

GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA

PUBLICACION EDITADA POR LA DIRECCION GENERAL DE PRENSA



SUMARIO

Periodismo moderno, por Gumersindo Montes Agudo.

PRENSA ESPAÑOLA T E C N I C A

Viejos periodistas de provincias: don Teodoro Llorente y Falcó.—La caricatura ilustrada.

Las cuatro mejores páginas de la Prensa Española.—Introducción al periodismo moderno (continuación).—El teletipógrafo.

PRENSA EXTRANJERA

La información marroquí del «Mercurio francés» en 1612.

LABOR DE LA DIRECCION GENERAL DE PRENSA

La Voz de Castilla.—La Prensa británica en tiempo de guerra (conclusión).

H I S T O R I A

Periódicos que fueron: «El combate».—Nacimiento, vida y azares de la Prensa toledana.

N O T I C I A R I O

Movimiento de personal.

Lea usted quincenalmente

La Estafeta Literaria

Revista de las artes y las letras españolas, editada en offset a color
32 páginas de máxima y trascendente actualidad estética

Precio: 2 pesetas ejemplar

EL ESPAÑOL

SEMENARIO DE LA POLITICA Y EL ESPIRITU

Alberga en sus páginas todos los problemas que interesan a España y a los españoles. - Temas históricos, políticos, de investigación y polémica. - La máxima actualidad internacional destacada en sus 16 páginas a gran formato

Precio: 1,50 pesetas ejemplar

Mensualmente publica

FENIX

TREINTA DIAS QUE VUELVEN A VIVIR

La antología de los mejores trabajos periodísticos españoles, actuales y retrospectivos

128 páginas en octavo

1,50 ptas. ejemplar

FANTASIA

SEMENARIO DE LA INVENCION ESPAÑOLA

Publica en sus 64 páginas en offset negra todas las facetas de la creación literaria española. - Cuento, narración, novela, teatro, poesía y cine. En FANTASIA colaboran todos los escritores españoles.

Precio del ejemplar: 3 ptas.

Dirección de estas publicaciones:

Montesquínza, 2 - MADRID - Teléfono 48740

GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA

Año IV



Madrid 1.º de septiembre de 1945



Núm. 49

PERIODISMO POLITICO

Por GUMERSINDO MONTES AGUDO

ES un hecho indiscutible que la Prensa española actual ha alcanzado un elevado tono de seriedad y responsabilidad merced a una previa dignificación de la profesión periodística. España ha conocido, en estos últimos años, momentos políticos muy difíciles, que han sido sorteados con garbo, sin transigencia servil ni sumisión ideológica a principios exóticos. La Prensa ha actuado dentro de esta línea objetiva, realista e independiente durante el curso de la contienda, porque el periodista español supo desprenderse de filias y de jobias, permaneciendo atento solamente al interés nacional, que exigía de él una entera dedicación a la obra positiva de colaborar en la reconstrucción interna y no entorpecer la neutralidad española con un juego periodístico presuroso, inhábil o tendencioso.

La labor de Prensa, en estos últimos años, no ha sido fácil para el profesional. En circunstancias tan favorables para la información sen-

sacionalista, cuando la guerra de nervios —mantenida desde las Agencias de Prensa y Emisoras extranjeras, de acuerdo con un plan previsto por los Estados Mayores— ofrecía diariamente múltiples ocasiones para lograr la información de primera página, los periodistas españoles mantuvieron una actitud serena, que no excluía la lucha por la noticia, pero limitaba ésta en razón de su origen, probabilidades y consecuencias.

