto se naturalizó en nuestro país. Sus primeras actividades periodísticas las realizó en el "*Diario de Madrid*", y quizá de éste sacó el título del periódico que habría de fundar en Barcelona. Don Pedro Pablo Ussón se adaptó pronto a las costumbres y a la idiosincrasia de su nueva Patria, y de esta forma pudo vislumbrar el porvenir que una empresa periodística independiente podía tener en España.

El Real Privilegio de Impresión

La importancia de Barcelona no era, aún, decisiva en nuestra Patria: todavía el comercio y la industria textil se polarizaban en Sevilla, debido al tradicional comercio con las Indias; pero Carlos III iba a liberalizar ese comercio abriendo enormes perspectivas para otros puertos. La hora de Barcelona estaba llegando tras su anterior postración, lo que fue vislumbrado por Ussón, y el 6 de abril de 1792, reinando ya Carlos IV, consiguió un "Privilegio Real", que el monarca le otorgó por Cédula expedida en Aranjuez. En ella se decía, entre otras cosas:

"Por cuanto por don Pedro Pablo Ussón se me hizo presente ser útil el establecimiento de un Diario en la Ciudad de Barcelona, a imitación del de Valencia y de la mi Corte, tanto por su comercio como por el gran consumo de sus fábricas y demás tráfico, y que la experiencia que tenía adquirida en la dirección de este papel periódico, por estar sirviendo de oficial mayor en el despacho principal de la citada Mi Corte, le había puesto en proporción de poder por sí establecerlo y dirigirlo...". Y más adelante añade: "... habiendo advertido en los diarios y papeles públicos que salían periódicamente, había muchas especies perjudiciales, mandé cesasen de todo punto, quedando solamente el Diario de Madrid, de pérdidas y hallazgos,

ciñéndose a los hechos, y sin que en él se pudieran poner versos ni otras especies políticas de cualesquiera clase que fuesen: Que de resultas los demás redactores y compositores del Diario solicitaron les concediera permiso para dar al público en su periódico las noticias interesantes, a saber, como eran, entre otras, omitidas en la Gaceta, los nacimientos, matrimonios y muertes de personas visibles, muchos empleos y destinos de los concedidos por Mi en los Tribunales y Oficinas, mudanzas de habitaciones de sujetos anotados en las guías de forasteros y pretendientes, la entrada y salida de los regimientos, la llegada y ausencia de las personas de carácter, y otros avisos de igual clase...”.

A continuación, tras algunas consideraciones, precisa que “... me había servido mandar se extendiera la concesión de su periódico en la precisa condición de que se redujese a asuntos pertenecientes a las Ciencias Naturales, Bellas Artes y oficios y semejantes, y la de haber de entregar los artículos que hubiesen de imprimir con anticipación de seis días a los que por el mismo Presidente se les mandase y juzgase suficiente para que los censores que nombrase pudiesen examinarles debidamente...”. Finalmente, resuelve: “... se acordó expedir esta Mi Cédula por la cual concedo al citado don Pedro Pablo Ussón el Privilegio que solicita para establecer un Diario en la Ciudad de Barcelona, con tal de que en su extensión se cña precisamente a los términos con que se publica el de Mi Corte y a las prevenciones que se contienen en la citada Mi Real Orden de 25 de agosto de 1791, insertándose como quiero se inserten en dicho Diario las noticias públicas y avisos de navios y sus cargas y demás conducentes al comercio e industria, y a las noticias eclesiásticas en los términos del Diario de Valencia de 22 de noviembre de 1790, por lo mucho que puede contribuir al fomento del comercio y fábricas de dicha ciudad de Barcelona, facilitando la salida de las manufacturas del país”.

Propósitos de Ussón en el “Diario”

Una de las más interesantes cosas que hizo Pedro Pablo Ussón fue la de comunicar a sus futuros lectores lo que iba a hacer. En un “Prospecto” explicativo, Ussón vertió sus propósitos diciendo, entre otras cosas: “... Esta es una obra que, tratando por su objeto de todo género de asuntos y hallándose por su pequeño coste en las manos de toda clase de personas, coopera más que otra alguna a la general instrucción y a la común utilidad. Por este medio se esparcen noticias provechosas sobre todas las Artes y Ciencias; se destierran varios abusos; se destruyen las preocupaciones autorizadas desde largo tiempo por un vulgo ciego e ignorante; y se descubren secretos útiles e importantes. Se recobran los efectos o extraviados, o perdidos, o robados; se hace pública la habilidad que por ser ignorada carece muchas veces de empleo; y se proporcionan con facilidad y prontitud aquellas conveniencias que muy a menudo se buscan con anhelo y sin fruto, por no saber dónde encontrarlas. El Criado halla a quién servir; el Oficial dónde trabajar; el que desea vender, quién le compre; el comprador, quién le venda; la Doncella, expuesta tal vez a los peligros de la

seducción, un *aconchado* decente; familias enteras, el pan que exige su miseria... ¿Qué más? Hasta la paz doméstica, tan apetecible para el bien común y particular, se logra frecuentemente por este medio. El hallazgo, en un bolsillo, de un reloj o de otra joya, tranquiliza muchas veces dentro de los muros de una casa la guerra que habían levantado unas sospechas inútiles con las cuales una imaginación acalorada ofende quizás la inocencia más pura...". Y añade: "... Barcelona, que alimenta en su seno tantos amantes de la literatura; Barcelona, emporio de un Comercio floreciente; Barcelona, a quien no puede negarse el conocido blasón de Madre de la Industria; Barcelona, cabeza de una Provincia pobladísima, cuyos habitantes son todos industriosos aplicados, amigos de la Patria... ¡Qué abundante cosecha nos promete para llenar nuestros proyectos! ¡Qué de capítulos curiosos, útiles, amenos e instructivos! Si estas esperanzas se ven favorecidas con el aprecio del público a quien deseamos complacer, y con el auxilio de las luces, que suplicamos a todos se sirvan comunicarnos, singularmente a los respetables Cuerpos de la Nación, tan distinguidos por su amor al bien de la Sociedad, no dudamos que llegaremos a los fines que nos habemos propuesto en esta empresa: la general instrucción y la común utilidad".

Más adelante prosigue: "... En un papel que se repite todos los días, es menester que haya variedad; y así, a una anécdota histórica se seguirá tal vez un rasgo de poesía; a una observación astronómica, una fábula; a una operación química, un gracioso; a una lección de Física, otra de Mitología, etc. Si alguno de estos asuntos no puede coger en los cortos límites de un Diario, se continuará en el siguiente. Con todo, para evitar el fastidio de nuestros lectores, sucederá, poquísimas veces, que una materia misma ocupe más de dos o tres Diarios seguidos...". Y, en esta exposición de sus proyectos, don Pedro Pablo Ussón añade: "... Es menester advertir que, para que se conserven por más tiempo en la memoria de todos, tendrán también lugar en esta parte las Pragmáticas Reales, Cédulas, Edictos, Bandos y demás órdenes que venga a bien expedir la Superioridad...".

Finalmente, afirma que: "... Como nosotros somos responsables de la verdad de lo que publicamos, cualquier noticia que se nos comunique deberá ir acompañada con el nombre del sujeto que la dé, avisando allí mismo el cuartel, calle y casa donde vive, y de la hora que se hallará en ella, para que pueda averiguarse su certeza, la que se ratificará el interesado con su firma, que dará en presencia del Comprobador o por otros medios si no supiese escribir. Asimismo, con el fin de ocurrir a varios abusos que podrían introducirse, prevenimos que no publicaremos noticia alguna hasta después de cuarenta y ocho horas de haberse recibido. Con todo, si a alguno corre prisa su publicación, acudirá en persona al despacho principal, que siendo sujeto conocido, y firmando de su mano la noticia, se publicará el día inmediato. Si alguna vez sucediere multiplicarse las noticias, se preferirán las que juzguemos más urgentes, y reservando las otras para los días que siguen".

Este "Prospecto" era más que un anuncio: se trataba de un auténtico programa en una época en que el Periodismo constituía una aventura difícil y en que los lectores habían de ser, necesariamente, muy pocos. Inter-

sar en aquellas circunstancias a un público no habituado a los periódicos era difícil tarea, que se propuso realizar, y consiguió, don Pedro Pablo Ussón.

Aparición del "Diario".

El 1 de octubre de 1792 apareció el primer número del "*Diario de Barcelona*", con un contenido muy típico del siglo XVIII. Tenía cuatro páginas y las siguientes secciones: Santoral del Día, Afecciones astronómicas de hoy, Afecciones meteorológicas de antes de ayer; una composición en verso del "Editor del *Diario* a la Ciudad de Barcelona"; una extensa noticia del "Establecimiento de las pastillas de sustancia, que de Orden de S. M. se ha hecho en la provincia de Buenos Aires para el uso de la Marina", y unas breves y compendiadas noticias particulares de Barcelona. Y respecto a las suscripciones, se decía en el "Prospecto" hecho público antes de la aparición del "*Diario*": "*Todas las personas que quieran suscribirse a este Diario podrán hacerlo ahora en el Despacho principal, Calle de la Ciudad, casa número 19, que para este efecto se hallará abierta por la mañana desde las ocho a la una y por la tarde desde las tres a las siete. A los suscriptores de dentro de la Ciudad, dando adelantadas dos pesetas por cada mes, se les llevará el Diario a sus casas, procurando que todos estén servidos antes de las nueve de la mañana. Los de las provincias, pagando adelantadas tres pesetas por cada mes, lo recibirán por el correo dos veces a la semana, francos de porte. Lo menos por que se admitirá la suscripción será por mes para los de la ciudad, y por tres para los de fuera de ella. Las demás personas que no se suscribieran, hallarán el Diario en los puestos que se establecerán, a dos quartos cada uno. También se recibirá suscripción en Madrid, Valencia y Sevilla en el Despacho de sus respectivos Diarios, y en Cádiz en la librería de don Victoriano Pajares. Igualmente, los que quieran suscribirse a los Diarios de aquellas ciudades podrán hacerlo aquí en el Despacho principal de éste*".

El 1 de octubre de aquel año era lunes, y la aparición del periódico produjo un gran efecto en Barcelona.

Hasta la invasión francesa, a principios del siglo XIX, el "*Diario de Barcelona*" se mantuvo con toda normalidad; pero la llegada de las tropas napoleónicas vino a trastornar su pacífica existencia. De la invasión no dio noticia alguna, quizá porque existía una prohibición expresa de que los periódicos publicaran noticias de carácter político.

La invasión francesa

A fines de agosto de 1810 terminó prácticamente la época de don Pedro Pablo Ussón, que fue sustituido por don Manuel Andrés Ygual, afrancesado, que durante la ocupación francesa siguió sacando el periódico en forma bilingüe, unas veces en catalán y francés y otras en castellano y francés. El periódico se publicaba entonces en la imprenta de don Pedro Barrera y Alzine. Pero las difíciles circunstancias por que atravesó Bar-

celona, y las vicisitudes inherentes a la propia publicación periódica, hicieron que el general francés Barón de Humbert, jefe de las tropas que guardaban Barcelona, ordenara la suspensión de la publicación del "Diario". Esto ocurría el 20 de mayo de 1814. Tal suspensión duró muy pocos días, ya que un nuevo y remozado "Diario de Barcelona" iba a aparecer el 6 de junio del mismo año 1814.

Don Antonio Brusi Mirabent es el protagonista principal de esta nueva etapa del "Diario", aún bajo los efectos de la invasión napoleónica. Don Antonio Brusi estaba casado con doña Eulalia Ferrer, la salvadora del "Diario" en esta ocasión. Brusi instaló el periódico en un carromato, con el que recorrió Cataluña para evitar que los franceses se apoderasen de él. En su monografía sobre el "Diario", Molist Pol afirma: "En Tarragona se publicó hasta que la Junta abandonó la ciudad ante el temor de un asedio. De la Imperial Tarraco pasó a Villafranca del Panadés; Tarragona de nuevo; Villanueva y Geltrú; Monasterio de Poblet; Monasterio de Montserrat y Manresa; Tarragona, en mayo de 1811, y finalmente en Vich, en donde tomó el nombre de "Gaceta de Cataluña", pasando, al liberarse de los franceses, a Barcelona, cesando definitivamente su publicación el 30 de diciembre de 1814".

Poco antes de la entrada de los franceses en Tarragona, en 1811, durante la tercera estancia de la imprenta en esa ciudad, la esposa de Brusi, doña Eulalia Ferrer, embarcó con destino a Palma de Mallorca acompañada de algunos dependientes de su imprenta. Uno de ellos, Domingo Obiols, tenía confiada la custodia del escaso peculio de los Brusi; al zozobrar, por exceso de carga, la frágil embarcación que debía conducir los fugitivos al buque, se lanzó Obiols al agua abrazado a una funda de almohadón llena de ropa que tenía sobre sus rodillas, exclamando: "Todo se salva o todo se pierde". La lancha arribó felizmente al costado del buque y se pudo proceder al salvamento de Obiols. Dentro de aquella funda, que no llegó a perderse, había un paquete con 10 onzas de oro, todo el capital de los Brusi en aquellas circunstancias.

Don Antonio Brusi Mirabent experimentó toda la vida una vivísima gratitud por este acto, y al nacer su hijo, el que sería primer Marqués de Casa-Brusi, verdadero renovador y alma del "Diario", Brusi concedió a Obiols el honor de apadrinarlo. En los últimos años de su vida, el señor Obiols trabajó en la Administración del "Diario".

Don Pablo Soler y el primer Marqués de Casa-Brusi

Víctima de la fiebre amarilla, don Antonio Brusi Mirabent falleció en Barcelona a los cuarenta y cinco años de edad; dejó viuda, doña Eulalia Ferrer, y un hijo, don Antonio Brusi y Ferrer, así como varias hijas, una de las cuales casó con don Pablo Soler, principal dependiente del establecimiento tipográfico de los Brusi, el cual sustituyó a su suegro en la Dirección del "Diario de Barcelona" hasta que, en 1838, se hizo cargo de ella don Antonio Brusi y Ferrer. Llevó éste a cabo una transformación profunda del periódico mediante la impresión de varias ediciones diarias, nove-

dad que supuso una renovación en los hábitos periodísticos españoles. Entre otras mejoras por él introducidas en el "*Diario*" destaca la introducción de ilustraciones; dobló las páginas del periódico a 16, en vez de las ocho que hasta entonces publicaba, y subió a diez reales el importe de la suscripción mensual. Una reforma no menos importante fue la que subsiguio al establecimiento del telégrafo eléctrico de París a Perpiñán, primero, y de Madrid a París, después. Extendido seguidamente hasta Barcelona, los telegramas habían de ser llevados a caballo desde Perpiñán a Mataró, para ser cursados desde aquí a la ciudad condal. Tal servicio exigía no menos de ocho horas y el gasto, exorbitante para entonces, de treinta duros diarios. Como en aquellas fechas los anuncios producían muy poco, el "*Diario*" no dejaba sino un maravedí de beneficio por cada suscriptor.

La época de don Juan Mañé y Flaquer

El siguiente director del "*Diario*" fue don Juan Mañé y Flaquer, que substituyó al segundo de los Brusi aún en vida de éste, muy decaído por la muerte de su esposa. En aquella época el "*Diario*" alcanzó lo que se ha llamado la "Era Dorada", con colaboraciones tan prestigiosas como las de Lloréns y Barba, don Jaime Balmes, don Juan Maragall, etc. El propio Mañé y Flaquer escribió de Lloréns lo siguiente: "*Fue la persona que más contribuyó a la formación del criterio con que el "Diario" ha resuelto los más espinosos problemas y a la línea de conducta que nos trazamos desde el primer día, y hemos seguido con poca común constancia. Lo que nosotros hemos hecho por los partidos, Lloréns lo hacía con nosotros sin haber formado jamás parte de la Redacción; sin haber colaborado nunca directamente en el periódico, nos servía de censor y de consejero, nos alentaba en nuestros aciertos, nos advertía nuestras faltas y purificaba constantemente nuestra manera de pensar y de sentir, aquilatando nuestro trabajo con su juicio claro...*".

La Dirección literaria la llevaba por aquellos días el notable escritor catalán don Juan Cortada, que había ingresado en el periódico todavía en la época de don Antonio Brusi y Ferrer. Ya por aquellos días llevaba a cabo una organización disciplinada y coherente el "*Diario de Barcelona*" era un periódico cuidado y estudiado en todos sus detalles, en el que cada uno de sus redactores tenía un puesto de trabajo y una misión concreta. Fue el "*Diario*" en Barcelona lo que el "*The Times*" en Londres, y pronto se convirtió en la base del gran Periodismo catalán de nuestros días.

A través de sus páginas los lectores de Barcelona vivieron los más importantes acontecimientos del mundo en una época especialmente revuelta, como fue la segunda mitad del siglo XIX.

Los últimos directores

Cuando murió don Juan Mañé le sucedió en la Dirección del "*Diario*" un antiguo redactor: don Teodoro Baró, cuya actuación, realmente, no pasó de discreta, ya que no supo encabezar, como Mañé, los movimientos cultu-

rales, espirituales y políticos de su tiempo en Cataluña; ello determinó una cierta desincronización entre el "*Diario de Barcelona*" y las nuevas inquietudes y corrientes de aquel tiempo. Sometido, de otra parte, el "*Diario*" a una durísima competencia con el ya floreciente Periodismo de información y con los periódicos escritos en lengua catalana, que empezaban a multiplicarse, el "*Diario*" entró en un periodo de franca y peligrosa decadencia.

El gran periodista mallorquín don Miguel de los Santos Oliver ejerció durante un par de años la Dirección del periódico, en los comienzos del siglo, volviendo a ella otra vez don Teodoro Baró, hasta que, en plena Primera Guerra Mundial, le sustituyó don Juan Soler y Casajuana. Falleció éste muy pronto, le reemplazó otro gran periodista: don Juan Burgada Juliá, que había comenzado a trabajar en el "*Diario*" muy de antiguo como colaborador, pasando después a ser redactor y, finalmente, Director. Burgada restableció el equilibrio del "*Diario*", vigorizando su personalidad: bajo esta inteligente Dirección, el "*Diario*" logró vencer las dificultades con las que se enfrentaba de mucho tiempo atrás.

En 1923 ingresó en la Redacción un joven abogado que con el tiempo llegaría a ser Director: don Enrique del Castillo Yurrita. Durante la República y la Guerra Civil, el periódico, bajo la dirección de Burgada, tuvo que sortear innumerables dificultades, inherentes a la situación política y social por que atravesaba España. Desapareció el periódico durante nuestra Guerra, para reaparecer, una vez liberada Barcelona, el 24 de noviembre de 1940. Y en 1946, y por fallecimiento de don Juan Burgada, fue nombrado Director el ya citado don Enrique del Castillo Yurrita, que ya era Subdirector del "*Diario*" desde algún tiempo atrás. Desde entonces, y bajo la Dirección de tan esclarecido e ilustre periodista, el "*Diario de Barcelona*" ha mejorado notablemente presentación, formato y contenido, siendo hoy, a los ciento setenta y cinco años de su fundación, uno de los más importantes rotativos no sólo de Barcelona, sino de toda España.

UN PERIODICO GRATIS EN WASHINGTON

EN el mes de septiembre ha nacido en Washington un nuevo periódico que es todo un símbolo esperanzador en un momento crítico de concentración y desaparición de periódicos en todo el mundo.

El «*Washington D. C. Examiner*» se lanza a la batalla diaria con 150.000 ejemplares de tirada, de los cuales 125.000 son distribuidos gratuitamente. La explicación es, por supuesto, imprescindible: el propietario del «*Washington Examiner*» es Roy O. Chalk, propietario de las líneas de autobuses urbanos de la capital norteamericana y, además, de «*El Diario-La Prensa*», de Nueva York. Chalk —conocido en el mundo periodístico como «Rey Tiza», ya que con ese nombre firma en «*El Diario-La Prensa*»— es, verdaderamente, como le llama «*Newsweek*», «*el campeón de los hispanos*» en Nueva York, donde su periódico, con una tirada de sólo 80.000 ejemplares, constituye, desde el punto de vista financiero, uno de los más estables y de los pocos rentables (500.000 dólares de ingresos extras en publicidad desde la última huelga).

Rey indiscutido de la Prensa de habla hispánica en los Estados Unidos, Roy Chalk incide económica y profesionalmente en la vida periodística de Puerto Rico, ya que diariamente vende en la isla 100.000 ejemplares de su diario, que llegan a bordo de los aviones de otra Empresa del «Rey Tiza»: la «*Tras Caribbean Airways*», que compró hace diecisiete años por 60.000 dólares.

Su filosofía es sencilla: «*Mantener lo que compra y comprar más*».

SANCION POR INTRUSISMO EN LA PROFESION PERIODISTICA

Multa de quince mil pesetas y apercibimiento para que sea cumplido el Estatuto de la Profesión

Es la primera resolución contra el ejercicio ilegal del Periodismo en España

Por primera vez en España, la Dirección General de Prensa, asistida por el correspondiente Servicio Técnico-Jurídico, ha fallado un expediente de intrusismo en la profesión periodística, tal como lo prevé el texto refundido del Estatuto de dicha profesión, aprobado por Decreto de 13 de abril último. Importantísima esta Resolución, que es sancionada, nos complacemos en insertar a continuación su texto íntegro:

«Vistas las actuaciones practicadas en el expediente que, bajo el número 6-66/67, se instruyó, por la Delegación Provincial de este Departamento en Soria, al Director de la publicación periódica trisemestral titulada «SORIA HOGAR Y PUEBLO», de aquella Ciudad, así como la propuesta del Juez Instructor de dicho expediente, y,

RESULTANDO.—Que esta Dirección General, en virtud de denuncia formulada por el Ilmo. Sr. Delegado Provincial de este Departamento en Soria sobre el hecho de que Don Fidel Carazo Hernández, que carece de carnet de periodista, venía realizando trabajos propios de Redactor en la publicación periódica trisemestral titulada «SORIA HOGAR Y PUEBLO», dio orden, con fecha 27 de mayo último, de que se procediese a la incoación de expediente administrativo a Don Jacinto Jimeno Jimeno, como Director y propietario de la mencionada publicación, por si hubiera incurrido en infracción de las normas establecidas en el Decreto 744/67, de 13 de abril, por el que se aprobó el texto refundido del Estatuto de la Profesión Periodística.

RESULTANDO.—Que, en cumplimiento de lo establecido en el artículo 4.º de la Orden de este Ministerio de 22 de octubre de 1952, modificada por la de 29 de noviembre de 1956, el Juez designado para la instrucción del expediente incoado procedió, con fecha 7 de junio último, a formular y remitir al expedientado el preceptivo pliego de cargos con las siguientes imputaciones: «Consentir que en la publicación de su dirección, y de la que es propietario, realice funciones de Redactor Don Fidel Carazo Hernández, que no está provisto de carnet de periodista ni inscrito en el Registro Oficial de Periodistas, de lo que es prueba el hecho, de público conocimiento, de que en la imprenta donde se edita el trisemanario «SORIA HOGAR Y PUEBLO», en la que se encuentra habitualmente, hace trabajos de titulación, confección, ajuste, etc., y

firma en todos los números de la mencionada publicación tres o cuatro secciones fijas; que en el artículo publicado con su firma en la página primera del número 3.242, correspondiente al día 7 de mayo del año en curso, bajo el título «La ética de los periodistas», manifiesta expresamente ser periodista y ejercer tal actividad, al decir textualmente: «... los que venimos haciendo la Prensa soriana desde hace dieciocho años...», y que en la página 5 del número 3.253, correspondiente al día 2 de junio último, firmó un artículo titulado «La ignorancia y la comodidad de condenar», en el que dice: «... estoy, no obstante, en un periódico...».

Con lo que ha infringido lo dispuesto en el artículo 2.º del texto refundido del Estatuto de la Profesión Periodística al no cuidar el cumplimiento de las disposiciones generales y no vigilar, sobre todo, la efectividad de las que se refieren al requisito imprescindible de la profesionalidad en las funciones que lo requieran.

RESULTANDO.—Que con fecha 14 de junio último tuvo entrada en la Delegación Provincial de este Departamento en Soria un escrito firmado por Don Eutiquio Tejedor Castillo, Subdirector del periódico «SORIA HOGAR Y PUEBLO», en funciones de Director por enfermedad del titular, Don Jacinto Jimeno Jimeno, en el cual solicitaba una ampliación del plazo que, para evacuar el trámite de contestación al pliego de cargos, le fue concedido al expedientado, alegando que éste se encontraba enfermo de gravedad y en período de reposo absoluto, tanto físico como psíquico, según prescripción facultativa.

RESULTANDO.—Que por el Juez Instructor del expediente se accedió a lo solicitado por el Sr. Tejedor Castillo, pero condicionando la ampliación, en siete días más, del plazo concedido a que se acreditase formalmente la alegada enfermedad del expedientado.

RESULTANDO.—Que con fecha 23 de junio ppdo. Don Eutiquio Tejedor presentó escrito acompañado de un certificado médico ordinario, emitido con fecha 22 del mismo mes por el Dr. Don Marcial Pérez López, médico del Colegio de Soria, certificando que Don Jacinto Jimeno Jimeno, Director del Periódico «SORIA HOGAR Y PUEBLO», se encontraba en cama desde el día 2 por padecer estenosis coronaria, proceso que requería reposo durante quince días más para su recuperación.