Tiene que ser distinta, forzosamente, la actitud periodística que, en circunstancias excepcionales, adopte el director de una revista, cuyo temario es propicio únicamente a la fantasía literaria, de la que habrá de imponerse a sí mismo el director de un diario o de una revista centrada en el ámbito político. El primero no se sentirá afectado, o en mínima parte, por los acontecimientos; el segundo habrá de estar atento siempre al pulso político de la hora. Y es de observar cómo la política extiende cada vez más su influencia, incluso sobre hechos que aparentemente no tienen relación con ella. En el juego de la propaganda, todas las bazas tienen su valor. Por eso, periodísticamente, tendrá que matizarse toda noticia que pueda hacer la menor referencia a hechos políticos. La guerra —y también la trasguerra— influyen de un modo absoluto en la vida de los pueblos. De cualquier tendencia artística o literaria, de un intercambio científico o de una determinada preferencia cinematográfica pueden derivarse conclusiones políticas, ya que la literatura, la ciencia, el arte e incluso el cine —que me perdonen los que consideran a éste como un arte más— han tomado también campo en la lucha ideológica y económica que el mundo ha sostenido y, por lo que se ve, sigue sosteniendo. No se trata, por tanto, de tamizar únicamente las noticias que se relacionan de un modo directo con la pasada contienda y con la actual lucha diplomática por la paz, sino que es preciso vigilar cualquier reacción de las propagandas extranjeras que puedan poner en peligro nuestra neutralidad en la trasguerra. Asistimos a un difícil momento internacional. Nuestra posición de observadores exige una objetividad rigurosa, porque si un día no quisimos participar en una contienda cuyos móviles nos eran ajenos, hoy no quere-

mos tampoco ser un factor de perturbación en los trabajos preparatorios de un orden mundial pacífico y estable.

Las relaciones internacionales deben obedecer a consideraciones realistas, a intereses fundamentales y estables. Para lograr un amplio y fecundo sistema de colaboración entre los distintos países, será necesario eliminar todos los motivos de desavenencia y destacar los vínculos culturales, históricos, económicos y geográficos, que faciliten dichas relaciones. En esta doble función participa nuestra Prensa, la cual ha tenido ocasión, recientemente, de acreditar este realismo político en el aspecto periodístico. En Inglaterra y Francia se han celebrado elecciones: un ambiente de pasión política las ha rodeado, y sus consecuencias han sido —y aun lo serán mucho más— determinantes de cambios gubernamentales de gran trascendencia. Pues bien: la Prensa española ha informado objetivamente de las campañas electorales, de los resultados obtenidos en los escrutinios y de sus derivaciones. Con esta actitud, nuestra Prensa ha dado un ejemplo más de cómo en España seguimos atentos la vibración política del mundo, pero no olvidamos el respeto que merecen todas las ideologías y sus hombres representativos.

Por lo que respecta a la política nacional, esta consideración realista es igualmente imprescindible. Creemos perfectamente compatibles la seriedad y el donaire, la gracia y la gravedad, el desenfado y la responsabilidad. Hacer posibles todas estas actitudes periodísticas sin caer en la frivolidad, pero tampoco en la limitación a una apasionada defensa de todo lo que el desarrollo político nacional nos ofrezca, es decir, en la práctica de una función orientadora, positiva, dentro del aspecto informativo, y de una exigencia crítica solvente en el trazado de editoriales y colaboraciones residirá la actitud justa que el momento político actual impone al periodismo español que tiene a su cargo un diario o revista de contenido político. Es preciso que el hombre que sirve a la opinión pública, haciéndola llegar el reflejo diario de la actualidad, esté pendiente de la gestión de las autoridades, del esfuerzo gubernamental, no para prodigar continuas alabanzas, sino para acertar la diana de la ne-

cesidad urgente, de la iniciativa justa, del recuerdo oportuno. En España ya no es posible contemplar a ese periodista al que Azorín veía encaramado al chirrión de los políticos. La profesión se ha dignificado, y, de acuerdo con esta elevación moral y material, el periodista español acredita conocimiento del oficio y agilidad literaria, pero también vocación política y entusiasmo por su misión nacional concreta. No es fácil hacer coincidir, en momentos de tensión como los que vivimos, el vértigo del reportaje y el sosiego del artículo doctrinal. Sin embargo, en la Prensa política española se ha logrado. El periodismo nacional ha ganado en soltura profesional y en solvencia política. Así ha sido posible la creación y arraigo, en la conciencia popular, de publicaciones que desarrollan la fórmula periodística perfecta, consistente en la integración del interés informativo, presentación atrayente, corrección dialéctica y realismo político.





VIEJOS PERIODISTAS DE PROVINCIAS

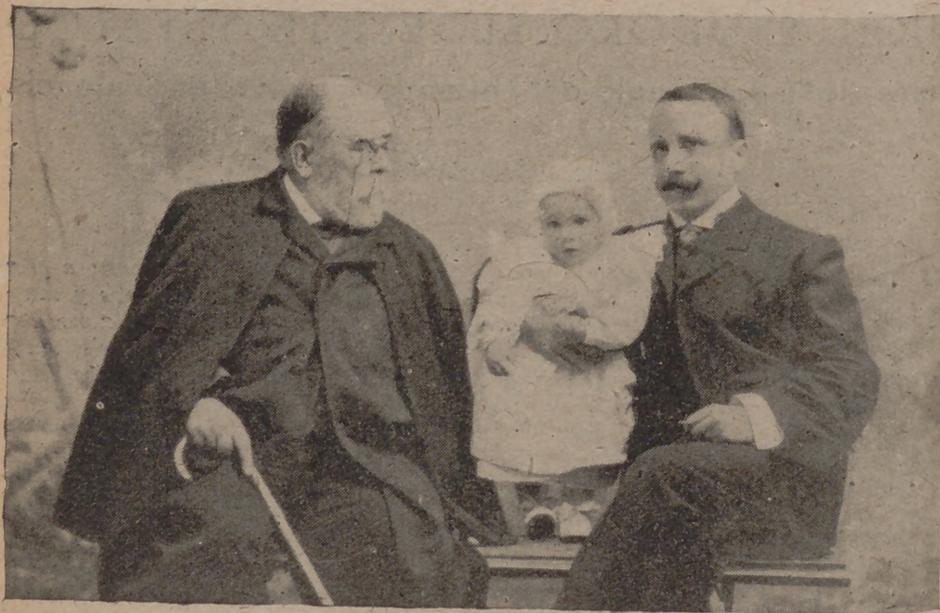
DON TEODORO LLORENTE Y FALCO

Más de medio siglo de periodismo activo en Valencia

Por JESUS VASALLO

Es el periodismo una profesión que temple a los hombres y viene como a prolongarles la vida, esa vida que suele consumirse, entregada a duros y constantes quehaceres, en las Redacciones. Son numerosos los ejemplos de ancianos periodistas que han quemado su larga existencia entre las cuatro paredes —a veces sucias y malolientes— de un periódico provinciano, y que llegan a la vejez rebosando vitalidad, en una cumbre de sazón, que hace mover sus plumas con mayor soltura que nunca. Tal es el caso de don Teodoro Llorente y Falco, el decano de los periodistas valencianos. No empecen sus setenta y seis años de luchas y de trabajos en el periódico de su padre, Las Provincias, cuya dirección desempeña desde hace más de cuarenta y cinco, para que desarrolle día por día una labor copiosa y agotadora. Al lado del ilustre poeta valenciano Llorente y Olivares aprendió don Teodoro a conocer el periodismo activo y a correr por sus cauces a toda marcha, como si viajase en un tren del que no fuese posible apearse hasta la estación de término, que aquí es la muerte. Atrás quedó la carrera de Derecho, con todas las ilusiones familiares depositadas en ella. Pero eso no era lo importante, pues si bien es cierto que, mientras no se demuestre lo contrario, todo español es abogado, no lo es menos, que no todo español —y en buena hora— puede ser periodista. Era difícil entonces la profesión. Se vivía en los tiempos de la credencial, el volant de gos. Don Teodoro Llorente, entregado de lleno a su tarea vocacional, observa una línea recta desde el día en que estrenó la primera cuartilla, hasta hoy, cuando las que ha llenado con los productos de su numen, son ciertamente incontables. Renuncia a todo cargo político o público, tanto de popular elección como remunerado por el Estado. Don Teodoro —como familiarmente le llamamos los periodistas valencianos— rinde culto a un claro sentido del honor y la independencia; posee la libertad necesaria para sus campañas y para la exposición de sus ideas, en época en que tan fácil resulta venderse al mejor postor. Por contraste, acepta aquellas distinciones y prebendas que suponen un servicio a los intereses artísticos y culturales de su ciudad. Figura en todas las sociedades y organizaciones de este tipo, y ha sido y es