RESULTANDO.—Que, con fecha 8 de julio último, Don Jacinto Jimeno Jimeno, como Director propietario de la publicación periódica «SORIA HOGAR Y PUEBLO», contestó al pliego de cargos, alegando sustancialmente en su defensa: Que «SORIA HOGAR Y PUEBLO» es una pequeña Empresa en la que vincula a la misma los cargos legales e imprescindibles valiéndose de otros auxiliares o secundarios que, sin ser gravosos, coadyuvan al normal desenvolvimiento de los fines de la misma; que el artículo 19 del texto refundido del Estatuto de la Profesión Periodística establece las categorías de esta profesión sin que presuponga que en la plantilla de un medio informativo determinado hayan de figurar necesariamente todas ellas, lo que, a su entender, significa que el espíritu que ha informado a la misma letra de la Ley es el de que, asumiendo las personas con categoría profesional las funciones típicas de redactores, se permita que otras, en calidad de auxiliares, ayuden en su labor a las categorías profesionales para así no hacer gravosas económicamente a las

pequeñas Empresas; que, en consecuencia con lo establecido en el mismo artículo 13 del Estatuto de la Profesión, se permite contratar colaboradores entre personas no inscritas en el Registro Oficial de Periodistas; que, a mayor abundamiento, el Reglamento Nacional de Trabajo en Prensa, en proyecto, distingue, en su artículo 12, al personal de Redacción a los *a*) titulados periodistas, de los *b*) ayudantes de Redacción, cuya categoría comprende al personal adscrito a la Redacción que realiza funciones auxiliares dentro de la misma, como tele-tipistas, auxiliares de archivo, documentalistas, lectores, dibujantes, auxiliares de confección de maquetas, taquígrafos, radiotelegrafistas, así como aquellos trabajadores que intervengan de alguna manera en trabajos de la Redacción, aunque sin asumir la responsabilidad correspondiente a los redactores, por lo que estima que el Sr. Carazo, contratado libremente como colaborador fijo de crítica internacional, nacional, provincial o local, se halla dentro de la legalidad al escribir y firmar sus artículos, así como al desempeñar otros oficios auxiliares; que, por lo que respecta a las frases o palabras tomadas de dos artículos firmados por el Sr. Carazo, estima que no entrañan mayor importancia o trascendencia que la que es propia en la manera común de hablar, tal vez en ocasiones con léxico inadecuado cuyo juicio corresponde a la Real Academia de la Lengua; que, para mayor asesoramiento de lo que expone anteriormente, el día 21 de julio de 1966 la Dirección General de Prensa le comunicaba la denuncia que le hacía la Delegación Provincial de Soria acerca de extremos similares a los que sirven de base a este expediente; que el 7 de diciembre del mismo año la misma Dirección General le transmitía escrito de denuncia del Excmo. Sr. Gobernador Civil de aquella Provincia sobre los mismos extremos, escritos éstos que fueron por él cumplimentados, con fecha 2 de agosto de 1966 y 17 de diciembre del mismo año, en términos similares a lo expuesto en el pliego de descargos, sin que la Dirección General de Prensa haya tomado ulteriores medidas; que le produjo angustioso dolor el que, encontrándose en grave estado de enfermedad, sin posibilidad absoluta física e intelectual de prestar atención al escrito de cargos, se pusiera en duda la veracidad de tal hecho.

RESULTANDO.—Que, previamente citados, comparecieron y declararon en el expediente Don Celestino Monje Herrero, Don Miguel Moreno y Moreno y Don Francisco Terrel Sanz, todos ellos periodistas inscritos en el Registro Oficial, directores, respectivamente, de las publicaciones tituladas «CAMPO SO-RIANO», «SORIA SINDICAL» y «REVISTA DE SORIA», quienes manifestaron que les consta que en la publicación «SORIA HOGAR Y PUEBLO» viene ejerciendo la actividad periodística desde hace mucho tiempo y desempeñando funciones típicas de Redactor Don Fidel Carazo Hernández, lo que supone ejercicio clandestino de la profesión periodística, toda vez que no está inscrito en el Registro Oficial de Periodistas; que esta actividad y la práctica del intrusismo en la profesión por Don Fidel Carazo Hernández son posibles únicamente porque está amparado por el Director de «SORIA HOGAR Y PUEBLO», que le permite realizar tales funciones en la publicación de la que es propietario y Director; que estos hechos, de dominio público, obligaron a los comparecientes a dirigir un escrito denunciando el intrusismo de Don Fidel Carazo Hernández al Presidente de la Federación Nacional de Asociaciones de

la Prensa, de acuerdo con lo que establece el texto refundido del Estatuto de la Profesión Periodística.

RESULTANDO.—Que, con fecha 21 de julio y 7 de diciembre de 1966, esta Dirección General requirió de oficio al expedientado para que encomendase las funciones de redactor a personas inscritas en el Registro Oficial de Periodistas.

RESULTANDO.—Que en la instrucción del expediente se han observado las prescripciones legales.

VISTOS.—La Ley 14/66 de Prensa e Imprenta, de 18 de marzo; el Decreto 744/67, de 13 de abril, por el que se aprueba el texto refundido del Estatuto de la Profesión Periodística; la Orden de este Ministerio de 22 de octubre de 1952, modificada por la de 29 de noviembre de 1956, y demás preceptos legales de pertinente aplicación.

CONSIDERANDO.—Que el carnet profesional, indispensable para el ejercicio del Periodismo, es el único documento que acredita la profesión activa de su titular en el ejercicio de tal función, y es hecho indubitado el que Don Fidel Carazo Hernández, quien, como el expedientado dice en su pliego de descargos, presta sus servicios en «SORIA HOGAR Y PUEBLO» como colaborador contratado, carece de tal documento.

CONSIDERANDO.—Que el hecho de que no sea preciso que en la plantilla de determinados medios informativos hayan de figurar necesariamente la totalidad de las categorías de la profesión periodística, enumeradas en el artículo 19 del Decreto 744/67, no puede, en modo alguno, ser interpretado en la forma que lo hace el expedientado, al considerar que las funciones propias de esas categorías profesionales puedan ser desempeñadas por personas que no las ostentan.

CONSIDERANDO.—Que el artículo 13 del Decreto 744/67, por el que se aprueba el texto refundido del Estatuto de la Profesión Periodística, sin hacer distinción alguna, explícita o implícita, entre los diferentes medios de difusión atendiendo a su potencial económico, preceptúa de forma clara y terminante que no podrán encomendarse a los colaboradores contratados, ni éstos asumir, tareas que, por sus características, correspondan a funciones típicas de redactor.

CONSIDERANDO.—Que la misión que, de forma continuada, ha venido desempeñando Don Fidel Carazo Hernández en la publicación «SORIA HOGAR Y PUEBLO» es, por sus características, propia de redactor, sin que pueda ser considerada, como el expedientado pretende, como auxiliar o de ayuda a un profesional del Periodismo, no sólo porque el Sr. Carazo la ha desempeñado con total autonomía e independencia, sino también porque la plantilla de la mencionada publicación, integrada tan sólo por dos categorías profesionales —la de Director y la de Subdirector—, carece de redactores que realicen la función propia de tales cargos.

CONSIDERANDO.—Que el director de toda publicación, que asumirá la jefatura de todo el personal de Redacción, cuyo trabajo distribuirá y ordenará con plena autoridad y autonomía, debe, según establece el artículo 29 del Estatuto de la Profesión Periodística, cuidar especialmente el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias en cuanto a la garantía de los derechos

profesionales de los periodistas, vigilando, sobre todo, la efectividad de las que se refieran al requisito imprescindible de profesionalidad en las funciones que lo requieran.

CONSIDERANDO.—Que el incumplimiento de lo establecido en el precepto legal anteriormente transcrito, por parte de Don Jacinto Jimeno Jimeno, Director-propietario de la publicación periódica «SORIA HOGAR Y PUEBLO», es evidente y probado, no sólo con las declaraciones que los testigos que depusieron en el expediente, sino por las pruebas documentales que en el mismo obran.

CONSIDERANDO.—Que la infracción apreciada es de las que, como leves, prevé el artículo 68, párrafo Dos, de la vigente Ley de Prensa e Imprenta, siendo, por tanto, competente para su corrección el Director General de Prensa, a tenor de lo establecido en el artículo 70, párrafo Uno, del mismo Cuerpo legal.

Esta Dirección General, apreciando las circunstancias que en el presente caso concurren y quedan acreditadas en el expediente, ha resuelto imponer a Don Jacinto Jimeno Jimeno, como Director responsable de la publicación periódica «SORIA HOGAR Y PUEBLO», la sanción de multa de QUINCE MIL PESETAS, sanción ésta prevista para las infracciones de carácter leve en el artículo 69, párrafo Uno, apartado a), número primero, de la vigente Ley de Prensa e Imprenta, apercibiéndole para que cumpla estrictamente lo dispuesto en la legislación vigente sobre el ejercicio de la profesión periodística.

Madrid, 11 de agosto de 1967.—EL DIRECTOR GENERAL DE PRENSA, *Manuel Giménez Quílez.*»

Artículos, crónicas
e informaciones sobre
letras y arte



La

ESTAFETA
LITERARIA



A LA VENTA EN TODOS LOS QUIOSCOS

UN FOLLETIN DEL SIGLO XX: "SUPERMAN"

LOS PSICOLOGOS ACUSAN A ESTE PERSONAJE SEUDOINFANTIL
DE "PODER INDUCIR AL DELIRIO ESQUIZOFRENICO"

Por Antonio MARTIN MARTINEZ

«*L*A aventura de los héroes de papel empezó en los años treinta, pero sólo ahora se ha convertido en un fenómeno social que preocupa a sociólogos, sicólogos y siquiátras. Superman, Marvel, Aquaman, Doctor Solar y tantos otros han adquirido casi realidad física. Millares de personas les escriben. Han creado una industria que produce anualmente millones de dólares. No hay actor que no sueñe con darles vida. Tal vez no existe un norteamericano que no se haya puesto su indumentaria en un baile de disfraces» (1). Son los protagonistas de una apasionante parcela de la aventura humana: en la civilización de papel ellos levantan la bandera de la imagen frente a la palabra; del grito y la onomatopeya sobre el discurso y la narración.

Su importancia no se mide por ejemplares, sino por los beneficios en dólares, si es el editor quien cuenta, y por la cantidad de inteligencias enajenadas, si es el sociólogo quien

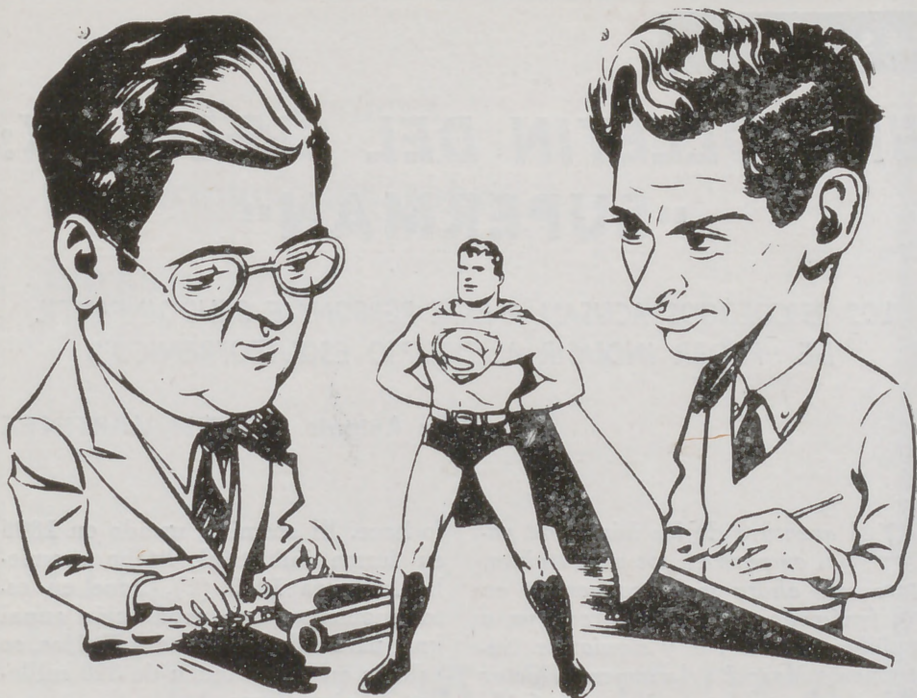
lo hace. El «comic», nacido en 1896 en forma industrial, hecho «comic-book» para 1933 (2), tiene en estos momentos una producción anual que, para sólo los Estados Unidos, se calcula en un volumen de 300 millones de ejemplares.

Una sola Editorial de Nueva York, la «National Periodical Publications, Inc.», edita la tercera parte de esta cantidad. Con sus personajes llega a todas las esquinas de Occidente. Y todo lo debe al éxito de un personaje, primero, y a las imitaciones que sobre su modelo ha lanzado, posteriormente. Este midas se llama *Superman*.

Efecto de una mitología del consumo, Superman es acólito, sacerdote y dios de su propia religión. En su mundo particular es dueño del poder

(2) El «comic-book» es un cuadernillo de 32 páginas, más cubiertas, tamaño 4.º, formato natural, impreso a todo color. Se cuentan de una a tres historietas narradas según la técnica del guión gráfico. El «comic-book» se impone internacionalmente, como modelo y formato «standard», de publicación gráfica para niños o adultos. Es imitado en todo el mundo occidental con éxito variable.

(1) Enrico Nassi: «América invadida por los héroes de papel», en «Tempo», 10 de agosto de 1966. Milán.



Jerry Siegel, como escritor, y Joe Shuster, dando vida gráfica al personaje, lograron con Superman superar sus complejos, al tiempo que un saneado negocio. Su modelo sería posteriormente imitado por otros creadores de menor fortuna.

del Bien y del Mal. Ser omnipotente, en cuyas aventuras reviven los viejos mitos al gusto de la sociedad industrial (3). El hombre vuela, es inmortal, es más que sabio, ¡es el *superhombre!* El resultado es una droga enajenante.

Al calor de los estudios exegéticos y críticos, intentando una nueva etapa de la batalla diaria del consu-

(3) Superman hereda toda una tradición del género de los héroes populares. Puede decirse que no constituye sino una versión moderna del mito del bandolero generoso. Versión tocada de esquizofrenia. No cabe duda de que, en una sociedad industrializada, tecnificada, nerviosa, los mitos tenían que asumir nueva catadura.

mismo por la reposición de viejas películas de episodios, reedición de personajes y aventuras, los superhombres conocen hoy superlativamente la comercialidad y el éxito de masas. Su nombre y figura se comercializan al máximo, dan marca a multitud de artículos, sirven para la sátira política y son llevados a la escena. Los «comics» están de moda. El hombre de la calle los descubre después de haberlos leído desde su niñez. El adulto los incorpora a la cultura urbana diaria. Los niños son sacudidos por multitud de sensaciones coloreadas que se suceden a un ritmo frenético. Los sociólogos están preocupados.

Apunte sicosocial del superhombre.

Superman constituye para América del Norte un ídolo; más aún: un símbolo. Símbolo físico y moral del «american way of life» y de la democracia. Primero, afianzado como principal estrella del siempre dinámico olimpo de los «comics». Después, como ídolo de millones de lectores de toda edad y condición social.

Adaptado a una psicología particular, común al hombre frustrado de nuestro tiempo, Superman proporciona una respuesta catártica a las angustias de lo diario, facilitando la evasión fácil que tantos hombres buscan. Es esta caracterización lo que ha dado éxito a Superman, y seguirá dándose en tanto que no varíen las condiciones que así determinan al hombre medio.

Ya en su nacimiento se observan estas notas. Y hemos de preguntarnos si esta caracterización sicosocial no le venía dada por la propia personalidad de sus creadores. «Esta combinación de Sansón, Hércules, Atlas y

Sir Galahad es el fruto de la colaboración de Jerry Siegel y Joe Shuster, dos adolescentes de Cleveland que, largamente despreciados por los muchachos de su barrio, inventaron para liberarse al superhombre» (4). El hombre, que era niño en América cuando la Gran Depresión, encontró, ya mayor, en el modelo del superhombre, una compensación a sus frustraciones y la liberación de sus angustias. Blanco Tobío ha señalado agudamente cómo estos niños, llamados «Depresión Kids», recibieron una carga de ciertos complicados resentimientos y frustración. Divididos entre el miedo y la esperanza, aceptaron entregarse al superhombre.

Las aventuras de Superman constituyen para los lectores un estimulante síquico que equilibra las tensiones al permitir su transmisión al héroe. Desde esta inicial plataforma transferencial, Superman logra la catarsis masiva para millones de lecto-

(4) Claude Roy. Capítulo VII del libro «Cleps pour L'Amérique», Gallimard, 1949, París.



Superman es casi Dios. Su voluntad, servida por múltiples «superpoderes», le permite realizar las hazañas más increíbles. Es fácil la transposición: millones de lectores le adoran. Y en este sueño irracional queman su fantasía.

res. Ello le alinea en el campo de los macrofenómenos.

El personaje del superhombre ha quedado engarzado en la serie de motivaciones socioeconómicas que determinan a nuestra sociedad. La proposición que de él nos hace el editor, como aspiración ideal de una sociedad abocada al materialismo, y que representa en su figura todos los bienes y niveles que es preciso mantener, ha sustituido a la antigua, que proponía como modelo al patriota, al sabio o al santo. Basta como muestra la múltiple repetición que, en la historieta de Superman, se hace, por parte de diversos personajes, de su deseo de ser iguales al superhombre. Intentan estos personajes trascender su simple condición humana, para así olvidar el mundo y su difícil realidad, superándolos en una huida de las responsabilidades.

Superman es el dios de los irresponsables. Actúa subliminalmente sobre los procesos ideológicos para alienarnos de nuestra condición de hombres. Viene ello determinado por la situación actual: *«El superhombre es la válvula de escape, el sueño imposible de una sociedad que, como la americana, se compone de millones de pequeños hombres frustrados y reprimidos»* (5). Y esta explicación alcanza su dimensión verdadera al ser considerada sociológicamente en los millones de lectores de todo el mundo lanzados a este sueño irracional por una hábil manipulación económica; cantidad y motivos que superan toda interpretación parcial y cuyo análisis nos llevaría a la crítica de la realidad.

(5) Carlo della Corte: En el libro "I fumetti". Mondadori, 1961, Milán.

Pequeña historia.

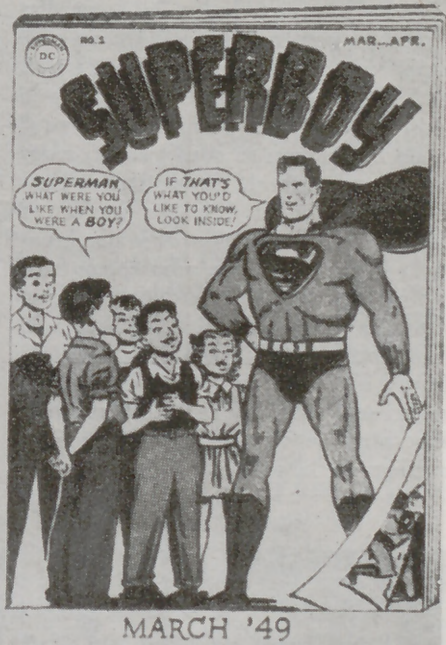
Los dos adolescentes de Cleveland, Jerry Siegel, por la idea original y el texto, y Joe Shuster, por los diseños, crean su personaje en 1933. Durante cinco años fueron de puerta en puerta mientras los editores rechazaban a Superman.

En 1938 el editor J. S. Liebowitz lanza a Superman en el número de junio del «comic-book» *«Action Comics Magazine»*. La acumulación de las tensiones del cuerpo social americano, próxima la guerra mundial, hacen más necesaria que nunca la liberación psicológica, y dan el triunfo al modelo del superhombre. En dos años Superman alcanza los 20 millones de lectores en Norteamérica. Pronto comienza a editarse en una publicación propia.

La propaganda editorial dibuja a Superman como una criatura *«nacida en otro planeta... lanzada hacia nuestro planeta por un cataclismo sideral...; esta criatura de poderes infinitos, mentales, morales y físicos, opta por trabajar como periodista. Prevé desastres, resuelve crímenes, salva vidas con sus recursos sobrehumanos... Timidamente enamora a una muchacha como si en realidad fuera únicamente Clark Kent, repórter... No sospecha ella que su idolo —Superman— y su pretendiente son una misma persona... Una historieta que embarga la imaginación, mueve el corazón y lleva al lector a una época que está por llegar...»* (6). Concreta esta cita la rápida mitologización que el personaje ha experimentado.

Con los elementos clásicos del fo-

(6) Propaganda del Catálogo de Secciones y Servicios Periodísticos distribuidos en castellano por el "Editor Press Service Inc."



Reproducción de las portadas de los números 1 de las colecciones de "comics-book", aparecido en junio de 1939, y de "Superboy", marzo de 1949. De entonces a hoy el personaje ha cambiado para hacerse más delirante.

lletín del siglo XIX, repitiendo la fórmula: amores imposibles, aventuras y persecuciones, fantasía desbocada, doble personalidad, argumentos barrocos..., los autores de Superman lograron un impacto de éxito en el gusto del público lector, siempre ansioso de clichés heroicos.

A través de la revista «*Superman*» conocemos la historia trágica y aventurera del héroe. La existencia de un planeta llamado Krypton, poseedor de un gran adelanto tecnológico. Y cómo un día este mundo de fábula es destruido por una reacción en cadena. Únicamente se salva un niño, cuyos padres lo envían al espacio en un cohete. La aeronave que contiene al niño es atraída por la Tierra. Re-

cogido por unos granjeros sin hijos, es posteriormente adoptado por ellos, con el nombre de Clark Kent.

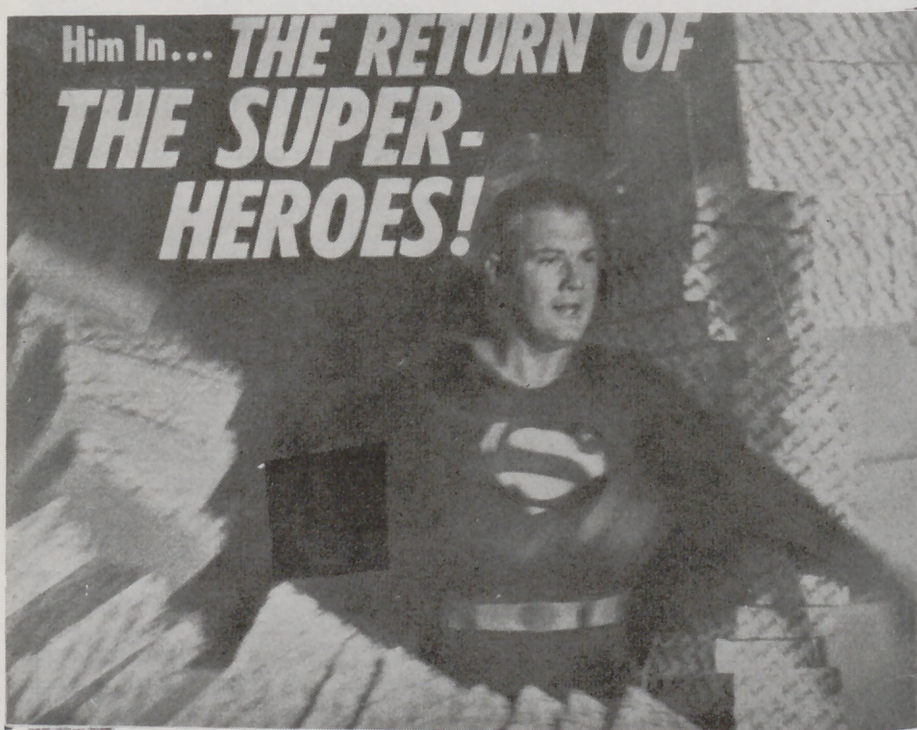
Pronto el niño revela poseer unos poderes fantásticos. Según nos cuenta la historieta —en una explicación anticientífica—, es la menor gravedad de la Tierra respecto a Krypton lo que proporciona al niño fuerza y poderes extraordinarios: invulnerabilidad, supervelocidad, superoído, supermemoria, visión de rayos X, visión calorífica, etc.

Clark Kent deberá ocultar cuidadosamente su personalidad y condición, a fin de que, desconocidas de las masas, pueda utilizarlas convenientemente. Superman se convierte —otra vez la repetición del folletín

clásico— en un paladín del bien. En el paladín por excelencia del Bien con mayúscula. Y aquí reside la trampa que el modelo superhumano nos tiende: careciendo de medida, la praxis de Superman se configura al margen de toda moral. Superman es bueno, pero igual podría ser malo, ya que, por los atributos que sus creadores le confieren, no admite contraste humano. No es la bondad lo que Superman practica, sino el ejercicio de su propia voluntad. Su poder sin límite, con base en la propia fuerza, se impone sobre el resto del mundo. Superman se vuelve dios casero del hombre de la calle.

No es ésta la única asechanza que su lectura encierra. Su actitud respecto a la mujer, de una feroz y despreciativa misoginia; su cultivo de la superstición pseudocientífica, la trasgresión de las leyes físicas y el desprecio de lo científico y lo humano, vuelven peligrosa esta fábula de la sociedad industrial.