nada menos que ex decano del Centro de Cultura valenciana, presidente de la Real Academia de Bellas Artes de San Carlos, presidente del Patronato del Museo de Bellas Artes, presidente de la Junta Provincial de Monumentos, cronista de la provincia, Comendador de número de la Orden de Alfonso X el Sabio, miembro de la Junta de la Cofradía de Nuestra Señora de los Desamparados, vocal de la Junta Provincial de Espectáculos, académico correspondiente de la Real de San Fernando, académico correspondiente de la Real de la Historia y de la de Buenas Letras de Barcelona. Tales son los cargos, servidos con notable espíritu y buen acierto,



Curiosa fotografía hecha en 1907, en la que se hallan el fundador de «Las Provincias» el poeta e historiador don Teodoro Llorente y Olivares; su hijo don Teodoro Llorente y Falcó, actual director de dicho diario, y su nieto don Teodoro Llorente Monteón, también periodista, asesinado por los rojos

que le acreditan como ciudadano ejemplar, alejado de las complicaciones políticas en una población que las ha tenido, muchas y buenas.

Todos los días pasa don Teodoro bastantes horas en la Redacción de Las Provincias, el periódico que, manteniendo un criterio suyo particular y respetable, que él mismo expone más abajo, ha conservado siempre, a través de las variaciones de los tiempos, con la misma fisonomía. La nota local, la gacetilla con salsa, la evocación de cosas de hace medio siglo, todo encuentra cabida en las páginas del diario, y todo lo sigue cultivando, con la fluidez y la intensidad de su mocedad, este director de setenta y seis años, que conoce a la perfección las múltiples secciones del periodismo. La fecundidad de don Teodoro Llorente es prodigiosa. Hay día en

que él solo, a pulso —como decimos nosotros—, se llena dos buenas páginas, poniendo la nota sentimental o el chispazo humorístico justamente donde hacen falta. Y el número de sus seudónimos es infinito. Los más asiduos son: Mateo, Marcial, Aradiel, Jordi de Fenollar, Víctor Sánchez, Juan de Antaño, Valentino, Zeta, Lucio y El curioso lector. Todo esto combinado con sus colaboraciones en la Prensa nacional, y, hace años, con la dirección de la gran revista Valencia y con la publicación de varios libros, cuyo día le verá quien leyere más adelante. Entre ellos, quiero destacar el hecho de que Las memorias de un setentón y De mi Valencia de otros tiempos, constituyen la pequeña historia de Valencia, el anecdotario de una ciudad, y son el anticipo de la gran Historia que el señor Llorente tiene ya entregada a una editorial. Nadie más capacitado que él para llevarla a cabo. En su periódico, en sus crónicas y en su memoria, está la historia auténtica de Valencia.

Hijo de un eximio poeta y periodista, don Teodoro Llorente y Falcó educó a su único hijo en los avatares profesionales; pero la revolución marxista se lo arrebató, y así se truncará en Las Provincias el apellido que tanto ha trabajado por él. Precisamente en esta tarea permanente, impetuosa, a que don Teodoro se entrega sin descanso, encuentra olvido y consuelo para el dolor de su corazón de padre y de periodista. Le vemos mucho en la calle, en los teatros, y no falta a ningún acto oficial o profesional. Con su ancho bigote cano y sus gafas oscuras, es una institución local, pues que en él permanece la vida toda de Valencia en estos últimos cincuenta años. Por eso, y porque constituyó un vivo ejemplo para cuantos amamos y servimos entrañablemente al periodismo, le saludamos a diario con devoción.

—¿Ha trabajado alguna vez en Madrid?