La historieta de Superman, siempre con estas taras, ha sufrido una acentuada evolución. Desde las aventuras iniciales, de gran extensión, y en las que enfrentaba peligros reales e identificables en lo cotidiano, Superman ha evolucionado a situaciones incoherentes que giran en torno a enemigos



George Reeves en una de las interpretaciones de Superman que habían de llevarle —junio de 1959— al suicidio, al quedar esclavizada su personalidad por la contradictoria del superhombre.

de la «quinta dimensión», sabios locos, amores frustrados, etc. Perdida voluntariamente su conexión con los problemas inmediatos de nuestro mundo, al cual sólo hace breves escapadas en cuanto a realidad se refiere, Superman pretende demostrar-nos que la sociedad en la que vivimos es un simple reflejo de los sueños más sonrosados, y que, salvo aisladas incursiones de sicópatas, en ella nunca pasa nada (7).

El «boom» del superhombre.

La primera aventura de Superman se publicó en el número de junio de 1938 de «*Action Comics Magazine*». En dos meses la revista dobló la tirada, y para 1939 Superman dispuso de una publicación propia. El «comic-book» «*Superman*» alcanzó en 1940 una tirada de 1.400.000 ejemplares, y a los dos años de existir, su tirada, para sólo Norteamérica, era de 20 millones de ejemplares.

La primera publicación fue pronto seguida por otras. Al amparo del «boom» que el personaje alcanzó, se suceden las ediciones. Surgen las imitaciones, y editores propios y extraños crean, sobre el modelo de éxito, falsificaciones para todos los gustos. Es el momento en que nacen Batman, El Capitán Marvel, El Capitán América y tantos otros superhéroes del «comic» (8).

(7) Sobre este aspecto de las historietas de Superman, consultar a Umberto Eco: «La época de Superman», en el libro «Diario mínimo», págs. 199 a 212. Horizonte, S. L., 1964, Madrid.

Su estudio analiza agudamente la «gramática» narrativa de estas historietas.

(8) En la actualidad se prodiga el tipo del superhéroe, pero con características aún

Explotando la comercialidad del tema, la «*National Periodical*» contrata equipos de guionistas y dibujantes. Se exprime la anécdota, se halagan los gustos de los lectores. Jerry Siegel y Joe Shuster desaparecen de la escena. Superman es pronto obra de equipos especializados. En el dibujo: Wayne Boring, discípulo de Joe Shuster, Al Plastino (hasta 1947) y, después, John Forte, Schaffenberg y Jim Mooney, entre otros muchos. Los guiones y las viñetas se producen industrialmente: existen especialistas en fondos, en figura, en color, única forma de atender eficazmente un mercado de demanda masiva. Será preciso tener esto en cuenta como uno de los factores que contribuyen a la irracionalidad de la anécdota contada por tantos «comics».

En junio de 1949 la *National* inicia la publicación del «comic-book» «*Superboy*», en el que se nos cuentan las aventuras de Superman niño. En septiembre de 1954 la editorial lanza el «*Superman's Pal, Jimmy Olsen*», y en abril de 1958 el «*Superman's Girl Friend, Lois Lane*» (9). A estos títulos hay que añadir los «comic-book»: «*Adventure Comic*», «*Action Comic*» y «*World's Finest*», en los que también aparece Superman como protagonista, haciéndolo como perso-

más demenciales que las del propio Superman. Desde el ser que puede convertirse en fuego, piedra, plástico, líquido, etc., al que es mitad araña, mitad hombre, las aberraciones abundan pródigamente. Para completar este aspecto, consultar mi trabajo «Los comics», en «*Triunfo*», núm. 148, 3 de abril de 1965. Madrid.

(9) Lois Lane y Jimmy Olsen son periodistas compañeros de Superman en su personalidad de Clark Kent. Lois Lane es el gran amor de Superman, amor frustrado por la misoginia del superhombre.

naje secundario en «*Detective Comics*» y apareciendo de tarde en tarde en «*Super Girl*».

Esta colección de «comics-book», que crece según se ensancha el mercado y aumenta la demanda, representa una tirada superior a los diez millones de ejemplares mensuales, para sólo los Estados Unidos. Cantidad a la que es preciso sumar los 20 millones de ejemplares de diarios, en los que se publican las aventuras del superhombre en forma de «tiras». Así, Superman inunda los mercados, configurándose como objeto de consumo. Se trata de un caso de colonialismo cultural.

Intervienen en estas operaciones las Empresas: «McClure Newspaper Syndicate», que tiene el control del personaje para su aparición en los diarios; «National Periodical Publications Inc.», que, detentando el control para «comics-book», ha hecho famosa la sigla «Superman DC»; y el «Editor Press Service, Inc.», como distribuidor. Todas estas Empresas están radicadas en Nueva York.

Llevado al mundo del espectáculo, Superman ha alcanzado un favor de público similar al obtenido en los «comics». Actualmente se representa en Broadway una revista musical con el título de «*It's a bird... It's a plane... It's Superman*», escrita por David Newman y Robert Benton. Existen también canciones, cromos, libros, carteles, cuadros «pop» y objetos diversos con Superman como motivo.

Pariente próximo del cine, el «comic» se ha entendido siempre a las mil maravillas con él. Existen 24 versiones —algunas de ellas son series de varios episodios; otras, películas de dibujos animados— de Superman hechas cine; primero interpre-

tado por Kirk Alyn y posteriormente por George Reeves. El caso más famoso es el de este último. Ejemplo trágico de debilidad de carácter y del poder destructivo del modelo superhumano, George Reeves quiso mantener en la realidad lo que vivía en la ficción. Frustrado en el inútil intento de incorporar a Superman en todo momento para trascender la vida diaria, George Reeves acabó suicidándose el 15 de junio de 1959.

Donde los personajes del «comic» alcanzan mayor audiencia de masas es en la Televisión. La repetición de modelos y la superposición de episodios crea una conformación receptiva en el público. La «National Periodical» piensa lanzar para el próximo otoño una serie televisiva de aventuras de Superman, realizada en dibujos animados de color. «La Superman TV Corporation», la cual distribuirá los 104 antiguos episodios de Superman existentes, más los de nueva fabricación. Se evidencia así la sujeción del mercado a los intereses del productor, el cual lo encauza en su propio beneficio.

En España, la distribuidora «Mahier Films», de Barcelona, al importar una serie de películas japonesas de ciencia ficción, ha cambiado el nombre del protagonista, sustituyéndolo por el de Superman, prueba del fetichismo que se concede a la marca. Hasta el momento, las películas proyectadas en España, de esta serie, son: «*Superman ataca a los platillos volantes*» (título original, «*Super-Giant*»), «*Superman contra la banda negra*» y «*Superman el invencible*» (título original, «*L'invencible Space-man*»). Esta burda falsificación, concediendo a un producto el nombre que no le corresponde, evidencia claramente el peligro que la expansión

WATCH

SUPERMAN
REG. U.S. PAT. OFF.



ON

TELEVISION!

AMERICA'S
FAVORITE ADVENTURE
CHARACTER COMES RIGHT
INTO YOUR HOME IN
THRILLING SUPER ACTION!

El pasado año más de ochenta estaciones de la Televisión americana difundieron las aventuras de Superman. Próximamente aparecerá en la Televisión en color, en forma de dibujos animados. El mercado evoluciona al compás de las presiones que recibe, y por ello pronto crecerá la demanda de Superman.

del personaje supone, convertido en un arma al servicio del colonialismo cultural (10).

Superman en España.

Los «comics» norteamericanos emigran rápidamente más allá de sus

(10) Sobre el tema del colonialismo cultural, consultar: Adolfo Maillo, "Aspectos Educativos de la Prensa Infantil", en el libro "Curso de Prensa Infantil", págs. 35 a 39. Comisión de Información y Publicaciones Infantiles y Juveniles, 1964. Madrid.

fronteras. En los años veinte llegan a Europa, y para 1933 España sufre su invasión, la cual se repite después en 1939 y 1951. Desde Estados Unidos se extienden por Hispanoamérica, sembrando consignas y recogiendo dólares. En el momento actual Lebrato ha calculado que se editan en Méjico, sólo en lengua castellana, 400.000 ejemplares semanales de «Superman» (11).

(11) Jaime R. Lebrato, O. P.: "Prensa Infantil", en "Diario de Mallorca", diciembre de 1965.

Siendo Méjico la plataforma editorial del «comic» norteamericano en lengua castellana, interesa particularmente el conocimiento de su edición de «*Superman*», básica para el conocimiento de la repercusión que el superhombre ha tenido sobre el mercado español.

En España, y en el pasado, han llegado a difundirse hasta cinco versiones de Superman, algunas de ellas coexistentes. Son:

— «*El Superhombre*» (en la revista «*Billiken*»), de la Editorial Atlántida.

— «*Ciclón, el superhombre*», de la Editorial Hispano Americana de Ediciones, S. A.

— «*Superman*», de Muchnik Editores.

— «*Superman*», de Editorial Dollar.

— «*Superman*», de Organización Editorial Novaro, S. A.

El Superhombre del «Billiken».

La revista «*Billiken*», importada en España durante dos décadas, fue fundada hace cuarenta y ocho años por Constancio Vigil. La edita Atlántida, en Buenos Aires. Desde 1942 a 1950 publicó una página semanal de las aventuras de Superman, bajo el título de «*El Superhombre*», en edición bicolor, componiéndose cada página de tres tiras suministradas por el «McClure Newspaper Syndicate». Lo publicado corresponde, casi exclusivamente, a la obra de Joe Shuster y Al Plastino.

Las aventuras se desarrollaban en un ambiente mitad policiaco, mitad de espionaje. Eran los primeros momentos de la Segunda Guerra Mundial y se intentaba con el personaje

vigorizar la opinión pública americana, preparándola para la entrada en la guerra contra Alemania.

En España, el personaje pasa con escaso éxito. La revista «*Billiken*», de una gran calidad técnica y de contenido, triunfa, pero los niños no demuestran especial preferencia por el superhombre.

«Ciclón, el superhombre».

Con este título, la Editorial Hispano Americana de Ediciones, S. A., de Barcelona, lanza, entre 1942 y 1944 (sin que pueda precisarse más la fecha), a Superman. Se edita en cuadernos monográficos de aventuras, formato apaisado, 16 páginas, papel de baja calidad, portada a cuatro colores, al precio de 60 céntimos.

No está claro si las aventuras publicadas son las primeras dibujadas por Joe Shuster o corresponden a la falsificación que por aquellos años se hizo en Italia bajo el nombre de «Ciclone».

Los primeros títulos que se editan en Barcelona son: «*Ciclón, el superhombre en su primera hazaña en la Tierra*», «*Ciclón boxeador*», «*La fórmula maldita*», «*El drama del orfanato*».

Superman pasa en esta colección sin pena ni gloria, perdido entre los muchos personajes del «comic» americano que por este tiempo importa la Hispano Americana. La prueba de que no alcanza entidad comercial ni popular en España es el pronto cierre de la colección. Un intento posterior de reeditarla acaba en forma similar, vencido esta vez Superman por el Capitán Marvel.

Esta falta de éxito en España tiene un particular interés a la vista de la

posterior aceptación que el personaje ha obtenido. Hasta el punto de merecer un estudio detallado, en el cual será elemento primordial el conocimiento de la sociedad española de los años cuarenta, con todas sus peculiaridades. Pueden haber influido en este primer fracaso del superhombre: la falta de un lanzamiento adecuado, el que sus aventuras no fueran en color, los precios, la existencia de revistas y personajes nacionales de mayor calidad.

El Superman de Muchnik.

Esporádicamente llega a España la producción de «Muchnik Editores», de Buenos Aires. Esta Empresa edita desde 1949 las aventuras de Superman. Primero, con el título de «*La Revista del Superhombre*», en formato internacional de «comic-book», y con sólo las portadas en color. Después, ya a todo color, y con el título

de «*Superman*», modificaciones que son resultado evidente de las presiones del mercado. Son títulos que han llegado a España aisladamente, en poca cantidad y sin periodicidad.

Superman de Méjico.

Hacia 1952 Ediciones Recreativas, S. A., de Méjico, comienzan a editar a Superman. Posteriormente, esta Empresa se integrará en la Organización Editorial Novaro, S. A. La edición se realiza en el formato internacional, 32 páginas, a todo color.

La distribución en España comienza hacia 1953 aproximadamente. Es primero distribuido por Queromón Editores, S. A., de Madrid, tras haberlo intentado antes Enrique Sabaté Gil (septiembre 1952). El precio de venta fluctúa entre las siete y las ocho pesetas. En 1956 Queromón comienza a distribuir en España otro título



Superman vuela a mayor velocidad que los cohetes intercontinentales, su poder es mayor que el de la bomba "H", puede dominar al mundo entero en segundos. Pero Superman ha decidido servir al Bien. Ojalá que no cambie de opinión...

de aventuras del superhombre: «*Superman y sus amigos*», también editado por el grupo Novaro. Desde 1963 Superman es distribuido en España por la propia organización editorial, que monta en Barcelona una distribuidora para cubrir sus operaciones en la Península.

Tanto el material de Muchnik como el de Novaro acusan la industrialización del personaje. El dibujo está realizado en serie, falta calidad, los argumentos son pobres y muchas veces incoherentes.

El material mejicano comienza a remontar la falta de interés que por el superhombre se había manifestado hasta entonces entre el público español. El color constituye un arma eficaz en la competencia editorial.

El «Superman» de Dolar.

En 1960 la Editorial Dolar, de Madrid, publica como «serie violeta» de su colección de «*Novelas Gráficas*», a Superman. Son cuadernos en formato vertical, tamaño 14 × 19 centímetros, portada en color, interior en blanco y negro, dibujos de Wayne Boring, al precio de ocho pesetas. Cada cuaderno contenía una aventura corta de Superman, una aventura gráfica sobre la Biblia y algunos chistes. Este material era facilitado por el «Editor Press Service». Los primeros títulos son: «*Los dos Supermans*», «*El robot humano*», «*Película de Superman*», y presentan, como el resto de la serie, similares características de contenido que la edición mejicana.

La serie de Dolar nace al amparo del éxito logrado por los cuadernos mejicanos. Sin embargo, no pasó de los veinte números, debido a que el «Editor Press» rescindió el contrato,

ya que el material que distribuía procedía del «McClure Newspaper Syndicate» y sólo podía ser editado como páginas y «tiras», pero no como revista.

Ultimos apuntes.

La demanda de tebeos por parte de los niños españoles ha ido creciendo conforme pasaba el tiempo y la imagen se imponía, preferentemente en color. Varias décadas de edición masiva de publicaciones gráficas, junto con la influencia del cine y la posterior de la Televisión, han creado en España un fuerte mercado consumidor de imágenes.

Corresponde a la edición mejicana el haber implantado entre nosotros a Superman. A ello han contribuido: la cultura de imágenes, la reiteración de modelos, la conquista del mercado por el «comic» de origen americano, la edición industrial, la existencia de generaciones lectoras que han crecido en un ambiente propicio al tebeo. Sin que podamos desechar la posible existencia de una quiebra en la sicología social española, la cual habría contribuido de manera decisiva al triunfo del modelo del superhombre.

De otro lado, las propias características materiales de la edición son importantes: abundantes páginas, todo color, poco texto, ilustración esquemática y muy dinámica. Y, sobre todo, el precio de cinco pesetas que la Editorial estableció para sus importaciones de «comics-book» en España, tras instalar aquí su organización distribuidora. Este aspecto del precio, enormemente competitivo, hasta el punto de condicionar los precios de las ediciones españolas, ha hecho pensar a muchos editores españoles en la existencia de un «dumping».

Sobre estos datos hay que añadir la importancia que tiene, para imponer un producto, una idea o un hecho, la reiteración de los mensajes. Y, en esto, las publicaciones norteamericanas —y, en su caso, las versiones mejicanas de las mismas— son maestras: «*Las revistas mejicanas ofrecen mensajes elementales, reiterativos, muy explícitos, que fuerzan su entrada en la conciencia del niño por medio de la familiaridad con los protagonistas*» (12). El resultado es que Superman, sin apenas éxito quince años antes, logra para 1960 instalarse entre los niños españoles como un conocido. Con el peligro que esto supone.

Hoy Superman vuela a mayor velocidad que un «Mirage», un «Phantom» o un «Mig»; tiene más memoria que el mayor ordenador electrónico; su vista es calorífica, de rayos X y telescópica; puede parangonarse con todos los sabios que existen y han existido, y sus poderes lo hacen omnipotente. De Superman a Dios no hay más que un paso. El diagnóstico del superhombre nos enfrenta con una aberración múltiple.

Ya en 1962 «*La Codorniz*» decía: «*Nos referimos hoy al tema de la historieta infantil porque vemos que el largo camino ha desembocado en la idiotez, y lo vemos al examinar esas revistas tiradas en Méjico que tanto se venden en nuestro país y cuentan como principal personaje al Superman. Las historietas contenidas en los cuadernos de Superman son de una majadería asombrosa. Desde el bicho que piensa y reflexiona como un tío, al señor que va y viene a la Luna como el que va al estanco de*

la esquina, se une la mayor serie de estupideces que hemos visto, sin que la fantasía, mal dosificada y peor jugada, sirva para maldita la cosa» (13). Y es que Superman ha pasado a ser un reflejo de la crisis social e ideológica que afecta a algunos estratos de la sociedad occidental. El liberador psicológico se ha convertido en una trampa, donde el hombre medio que en nuestro mundo busca la seguridad acaba por caer, y, creyendo liberarse, termina esclavizándose aún más.

Son estos esquemas los que han posibilitado la expansión y el auge del superhombre, tan leído por los niños como por los adultos. Desde su primera aventura en la Tierra hasta la última en la «quinta dimensión», qué largo camino de renunciadas y frustraciones existe. Configurado como objeto de comercio en la Edad Dorada del Consumismo, Superman se vende y se compra en las cuatro esquinas de Occidente.

Caso particular, dentro del consumo de esta droga, lo constituye hoy España.

España, donde el superhombre pasa sin gloria alguna de 1942 a 1953; que en 1953 asiste a la importación de las ediciones hispanoamericanas de Superman, y ve crecer día por día el influjo de este personaje siniestro, acaba, en 1964, por echarle el alto.

En marzo de 1964, la Dirección General de Prensa, previo informe de la Comisión de Información y Publicaciones Infantiles y Juveniles, reunida en pleno y asesorada por un equipo de psicólogos, sociólogos, moralistas, educadores y padres de fami-

(12) Víctor A. Iturralde: «Qué ven, qué leen nuestros hijos». EUDEBA, 1964. Buenos Aires.

(13) Autor anónimo: «Unas historietas infantiles: Las de Superman». «*La Codorniz*», 1 de abril de 1962. Madrid.

lia relacionados con el mundo de intereses del menor, denegó el permiso de circulación en España de algunas publicaciones de «comics». Entre ellas se encontraban las de «Batman» y «Superman».

Viene esta desestimación española del modelo superhumano a evitar los males que una eminente psicoanalista francesa señala: «*El que lee al Superman vive tranquilamente su pequeña parafrenia personal, que se transforma al cabo en delirio agudísimo*». Pero no es bastante con denegar al

superhombre el visado de entrada en nuestras fronteras; es preciso, además, rebatirlo a nivel intelectual. Un hecho social se explica siempre por otro hecho social, y a Superman es preciso oponerle quien le supere.

Sería bueno hacer esto pronto. El caso de George Reeves, suicida por miedo a vivir como un simple hombre, no es único en el haber de Superman. La amenaza sigue latente. Pero esto es ya otra historia.

(Las ilustraciones del presente Estudio proceden del Archivo del autor.)

BIBLIOGRAFIA

- Anónimo: "Unas historietas infantiles: Las de Superman". "La Codorniz", 1 de abril de 1962. Madrid.
- Anónimo: "Vuelve Superman, el héroe de los tebeos de nuestra juventud". "La Voz de Asturias", 30 de marzo de 1966. Oviedo.
- Anónimo: "Los comics vietnik" (se estudian las parodias políticas realizadas a base de los superhombres). "SP", 25 de septiembre de 1966. Madrid.
- Alvarez Villar, Alfonso: "El Superman, un mito de nuestro tiempo". "Diario de Mallorca", 6 de octubre de 1966.
- Alvarez Villar, Alfonso: "Superman, mito de nuestro tiempo". Separata de la "Revista Española de la Opinión Pública", núm. 6, octubre-diciembre de 1966, 32 págs. Madrid.
- Ansón, Francisco: "Opiniones sobre algunos números de Superman". Estudio psicológico inédito, 11 págs., enero 1965. Madrid.
- Gasca Luis: "Los comics en la pantalla". Facilita una ficha sobre Superman y su filmografía completa, págs. 10 a 15, Festival Interacional de Cine de San Sebastián, 1965.
- Gasca, Luis: En "Tebeo y Cultura de Masas" es posible encontrar frecuentes alusiones a Superman, págs. 121, 129, 144 y otras. Editorial Prensa Española, 1966. Madrid.
- Martín, Antonio: "El arte LSD". "Arriba", 15 de enero de 1967. Madrid.
- Vázquez, Jesús María, O. P.: Nota sobre Superman en la página 127 de "La Prensa Infantil Española". Doncel, 1963. Madrid.
- Vela Jiménez, Manuel: "La triste muerte de Superman". "Hoja del Lunes", 31 de agosto de 1959. Barcelona.

"3E" DEJO DE PUBLICARSE

Historia de un periódico especializado, en sus dos años de publicación

Por D. R.

A las ocho de la noche del día 16 de noviembre de 1965 tenía lugar, en los salones de recepción de la Empresa «Rivadeneira, S. A.», de Madrid, la entrega oficial del primer número del diario «3E». Presentes estaban el Ministro de Información y Turismo, don Manuel Fraga Iribarne; el Director General de Prensa, don Manuel Jiménez Quilez; directores y redactores de periódicos y Agencias y los operadores de la Televisión, además de la plantilla de la nueva publicación que acababa de nacer. Hay que hacer constar, en honor a la verdad, que el hecho tuvo su expectación, pues, al fin y al cabo, Madrid veía aparecer un nuevo diario, aunque este diario tuviese un campo informativo muy concreto y limitado, que venía a romper la estática situación en la que se encontraba la Prensa diaria de la capital de España.

COMO NACIO «3E».

Un periodista con largos años de oficio fue el promotor de la empresa. Este periodista es don José Ramón Aparicio Muñoz, a la sazón, entonces, funcionario de carrera del Ministerio de Información y Turismo. Don José Ramón Aparicio no era persona nueva en la materia, ya que, entre otras cosas, había dirigido «La Voz de España», de San Sebastián, y había sido agregado de Prensa en la Embajada española de Rabat.

Don José Ramón Aparicio concibió la idea de publicar un periódico diario estrictamente económico, del que, en realidad, España carecía. Don José Ramón Aparicio tenía, por lo tanto, que encaminar sus gestiones en dos sentidos: uno, en el oficial, para conseguir el permiso de aparición; otro, en el financiero, para reunir el capital necesario con el que hacer frente a la lógica no muy corta etapa de lanzamiento y consolidación de una publicación diaria. Prácticamente las gestiones fueron paralelas, y a la autorización del título se unió la constitución de la Sociedad, que registró su nombre bajo el anagrama de P. E. F. S. A. o, lo que es lo mismo, «Publicaciones de Economía y Finanzas, S. A.».

Los accionistas de P. E. F. S. A. no fueron muy numerosos. La principal aportación estuvo materializada en la de don Luis Benítez de Lugo, Marqués de la Florida, persona tampoco nueva en los negocios informativos, pues en tiempos anteriores tuvo participación en diversas Empresas periodísticas, una de ellas muy personal y cualificada, como fue «Mirador de los Deportes». En el Marqués de la Florida recayó el cargo de Presidente del Consejo de Administración, siendo nombrado Consejero-Delegado don Ramón Laporta Girón, dele-

gación que no llegó a ejercer por repentino e inesperado fallecimiento. Le sustituiría durante toda la vida del periódico don Tomás Romojaro, también accionista. Director-Gerente sería el propio don José Ramón Aparicio, y el domicilio social se escogió en un piso bajo del número 108 de la calle Fernández de los Ríos, de Madrid.

El verano, pues, de 1965 estuvo dedicado a la gestión, pensamiento y organización de lo que había de ser «3E», nuevo periódico madrileño de información económica conforme rezaba su subtítulo, al decir «Economía Española y Exterior».

JOSE RAMON APARICIO, PRIMER DIRECTOR.

Cubierta la etapa financiera fundacional —P. E. F. S. A. se constituyó con el cortísimo capital de seis millones de pesetas, dado el negocio que se pensaba acometer—, don José Ramón Aparicio se dedicó a resolver el problema de Talleres y Redacción.

Desde el primer momento fueron elegidos los talleres de «Rivadeneira», en Madrid, por dos razones: porque, en aquellos días anteriores a la iniciación de «3E», «El Alcázar», que tenía su Redacción en el Paseo de Onésimo Redondo, número 22, y que se tiraba en «Rivadeneira» en combinación de tipografía y huecograbado, se trasladaba a su nuevo edificio de la calle del Padre Damián, dejando libres locales de Redacción y platinas de imprenta; en segundo lugar, aunque ello fuera consecuencia ligada de lo anterior, porque el formato elegido era apto para la tirada en las rotativas de dichos Talleres.

Designado local y talleres, don José Ramón Aparicio, primer Director y Gerente de «3E», acometió la tarea de organizar y seleccionar una Redacción adecuada al tipo de publicación que se pretendía. En principio fue nombrado Subdirector don Raimundo García, más conocido en la profesión por su seudónimo de «Borobó», cargo que apenas desempeñó, para pasar a ser editorialista, función en la que permaneció durante toda la vida de «3E». Don Raimundo García, «Borobó», era, en el momento de su incorporación a «3E», Director de «La Noche», de Santiago de Compostela.

Como editorialista, en principio, don José Ramón Aparicio escogió a don Mario Rodríguez Aragón, antiguo Redactor-Jefe de «Pueblo» y corresponsal de este mismo periódico en Bonn, misión en la cual fue sustituido casi inmediatamente por «Borobó», pasando don Mario Rodríguez Aragón a desempeñar las tareas de Redactor-Jefe.

Finalmente, el resto de la plantilla la componían: don Roberto Míguez, como Secretario de Redacción; don José Manuel González Torga, como confeccionador; Mercedes Lazo, Ana Sancho, don José Luis Mena, Emilio Canda, José María Deleyto, Octavio Aparicio Muñoz, Antonio de la Torre Abadía y Angel Menéndez, «Kalikatres». Aparte del personal auxiliar, figuraron como colaboradores fijos José Pérez de Azor, Antonio Iglesias y Juan Manuel Saiz de los Terreros. Asimismo se contrataron los servicios de asesor económico en la persona de don Francisco Stuyck, prestigioso economista y hoy Director de la más importante Empresa de «factoring» que existe en España.

Desde el primer momento se dispuso la creación de dos Redacciones provinciales: una en Barcelona y otra en Bilbao, que estuvieran dirigidas y desempeñadas, principalmente, por José María Bellapart y Rafael Ossa Esaburu, respectivamente; periodistas, éstos, con algunos colaboradores, que también permanecieron en sus puestos hasta la suspensión del diario.

Con este Director y con este personal, «3E» empezó a caminar. Las suscripciones, en los primeros meses, fueron numerosas, respondiendo, como es lógico, más que al contenido en sí, a la curiosidad general por el fondo y la forma del nuevo diario. La publicidad, en cambio, mitad por un concierto en exclusiva que no duró más de cuatro meses, mitad respondiendo al conocido postulado de que, «en los periódicos, primero llegan los lectores, después la publicidad; primero se marchan los lectores y después la publicidad», tardó en llegar, alcanzando su mayor volumen precisamente en los últimos meses de vida del periódico, coincidiendo con la etapa de su segundo Director, don Valentín Gutiérrez-Durán, y el funcionamiento de un departamento propio de Publicidad.

Hasta finales del invierno de 1966 puede decirse que es una etapa de tanteo. Su Director, don José Ramón Aparicio, lucha contra la evidente falta de historia de una empresa de este tipo. El periódico, tipográficamente, no presenta ninguna forma de originalidad. Sin embargo, José Ramón Aparicio trata de aprovechar al máximo la información y procura potenciar, en lo posible, las Redacciones de Bilbao y Barcelona.

LOS DOS MESES DE DONATO LEÓN TIERNO.

José Ramón Aparicio piensa traer un periodista que le supla en las riendas diarias de la publicación. Y escoge, acertadamente, a Donato León Tierno, hoy Subdirector de «Arriba», y que entonces era Redactor-Jefe de «La Voz de España», de San Sebastián.

Donato León Tierno, respondiendo más que nada a la llamada de la amistad y vencidas las dificultades profesionales de su presencia en San Sebastián, acude a «3E» y, sin nombramiento ni cargo alguno, asume personalmente la marcha del periódico, aunque continuase ostentando la Dirección del mismo José Ramón Aparicio.

Donato León Tierno centra su actividad en el planteamiento de campañas en las que se enfocan problemas de sector para su posible solución o simple conocimiento por parte de la Administración Pública. Cuida más el tema de los editoriales, organiza la publicidad y monta números extraordinarios monográficos en huecograbado, en los que proporciona una inyección importante a la vida económica del periódico, que ya empieza a sentirse ahogado por la falta de equilibrio entre gastos e ingresos.

Dos hechos se unen a la forzada marcha de Donato León Tierno: uno, la terminación del permiso; otro —éste, el más decisivo—, el nombramiento de Donato León Tierno para la Subdirección de «Arriba», coincidiendo con la llegada al periódico madrileño de su actual Director, Manuel Blanco Tobío.

Y José Ramón Aparicio tiene que volver a hacerse cargo físicamente de la Dirección de «3E».

LA PRIMAVERA Y EL VERANO DE 1966.

Buscando una potenciación del periódico, José Ramón Aparicio, en los inicios de la primavera de 1966, reestructura la Redacción del periódico. Y, a propuesta suya, la Empresa nombra Subdirector al entonces Redactor-Jefe, Mario Rodríguez Aragón, y Redactor-Jefe al entonces confeccionador José Manuel González Torga, que sigue encargándose de la confección auxiliado por el conocido dibujante Angel Menéndez, «Kalikatres», que también publica un chiste diario de su invención sobre un tema o motivo económico.

Prácticamente, el periódico va a ser llevado por Mario Rodríguez Aragón.

Por estas épocas se incorporarán al periódico Antonio María Campos, como Secretario de Redacción, que sustituiría a Alberto Míguez —procesado éste por el Tribunal de Orden Público, a consecuencia de un libro antológico comentado sobre el escritor gallego Castelao y publicado en la Editorial parisiense Ruedo Ibérico—; Raúl Sánchez, como encargado de la sección agrícola y ganadera, sustituyendo a José Luis de Mena y Mejuto, que marchó de Redactor-Jefe al nuevo periódico de la Costa del Sol, y Gonzalo Fernández, economista, para hacerse cargo de la sección especializada de comercio, carente hasta entonces de adecuado tratamiento. A finales del verano, Francisco Stuyck es nombrado Director comercial de la más importante Empresa española de «factoring» y es reemplazado por Roberto Carballo, joven y también prestigioso economista de las últimas promociones y profesor de la Facultad de Ciencias Económicas de Madrid.

A principios del verano de 1966, José Ramón Aparicio es nombrado Delegado del Ministerio de Información y Turismo en el Campo de Gibraltar. Y, naturalmente, ha de cesar, por imperativo de residencia, en la Dirección del periódico, aunque no abandonase las funciones de Gerente, que siguió ostentando hasta la suspensión de «3E». Reglamentariamente, conforme preceptúa la Ley de Prensa, se hace cargo de las funciones de la Dirección el entonces Subdirector, Mario Rodríguez Aragón.

El periódico, en esta su nueva etapa, adquiere una configuración muy especificada. La labor económica del Gobierno español no siempre es enjuiciada con ponderación. El lenguaje de la línea editorial se vuelve en muchas ocasiones áspero, dando lugar a dos incidentes muy conocidos. Uno, el chiste de Angel Menéndez, «Kalikatres», sobre los vuelos de Iberia con Portugal, que motivó una querrela por injurias de la Embajada del país lusitano contra la Dirección del periódico y el autor del chiste, aunque la querrela, por fortuna, terminase con avenencia en el acto de conciliación, y otro, un editorial, publicada en primera página, notoriamente destacado, atacando a la persona del Ministro de Agricultura, don Adolfo Díaz-Ambrona, por el hecho de haber presentado en las Cortes muy pocos —a juicio del periódico— proyectos de ley en materias de la competencia de su Departamento.

GUTIERREZ DURAN, SEGUNDO DIRECTOR DE «3E».

A pesar de haber habido ampliación de capital —de los seis millones iniciales se ha pasado al doble—, la marcha económica interna del periódico no acaba de consolidarse. Ha aumentado la publicidad en relación con las prime-

ras épocas, pero la falta de programación en el gasto técnico sigue incrementando, paulatinamente, el déficit.

Hay que tener en cuenta que, en una Empresa periodística, el éxito viene de la conjunción de los dos factores: contenido de la publicación y administración de la misma.

Así se llega al mes de noviembre de 1966, un año justo de la inauguración del «3E».

Reunido el Consejo de Administración de la Empresa, acuerda dar un definitivo empuje a la misma. Y como primera medida busca nuevo Director. El nombramiento recayó en don Valentín Gutiérrez Durán, a la sazón Secretario General del Instituto de Estudios Políticos. Valentín Gutiérrez Durán, persona de reconocido prestigio en el campo del Periodismo, que había sido Subdirector General de Prensa, Director de «El Español» y Profesor de la Escuela de Periodismo, va a dar al periódico, en su aspecto informativo, crítico y formal, una nueva orientación, basada simplemente sobre los postulados eternos del Periodismo: enjuiciamiento ponderado y sereno de los problemas actuales, máximo de información y presentación esmerada y moderna.

A partir del día siguiente, sin más dilación, se hace cargo de la confección del periódico y del trato directo con los talleres Juan Espejo, uno de los mejores confeccionadores de la actualidad, que, de acuerdo con la Dirección, cambiará totalmente la presentación del periódico. Por esta época apareció en un periódico mejicano un artículo contra la decisión de la Empresa de «3E» de nombrar nuevo Director, atribuyendo esta decisión a maquinaciones subterráneas del Ministerio de Información; artículo que, de forma anónima, fue repartido profusamente en Madrid, en reproducción fotográfica, tanto a profesionales del Periodismo como a altos cargos de la Administración del Estado.

Establecidas así las cosas, era lógico que se impusiese una total reestructuración de la Redacción del periódico. A partir de enero es nombrado Subdirector de «3E» el hasta entonces redactor del mismo José María Deleyto, que durante algún tiempo, y hasta la incorporación de Pedro Barceló al puesto de Redactor-Jefe, ejercerá todas las funciones coordinadoras de la información diaria y de las páginas especiales.

Mario Rodríguez Aragón y José Manuel González Torga, ambos con categoría de Redactores-Jefes, son trasladados, en principio, a Bilbao y a Sevilla. Este traslado no llegó a tener realidad física, por no haberse llegado, por la Empresa, a configurar la nueva estructuración de las Redacciones de Bilbao y Sevilla.

Ambos redactores continúan en Madrid y la Empresa les abre expediente disciplinario, que, a la hora de suspender «3E» su publicación, no se había resuelto, aunque sí había sido nombrado juez instructor y tomadas declaraciones a partes y testigos.

A primeros de año causan baja a petición propia, por motivos particulares, pase al diario «Arriba» y finalización de período de pruebas, respectivamente, los redactores Antonio de la Torre Abadía, Angel Menéndez, «Kalikatres», y Raúl Sánchez. Aparte de Pedro Barceló y Juan Espejo, se incorpora a la plantilla del «3E» Francisco Costa Torró, que se hace cargo de la sección de Agricultura.

Con la llegada de Valentín Gutiérrez Durán, el periódico mejora en presentación, abundancia de información y trabajos especiales; se amplía el cuadro de colaboradores; se inicia una apertura a otros campos de la información general relacionados con lo económico, y se observa, en su justa medida, la marcha de la Política Internacional, centrada en una sección muy elogiada, titulada «5 Continentes», escrita por Antonio María Campos. Asimismo, a los números de los domingos se incorporan, por lo menos, ocho páginas de huecograbado.

A pesar de haber aumentado la publicidad de grandes Empresas, tanto en tipografía como en huecograbado, el déficit que arrastraba el periódico no se enjuga de una manera definitiva, y urge la acordada ampliación de capital, unida a una ordenación del sector administrativo y publicitario, fijada como imprescindible con el nombramiento de Director en la persona de Gutiérrez Durán.

En ello se muestran de acuerdo la generalidad de los accionistas, y la mayoría, sobre todo los representantes de la inversión bancaria, solicitan la Gerencia, sin dejar la Dirección, para el actual Director, Valentín Gutiérrez Durán. La operación de amplia a otros 12 millones de pesetas como mínimo está, en principio, resuelta y, junto con otros acuerdos de apoyo publicitario, el porvenir económico interno de «3E» parece despejado.

Pero la unidad de criterio financiero se rompe. Corren intensos rumores de gestiones de venta a otras Empresas editoriales, y, ante la nueva situación así creada, el Director de «3E», Valentín Gutiérrez Durán, presenta su dimisión, que, después de casi tres meses, es finalmente aceptada a finales de junio de 1967, haciéndose cargo de la Dirección, según corresponde, al Subdirector, José María Deleyto.

Empieza entonces a hacerse urgente una solución rápida, pues el pasivo asciende en términos aproximados a unos seis millones de pesetas. Se inician contactos, y cuando parecen haber sido incorporados nuevos elementos de impulso económico, los acuerdos no cristalizan, y el 18 de julio de 1967 la Empresa en que se imprime el periódico, ante la cuantía de la cantidad que se le debe, se niega a continuar dando crédito.

Por el Consejero-Delegado se ordena dar vacaciones al personal, y a primeros de agosto se inicia el expediente de crisis, resuelto por la Delegación de Trabajo en el sentido de suspensión de actividades empresariales por un periodo de seis meses, a partir del 22 de agosto de 1967.

COMENTARIO FINAL.

He aquí sucintamente reseñados los hechos más importantes de la existencia de «3E» y de las causas de su desaparición. Causas más de tipo interno y personal —cabe citar el hecho de que la producción publicitaria en los veinte meses de actividad, a pesar de las singularidades en que se desarrolló, ascendió a más de tres veces el capital suscrito— son las que han motivado la desaparición de este diario económico madrileño y no, ni mucho menos, falta de lectores, líneas editoriales o tendencias informativas. Una mera coyuntura particular en la cual los periodistas que lo hacían no tuvieron culpa alguna.

LAS MEMORIAS DE LA HIJA DE STALIN, SENSACIONAL ACONTECIMIENTO PERIODISTICO

**Quince millones de pesetas ha pagado el "New York Times"
por la exclusiva nacional para diarios**

"Life", "París Match", "Der Spiegel", "The Observer" y los más poderosos periódicos y revistas del mundo abonaron cifras sin precedentes

**En España, los derechos de publicación fueron adjudicados
al diario "Ya" y a la revista "Gaceta Ilustrada"**

El relato de Svetlana Stalin fue escrito en el verano de 1963, a instancias de unos amigos y sin el propósito de darlo a la publicidad

En Moscú se amañó una edición pirata para desacreditar a la autora de la auténtica, a la que se había ordenado que regresara inmediatamente a Rusia

Por Rafael SALAZAR

EL nombre de guerra del que fue un día amo de todas las Rusias; el apodo del hombre que influyó tan decisivamente sobre la suerte de tantos millones de seres humanos, que ordenó la ocupación de países hasta entonces libres y que no vaciló en sacrificar a los seres más queridos y allegados a él con tal de seguir siendo indiscutido e indiscutible, llevaba mucho tiempo sin saltar a las primeras páginas de los grandes periódicos. Muy de tarde en tarde, esporádicamente, aparecía en letras de molde ese nombre breve y fatídico con que universalmente fue conocido el viejo luchador georgiano. Y de pronto, inesperadamente, diarios escritos en todos los idiomas, locutores de todos los países, emisoras de Televisión del mundo entero, comenzaron a repetir, de nuevo y tras de tan prolongado paréntesis, el nombre de Stalin.

POPULARIDAD SIN PRECEDENTES

Svetlana, la hija del «zar rojo», acababa de dar un paso decisivo. El mundo libre apenas si tenía noticias de la existencia de esta dama de cuarenta y dos años, de aspecto señorial y elegantes ademanes, de franca sonrisa y simpatía contagiosa, que, tras una serie de peripecias, logró que el Gobierno de los Estados Unidos le concediese asilo político. De la noche a la mañana aquella mujer se había convertido en el personaje más popular y más perseguido por periodistas y fotógrafos de cuantos —incluidos Jefes de Estado, Primeros Ministros, artistas de cine, damas famosas o jóvenes bellísimas que acabaran de obtener el título de «Miss Universo»— registra la Historia en aquel país. Un país, por cierto, en el que tanta importancia se concede a quienes, por una u otra causa, alcanzan la cima de la popularidad.

Se ha dicho que tampoco ningún otro personaje, incluido el propio Presidente norteamericano, había sido hasta entonces objeto de una más estrecha vigilancia, ni más celosamente custodiado y protegido. Svetlana Stalin, que, por cierto, prefirió evitar toda alusión al nombre paterno y gusta de utilizar el apellido de la madre, acababa de aterrizar, a bordo de un avión de la Swissair, en el aeropuerto Kennedy, de Nueva York, tras de volar sobre el Atlántico, desde Zurich, por espacio de ocho horas y media. Svetlana Alliluyeva pronunció unas palabras en correcto inglés para expresar su alegría por encontrarse en Norteamérica, se dejó retratar por toda una legión de reporteros gráficos y... abandonó el aeropuerto con rumbo desconocido, no sin antes prometer que no tardaría en convocar una Conferencia de Prensa. Conferencia de Prensa que, por cierto, había de ser una de las esperadas con mayor interés por los profesionales y por millones de ciudadanos, que aguardaron con impaciencia las declaraciones de esta mujer excepcional que, pese a sus antecedentes familiares y políticos, había huido de Rusia. Y que se disponía a dar a la publicidad las Memorias que, escritas cuatro años antes, logró situar en el extranjero.

LAS EXCLUSIVAS FUERON SUBASTADAS

La curiosidad, el interés, la expectación que Svetlana habían despertado y las medidas de seguridad que en torno a su persona se adoptaron tenían su origen, en realidad, en la existencia de ese relato, escrito a ruegos de unos amigos sin que su autora, en un principio, pensara en darlo a la publicidad. Memorias de la hija de Stalin que desde el primer momento fueron calificadas de sensacionales. Del interés que despertaron puede dar idea el hecho de que los editores de los principales periódicos del mundo, las revistas más prestigiosas y de mayor circulación, las editoriales más poderosas, se apresurasen a gestionar las correspondientes exclusivas sin conocer el texto y sin tener del mismo más noticias que las muy vagas referencias que la propia autora había dado hasta aquellos momentos.

Recordemos que el «New York Times», que fue el primer diario que consiguió la exclusiva, pagó quince millones de pesetas por los derechos de publicación y que «Life», la gran revista, los adquirió a un precio de veinti-

cuatro millones. Las cifras, que incluso a escala norteamericana resultan muy elevadas, no fueron menos importantes en el resto del mundo, donde también el solo anuncio de la existencia de este documento movilizó a los editores de las publicaciones periódicas más poderosas. Si en Alemania el semanario «Der Spiegel» desembolsó en unión de una Empresa editora, diecinueve millones de pesetas, cifra similar pagó en Francia «Paris Match»... Hubo incluso muy duras batallas competitivas para conseguir la adjudicación correspondiente. Así ocurrió, por ejemplo, en Gran Bretaña, donde «The Sunday Times» y «The Sunday Telegraph» se unieron para acudir a la subasta. La exclusiva la obtuvo «The Observer», que abonó trece millones de pesetas. Los editores norteamericanos que habían adquirido ya los derechos, y que eran los únicos que podían cederlos, no pusieron precio fijo a este documento debido a la pluma de Svetlana Stalin, y prefirieron el procedimiento de la subasta para que en cada país obtuviesen la exclusiva aquellas publicaciones que presentasen las mejores condiciones económicas. Como es bien sabido, la exclusiva nacional para diarios correspondió en España a «Ya», los derechos para la versión destinada a las revistas fueron adjudicados a «Gaceta Ilustrada» y la Editorial Planeta, de Barcelona, será la única que en nuestro país pueda dar a conocer el libro...

Muy pocas personas conocían el relato de la hija de Stalin cuando ya se barajaban esas cifras tan respetables. Los pocos que las habían leído coincidían en asegurar que estaban llamadas a ser un «best-seller» y subrayaban que, escritas las Memorias con estilo sencillito y claro, muy cuidado a la vez, la prosa era incluso elegante. Se añadió que, sobre el valor histórico, político y literario, les había cautivado el profundo interés humano de una narración que, precisamente por no estar destinada al gran público, por no haber sido escrita pensando en su publicación, conservaba un tono íntimo, confidencial, casi de confesión.

UN MILLON DE DOLARES POR UN PUÑADO DE CUARTILLAS

Poco a poco fueron conociéndose después importantes detalles de la apasionante historia. Svetlana tenía en su poder una fortuna, gracias a ese riñero de cuartillas. Había salido, unos meses antes, de Nueva Delhi sin más equipaje que una maleta con muy escasas prendas de vestir, sin dinero, sin saber a ciencia cierta cuál sería su suerte. Y ahora, a su llegada a los Estados Unidos, se le aseguraba la muy respetable cantidad de un millón de dólares, sesenta millones de pesetas, a cambio de la entrega de esas cuartillas que años antes había escrito y que estaban destinadas a convertirse en el original más codiciado por los editores más poderosos del mundo. Jamás pudo soñarlo su autora, que con encantadora modestia diría después a los periodistas que nunca se había considerado capaz de escribir un libro, que no creía que fuese una escritora ni aspiraba a serlo y que, si había escrito aquel relato, fue para complacer a unos amigos que, una y otra vez, insistieron en el interés que en el futuro podrían tener los recuerdos que Svetlana consignase. Fue uno de esos íntimos amigos de la hija de Stalin quien, ante las protestas

de Svetlana, que trataba de defenderse, propuso que, para mayor facilidad, intentase dar al relato la forma epistolar. «Escribe —le dijo— como si se tratase de unas cartas dirigidas a un pariente, con el mismo estilo, con idéntica despreocupación.»

Tal fue el origen de las que luego habían de titularse «Veinte cartas a un amigo», obra que se ha calificado de éxito editorial del siglo, apasionante y sugestiva, cuyo descubrimiento sensacional se debe a George F. Kennan, antiguo Embajador de los Estados Unidos en Moscú, especialista en problemas de la Unión Soviética. Kennan fue el hombre que en Suiza, hasta donde se trasladó desde su país para interrogar a Svetlana a fin de decidir su ulterior traslado a Norteamérica, conoció la existencia de las Memorias y el que hizo posible su publicación. Siguiendo sus consejos, entraron en escena letrados y editores, ya que era preciso adoptar con urgencia toda clase de precauciones.

Edward Samuel Greenbaum fue el abogado elegido por Kennan y Harper & Row, la poderosa Editorial seleccionada. Y es curioso que fuesen los mismos que se habían ocupado de lanzar al mercado dos de los libros que alcanzaron mayor éxito en los últimos tiempos: «La muerte de un Presidente» y las Memorias de otra mujer, rusa como la hija del «zar rojo» y tan desconocida como ella hasta que su marido, Lee Harvey Oswald, asesinó en Dallas al joven Primer Magistrado de la nación más poderosa del mundo. El temor de que la dama a la que un día se llamó la «Princesa del Kremlin» fuese secuestrada para evitar desde Moscú, la publicación de su relato, obligó a acelerar los trámites, y el anuncio de que existía el propósito de publicar una edición pirata forzó también los plazos previstos para la publicación de las auténticas Memorias, que, en efecto, aparecieron un mes antes de la fecha en un principio señalada por los editores neoyorkinos a todos los que, en el resto del mundo, habían conseguido la adjudicación de las respectivas exclusivas.

LAS VEINTE CARTAS FUERON ESCRITAS EN 1963

El relato fue escrito en el verano de 1963; concretamente, entre los meses de julio y agosto, cuando Svetlana no tenía el propósito de abandonar su país, aunque ya estuviese en desacuerdo con muchas de las cosas que allí ocurrían. Hasta enero de 1966 no fue enviada a la India, patria del último esposo de la autora, la única copia que conservaba Svetlana. Otras dos copias fueron entregadas a otros tantos amigos íntimos, que residían en ciudades distintas: Moscú y Leningrado. Durante algún tiempo la hija de Stalin conservó el manuscrito original sin darlo a conocer a nadie, sin pensar ni remotamente en la publicación de unas notas que ella misma consideraba como «evocaciones líricas» sobre acontecimientos que había presenciado o vivido muy de cerca. Transcurrido un año, uno de los amigos al que dio a leer su trabajo pidió permiso para copiarlo a máquina y, además del original, hizo dos copias. Una de éstas quedó en su poder; la otra, el original mecanografiado y el texto manuscrito, fueron devueltos a Svetlana, que, a su vez, dio a otro de sus íntimos amigos la segunda de las copias.

La autora conservó en su poder los dos originales, el mecanografiado y el que había salido de su propia pluma, durante algún tiempo. Hasta que, durante un juicio famoso que se celebró en Moscú, consideró preferible destruir las cuartillas manuscritas y, valiéndose de unos amigos, enviar a la India el otro original. Quiso, de esta forma, ponerlo a salvo de los posibles riesgos que hubiera corrido si en un registro la descubría la Policía. Las persecuciones de que años antes, incluso en vida de Stalin, fueron víctimas muchos de sus familiares más próximos aconsejaban tomar toda clase de precauciones. El hallazgo de un documento de esta índole hubiese determinado la incautación inmediata, además de las graves derivaciones que para su autora tendría, sin género de dudas.

Ser hija de Stalin, el hombre que fue respetado y temido por todos sus compatriotas, el más sanguinario de los dictadores, representaba bien poca cosa ante las nuevas autoridades soviéticas. Bastaría con recordar que Svetlana no pudo obtener la autorización necesaria para trasladarse a la India, en unión de su esposo, Brijesh Singh, gravemente enfermo, decisión arbitraria contra la que se sublevó, sin que sirviesen de nada sus protestas. El permiso llegó después, cuando, ya muerto el marido, volvió a solicitarlo para cumplir la última voluntad de aquel caballero hindú que había expresado su deseo de que sus cenizas fuesen arrojadas al Ganges.

En la India aguardaban a la señora Singh —en aquel país utilizó el apellido de su esposo, que, entre otras ventajas, ofrecía la muy importante de mantener su incógnito—, no sólo la copia de sus «liricas evocaciones», sino el cariño de los familiares y amigos del marido. Aquel contacto con gentes cordiales, el nuevo y para ella desconocido clima de simpatías y afectos, ejerció sin duda gran influencia en el ánimo de esta mujer, que no había conocido nunca, hasta la época de su postrer matrimonio, un ambiente de amistad y comprensión, de amor y camaradería. Todo hasta entonces habían sido para ella contrariedades y sufrimientos: la ausencia de la madre, que acabó por quitarse la vida; la indiferencia paterna; la conducta irregular de sus hermanos; los matrimonios frustrados; la vigilancia a que constantemente estuvo sometida... Toda una existencia triste que ahora, ya lejos de su patria, se trocaba en esa acogida cordial, inesperada. Nada, pues, tiene de particular que la señora Singh quisiera prolongar su estancia en la patria del marido y retrasar todo lo posible su regreso a Moscú.

ORDEN DE REGRESAR INMEDIATAMENTE

Las autoridades soviéticas se mostraron inflexibles. La hija de Stalin pertenecía en cierto modo al Estado, era propiedad del Partido, y, como el plazo concedido para residir en el extranjero tocaba ya a su fin, era necesario preparar el regreso. Iván A. Benediktof, Embajador soviético en Nueva Delhi, comunicó la orden sin pensar ni por un momento en que Svetlana decidiera emprender un viaje mucho más corto, si bien más arriesgado. La hija de Stalin se conformó con pedir, desde la misma Embajada de su país, un taxi. Nadie, por lo visto, advirtió el nerviosismo con que, ya en el interior del vehículo, dio al chófer la dirección: Embajada de los Estados Unidos...

Lo que minutos después ocurría en la representación diplomática norteamericana ha sido minuciosamente descrito. Que una dama desconocida y extranjera pidiese ver con urgencia al señor Embajador y que, para justificar sus prisas, añadiese que se trataba de un asunto gravísimo, podía estar más o menos justificado, incluso a horas que no eran de oficina. Que, ante la negativa del funcionario de guardia en la Embajada, la señora, sin duda para hacer más fuerza, dijese que era hija de Stalin, cambiaba por completo el planteamiento del problema. Aquella mujer, agitada, nerviosa, que tan tozudamente se empeñaba en que la recibiese en el acto nada menos que el Embajador, no estaba en su sano juicio... Así lo creyó el funcionario, que, no obstante, comunicó lo que ocurría a uno de sus superiores. La visita de aquella señora llegó incluso a oídos del propio Embajador que, por cierto, estaba enfermo, lo que no le impidió, tras de algunas pruebas que confirmaron la identidad de la dama, actuar con la rapidez que el grave caso requería. Si Svetlana no era puesta a salvo, casi inmediatamente, se corría el peligro de que tuviese que abandonar sus proyectos. Si se descubría su presencia en la Embajada las complicaciones diplomáticas no tardarían en surgir, sin que fuese fácil medir sus derivaciones ni su alcance. Era necesario, pues, actuar con toda rapidez, y aquella misma noche, bien custodiada, saldría de Nueva Delhi en avión, rumbo a Roma y Suiza, esta extraña mujer que unas veces era la señora Singh, viuda de un súbdito hindú, otras Miss Svetlana Alleluyeva y otras —las menos, pero la que en esta oportunidad había hecho valer— la hija de Stalin...

El destino quiso que Mr. Charles Bowles, Embajador norteamericano, tuviese aquella noche un éxito indudable, en tanto que su colega soviético, el señor Benediktóf, no supo una palabra de lo ocurrido hasta que los periódicos dieron cuenta de que una hija del «zar rojo» había llegado a Europa y se proponía seguir viaje hacia Estados Unidos, donde fijaría su residencia. Un fracaso que costó el cargo al diplomático ruso, al que sus jefes se apresuraron a trasladar a un puesto de inferior categoría.

EDICION PIRATA AMAÑADA EN MOSCÚ

Así, de esta forma a un tiempo tan sencilla y tan accidentada, tan de guión de novela policiaca, comenzó la historia de este sensacional éxito periodístico en el que nunca soñó su autora, ignorante de que aquel puñado de cuartillas, que cuatro años antes había escrito en la aldea de Zhúkovka, próxima a Moscú, sin pretender que jamás fuesen conocidas más que por sus amigos, representaban toda una fortuna. Una fortuna en dólares que se apresurarían a ofrecerle a partir del instante en que se supo la existencia del relato.

En cuanto a las dos copias restantes, las que dejó en Rusia a sus amigos, nadie, ni siquiera Svetlana, ha vuelto a saber nada. ¿Siguen todavía en poder de aquellos amigos? ¿Llegaron a manos de las autoridades soviéticas? ¿De dónde han salido las supuestas Memorias, dadas a conocer desde Moscú en esa edición pirata a que antes aludimos? Hay en el falso relato pasajes que jamás escribió, en el auténtico, su propia autora; se abordan episodios

a los que ni de lejos alude Svetlana; tratan de presentar la narración como algo íntimo y personal, referido especialmente a historias de amor que para nada figuran en la versión auténtica. En opinión de la propia interesada, han tratado de desfigurar por completo sus propósitos y dar, en cambio, una absurda versión de mínimos episodios íntimos y personales con un doble fin: desacreditarla ante sus propios compatriotas y enmascarar las acusaciones que su escrito contiene. Incluso algunas de las fotografías que se facilitaron en Moscú para ilustrar esa versión apócrifa aparecen con leyendas que nada tienen que ver con los personajes a que se refieren y que están amañadas a conciencia y deliberadamente. Del escaso interés que el falso relato ofrece es buena prueba el hecho de que algunos de los editores que en un principio gestionaron su adquisición se negasen después a publicarlo, aduciendo que a nadie podían interesar aquellos episodios.

Razón tienen los que afirman que muy pocas veces habrá despertado tanto interés y originado tantas preocupaciones, incluso a muy alto nivel político y diplomático, un original periodístico. A la carrera emprendida por los periódicos más prestigiosos del mundo con objeto de asegurarse la exclusiva en sus países respectivos; a las sumas cuantiosísimas que, para lograrlo, ofrecieron; a la movilización de fuerzas de la Policía, que recibieron la orden de custodiar a la autora, y a las precauciones que se adoptaron para evitar que el original pudiese ser incautado por orden de Moscú, habría que añadir las conferencias, los conciliábulos, las entrevistas y las consultas que precedieron al anuncio oficial de que, en efecto, existían esas sensacionales memorias y que serían publicadas. Sin contar con lo ocurrido en Moscú, donde el episodio de Svetlana Alleluyeva, hija de Stalin, autora de un relato personal de sus recuerdos proporcionó a las más altas autoridades más preocupación y mayor inquietud que los más graves incidentes políticos o diplomáticos de los últimos tiempos.

ELOGIO DE "DIARIO DE LISBOA" A LA PRENSA ESPAÑOLA

UN ARTICULO, TITULADO HOMENAJE, DE SU DIRECTOR,
NORBERTO LOPES

En su habitual sección de la primera página «Nota del día», y por la pluma de su director, el ilustre periodista don Norberto Lopes, «*Diario de Lisboa*» ha publicado un artículo titulado «Homenaje», que nos complacemos en reproducir seguidamente. El artículo a que nos referimos dice así:

«Como conviene a nuestra profesión, somos lectores asiduos, no sólo de los diarios portugueses, sino de los extranjeros, en la medida en que el tiempo y nuestros modestos conocimientos lingüísticos lo permiten. No solamente para seguir la evolución de los acontecimientos mundiales vistos desde diferentes observatorios y por telescopios de mayor o menor alcance, sino también para deleitarnos con la lectura de una Prensa de cuyas opiniones no podemos ser indiferentes y de la cual podemos adquirir algunas enseñanzas útiles. Es natural que sea la Prensa española, por ser la de un país con tantas afinidades étnicas, religiosas, sociales y políticas con el nuestro, la que nos despierte mayor curiosidad y nos permita una comparación más elocuente con otras que conocemos. Y manda la verdad decir, porque es de toda justicia reconocerlo, que España dispone hoy de una Prensa moderna y bien pertrechada por lo que respecta a su presentación gráfica, pero, sobre todo, de una Prensa primorosamente redactada, en la que el comentario sonriente e inofensivo brota de plumas ágiles y aceradas, al par que una animada controversia en la que se expresan ideas y se defienden o atacan principios en un plano superior de elegancia y de respeto mutuo. En la que la adhesión a cierto número de principios inmutables, o, mejor, inatacables, no excluye la diversidad de opiniones y de conceptos que es la propia razón de ser del más poderoso instrumento de información de las masas y de formación de la opinión pública que se inventó hasta hoy. Es grato a un periodista portugués reconocer la evolución que la Prensa del país vecino experimentó en los últimos años y la influencia que ejerce hoy sobre la vida española en el plano informativo, ideológico y cultural, y rendir homenaje, en un gesto de camaradería y de humildad, a esos esforzados, esclarecidos e inteligentes profesionales que son nuestros colegas españoles.»

Fraternalmente agradecemos al admirado y querido colega portugués estas palabras de elogio que dedica a la Prensa y a los periodistas españoles.

PERIODISMO MUNDIAL

LA LEY ANTI-MONOPOLIO DE LOS EE. UU., CONTRA THOMSON

ESTE HA DECLARADO EN LONDRES: "LA SITUACION DE LA PRENSA NACIONAL INGLESA ES INSOSTENIBLE"

"NO HAY—AÑADIO—SUFICIENTE VOLUMEN DE PUBLICIDAD PARA REPARTIR ENTRE LOS PERIODICOS EXISTENTES"

Por Pablo SELA HOFFMANN

LORD Thomson of Fleet sigue siendo noticia en el mundo periodístico. Su imperio se amplía con rapidez: en agosto, concretamente, ha comprado una cadena de 12 periódicos norteamericanos, valorados en 70 millones de dólares. Propiedad de la Empresa "Brush-Moore Newspapers Inc.", esa red de periódicos se extendía de California hasta Ohio y Maryland y alcanzaba una tirada conjunta, entre diarios y semanales, de 540.000 ejemplares. Con ello, el grupo Thomson entra informativamente en cinco nuevos Estados de la Unión y se convierte en el mayor propietario individual de periódicos de los Estados Unidos, donde cuenta su grupo con 35 publicaciones, a las cuales se agregan —geográficamente— 26 diarios canadienses.

La reacción no se ha hecho esperar. El Departamento de Justicia ha informado en Washington que está estudiando la posibilidad de que la compra del grupo Brush-Moore viole la legislación anti-monopolio vigente.

Con ese enorme sentido de la realidad de que siempre ha dado muestra, Lord Thomson se ha expresado con toda claridad en las palabras que dirigió a la Asociación de Jóvenes Conservadores de la City londinense: "En conjunto, la Prensa nacional (británica) está trabajando con pérdidas, situación que es imposible mantener y que, por lo tanto, tiene que producir grandes cambios..., ya que existen demasiados periódicos". Thomson había elegido el tema "Prensa y Monopolios" para su exposición, y las ideas-fuerza de su charla tienen una validez universal:

"Cualquier inglés puede encontrarse con nueve diarios en la mesa al desayunar, y, además, los domingos cuenta con los siete dominicales nacionales, más los dominicales de la zona donde resida. Aunque la situación ideal es que existan las máximas posibilidades de elección del contenido informativo..., es imposible mantener este número de diarios sin que algunos, o incluso la mayoría, pierdan dinero y sin que exista la menor justificación financiera para que continúen existiendo.

No hay bastante volumen de publicidad para repartir entre tantos periódicos... De los nueve diarios matutinos nacionales, sólo cuatro tienen beneficios...: el resto tienen pérdidas importantes. En un caso me atrevo a afirmar que pierde más de 1.500.000 libras anuales. Las comparaciones son odiosas, y no quiero dar nombres, pero creo que, de los cinco periódicos con pérdidas, cuatro podrían dejar de publicarse sin que por ello se dejara de servir informativamente, con la misma eficiencia, al público".

Thomson, evidentemente, hablaba de "los demás", ya que las cifras que presentaba de su bastión, el "Sunday Times", demostraban que éste, en los últimos diez años, había doblado la tirada, que en la actualidad arroja una media de 1.500.000 ejemplares.

"The Guardian" se apresuró a comentar editorialmente las declaraciones de Lord Thomson, "que siempre divierten a Fleet Street", y no vaciló en dar los nombres de los periódicos a los cuales Thomson había aludido veladamente: "Daily Mail", "Sun", "Sketch", "The Guardian" y "The Times". "The Guardian" recordaba que, ante la Cámara de los Lores, Thomson le había calificado de "periódico perfectamente viable siempre...; un periódico con una gran reputación nacional, incluso internacional".

El final del artículo del "Guardian" no precisa de comentarios: "Esto deja sólo al "Sketch", al "Mail" y al "Sun" (que no son propiedad de Thomson) y a "The Times" (que sí lo es... y que probablemente es el que más dinero está perdiendo). Cabe entonces suponer, lógicamente, que el "Times" cerrará pronto. Pero quizá no era intención de Lord Thomson el que la lógica desempeñase un papel en este caso".

A L E M A N I A

CONTINUA en aumento el número de lectores de periódicos y revistas en Alemania. Un sondeo que alcanza a la primera mitad del presente año

Mayor lectura de periódicos

muestra que el 83 por 100 de la población comprendida entre los dieciséis y los setenta años lee por lo menos un diario al día; otro 11,3 por 100 lee uno semanalmente. Los diarios regionales siguen disfrutando de la máxima difusión, con un 67 por 100 de la población adulta; les sigue la Prensa popular tipo "Bill Zeitung", con el 40 por 100. Los diarios de ámbito nacional sólo alcanzan el 7 por 100. Entre las revistas, "Stern" y "Hör Zu" (especializada ésta en temas de Ra-

dio y TV) son leídas por el 34 por 100 de la población adulta, seguidos por "Quick", con el 25 por 100.

* * *

EL Instituto de Investigación del Periodismo ha recibido un donativo de 160.000 marcos de la Fundación Volkswagen con el fin de ayudar a crear una colección de periódicos en microfilm. Con esta cantidad, el Instituto espera poder conservar en microfilm las colecciones completas de "Frankfurter Zeitung", "Koelnische Zeitung", "Berliner Tageblatt", etc.

Colecciones en microfilm

* * *

EL portavoz del Gobierno federal, Ahlers, ha dado a conocer la decisión de dicho Gobierno de suprimir la subvención a la revista "*Liberal*" a partir del próximo año.

Subvención
suprimida

Ahlers ha señalado que se trata de una decisión automática, ya que, como la concesión de subvenciones exige ajustarse a una serie de reglas, no es posible que estas ayudas se presten a revistas cuya misión es formar la opinión pública e intervenir de forma constante en la lucha política.

A U S T R I A

CALIFICAR a un político austriaco con el nombre de "*Ulbricht*", que es el jefe del Gobierno de la Alemania oriental, constituye una injuria, según ha sentenciado un Tribunal de Viena, condenando al editor del periódico "*Margaretner Nachrichten*", que había

Condena por
injurias

calificado al diputado liberal Tongel de ser "*el Ulbricht de Occidente*". Curiosamente, en primera instancia había sido rechazada la demanda de Tongel sobre la base de que "*la comparación con un nombre de persona viva no es una ofensa*". Ahora el editor culpable tendrá que pagar una multa de 1.500 schillings.

B E L G I C A

LOS periódicos belgas editados en flamenco han aumentado sus precios a partir del día 1.º de octubre: han

pasado de 3 a 4 francos. Por su parte, la Prensa de habla francesa de la zona de Charleroi ha anunciado igualmente un aumento de 3 a 3,5 francos.

Sube el precio
de venta

F R A N C I A

EL Sindicato Nacional de Periodistas ha creado, a través de su sección para el norte de Francia, un Centro Permanente de Información para Periodistas profesionales, montado en la ciudad de Lille.

El objetivo que persigue este Centro es fomentar la formación profesional de los periodistas en activo, y para ello se sucederán una serie de cursos y jornadas de información a lo largo del año, con la colaboración de la Prensa de la ciudad, de la Facultad de Derecho y de la Escuela de Periodismo.

* * *

HA desaparecido por razones económicas el diario comunista "*Le Patriote*", fundado en 1944 y que ha visto descender su tirada de los 20.000 ejemplares hasta los 5.000.

Cesa un diario
comunista

Con esta muerte quedan en Francia sólo cuatro diarios comunistas: "*L'Humanité*" en París, "*La Marseillaise*" en Marsella, "*La Liberté*" en Lille y "*L'Echo du Centre*" en Limoges.

* * *

LA "Fédération Force Ouvrière", en su sección del Libro, ha publicado una estimación sobre las futuras transformaciones que va a sufrir la industria

El peligro de la concentración

periodística francesa, transformaciones que cree concluirán con una serie de fusiones y agrupaciones de diarios. La "Fédération" ha pedido a los empresarios la celebración de una "mesa redonda" en la cual sean estudiadas todas las posibles contingencias, para buscar soluciones a todos los problemas que una reagrupación trae siempre consigo.

* * *

A partir del día 2 de octubre Francia tiene una nueva revista económica: "L'Expansion", hermana menor de "L'Express". La nueva publicación

Nueva revista económica

—apoyada por la firma McGraw Hill, norteamericana, que tiene un 49 por 100 de las acciones— no se pondrá a la venta pública, sino que llegará directamente a los suscriptores. La tirada inicial es de 60.000 ejemplares. Su formato es similar al de "L'Express" y el 50 por 100 de las páginas utilizarán el color.

Su director es Jean Louis Servan-Schreiber, hermano del director de "L'Express", Jean-Jacques, y sobrino, por lo tanto, de Robert Servan Schreiber, fundador del diario económico "Les Echos", del cual se dice ahora que constituye un objetivo básico del grupo Thomson.

* * *

EL diario de inspiración gaullista "La Nation", que dejó de publicarse en el mes de mayo último, ha reaparecido en su vieja confección "tabloide". Su

Reaparece "La Nation"

nuevo director es Michel Habib-Deloncle, antiguo secretario de Estado y diputado de la V República por París. Jacques de Montalais continúa como redactor-jefe.

Al hacer la exposición de los objetivos de "La Nation", Habib-Deloncle ha señalado que el periódico "se propone comentar la actualidad, corregir las informaciones erróneas y sugerir al Gobierno y a la Administración las medidas a tomar".

* * *

HA aparecido el número 10.000 del diario económico "Les Echos". Con este motivo, en un diario en el cual se explica la trayectoria de aquella publicación se lee: "En

Diez mil números de "Les Echos"

nuestra opinión, dirigismo y liberalismo son, en materia económica, fórmulas tan superadas como "derechas" e "izquierdas" en el terreno político... Lo que hay que promover es una economía de eficacia".

"Les Echos", que fue fundado por la familia Servan Schreiber, fue cedido en noviembre de 1963 a una Empresa presidida por Madame Beytout.

* * *

EL Ministro de Información, Georges Gorse, ha presentado a la Comisión de Asuntos Culturales de la Asam-

blea Nacional los presupuestos tanto de su Ministerio como de la ORTF. El presupuesto de su Ministerio —ha declarado Gorse— se puede decir que sigue estacionario, ya que ha aumentado sólo en un 2 por 100. Informó igualmente sobre la decisión gubernamental de liberar el precio de venta de los diarios y el precio del papel-prensa.

Con relación a la ORTF, M. Gorse, después de explicar las etapas de ampliación de la red de emisores de la segunda cadena de TV, pasó a destacar el problema de la introducción de la publicidad en la Televisión: *"La evolución de la técnica, las necesidades financieras crecientes de la ORTF, la posición aislada que en este punto ocupa Francia en la CEE militan —subrayó el Ministro de Información— en favor de la introducción de la publicidad en la TV"*. El Ministerio tendrá para ello en cuenta tres puntos: la limitación del volumen, la exigencia de una determinada calidad y la situación de la Prensa escrita.

* * *

EL Eliseo ha hecho público el cese de M. Gilbert Perol, jefe del Servicio de Prensa del Eliseo, que pasará a asumir el puesto de Secretario General de Air France. Le sustituirá, como Consejero de Prensa de la Presidencia de la República, Pierre Luis Blanc, hasta el momento Segundo Consejero en la Embajada de Francia en Madrid.

Nuevo jefe de Prensa del Eliseo

H O L A N D A

LA Prensa ha manifestado una vez más su preocupación por el incremento que está sufriendo la publicidad en la TV del país. Existe el proyecto de aumentar, a partir de 1968, los minutos de publicidad semanales, pasando de los noventa y cinco actuales a ciento cinco. La Federación de Editores de Periódicos ha destacado que este aumento puede poner en peligro la vida de los periódicos.

La Televisión y la Publicidad

I N G L A T E R R A

SIR William Haley, Presidente del Consejo de Administración del "Times", va a asumir el cargo de Redactor-jefe de la Enciclopedia Británica, incorporándose a su nuevo puesto, en Nueva York, a primeros de año. Haley, que ha sido Redactor-jefe del "Times" desde 1952 a 1965, será sustituido por el hijo mayor de Lord Thomson, Kenneth Thomson, en la actualidad vicepresidente de la Empresa editora del "Times".

* * *

UN diario, el "Evening Post", se ha puesto a la venta en la zona norte de Londres. Pertenece a la cadena

Thomson y su tirada inicial es de 50.000 ejemplares. Thomson ha declarado en más de una ocasión su firme confianza en el futuro de los diarios regionales, hasta el punto de que próximamente lanzará igualmente el "Evening Echo", para servir al noroeste de la región londinense, con una tirada similar.

Periódicos regionales

* * *

«**T**HE TIMES" ha prometido a sus anunciantes alcanzar los 350.000 ejemplares antes de terminar el año. Con la llegada de 1966, "The Times", tras la profunda reorganización que sucedió a su compra por Lord Thomson, alcanzó los 300.000 ejemplares, que aumentaron a 334.000 de media durante el primer semestre de este año. Estos objetivos se han logrado reforzando la Redacción, mejorando las instalaciones técnicas y diversificando el periódico para alcanzar a un grupo más variado de lectores. Con todo, Thomson no espera aún ganancias en 1967: al contrario, calcula todavía que este año el periódico cerrará con un déficit de un millón de libras.

A partir de la segunda quincena de octubre, "The Times" —en plena fase de expansión y lucha por aumentar su tirada— va a publicar los sábados un suplemento, el "Times Saturday Review", en el cual se prestará una atención preferente a los temas que constituyen la lectura idónea para el fin de semana: jardinería, turismo, gastronomía, información y crítica de libros, arte, etc.

La tirada del "Times" sube

INGLATERRA

EL "Daily Telegraph", empeñado en una lucha sin cuartel con "The Times" y "The Guardian", ha anunciado sus últimas cifras de tirada. En agosto vendió 1.373.411 ejemplares diarios, lo cual, según certificado hecho público por el propio periódico, supone, con relación a agosto de 1966, un aumento de 34.464 ejemplares.

La tirada del "Telegraph" sube

* * *

EL Consejo de Prensa británico ha establecido el derecho, por parte de los directores de los periódicos, a elegir las cartas que para su publicación envían los lectores y que, como es sabido, constituyen una verdadera institución en la Prensa inglesa.

Las "Cartas al Editor"

El origen de esta decisión del Consejo fue la serie de incidentes que recientemente se produjeron en la "London School of Economics" entre la administración de esta institución y los alumnos. El "Daily Telegraph" publicó con este motivo cinco "Cartas al director", de las cuales cuatro criticaban la postura de los estudiantes. El padre de uno de ellos escribió en defensa de los mismos, pero el director del "Telegraph" no publicó la carta. Inmediatamente, el corresponsal elevó una queja al Consejo de Prensa, el cual, tras una serie de consultas, ha decidido que "queda a la discreción del director" la elección de las cartas que hayan de ser publicadas.

* * *

«**L**A Prensa tiene derecho a tomar partido», tal es la tesis que igualmente ha hecho pública el Consejo de Prensa británico al conocer de la queja elevada por el Secretario del Partido Laborista en Burton, Denis Fletcher, quien se quejó al Consejo del proceder del diario local, «*Burton Daily Mail*», que había manifestado una actitud radical en favor del Partido Conservador. Al rechazar la protesta de Mr. Fletcher, el Consejo de Prensa ha subrayado que, si bien en principio ningún periódico debe prestarse a ser un instrumento de propaganda, es imposible admitir que una actitud en este sentido entrañe un descenso en su nivel profesional e informativo.

Los periódicos pueden tomar partido

rio local, «*Burton Daily Mail*», que había manifestado una actitud radical en favor del Partido Conservador. Al rechazar la protesta de Mr. Fletcher, el Consejo de Prensa ha subrayado que, si bien en principio ningún periódico debe prestarse a ser un instrumento de propaganda, es imposible admitir que una actitud en este sentido entrañe un descenso en su nivel profesional e informativo.

ITALIA

HA cesado en la dirección de «*L'Avvenire d'Italia*», órgano de la Acción Católica Italiana, Raniero La Vale, el cual ha sido sustituido por el profesor Giampietro Dore. En medios informados se señala que este cambio obedece al deseo de los responsables del diario

Nuevo director de «L'Avvenire»

de buscar una información más equilibrada y objetiva, que permita al periódico superar su difícil situación económica, crisis que, como señaló el nuevo director en su primer editorial, «*afecta a toda la Prensa diaria italiana*».

Se cree que la salida de La Vale es el primer paso hacia la próxima fusión de «*L'Avvenire*» con «*L'Italia*», editado en Milán, medida que permitirá perfec-

cionar la Prensa católica italiana, la cual, según Dore, lucha con dos dificultades específicas: «la crisis de crecimiento del diario local, incapaz de satisfacer ya las necesidades informativas de sus lectores, y la derivada de la renovación del contenido».

* * *

LA Sección Cuarta —Penal— de los tribunales romanos ha dictado sentencia contra el director del «*Rome Daily American*», Adolfo Sarti, condenado al pago de 30.000 liras por haber violado la ley de mayo de 1962 que prohíbe los anuncios publicitarios del tabaco en la Prensa italiana.

La prohibición de anuncios de tabaco

Esta sentencia plantea la posibilidad de que los periódicos y revistas extranjeros importados en Italia puedan ser secuestrados si insertan publicidad relacionada con el tabaco. El Tribunal ha recogido en su sentencia las palabras siguientes: «*También los periódicos editados en el extranjero y que circulen en Italia caen dentro de las sanciones previstas por la ley si contienen anuncios publicitarios del tabaco. Los responsables ante las autoridades competentes serán los distribuidores de dichas publicaciones y, en todo caso, los responsables de su introducción y difusión por Italia... La situación es, en definitiva, igual a la que se refiere a aquellas publicaciones obscenas o contrarias a la moralidad que, aunque estén impresas en otros países donde no rigen las mismas disposiciones que en Italia sobre publicaciones inmORALES, son introducidas, para su difusión, en nuestro país*».

* * *

LOS diarios italianos han aumentado sus precios, pasando de 50 a 60 liras, con lo cual la Federación de Editores, si bien ha logrado un importante aumento, no ha conseguido del Gobierno la autorización para aumentar 20 liras, como se proponía. La negativa del

Sube el precio de los diarios

Gobierno obedece, en parte, a la comprobación de que, durante 1966 y 1967, la publicidad en Prensa ha aumentado más que la publicidad en la Televisión y en la Radio.

MERCADO COMUN

ANTE el Consejo de Ministros de la Comunidad Económica Europea se encuentra un proyecto de ley en virtud del cual los países miembros de la CEE podrían ser obligados a promulgar la legislación necesaria para que toda

Los anuncios de medicamentos

publicidad de medicamentos —incluidos los prospectos— deba ser revisada en un departamento estatal "ad hoc". Entre las reacciones provocadas por este proyecto destaca la del Comité Central alemán de Publicidad, que afirma de él que es una especie de censura previa que viola las disposiciones constitucionales sobre libertad de Prensa.

NORUEGA

LA Agencia noruega de noticias "Norsk Telegram Byraa" ha celebrado sus primeros cien años de vida.

Nació, como sucursal de la Agencia alemana, Wolf, en septiembre de 1867, pasando en 1918 a ser propiedad de la Prensa noruega. En la actualidad funciona como cooperativa independiente de toda la Prensa del país, a la cual proporciona un servicio propio de información nacional y un servicio internacional gracias a los acuerdos suscritos con varias Agencias extranjeras.

Centenario de la Byraa

ARGENTINA

EL Gobierno argentino está estudiando la posibilidad de que el Estado se haga cargo de las Empresas periodísticas que formaban parte de la cadena oficial de Prensa peronista. Los grupos Alea, Cadepsa, Luz, S. A., Editorial Democracia, etc., editaban, entre otros, los diarios "Noticias Gráficas", "El Líder", "La Época", "Crítica", etc., que dejaron de publicarse con la caída del régimen de Juan Perón. Por un reciente decreto, se consideran todas estas Empresas de utilidad pública y, por lo tanto, pueden en cualquier momento ser objeto de expropiación.

La Prensa peronista

ARGELIA

EL Consejo de Ministros argelino ha aprobado una disposición por la que se establece el monopolio estatal en

T U N E Z

La publicidad estatificada

materias de publicidad. De hecho se ha legalizado una situación ya existente, por cuanto la Agencia Nacional de la Edición y de la Publicidad — heredera de la Havas francesa— controlaba prácticamente el mercado desde 1964. La tesis oficial es que esta medida "permitirá guiar el consumo nacional de acuerdo con las previsiones del plan económico, filtrándolo y orientándolo".

Igualmente queda prohibida la importación de todo tipo de publicidad en etiquetas, carteles, anuncios luminosos, etcétera.

«**L**E *Petit Matin*", que era el decano de la Prensa tunecina en lengua francesa, ha dejado de publicarse después de cuarenta y cinco años de vida.

Desaparece el "Matin"

Su tirada se había reducido a 2.500 ejemplares y la causa de su desaparición no es otra que las subsiguientes dificultades económicas.

Con la muerte de "*Le Petit Matin*" quedan en Túnez dos diarios en lengua francesa: "*La Presse*", controlado actualmente por las autoridades tunecinas, y "*L'Actio*", que es el órgano oficial del Partido Destour.

C O S T A D E M A R F I L

LOS ministros de Información de los países que integran la OCAM —Organización Común Africana y Malgache— han estudiado en Abiyán la posibilidad de crear una Agencia de Prensa común. El objetivo es sustituir con una Agencia propia la dependencia en que

Hacia una agencia africana

los medios informativos africanos están respecto de las Agencias extranjeras y especialmente France Presse. La fórmula, que tendrá que ser aprobada en la reunión de Jefes de Estado de la OCAM, convocada para diciembre en Niamey, es la siguiente: Las Agencias extranjeras deberán reducir en un 50 por 100 sus tarifas actuales y adquirir hasta un 45 por 100 de las acciones de la nueva Agencia africana, que quedará así perfectamente financiada.

C A M B O Y A

EL Gobierno de Camboya ha informado que va a proceder a la fundación de tres diarios, que sustituirán a los que recientemente fueron suprimidos por decisión oficial. Igualmente ha anunciado que procederá con toda severidad tanto contra la Prensa clandestina como contra la subversión que pueda ejercerse a través de publicaciones importadas en el país.

Tres diarios oficiales

I S R A E L

HA finalizado en Tel Aviv el 20 Congreso de la Federación Internacional de Editores de Diarios (FIEJ).

En la resolución aprobada en la sesión de clausura se manifestó la inquietud de todos los miembros de la Federación por la situación de la Prensa en Grecia. Se ha insistido igualmente en la necesidad de que el Gobierno argelino proceda a indemnizar a los propietarios de los diarios secuestrados en 1963.

**Reunión de la
F. I. E. J.**

INDIA

HA sido encarcelado, por publicar una fotografía considerada como "obscena", el director de la revista

"Blitz", de Bombay. La denuncia no fue hecha por el Ministerio fiscal, sino por un particular, que acusó a dicho director, Karanjia, de publicar una fotografía que

**Encarcelado
por fotografía
"obscena"**

"causaba depravación y corrupción en las mentes jóvenes". Durante el juicio, Karanjia declaró que estaba siendo sometido a un puro y simple chantaje. El juez no debió de estar de acuerdo con la tesis de la defensa cuando condenó al director de "Blitz" a un mes de cárcel y una multa equivalente a 18.000 pesetas, ello, dijo, para que sirva para eliminar *"el mal gusto de la sagrada profesión periodística"*.

CERTAMEN INTERNACIONAL DE CINE Y TELEVISION PARA NIÑOS

FRANCIA PONE DIQUES A LAS PUBLICACIONES INFANTILES INADECUADAS CON SU REFORMA DE LA LEY DE 1949

NUEVAMENTE Gijón ha significado la semilla de cuya fuerza nace el impulso que ha de poner en marcha una exhibición adecuada del cine para niños. No es problema el producir un cine para niños, y prueba de ello son las disposiciones alentadoras que el Estado dicta, brindando apoyos y ofreciendo facilidades en cumplimiento de la misión que la sociedad se impone de crear este cine.

El Certamen Internacional de Gijón intenta dar a conocer y promover este cine para niños, busca soluciones y estimula las creaciones, logrando despertar así esta inquietud. Aquí están los frutos de este año; una vez más un jurado infantil, cuyas edades van de los seis a los doce años, ha proclamado sus gustos, sus aficiones, aquellos intereses de su propia vida, que ha visto reflejados en la pantalla. Los padres y educadores tenemos la obligación de escuchar estas voces; nos señalan un camino seguro a seguir. Estos son los premios:

Jurado infantil.—Películas de largo metraje de imagen real:

- Platero de plata: «*Namu, la ballena salvaje*» (USA).

- Mención especial: «*Sandy The Seac*» (Inglaterra).
- Películas de largo metraje de dibujos animados:
 - Platero de plata: «*El superagente Picapiedra*» (USA).
- Películas de cortometraje de imagen real:
 - Platero de plata: «*Doutchka*» (Francia).
 - Mención especial: «*Naica y la cigüeña*» (Rumania).
- Películas de cortometraje de dibujos animados:
 - Platero de plata: «*Mortadelo y Filemón, Carioco y su invención*» (España).
 - Mención especial: «*Boxy Campeón del Tortazo*» (España).
- Películas de TV.:
 - Pelayo de oro: «*Radio-Radio*» (España).
 - Mención especial: «*El Jardín de las Garras*» (China nacionalista).

Premios oficiales.—«*El abuelo, Kilian y yo*», checa; Pelayo de oro, medalla del Círculo Cinematográfico al mejor guión y Arquero de bronce.

- «*Sandy, la foca*», inglesa; premio Walt Disney y Arquero de plata.
- «*El aprendiz de clown*», española; Arquero de bronce y premio Ciudad de Gijón a la mejor interpretación infantil.
- «*Koliesko*», checa; premio de la Federación Nacional de Cine-Clubs y premio Asturias a la mejor dirección de largo metraje.
- «*Rexie poliglota*», polaca, ha obtenido Pelayo de oro por el cortometraje de dibujos animados.
- «*Las vacaciones de Leo*», checa; «*Los Caballeros de la Antorcha*», española, y «*Douchtka*», documental francés, han obtenido también Pelayo de oro.
- «*Dimensiones*», de Canadá, ha conseguido el premio Patufet.

Legislación francesa sobre publicaciones para la infancia.

El «Diario Oficial de la República Francesa» ha publicado unas modificaciones sustanciales al artículo 14 de la Ley número 49-956, de 16 de julio de 1949, sobre las publicaciones destinadas a la juventud; referidas, particularmente, a los aspectos negativos de estas publicaciones, penados por la Ley.

Las citadas modificaciones se orientan principalmente a la distribución de publicaciones inadecuadas. Así, la ley dice ahora:

— El Ministro del Interior podría prohibir la venta o entrega, a los menores de dieciocho años, de publicaciones de toda naturaleza que representen un peligro para la juventud en razón de su carácter licencioso, de crímenes o violencia.

— Está prohibido exponer estas publicaciones a la vista del público y el darlas publicidad por medio de anuncios o de prospectos, circulares y aun de cartas dirigidas a particulares.

— La Comisión encargada del cuidado y control de las publicaciones destinadas a la infancia y a la adolescencia tiene atribuciones para señalar las publicaciones que le parezcan justificar esas prohibiciones.

Para los que intenten eludir esta normativa se fijan penas pecuniarias que oscilan entre los 3.000 y los 30.000 F. N., además de penas de prisión de dos meses a dos años. Hay, asimismo, penas prohibiendo la edición por un plazo no inferior a cinco años, o sometiéndola a una estricta censura.

Intenta así el Estado francés poner un dique eficaz al género de publicaciones morbosas e inadecuadas que hoy proliferan en tantos países con una falta absoluta de responsabilidad para con el menor.

España, como señalaba recientemente Herrero Tejedor en «*Arriba*», se encuentra libre de situaciones similares merced al recientemente promulgado Estatuto de Publicaciones Infantiles y Juveniles, que establece los medios adecuados para preservar las mentes jóvenes de todo cuanto para ellas sea nocivo.

Inscripción en el Registro de Empresas.

Continuamos hoy la relación de las Empresas Editoriales que, cumpliendo la segunda disposición transitoria del Estatuto de Publicaciones Infantiles y Juveniles, han solicitado la inscripción en el Registro de Empresas Periodísticas o Editoriales. Son las siguientes:

Aznar: «Colección Galaor». Baguñá Hermanos, S. L.: «Patufet». Bui-gas, Estivill y Viña, S. L.: «T B O». Doncel: «La Ballena Alegre». Estesos Marcos-Pelayo: «Orto-Distrae». Fernández Mateo: «Albumes». Herma-nas Marías Nazarenas: «Vida Joven», «Rie». Instituto Nacional de Ense-ñanza Media Alfonso VIII: «Per-fil». Instituto Nacional de Enseñan-za Media en Ceuta: «Hacer». Ins-titución Teresiana: «Molinete». Mi-sioneros Combonianos: «Aguiluchos». Moreno y Compañía: «El Pinista». Prensa y Ediciones, S. A.: «Chio». Provincia Capuchina de Navarra, Cantabria y Aragón: «Pan Pin». Sección Femenina: «Bazar». Socie-dad de San Francisco de Sales: «Chiribin», «Jóvenes», «Primavera». Toray, S. A.: «Hazañas Bélicas»; «Hazañas Bélicas», extra; «Hazañas del Oeste»; «Azucena». Vilanova Ri-cart: «Gardenia Azul», «Golondri-na», «Césped», «Dirca». Unum, S. A.: «Genial».

Novedades hemerográficas.

Dentro de las novedades que con-tinualmente se producen en el diná-mico mundo de las publicaciones in-fantiles y juveniles, destaca hoy la publicación de una nueva revista:

— «Recreo», formato natural, 21 × 15 cm., 32 páginas, más cu-biertas, 16 páginas a todo color, resto en blanco y negro. Edición mensual. Barcelona.

Esta revista, creada por Francisco Bargada Subirats, tiene un valor par-ticular. Concebida como una publi-cación principalmente informativa y cultural, dedica un veinticinco por ciento de su volumen a la historia gráfica, mientras que el resto se ocu-pa con secciones de: Historia, Re-creos, Música, Literatura y Aviación. Su principal interés radica en la idea de Subirats: ofrecer a los colegios de enseñanza media para que, aprove-chando la misma publicación general, den en ella un encarte particular di-rigido a los alumnos.

DOCUMENTACION Y BIBLIOGRAFIA

Los «comics» del «King Features Syndicate»

Por Antonio MARTIN MARTINEZ

EN la «edad dorada del tebeo» que, según diversos autores, vivimos hoy, el «comic» es una de las principales fuerzas determinantes; hasta el punto de haber contribuido —junto con la Fotografía, el Cine y la Televisión— a la acuñación del remoquete con que se adjetiva a nuestra civili-zación: «de la imagen». Asistimos ahora, desde esta Sección documental de la GACETA, a una novedad producida en la edición de «comics» USA en España: la Editorial Dólar de Madrid cesa en la edición de su colección «Héroes Modernos», nutrida con el material proporcionado por el «King Features Syndicate».



Jonny Hazard, Rip Kirby, Julieta y Eva Jones, Príncipe Valiente, Agente X-9, Ben Bolt, Mandrake, y tantos otros personajes y héroes del King Features Syndicate, difundidos en España por Hispano Americana de Ediciones, M. A. S. y Dólar, y que hoy desaparecen de nuestro mercado.

España, país tradicionalmente receptivo para el «comic» norteamericano, dice adiós a unos personajes y a unos héroes firmemente enraizados entre nosotros desde su aparición en el mercado de la cultura popularísima española, hace ya más de cuarenta años.

Evolución del «comic» USA.

El «comic» es un género gráfico, dibujado, que nace en Norteamérica a mediados del siglo pasado por la influencia de las estampas de Epinal y de los libros de imágenes alemanes. En la sociedad del «melting potter», las historietas gráficas constituyen pronto un lazo de unión y comprensión entre los hombres de distinta extracción y procedencia que estaban creando el país americano.

La primera historieta, con un sentido de continuidad, es «The little bears», que apareció semana tras semana en el diario «Examiner» de San Francisco, desde comienzos del año 1892, obra del dibujante James Swinerton. Sin embargo, el personaje que ha pasado a las obras de consulta como primogénito del «comic» es «The Yellow Kid», obra de Outcault, que apareció el 16 de febrero de 1896 en el «World» de Nueva York, propiedad de Pulitzer.

El «comic» comienza a editarse como una sección dominical en color, ocupa una superficie variable y se dirige a un público no discriminado. Más tarde tomará el formato de tira —«strip»—, compuesta por dos o tres viñetas —cuadritos de dibujo— en las que se desarrolla gráficamente un guión previo. Los personajes dibujados figuran hablar, siendo representado el diálogo por

medio de pequeños globos —«bocadillos»— que arrancan de la boca y se agrupan en la parte superior de la viñeta.

Los primeros «comics» tenían carácter exclusivamente humorístico —«funnies»—, y su temática se centraba en la crítica, despiadada y sarcástica, de la vida suburbana y familiar de la sociedad americana. En 1929 surge el género de aventuras —«straight»— con Tarzán y Buck Rogers.

La pugna por el dominio de la Prensa de masas da lugar a la aparición del «Periodismo amarillo», en el que, junto a las crónicas sensacionalistas, el uso de la fotografía y de los grandes titulares, el «comic» juega un papel importante en la captación de lectores. En tablada la competencia entre el «World» y el «Journal», este último de William R. Hearst, se recurre a todos los medios: Hearst «roba» varias veces su personal a Pulitzer, y con él a Outcault; finalmente logra vencer a su competidor. Y en ello tiene parte importante la edición dominical del «Journal», de la cual dependió en gran medida la consolidación de las ventas del diario.



William Randolph Hearst, uno de los primeros editores de «comics», fundador y propietario del King Features Syndicate.

Su obra, muy discutible en muchos aspectos, dio en el campo de las literaturas gráficas, fuerza y vigor al género nacido en un periódico rival.

El «comic», que ya llegaba a todos los hogares, adquiere entonces, gracias al suplemento cómico a todo color editado por Hearst —«American Humourist»—, mayor expansión, hasta constituirse en «la base de la cultura nacional norteamericana», conforme ha señalado el profesor Prezzolini. El «comic» recibe atención creciente, y ante la demanda se planea su máxima comercialización. En 1914 Hearst juega su baza maestra respecto al «comic»: vender una misma tira a distintos diarios para su publicación simultánea; para ello crea el «King Features Syndicate», centro productor, editor y distribuidor de «comics».

Desde este momento el nuevo género desborda las fronteras, llega a Europa, inunda el mercado de publicaciones populares e infantiles, gana terreno a la palabra escrita y en todo momento contribuye a la difusión del «american way of life». En 1933, y desde la experiencia de los suplementos dominicales se inicia la edición de «comics-books», publicaciones dedicadas íntegramente y en exclusiva a la edición de «comics». Con la imposición absoluta del grafismo, que el «comic-book» significa, pronto son varios los editores que siguen a los primeros fascículos lanzados por la «Dell Publishing Company»; y en 1934 lo hace el «King Features».

Logra así la cadena Hearst un puesto en todas las modalidades que la edición de «comics» presenta.

El «King Features Syndicate» en España.

A través de su distribución directa por medio de agentes del «King», o bien por la exclusiva que sobre determinados personajes tiene para toda Europa la organización «Opera Omnia», el «comic» norteamericano producido por las Empresas y los hombres de Hearts alcanza en España una gran tradición.

Las primeras ediciones se realizan a través de la revista infantil «Pinocho», allá por 1925. Siguen después «Yumbo», «Mickey», «Aventurero», «La revista de Tim Tyler» y otras publicaciones con las que el «comic» conquista un público fiel, obteniendo un éxito particular el género de aventuras de la «King», principalmente en las aventuras de «Flash Gordon». Después de la guerra española la editorial Hispano Americana de Ediciones continúa difundiendo en España el material de la «King»; también lo hacen las publicaciones «Jaimito», «TBO», «Lupita», «El Coyote», «Florita», «Nicolás», de diversas editoriales españolas.

Ediciones Dolar.

En 1959, por motivos más nostálgicos y sentimentales que comerciales, queriendo revivir los éxitos editoriales de la Hispano Americana de Ediciones, José A. Rodríguez, director técnico y artístico de Dolar, de Madrid, inicia la publicación de la Colección Héroes Modernos; residencia habitual hasta nuestros días, y desde entonces, de los héroes aventureros del «King».

Queriendo llegar a un público educado en la imagen y sugestionado por el material de «comics» americano, Dolar compra en 1958 los derechos que sobre las tiras del «King» tenía Antonio Mas, abandonada ya hacía tiempo la edición de estos personajes por la Hispano Americana.

La colección se editaba a base de cuadernos en formato apaisado, tamaño Din A-4, 20 páginas, al precio de tres pesetas, portada a todo color. Una evidente repetición del modelo de publicación popularizado en los años cuarenta. La colección se componía de dos series: una dedicada a Flash Gordon y la otra al Hombre Enmascarado. La tirada media era de 18.000 ejemplares. Sin un excesivo éxito comercial, la colección sí alcanzó popularidad, mereciendo un comentario alentador en «La Codorniz». Se editaron la mayoría de las aventuras de aquellos personajes, hasta agotar el material disponible. Entonces Dolar pasó a publicar el material que se iba creando en una nueva colección, de «novelas gráficas», para finalmente hacer un paréntesis, prolongado de 1962 a 1964.

En julio de 1964 Dolar comienza a editar nuevamente el material de la «King Features Syndicate», primero en el tamaño Din A-4, llegando hasta el número 75 de las tres series con que entonces sale al mercado. La Colección pasa después al formato de «novelas gráficas», en el que ahora se cierra la edición al llegar al número 60.

NOVEDADES BIBLIOGRAFICAS

(Relación por orden de fechas.)

Editorial: «No nos gusta el superhombre».—«Solidaridad Nacional», Barcelona, 29 de agosto de 1967. (Condena del modelo del superhéroe como arquetipo para los menores.)

PLANS, Juan José: «¿Estamos en la Edad de Oro del Tebeo?».—«Arriba», Madrid, 3 de septiembre de 1967. (Artículo de vulgarización en torno al «comic» de última hora.)

MARTÍNEZ FORNÉS, S.: «Héroes, no superhombres».—«La Voz de España», San Sebastián, 5 de septiembre de 1967. (El autor abunda en el editorial antes citado.)

CASTRESANA, Luis de: «Cuentos para niños».—«Blanco y Negro», Madrid, 9 de septiembre de 1967. (Breve comentario sobre los horrores de muchos cuentos clásicos y su actual superación.)

MOCUER: «Prensa Infantil y Televisión».—«El Alcázar», Madrid, 20 de septiembre de 1967. (Comentario sobre la adaptación de estos medios de comunicación al menor.)

HERRERO TEJEDOR, Fernando: «El Estado de la Criminalidad en España». (En este trabajo, dado en forma seriada, el autor trata del mundo de los menores, y en uno de los capítulos se refiere a su Prensa).—«Arriba», Madrid, 22 de septiembre de 1967.

MARTÍNEZ MONTALBÁN, J. L.: «El comic de anticipación».—«Cine Estudio», núms. 60-61, Madrid, agosto-septiembre de 1967. (Artículo de gran extensión, págs. 46 a 50, en el que sin una nota, ni mencionar las fuentes de donde se han tomado numerosos datos, el autor especula sobre el «comic» de «ciencia-ficción». El intento de vulgarización ha sido particularmente desafortunado: he encontrado en este trabajo 10 errores graves, y por lo menos cinco cuestiones discutibles.)

RAMBURES, Jean-Louis de: «Les don Quichotte de l'edition».—«Realités», núm. 260, París, septiembre de 1967. (En este artículo, dedicado a los editores libres franceses, se da noticia de Eric Losfeld, editor de los «comics» de Barbarella, Lone Sloane, etc.)

RIOUX, Lucien: «D'Asterix aux westerns ceux qui 'fout le vent' les snobs et les intellectuels».—«Constellation», París, octubre de 1967. (Ensayo sobre el estado actual de la historieta gráfica en Francia, su público y los grupos de estudiosos.)

Cada mes

P O E S I A
E S P A Ñ O L A

MAXIMA EXPRESION DEL
ACTUAL RENACIMIENTO
POETICO

PERIODISMO NACIONAL

NORMAS SOBRE DEPOSITO DE EJEMPLARES DE PUBLICACIONES PERIODICAS

SE INTENTA EVITAR CIERTOS INCONVENIENTES DE HORARIO

El "Boletín Oficial del Estado" de fecha 15 de septiembre último, en su número 221, insertó una Orden del Ministerio de Información y Turismo, de 31 de agosto anterior, por la que se dictan normas sobre el horario de presentación de ejemplares para el depósito de publicaciones periódicas, y en cuyo preámbulo se dice:

La aplicación de la nueva Ley de Prensa e Imprenta y de sus normas de desarrollo ha exigido la adaptación de los Servicios dependientes del Ministerio de Información y Turismo para el cumplimiento de las funciones administrativas correspondientes. En el tiempo transcurrido desde la entrada en vigor de esas disposiciones se han advertido ciertos inconvenientes en relación con el horario de presentación de ejemplares para el depósito regulado en el artículo 12 de la Ley de Prensa y en el Decreto 752/1966, de 31 de marzo, poniéndose de relieve la necesidad de armonizar dicho régimen con el establecido con carácter general para la Administración Pública sobre días y horas hábiles de trabajo de los funcionarios, regulado en la vigente Ley de Procedimiento Administrativo y en los Decretos de 23 de diciembre de 1957 y 7 de febrero y 24 de septiembre de 1958. No obstante, la dinámica propia de la actividad periodística exige el establecimiento de un horario para las publicaciones diarias y semanales distinto del de aquellas otras cuyo plazo de periodicidad es más amplio.

En su virtud, de conformidad con la autorización contenida en el artículo 14 del Decreto 752/1966, de 31 de marzo, este Ministerio ha tenido a bien disponer:

Artículo 1.º La presentación de ejemplares para la realización del depósito regulado en el artículo 12 de la vigente Ley de Prensa e Imprenta y disposiciones complementarias podrá realizarse en cualquier momento en el lugar y con las condiciones establecidas en el Decreto 752/1966, de 31 de marzo, cuando se trate de diarios o semanarios.

Art. 2.º Las demás publicaciones periódicas habrán de atenerse, para la preceptiva presentación de ejemplares del depósito a que se refiere el artículo anterior, al horario de oficinas que se establezca en la Dependencia correspondiente del Ministerio de Información y Turismo, de acuerdo con las disposiciones generales sobre días y horas hábiles de trabajo de los funcionarios públicos.

NOMBRAMIENTOS EN LA AGENCIA EFE

Don José Antonio Navarrete, representante del Ministerio de Hacienda.

En representación del Ministerio de Hacienda, el secretario general de la Subsecretaría del Tesoro y Gastos Públicos, don José Antonio Navarrete, se ha incorporado al Consejo de Administración de la Agencia EFE, S. A. Le dio posesión el presi-

dente de la entidad, don Miguel Matéu y Plá, con asistencia de los consejeros don Pío Cabanillas Gallas, don Manuel Aznar Zubigaray, don Manuel Jiménez Quilez, don Romualdo de Toledo y Robles, don Manuel Halcón y Villalón-Doaiz, don Tomás Boada y Flaquer, don Alejandro Fernández Sordo, don Mariano Rioja y Fernández de Mesa, don Ramón Serrano Guzmán, don Francisco Marzal Martínez, don Fernando Altés Villanueva, don Luis Bergareche Maruri y el secretario del Consejo,

don José de Valdivia, y el director-gerente, don Carlos Mendo Baos.

En la misma reunión, el Consejo acordó hacer los nombramientos siguientes:

Don Luis Pérez Cútuli, jefe de la Redacción de extranjero; don Luis Fernández Bandin, jefe de la Redacción de servicios especiales; don Luis García Navas, hasta ahora jefe de la delegación de la Agencia en Galicia, delegado de EFE en Barcelona, donde sucede a don Emilio López Jimeno, quien cesó voluntariamente para tomar posesión de la subdirección de "El Mundo Deportivo"; don José Luque Calderón, delegado en Bilbao, después de haber sido jefe de extranjero en la central; don José García de Fernando, jefe de Redacción del archivo informativo; don José Sotomayor, delegado en Santiago de Compostela, y don Manuel Cadaval, subjefe de Cifra Gráfica.

Asimismo, con respecto a servicios de EFE en el extranjero, fueron designados delegado en Bonn, don Miguel Moya Huertas; en Ginebra, don Héctor Kuperman, y en Roma, en sucesión del propio señor Kuperman, don Gerardo Rodríguez.

El señor de la Viuda, director del semanario "SP".

Don Luis Angel de la Viuda Pereda ha sido designado nuevo director del semanario "SP", en sustitución de don Rodrigo Royo, que dirige la publicación diaria del mismo título.

Regresó de América el director de "La Verdad".

Regresó de América del Sur, donde, invitado por las autoridades chilenas, argentinas y brasileñas, pronunció diversas conferencias y dirigió cursos de Periodismo en varias localidades, el director de "La Verdad", de Murcia, don Luis Venancio Agudo.

Condecoración portuguesa a don Juan María Peña.

El embajador de Portugal en España impuso en los locales de la Delegación Provincial de Información y Turismo de San Sebastián, a don Juan María Peña Ibáñez, director de "El Diario Vasco" de la capital guipuzcoana, las insignias de la encomienda de la Orden del Infante don Enrique.



Sesenta y seis años de Periodismo.

El 11 de septiembre último, exactamente cuando cumplía ochenta años y un día de edad y probablemente más de sesenta y seis años de Periodismo, don Francisco Serrano Anguita en su sección, vieja, pero siempre lozana, del diario Madrid, titulaba un artículo "Guárdenme el secreto...". Recomendación inútil, porque, si no se supiera ya, a fuerza de aprender en sus larguísimos años de magisterio periodístico, ese mismísimo artículo confesaba como autobiografía el largo camino que el señor Serrano Anguita ha recorrido sin titubeos en su fecunda vida de algo que se llama sencillamente "un gran periodista español".

(Foto CIFRA.)

GACETA DE
LA PRENSA
ESPAÑOLA

Grandes Cruces de Cisneros a don Pio Cabanillas y don Alejandro Fernández Sordo.

Con ocasión de la festividad del 1 de octubre, Su Excelencia el Jefe del Estado ha otorgado la Gran Cruz de la Orden de Cisneros, entre otras personalidades, a don Pio Cabanillas Gallas, subdirector general de Información y Turismo, y a don Alejandro Fernández Sordo, delegado nacional de Prensa y Radio del Movimiento,

Distinción a don Domingo Fernández Barreira.

Don Domingo Fernández Barreira, periodista y escritor especializado en temas de cinematografía, ha sido galardonado con el ingreso en la Orden del Mérito Civil, con categoría de oficial, a propuesta del ministro de Información y Turismo.

"Fotopress", en el registro de Agencias.

La Agencia "Fotopress", de Prensa Española, S. A., ha formalizado en el Registro de Agencias Informativas su inscripción, con la finalidad de ser autorizada a importar y exportar reportajes gráficos y literarios con destino, respectivamente, a publicaciones españolas y extranjeras. La propia Agencia "Fotopress" viene prestando sus servicios desde 1964, año en que recibió su primera autorización.

Don José Antonio Gurriarán, director de "El Diario Montañés".

Don José Antonio Gurriarán, joven profesional del Periodismo, ha sido nombrado, a sus veintiocho años de edad, director de "El Diario Montañés", de Santander. El señor Gurriarán estudió Derecho y Periodismo en la capital de España, en la que perteneció sucesivamente a las redacciones de "Semana", "El Alcázar" y otros periódicos y revistas, en calidad de enviado especial y cuales realizó viajes a todo el mundo para entrevistar, por ejemplo, a Indira Gandhi, para informar sobre Jack Ruby en el hospital Parkland, donde precisamente murió en aquellos días el presunto asesino de Oswald. Asimismo, siguió puntualmente la noticia de dos de los viajes de Su Santidad Pablo VI para escribir interesantes crónicas sobre tales acontecimientos.

Murió en Suiza don Eduardo Aunós.

En el hospital cantonal de Lausana (Suiza) falleció a consecuencia de un ataque al corazón el ex ministro español don Eduardo Aunós Pérez, a la edad de setenta y tres años.

El señor Aunós Pérez había nacido en Lérida, donde, ya en la adolescencia, sintió aficiones literarias. Su primer libro, una novela, fue publicado cuando él contaba sólo quince años de edad. Cinco más tarde terminaba la carrera de Derecho, cuyo doctorado alcanzó en 1916, año en que fue elegido diputado a Cortes y desempeñó la secretaría de don Francisco Cambó en el Ministerio de Fomento. El general Primo de Rivera le entregó en 1923 la subsecretaría del Ministerio de Trabajo, Industria y Comercio, departamento del que fue titular dos años más tarde, en el primer gabinete civil de la Dictadura; era el ministro más joven que había tenido jamás España.

Perseguido durante el Alzamiento hubo de emigrar de la zona roja al extranjero, donde continuó trabajando y defendiendo ardorosamente la legitimidad del Movimiento Nacional. Fue nombrado consejero nacional en 1937, y en 1939, el Caudillo le nombró embajador español en Bruselas. En 1942 fue designado consejero nacional de F. E. T. de las J. O. N. S. y un año después, ministro de Justicia, cargo que ostentó hasta julio de 1945. Más tarde fue embajador de España en Rio de Janeiro, y, finalmente, paso a la presidencia del Tribunal de Cuentas, cargo que desempeñó hasta su muerte.

Pertenecía a las Reales Academias de Ciencias Morales y Políticas y de Jurisprudencia y Legislación, y fue condecorado con las más altas distinciones españolas y extranjeras. El señor Aunós Pérez, brillante escritor —autor de multitud de obras literarias, biográficas, político-filosóficas— era un ferviente admirador de la música y llegó a escribir también en el pentagrama.

Fue, asimismo, colaborador de la mayoría de los diarios y revistas españolas, como "La Nación", "A B C", "Ya", "Arriba", "Madrid", "La Vanguardia Española", "Semana", etc., en los que su fácil pluma exponía con admirable donosura su comentario de actualidad a los más palpitantes hechos de cada día.

Muerte de don Bernardo González de Candamo.

En Madrid falleció a avanzada edad el veterano e ilustre escritor y periodista don Bernardo González de Candamo, uno de los más antiguos afiliados de la Asociación de la Prensa de la capital de España, a la que pertenecía con el número 21 de socio desde el año 1908. El señor González de Candamo, que popularizó en "Hoja del Lunes" de Madrid el seudónimo de "Iván de Artedo", dejó muestras de su sólida cultura y su inspiración literaria en multitud de artículos y crónicas publicadas en "El Imparcial", "El Gráfico", "El Mundo" y "La Vanguardia Española" de Barcelona, amén de otros periódicos, revistas y publicaciones.

Ha muerto don José Alarcón D'az.

A los setenta y tres años de edad falleció en Madrid don José Alarcón Díaz, veterano y popular periodista que, especializado en la crónica de la fiesta de toros, hizo famoso su seudónimo de "Alardi". El señor Alarcón Díaz padecía desde hace algún tiempo una dolorosa enfermedad que le llevó inevitablemente al fatal desenlace. Desde Sevilla, donde ejerció su actividad profesional al comienzo, llegó a la capital de España, donde fue redactor del diario deportivo "Gol" y más tarde se encargó de la crítica taurina de "El Alcázar". Su popularidad en el mundillo de la tauroma-

que poseía llevaron al señor Alarcón a ser durante algún tiempo el apoderado del famoso matador Antonio Bienvenida.

Al sepelio asistieron gran número de periodistas y de personas ligadas a los círculos taurinos de Madrid y Sevilla.

Murió don José Luis Avendaño.

Falleció en Madrid, tras penosa enfermedad, don José Luis Avendaño Porrúa, corresponsal de "Arriba" y de la Agencia Pyresa en Londres, desde donde sirvió eficazmente la información diaria a ambas empresas periodísticas en los últimos años. Su muerte ha sido muy sentida en los medios informativos españoles e incluso en los ambientes en que se movía profesionalmente el finado en la capital inglesa.

El cadáver del señor Avendaño Porrúa recibió cristiana sepultura en Santander.

Falleció en San Sebastián el señor Goñi de Ayala.

A la edad de setenta y siete años, cuando ya había cumplido sesenta de ejercicio profesional en el Periodismo, ha fallecido en San Sebastián don Teodoro Goñi de Ayala, quien fue redactor de "El Correo de Guipúzcoa" y trabajó también en Melilla y en Madrid. En la capital de Guipúzcoa dirigió "La Noticia" y fue redactor jefe de "El Diario Vasco" desde 1936.

PREMIOS Y CONCURSOS PERIODÍSTICOS

Concurso periodístico "Ciudad de Roma".

La Asociación de la Prensa de Roma convoca los premios periodísticos "Ciudad de Roma" —dos, dotado cada uno de ellos con un millón de liras y una artística placa de oro— para las mejores informaciones publicadas en periódicos de todo el mundo acerca de la capital de Italia. Asimismo, serán adjudicadas placas de plata a otros escritos o informaciones gráficas sobre Roma misma, y una "Loba" de plata al conjunto de artículos sobre actividades romanas

durante el año. Los escritos publicados en España deberán haber visto la luz pública antes del próximo 31 de diciembre y serán presentados en el Instituto Italiano de Cultura de Madrid, calle Mayor, número 86.

Concurso de Prensa sobre la Lotería Nacional.

Para premiar trabajos publicados durante todo el año actual, el Servicio Nacional de Loterías ha abierto un concurso de artículos —crónicas, ensayos—, fotografías,

dibujos, chistes, caricaturas, etc., que se publiquen en periódicos o revistas sobre cualquier aspecto, manifestación o crítica, etc., sobre la lotería, e igualmente, guiones de autores españoles que sean transmitidos por radio o televisión entre enero y 31 de diciembre próximo.

Los trabajos habrán de ser enviados al Servicio de Loterías, calle de Guzmán el Bueno, número 125, en Madrid, antes del 15 de enero de 1968, en tres ejemplares de la publicación o tres recortes del trabajo correspondiente; copia directa de las fotografías, en tamaño de 18 por 24 centímetros, o tres copias a máquina de los guiones de radio o televisión, con la fecha y el certificado del director de la emisora respectiva.

Los premios aludidos serán: uno de 25.000 pesetas para artículos o reportajes, otro de igual importe para guiones de radio o televisión; uno de 15.000 para fotos de Prensa, otro de 10.000 para dibujos humorísticos y diez accésits de 5.000 para otros trabajos de los grupos señalados. Por último, un premio más, de 25.000 pesetas, será otorgado a un trabajo sobre idéntico tema no presentado al concurso.

Don Jesús Vasallo, premio "Ciudad de Cuenca".

Por un artículo titulado "Cuenca, la ciudad imposible", que se publicó en el diario "Arriba", don Jesús Vasallo ha sido galardonado con el premio de Prensa "Ciudad de Cuenca", del que fue finalista don José Cirre, por un trabajo titulado "Rutas turísticas: Cuenca, la ciudad encantada".

En el mismo concurso, el premio de poesía fue otorgado a don Andrés Duro del Hoyo, por su composición "Cuenca", insertada en las páginas del "Diario de Cuenca"; finalista en las obras poéticas fue don Miguel Ángel García, autor de "Cómo Dios hizo a Cuenca".

Estos premios están dotados con quince mil pesetas.

Premio de monografías sobre "Historia del Derecho de Prensa", a don Juan García González.

El premio del Ministerio de Información y Turismo dedicado al mejor trabajo monográfico sobre "Historia del Derecho de Prensa e Imprenta", y cuya dotación era

de 150.000 pesetas, fue concedido a don Juan García González, de Valencia, quien se presentó al concurso bajo el lema de "Lamberto Palmart". El mismo jurado acordó proclamar sendas menciones especiales de las obras presentadas por don Antonio Tovar Morais, de La Coruña, con el lema de "Montealegre", y don Julián Larios, de Madrid, bajo el de "Francisco de Rioja".

Exámenes en la Escuela de Periodismo.

En el último turno de exámenes de ingreso en la Escuela Oficial de Periodismo cuatrocientos setenta y seis aspirantes se sometieron a las pruebas reglamentarias en Madrid, Barcelona y La Laguna. En la capital de España fueron 398 los examinandos, mientras que en la ciudad condal eran exactamente el medio centenar y en Canarias, veintiocho. Aproximadamente, un veinticinco por ciento de ellos son femeninos. En el grabado, un aspecto de una de las aulas de Madrid, en las que se celebraron los ejercicios. (Foto Europa Press.)



Concurso de Cooperativas del Campo.

La Unión Nacional de Cooperativas del Campo, para celebrar el vigesimoquinto aniversario de su constitución, ha convocado un concurso de artículos periodísticos sobre el temario de "Las cooperativas agrarias españolas y el mercado exterior, el Plan de Desarrollo, formación de dirigentes, etc.". Serán concedidos tres premios, respectivamente, de 30.000, 20.000 y 10.000 pesetas, a los mejores trabajos publicados en los meses de septiembre u octubre en diarios o semanarios de habla española. Igualmente serán concedidos otros premios de 2.000 pesetas a los artículos o colecciones que el jurado considere dignos del galardón. Los

originales, por duplicado, deberán ser presentados en el Registro de la Unión Nacional (paseo del Prado, 18 y 20, planta 14), antes de la noche del 31 de octubre.

Plazo del concurso Meliá de Periodismo.

El 30 de octubre finalizará el plazo de admisión de trabajos para el concurso Premio Meliá de Periodismo, dotado con 100.000 pesetas. Los originales habrán de ser enviados por triplicado al Departamento de Relaciones Públicas y Prensa de Hoteles Meliá (calle del General Mola, 72, Madrid), con expresa indicación en el sobre de "Para el Premio Meliá de Periodismo".

PARECEN IMPONERSE LOS ADVERSARIOS DE LA "FAILING NEWSPAPER ACT"

Con ella se pretende evitar la desaparición de más periódicos mediante la colaboración de sus Administraciones

Los adversarios del proyecto lo consideran anticonstitucional y contrario a la libertad de Prensa

Es difícil que resulte aprobado sin la incorporación de enmiendas importantes

Con el título de «Crece la preocupación en Estados Unidos por la concentración periodística», en el número de «Gaceta de la Prensa Española» correspondiente al pasado septiembre publicamos una amplia información sobre las discusiones, en el Subcomité Antitrust y Antimonopolio del Senado norteamericano, del proyecto de ley «Dailing Newspaper Act» para ver de impedir la desaparición de periódicos, a impulsos de la extensa corriente de concentración periodística que hoy impera en el mundo. Continuados los debates de dicho Subcomité durante el mes de agosto, y en los cuales no se ha llegado todavía a una decisión definitiva—la discusión ha quedado aplazada hasta las semanas próximas—, insertamos a continuación una nueva y amplia referencia sobre tan interesante tema.

Las sesiones del Subcomité Antitrust y Antimonopolio del Senado de los Estados Unidos, iniciadas en el mes de julio con el objeto de llevar a cabo un estudio en profundidad de los problemas de la Prensa norteamericana y analizar la posibilidad de promulgación de la «Failing Newspaper Act», han proseguido a lo largo del mes de agosto. En el curso de los debates se ha puesto claramente de relieve una vez más el hecho evidente de que la industria periodística de los Estados Unidos muestra una clara tendencia hacia la concentración, que se ha manifestado indirectamente en la quiebra de numerosos periódicos independientes. Ante las amenazas de desaparición o de absorción por los grandes grupos de Prensa, los periódicos débiles de ciertas localidades han realizado fusiones o suscrito acuerdos de administración conjunta destinados a dar una solución adecuada a sus problemas económicos y financieros. Mediante la creación de una Compañía con perso-

nalidad jurídica propia y distinta a la de las publicaciones que han realizado la fusión, los periódicos que han suscrito el acuerdo han conseguido resolver ciertos problemas de carácter técnico —la impresión en talleres comunes, la distribución y difusión conjunta de las publicaciones, la publicidad compartida, las operaciones de contabilidad y el reparto de beneficios—, manteniendo, sin embargo, su independencia política, informativa y editorial.

El objeto de la «Failing Newspaper Act», proyecto de ley presentado el 16 de marzo del presente año por el Senador Demócrata de Arizona, Carl Hayden, y otros catorce senadores —siete demócratas y siete republicanos—, es, según sus partidarios, introducir la posibilidad de adopción de ciertas excepciones legales a la legislación antitrust vigente actualmente en los Estados Unidos, cuya finalidad sería precisamente impedir la desaparición de los periódicos en quiebra o económicamente débiles. Los medios para conseguir esos objetivos serían los acuerdos de fusión o de administración conjunta.

En el curso de los debates del pasado mes de julio, los adversarios del proyecto se opusieron a su aprobación en nombre de la libertad de Prensa, considerando que este tipo de exenciones legales, más que impedir la concentración, la favorecerían, poniendo siempre en peligro la independencia recíproca de los periódicos que habían conseguido sobrevivir mediante la firma de un acuerdo de colaboración en el ámbito comercial. Sin embargo, los partidarios del nuevo proyecto de ley afirmaban que esta cooperación económica y comercial no afectaba en absoluto a la línea política de los periódicos que llegaran al acuerdo de fusión o de administración conjunta, ya que ésta quedaba limitada exclusivamente al ámbito financiero y mercantil, dándose incluso el caso de que el acuerdo fuera concluido entre un periódico republicano y otro demócrata, que, en el terreno periodístico, seguirían manteniendo su tradicional antagonismo y su régimen de competencia política, informativa y editorial.

Un acuerdo de administración conjunta.

Tanto los debates de julio como los de agosto se han articulado especialmente en torno a un caso concreto de administración conjunta. En 1941, después de catorce años de pérdidas financieras continuas, el «*Tucson Daily Citizen*» y el «*Arizona Daily Star*» llegaron a un acuerdo de administración conjunta mediante la creación de una Compañía de carácter económico y financiero independiente jurídicamente de ambas publicaciones —la «*Tucson Newspaper Inc.*», cuyo objetivo no era otro que la realización de las operaciones comerciales de ambas publicaciones, que seguirían manteniendo su independencia política, informativa y editorial. El Departamento de Justicia impugnó y dejó sin vigencia este acuerdo en 1965. Pero la realidad, según afirmaciones de los partidarios de la promulgación de la «*Failing Newspaper Act*», es que, durante veinticinco años, ambos periódicos consiguieron, en virtud del acuerdo de administración conjunta suscrito en 1941, superar con éxito sus dificultades económicas y mantener en Tucson dos periódicos independientes, que de ese modo escaparon al peligro de la absorción por las

grandes cadenas de Prensa y a las limitaciones que el fenómeno de la concentración impone inevitablemente a la auténtica libertad de la Prensa (1).

Este tipo de acuerdos ha sido también aplicado por otras publicaciones de los Estados Unidos en condiciones idénticas (2).

Argumentos contra el proyecto de ley.

La mayoría de las intervenciones realizadas en los debates del mes de agosto se han caracterizado por su hostilidad al nuevo proyecto de ley. Gerald H. Gottlieb, miembro del Colegio de Abogados del Estado de California y del Tribunal Supremo de los Estados Unidos y especialista en legislación antitrust, se opuso a la aprobación de la «Failing Newspapers Act», alegando que la actual legislación constituye un control estrictamente necesario para mantener vivos los principios básicos de la democracia norteamericana, impidiendo el «paragobierno» de los grupos privados de Prensa, que constituyen generalmente una seria amenaza contra la integridad e incluso la existencia del propio Gobierno de los Estados Unidos. La «Sherman Act» —según recordó— fue promulgada para neutralizar el poder monopolístico de los grandes imperios comerciales de Prensa, para impedir la «autocracia» exclusivista de los grandes grupos que intentaban actuar anti-

(1) George L. Nelson, asesor jurídico de la "Deseret News Publishing Company", cuyo editor es E. Earl Hawks, que estuvo durante veintiocho años al servicio de la "Hearst Boston Newspapers", afirmó también que, en virtud de un acuerdo de cooperación económica, el "Deseret News" y el "Salt Lake Tribune" fundaron, el 12 de agosto de 1952, la "News Agency Corporation", manteniendo, no obstante, una independencia total en el ámbito puramente periodístico e incrementando su calidad considerablemente ambas publicaciones al resolver los problemas relativos a la publicidad, tan necesaria para la supervivencia de los periódicos, y al mismo tiempo los problemas de distribución. Como en los casos citados anteriormente, los dos periódicos se han beneficiado con la adopción de un sistema dual de colaboración económica y comercial y de competencia política e informativa. Sin embargo, J. M. Cornwell, editor del "Murray Eagle" y de los "West and East Valley News Advertiser", puso de relieve que, como consecuencia de la asociación comercial del "Deseret News" y del "Salt Lake Tribune", ambos periódicos habían unificado por completo sus criterios editoriales e informativos, perdiendo la independencia de que hablaba George L. Nelson y, al mismo tiempo, dificultando la supervivencia de los periódicos auténticamente independientes. Basándose en esas argumentaciones, la "Utah State Press Association" se oponía al proyecto. Finalmente, Daniel Berman, de Salt Lake City, formulaba afirmaciones idénticas a las de J. M. Cornwell y aseguraba que el acuerdo de cooperación comercial firmado entre el "Salt Lake Tribune" y el "Deseret News" constituía una clara violación de los principios constitucionales y de la legislación antitrust vigente en Estados Unidos.

(2) Entre las publicaciones que han establecido acuerdos de administración conjunta se pueden citar, además, las siguientes: "Alabama-News" y "Alabama-Post Herald", de Birmingham.—"California-Chronicle" y "California-Examiner", de San Francisco.—"Florida-Herald" y "Florida-News", de Miami.—"Hawaii-Star Bulletin" y "Hawaii-Advertiser", de Honolulu.—"Indiana Courier" e "Indiana-Press", de Evansville.—"Indiana-News-Sentinel" e "Indiana Journal Gazette", de Fort Wayne.—"Missouri-Globe Democrat" y "Missouri-Post-Dispatch", de St. Louis.—"Nebraska-Star" y "Nebraska-Journal", de Lincoln.—"New Mexico-Journal" y "New Mexico-Tribune", de Albuquerque.—"Ohio-Citizen-Journal" y "Ohio-Dispatch", de Columbus.—"Oklahoma-Tribune" y "Oklahoma-World", de Tulsa.—"Texas-Herald-Post" y "Texas Times", de El Paso.—"West Virginia-Gazette" y "West Virginia-Mail", de Charleston.—"Wisconsin-State Journal" y "Wisconsin-Capital-Times", de Madison.

constitucionalmente en defensa de sus propios intereses y sin tener en cuenta en ningún momento los intereses superiores de la comunidad.

A su juicio, la integridad de un Gobierno auténticamente democrático dependía de que se consiguiera detener eficazmente esa tendencia de los grandes grupos privados a acumular un excesivo poder en sus manos, con olvido de los principios democráticos y en perjuicio de las instituciones políticas y sociales norteamericanas. Una democracia efectiva, concluía, necesita defender a toda costa, mediante las disposiciones y limitaciones legislativas adecuadas, la existencia de una Prensa privada y la viabilidad de un Periodismo no sometido a los imperativos monopolísticos, objetivos que, sin duda alguna, quedarían seriamente perjudicados en caso de aprobación de la «Failing Newspaper Act».

También se opuso Walter Kerr, calificando el proyecto de dudoso, independientemente de la buena fe y los legítimos intereses de los senadores que lo habían presentado y que, según puso especialmente de manifiesto, no pertenecían a la profesión periodística. Añadió que la mayor parte de los testimonios que se habían escuchado hasta entonces carecían de la objetividad necesaria (3), recordando que, en 22 ciudades de los Estados Unidos, los editores del único periódico matutino y del único periódico vespertino habían suscrito acuerdos privados de administración conjunta, aunque las condiciones y características de esos acuerdos no se habían hecho públicas. A su juicio, este procedimiento contradecía abiertamente el sistema de libertad de Empresa y, a pesar de las afirmaciones de todos los partidarios del proyecto, entrañaban evidentes limitaciones a la independencia de las publicaciones que suscribirían los acuerdos de fusión económica o de administración conjunta, dificultando, además, la correcta aplicación de los principios sobre los que debía cimentarse la libre competencia periodística.

No existe crisis, sino prosperidad.

Por su parte, el doctor Harry Kelber, profesor de Ciencias Sociales del Instituto Tecnológico de Nueva York, refutó las afirmaciones relativas a una supuesta crisis de la industria periodística norteamericana, asegurando

(3) Esta ausencia de objetividad ha sido posiblemente una de las características fundamentales de la mayor parte de las intervenciones en las sesiones de julio y agosto. Los propietarios de los periódicos independientes se han opuesto, como era de suponer, al proyecto de ley. Los representantes de las grandes cadenas —Markuson, de la «Hearst Newspaper»; Howard, de la «Scripps-Howard»; Thieriot y George L. Nelson, asociados a la «Hearst Corporation»; James G. Stahlman, asociado a la «Howard»— se han mostrado favorables. La Asociación Metropolitana de Distribuidores ha pedido que el proyecto sea rechazado. La realización conjunta de las operaciones de distribución, facilitadas mediante las fusiones que autorizaría la «Failing Newspaper Act», perjudicaría, sin duda alguna, a esta Asociación, como ha subrayado con la mayor sinceridad su Presidente, Sydney N. Finkel. Tal vez el hecho más significativo sea que los especialistas no vinculados a ninguna publicación que han intervenido en los debates —Gerald H. Gottlieb, del Tribunal Supremo de los Estados Unidos; Harry Kelber, profesor de Ciencias Sociales del Instituto Tecnológico de Nueva York, y John R. Malone, economista y experto en cuestiones de Prensa— se han mostrado contrarios a la promulgación de la nueva ley.

que no existía crisis, sino prosperidad, en este sector de la Economía de los Estados Unidos. Para dar un mayor énfasis a sus afirmaciones, recordó las recientes declaraciones de J. Howard Wood, Presidente de la Asociación Americana de Directores de Periódicos, según las cuales *«el bienestar económico de la industria periodística de los Estados Unidos nunca había sido mejor»* que en el presente. Basándose en el postulado básico de que la prosperidad tenía carácter general en todo el país y en que las posturas pesimistas carecían de justificación, dictaminó que la introducción de excepciones legales de cualquier tipo a la legislación antitrust era impropio y nociva, estimulando, por otra parte, la tendencia a la concentración en lugar de frenarla.

La intervención de H. R. Horvitz, editor de cuatro diarios del Estado de Ohio, fue posiblemente la más original por su enfoque de los problemas relativos a la industria periodística norteamericana con una óptica notablemente distinta a todas las intervenciones escuchadas hasta ahora. Admitió que, como consecuencia de los gastos de publicación, realmente elevados, de la insuficiencia de los ingresos procedentes de la publicidad y de la competencia de las Emisoras de Radio y Televisión y de las publicaciones periódicas de carácter regional o nacional, resultaba extremadamente difícil, si no imposible, mantener dos periódicos independientes, y rivales, desde el punto de vista financiero, en los núcleos urbanos de una población inferior al medio millón de habitantes. Es evidente, según añadió, que las grandes cadenas procuran de una forma u otra agravar estos problemas con el objeto de terminar con las publicaciones que se mantienen independientes ante ellas y proceder ulteriormente a su absorción (4).

Y con la finalidad de llevar a cabo sus objetivos, los grandes grupos monopolísticos consiguen con frecuencia dominar a los Sindicatos de Prensa, que se colocan más o menos abiertamente contra las publicaciones independientes, empeñadas en la difícil empresa de resistir los intentos de absorción realizados por los grandes grupos. Sin duda alguna, con ello se intenta provocar la quiebra de esos periódicos aislados y determinarles a ceder ante los grandes monopolios de la Prensa, con evidente menoscabo de la libertad de expresión (5).

(4) Los grandes monopolios de Prensa no tienden solamente a dar una perniciosa uniformidad a las publicaciones que dominan. Intentan también impedir por todos los medios el acceso a sus fuentes de información, como sucede, por ejemplo, en el caso del "Chicago Daily Newswire Service", que solamente proporciona material informativo al grupo "Publishers News Service", negándolo a las publicaciones independientes. Fenómenos similares se producen en el marco de todas las grandes cadenas de Prensa, hasta tal punto que la jurisprudencia del Tribunal Supremo de los Estados Unidos ha afirmado, con cierta ironía no exenta de tristeza, que la libertad de publicación está garantizada por la Constitución norteamericana, pero que no existe la menor garantía constitucional contra la libertad de realizar las maniobras necesarias para impedir que los periódicos independientes, no sometidos a las grandes cadenas, puedan gozar en la práctica de esa libertad de publicación.

(5) Un ejemplo claro de esta tendencia de las grandes cadenas de Prensa a la absorción de los periódicos independientes es la compra del "Cleveland Plain Dealer" —publicación que obtenía escasamente dos millones de dólares de beneficios anuales— por 54 millones de dólares. La única explicación de este hecho reside en el deseo de terminar con la

Medidas a favor de las Empresas débiles.

Pero, según H. R. Horvitz, el mejor sistema para luchar contra esas aspiraciones monopolísticas e impedir la concentración consiste en crear las condiciones adecuadas para que los periódicos independientes se conviertan en órganos de expresión fuertes y saneados desde el punto de vista económico, capaces de resistir las fuertes presiones de los grupos que aspiran a monopolizar la vida periodística de los Estados Unidos. Para realizar esos objetivos, propugnaba la promulgación de medidas legislativas adecuadas para propiciar la revigorización y el desarrollo de las Empresas débiles, única forma eficaz de impedir que desaparecieran totalmente o perdieran poco a poco su independencia ante las presiones e intentos de absorción de los grandes grupos. Es evidente que se trata de una actitud de carácter proteccionista, que, en caso de ser aceptada, cambiaría totalmente el panorama actual, ya que no se trataría de aceptar o rechazar el proyecto de la «Failing Newspaper Act», sino de proceder al estudio y preparación de una nueva legislación que no supondría en modo alguno la introducción de excepciones legales a las actuales disposiciones de la legislación antitrust.

Contrariamente a las sesiones celebradas en el mes de julio, en que las fuerzas entre partidarios y adversarios del nuevo proyecto de ley parecían estar más equilibradas, en los debates de agosto han predominado los adversarios al proyecto, al que se ha negado toda eficacia para terminar con los problemas con que se enfrenta la Prensa de los Estados Unidos.

Pero tal vez la negativa más categórica procedió de Fred J. Martin, editor del «Park County News», de Livingston, Montana, que afirmó que la aprobación de la «Failing Newspaper Act» constituiría, sin ningún género de dudas, una clara limitación a la libertad de expresión, mediante la entrega de privilegios exorbitantes a las grandes cadenas de Prensa y a los grupos de concentración más poderosos del país.

El proyecto de ley, en situación difícil.

Como ya quedó claramente puesto de relieve en el curso de los debates del pasado mes de julio, la aprobación del nuevo proyecto de ley entraña graves peligros, ya que la introducción de ciertas excepciones legales a la legislación antitrust vigente en la actualidad podría traducirse en un incremento del poder de absorción de los monopolios de Prensa y en una aceleración del proceso de concentración. Según los especialistas, la aprobación del proyecto determinaría a la larga la asfixia económica y técnica de los periódicos independientes, produciéndose de ese modo un efecto radicalmente contrario al pretendido por la «Failing Newspaper Act», que ha sido presentada como la forma más idónea para impedir, mediante los acuerdos

competencia periodística y establecer un sistema de monopolio en Cleveland. El citado periódico fue adquirido por uno de los Bancos más importantes de Ohio —el «Cleveland Trust Company»— y controlado por éste. Con ello desapareció prácticamente la competencia existente hasta entonces entre el «Cleveland Plain Dealer» y la cadena «Scripps-Howard».

de fusión o de administración conjunta, la quiebra total de los periódicos en crisis.

Parece ser que la única posibilidad de promulgación del nuevo proyecto reside en la introducción de ciertas enmiendas importantes. Por ello, William J. Farson, Vicepresidente de la Corporación de Periódicos Americanos, propuso la aplicación de ciertas medidas preventivas y de control destinadas a evitar posibles infracciones de la legislación antitrust. Y entre estas medidas figura, en primer término, la supervisión previa del Departamento de Justicia y el estudio, también previo, de los acuerdos de fusión o administración conjunta por una Comisión de expertos, de acuerdo con los expedientes y las pruebas documentales presentadas por las publicaciones interesadas en beneficiarse de las citadas excepciones legales.

En otras condiciones, como han puesto de manifiesto la mayoría de las personalidades que han intervenido en los debates, la aprobación de la «Failing Newspaper Act» por el Congreso de los Estados Unidos podría ser considerada como un acto anticonstitucional. De momento, después de las sesiones del mes de agosto, la balanza parece haberse inclinado hacia el lado de los adversarios del proyecto. Los debates se reanudarán en el otoño. Y no cabe descartar la posibilidad de que se introduzcan nuevas argumentaciones que puedan producir un cambio de perspectivas. Sin embargo, parece improbable que, sin la aplicación de las enmiendas de que hablaba William J. Farson, destinadas a asegurar el control y la supervisión de cada caso concreto por el Departamento de Justicia, la «Failing Newspaper Act» pueda ser aprobada.

HÉRBERT MATTHEWS, BAJA EN EL PERIODISMO

HERBERT Matthews, el afamado redactor del "*New York Times*", se ha retirado, al fin, del Periodismo activo. No sabemos lo que han podido perder con esa retirada los lectores de Matthews; sabemos, desde luego, lo no poco que el Periodismo auténtico ha ganado.

Entre las páginas más tristes de la Historia del Periodismo universal, ocupa un lugar primerísimo aquel "amarillismo" norteamericano que, en los últimos años del siglo XIX, tuvo por principales cultivadores a Joseph Pulitzer y William Randolph Hearst, distanciados entre sí por una competencia profesional susceptible de todos los excesos. Bajo el impulso de Pulitzer y Hearst, "su" Periodismo dejó de ser un servicio a la verdad y a la objetividad, para trocarse en una servidumbre a la pasión y al sensacionalismo; con ellos, un extenso sector del Periodismo dejó a un lado la función augusta de informar seriamente, para buscar las sendas del negocio. Era, para los dos, perfectamente lícito lo que pudiera proporcionar un lector o un anuncio. Y ya es sabido que, para atraerse a determinadas y confusas masas de lectores, nada hay mejor que suministrarles los manjares fuertes que reclaman sus paladares, con frecuencia estragados. La pugna entre Pulitzer y Hearst, de espaldas a la honestidad informativa, preparó a la opinión de los Estados Unidos para su inicua guerra contra España. Constituyó el pretexto la voladura del crucero "Maine", en la que a España no alcanzó culpa alguna. De no haber surgido ese pretexto, cualquier otro hubiera sido útil. Mucho antes de que volase el "Maine", William Randolph Hearst había cursado, a uno de sus ilustradores más sensacionalistas, aquel despacho infame que merece un buen puesto en las antologías de la Prensa venal: "*Ocúpese de hacer sus dibujos, que yo me ocuparé de hacer la guerra*".

Heredero del "amarillismo", en el que acaso aprendió sus primeras letras periodísticas y claro está que el arte de atraerse a unos lectores dignos de él, ha sido, a lo largo de su casi medio siglo de vida profesional, el afamado redactor del "*New York Times*" que acaba de retirarse a sus cuarteles de la senilidad. Herbert Matthews asimiló, sin duda, la cínica lección de Pirandello: "Así es, si así os parece". Porque Herbert Matthews, desnaturalizando y traicionando su misión periodística, no se resignó a ser, como efectivo periodista, un fedatario y narrador de Historia, sino que se propuso hacerla por su cuenta. La verdad, para él, no era la que veía, sino la que personalmente se imaginaba. Lo que a él le parecía, cobraba ante sus ojos la certidumbre tangible de lo real. Hombre de alucinaciones cuando miraba y de irres-

pensabilidades cuando escribía, su obra se tiñó siempre de los oscuros tintes del prejuicio.

A cuatro artículos ha confiado, al retirarse, su pirueta final. En ellos ha dejado la huella de una personalidad tan turbia como zigzagueante. Alguien ha calificado esos artículos misericordemente de “canto de cisne”. Mejor pudo calificarlos de “graznido de la agonía del buitre”. En uno de ellos ha volcado su animosidad actual hacia el Fascismo y hacia Mussolini. ¡Bien dura penitencia es la de aquel que quiere que los demás olviden sus pasados errores! Porque Herbert Matthews, corresponsal del “*New York Times*” durante la campaña italiana de Abisinia, fue el turiferario más incondicionalmente entusiasta que pudieron aspirar a tener Mussolini y el Fascismo. La empresa de la Italia fascista en Abisinia durante aquellos días no era, para él, otra cosa que la lucha libertadora de la civilización contra el “degenerado Negus” y contra los “salvajes abisinios”. Así veía por entonces al Fascismo este incongruente y versátil dogmatizador.

Herbert Matthews, atraído por la carroña de la carne muerta, vino después a España para informar, desde los más cómodos sillones de la retaguardia del lado rojo, sobre las peripecias de la guerra civil. La existencia de Matthews en esa retaguardia fue grata, fácilona y sucu-lenta, porque los rojos, no obstante sus penurias, sabían ser excelentes anfitriones con los que mansamente les servían. En nuestra dolorosa tragedia de tres años, Matthews halló materia, además de sus crónicas, para escribir dos libros: “*Two wars and more to come*” (Dos guerras y lo que ha de venir) y “*The yoke and the arrows*” (El yugo y las flechas). Se muestra en ellos, no como expectador, sino como protagonista de “*nuestra terrible y maravillosa guerra civil española*”. Esta expresión —y también el posesivo “*nuestra*”— le pertenece. Lo mismo que esta grave confesión: “*Soy en cierto modo un alma en pena, un fantasma del pasado, un veterano que, a través de las nieblas de veinte años, vuelve a vivir las angustias y las exaltaciones de las batallas*”. Todo para autorreclamar una beligerancia a la que la inmensa mayoría de los beligerantes auténticos renunciaron oportunamente: “*Yo perdí, como perdieron los leales, porque mi corazón y mi alma estaban con ellos*”.

El buitre volvía a ventear la posibilidad de que la guerra —“*la terrible y maravillosa guerra civil española*”, contemplada desde los salones de los más confortables hoteles de la zona roja— se reencendiese otra vez en España. Su espíritu mezquino, fruto de la pasión y del prejuicio, añoraba la tragedia de un pueblo generoso y el espectáculo de una lucha entre hermanos que, en el fondo, le importaban un ardite, los de un bando y los de otro. Incapaz de medir la grandeza ajena por mirarlas a través de su mezquindad propia, fue Herbert Matthews quien, tomando como exclusivo testimonio el de dos inidentificadas “*personalidades republicanas que participaron en el asedio del Alcázar*”, llegó a negar la evidencia de que la epopeya del Alcázar toledano hubiera existido. Un ilustre periodista español: don Manuel Aznar, en

un memorable e irrefutable opúsculo, puso a esa baja infamia el contrapunto que merecía.

Avido de carroña, huroneador de todas las lacerías, el turbio personaje que es Herbert Matthews aún habría de añadir otro florón a su "brillante" historial de periodista mendaz e irresponsable: fue él quien, en Sierra Maestra, tomó contacto con Fidel Castro, para deducir, con su infalible instinto profesional, que el "fidelismo" no era comunista. La impreparada masa de los lectores norteamericanos creyó aquella patraña, en cuya motivación y en cuyas circunstancias no es conveniente hurgar. El hecho es que Herbert Matthews, turiferario un tiempo de Mussolini y del Fascismo, exaltador después de la "maravillosa" guerra civil española, prestó un flaco servicio a su Patria, los Estados Unidos, con su convencimiento —si es que, efectivamente, lo tenía— del "anticomunismo" de Fidel Castro, al que hoy sigue considerando como "*un jefe de la América latina independiente*".

Aun en el caso de que, a través de su dilatada carrera periodística, Herbert Matthews hubiese procedido con una honrada sinceridad, sus continuos errores gigantescos prueban hasta qué punto llegaba su incapacidad para el recto ejercicio de esta noble e importante profesión. Porque, en caso contrario, habría que deducir que Herbert Matthews ha vuelto simplemente la espalda a las razones éticas sin las cuales el Periodismo es una actividad irresponsable. Es posible que por impulsos de un remordimiento lacerante y tardío, Herbert Matthews acaba de abandonar el Periodismo. Ha sido una resolución digna de elogio. Hay motivos para que los periodistas le expresemos —y nos expresemos— una entrañable felicitación. Que implica la esperanza de que Matthews no rectifique este paso, el más sensato, acaso, de su vida.

HASTA LOS "HIPPIES" TIENEN SU PROPIA PRENSA

Esta nueva versión de la bohemia anarquizante y rebelde, surgida hace un año en San Francisco, invade la ciudad con sus procaces y obscenos periódicos

Sus periódicos alcanzan tiradas de centenares de miles de ejemplares, con anuncios de la más abierta obscenidad

LA última versión de Prensa procaz, obscena y llena de aberraciones es la lanzada hace unos meses por los "hippies" de San Francisco. Parece inverosímil, pero cierto, que este tipo de "Prensa" —ante la cual los "play boys" de todas partes podrían ser calificados de ingenuos y cándidos— haya podido llegar a vender 217.000 ejemplares en la gran ciudad del Pacífico. Sólo un propio concepto inmoral de lo que debe ser libertad de Prensa puede dar paso a este tipo de diarios y semanarios —que de todo hacen los "hippies"—, por otra parte muy extendidos en los Estados Unidos. Si allí es posible ver manifestaciones, ante la propia Casa Blanca, de homosexuales de ambos sexos pidiendo "sus derechos", no es de extrañar que una de las revistas de mayor circulación sea "Play Boy" y que se vendan públicamente —aunque un tanto en la trastienda de las tiendas de periódicos— revistas para homosexuales varones.

Pero todo eso ha venido a ser superado por las revistas secretas o subterráneas —aunque pasto de los turistas ansiosos de curiosidades— que hacen lo "hippies" de San Francisco. Han creado éstos toda una nueva industria de "periódicos secretos"; secreto que no significa clandestinidad, sino que vienen a reflejar la vida de esa juventud atrabiliaria, rebelde contra todo concepto social, que acampa en los suburbios de la ciudad, ajena a toda moral, en una forma especial de anarquía inconcebible.

EL DISPARATE, COMO PROPAGANDA

Los "hippies" —superación atroz del gamberrismo, del "beatnick" y de los melenudos— no se limitan a vender entre ellos esa Prensa. Vendedores calificados como "la flor y nata" de los "hippies" invaden San Francisco, y tienen especialmente clientes en el distrito financiero y en los muelles de pescadores. La llamada "generación del amor" ha descubrido que la "gente bien" y los turistas, amén de los pescadores, lo que quieren es especialmente "recuerdos extraños". ¿Y qué mejor que venderles un periódico esotérico plagado de artículos incomprensibles para la gente corriente?

Aunque el número de vendedores, y la tirada —en comparación con las con los periódicos americanos— no son muy grandes, estos periódicos han llegado a ser una importante aportación para el sostenimiento de las "comunidades" de estos singulares gamberros. Bajo el común denominador de "underground Press" —o Prensa subterránea—, se incluyen los superjuveniles semanarios de la llamada "nueva izquierda" (que considera corrompida a la Prensa comercial) y que se extiende por la mayor ciudad de Estados Unidos, como en San Francisco.

Estos semanarios han constituido su propia Agencia de noticias y el "Sindicato de la Prensa secreta". Uno de estos semanarios tiene una venta de 270.000 ejemplares, pero si se incluye la media docena más de periódicos "underground" que se venden en San Francisco, la cifra puede casi multiplicarse por diez.

DIFERENCIAS NOTABLES CON OTROS PERIODICOS

Los periódicos de los "hippies" de San Francisco son notoriamente diferentes de otros periódicos más o menos de suburbio y secretos, como los que editan los barbudos de M. Berkeley. Estos, en fin de cuentas, tienen alguna ideología. Representan un ala izquierda con algo que decir, especialmente artículos promoviendo manifestaciones en pro de la integración racial y contra la guerra del Vietnam. Su periódico, llamado "Berkeley Cope", es también vendido por los "hippies". Aunque en ese periódico lo importante es la protesta contra el Vietnam, animando a los jóvenes a rehuir las levas por todos los medios, se incluyen en él también tremendos gritos de alarma contra la "Sociedad y la Prensa corrompida". Desde que los "hippies" les venden sus periódicos, con el atrevimiento propio de estos nuevos gamberros, la circulación de los periódicos "barb" se ha multiplicado por seis en comparación con la época "pre-hippies" de hace un año. La tirada ahora se ha puesto en 47.000 ejemplares.

EL "REY DE LOS HIPPIES"

El "rey" de la Prensa de los "hippies" es el "Oráculo de San Francisco". Se trata de una revista quincenal que publica cuarenta páginas a todo color y vende setenta mil ejemplares en la ciudad y cien mil en todo el país. En tanto que los periódicos de "hippies" y barbudos publican editoriales de rebeldía y anarquía, el "Oráculo de San Francisco" se especializa en poesía y "mística". Ultimamente incluía una poesía titulada "Diálogo entre astrónomos occidentales y filósofos orientales", con alusiones astrológicas, psíquicas y referentes al "yoga" de los indios. Los dibujos y fotos de arte que publica el "Oráculo" están hechos por no profesionales, son intrincados, arbitrarios, serpentuosos, casi siempre incomprensibles, y es esto precisamente lo que favorece la venta del "Oráculo" entre los turistas. Dirige este periódico quincenal Allen Sochen, de veintisiete años, quien dice que "sus artistas" tienen una visión "del presente y del futuro". Y añade: "La Prensa comercial ha perdido el concepto y la idea de lo que es noticia; las noticias de hoy deben ser un estado mental".

Los anuncios de la "underground press" constituyen ya algo que entra dentro del campo de lo perseguible criminalmente. "Estamos interesados —dicen algunos anuncios— en las relaciones entre hombre y hombre, hombre y naturaleza", cayendo en una defensa casi inconcebible de la sodomía. Algunos de los diarios o semanarios de los "hippies" reproducen grabados del "Oráculo", especialmente algunos dibujos de detallados desnudos de mujer. Así el "Haight-Ashbur y Tribune" ha llegado a vender hasta cincuenta mil ejemplares dos veces al mes. Otros periódicos se hacen eco de la política "liberal" del "Oráculo" sobre relaciones sexuales y anuncios detallados de personas que definen concretamente sus problemas sexuales y buscan sus "asociados". Se ven anuncios tales como "hombre sumiso, de veintiséis años, desea ser "disciplinado" por mujer dominante de unos treinta años o menos"; "Conservador y alegre hombre, desea otro hombre con ancha gama de placeres eróticos"; "Mujer, ardiente en pasión y deseo, busca persona que la satisfaga, con prisa"; "Dos mujeres buscan ardientemente amor verdadero".

Y todo por el estilo. Algo muy parecido a los vicios de la Roma de la decadencia. Inconcebible en una sociedad civilizada. Pero cierto.