—No fui a ejercer el periodismo en Madrid, porque no sentí necesidad de ello ni abrigué jamás esa aspiración. Hijo de periodista insigne, fundador de "Las Provincias" y director del mismo durante treinta y cinco años, a su lado, periodísticamente, me educué. Comencé a frecuentar la redacción en los últimos años de mi carrera de Derecho. Aun en vida de mi padre, cuando apenas si había cumplido los treinta años, me encargué de la dirección del periódico. ¿Qué más podía apetecer? Además, a "Las Provincias" me ligaba toda la vida periodística de mi padre, una labor personalísima, en la que había puesto toda su alma.

—¿Se ha destacado en la ciudad o en la provincia por algún tipo de trabajo periodístico especial?

—Yo pasé por todas las secciones del

periódico. Comencé haciendo "Sucesos" y terminé encargándome del artículo editorial, pero sin dejar de escribir en todas las secciones. Mi padre, como fondo, había introducido una sección que se titulaba "Asuntos del día", en la que se comentaban todas las notas salientes políticas, tanto nacionales como extranjeras, sección que tuvo gran resonancia y que yo la seguí durante muchos años. La nota histórica regional cultivéla con especial predilección y en ella tuve éxitos. Firmaba estos artículos con el seudónimo de "Juan de Antaño" en los primeros tiempos y "Jordi de Fenollar" con posterioridad. Una campaña en defensa de la personalidad valenciana me valió una felicitación muy efusiva del Ayuntamiento, en sesión pública. Esto me obligó a coleccionar en dos volúmenes parte de aquellos artículos, los cuales se agotaron rápidamente. La nota valenciana fué siempre la que cultivé con más cuidado.

—¿Alguna de sus campañas o alguno de sus artículos ha tenido resonancia nacional o internacional?

—Mi padre había logrado que "Las Provincias" gozase de gran autoridad política, aun cuando procuró siempre, dentro de las ideas derechistas templadas,



Don Teodoro Llorente Falcó a los cincuenta años

conservar la más completa independencia, sin sumisión a ningún partido, pero siempre dentro de la Monarquía. La caída del primer Ministerio de la Restauración, presidido por don Antonio Cánovas, fué debida a un artículo de mi padre, cuya inspiración se atribuyó a don Francisco Silvela. En dicho artículo decía que ya había llegado el momento, después de cinco años de gobierno, de

que el partido conservador dejara paso al liberal. Yo me precie de haber sido el iniciador, con un artículo, que estaba en La Habana, petición que hice al término de nuestras desastrosas guerras coloniales, y que fué acogida por "A B C" y después por toda la Prensa española. Durante el período republicano, con el seudónimo de "Aradiel", escribía yo diariamente, con el título genérico de "A salto de mata", un artículo de crítica muy acentuada, algunas veces mordaz, contra el Gobierno de los hombres de la República. Esto me valió la suspensión de "Las Provincias", y al alzarse el castigo, la prohibición de la sección y de aquella firma.

—¿Ha dirigido algún otro periódico de su localidad? ¿Cuáles fueron y cuándo?

—Ninguno. Revistas, sí.

—¿Cuál es su personal versión de las distintas épocas del periodismo en su provincia?

—En Valencia, el periodismo tuvo siempre gran importancia y marchó a la cabeza de toda España, a excepción de Madrid. El valenciano, con su periódico local, se daba por satisfecho. En mi tiempo se publicaban cuatro matutinos y dos vespertinos. Los matutinos, excepto "Las Provincias", dedicaban todas sus preferencias a la política; los de la tarde eran independientes y cultivaban el reporterismo menudo, entonces muy del gusto del público.

—¿Ha sido corresponsal en provincias de algún periódico de Madrid?

—De Madrid, no; de Barcelona, del "Diario de Barcelona", siendo aún director Mañé y Flaquer, y de "La Vanguardia" más de veinticinco años.

—¿Ha colaborado en algún periódico madrileño o extranjero?

—En "La Epoca", y muy especial-

mente en "A B C", con trabajos de actualidad, literariamente escritos.

—¿Cuál es su opinión sobre el periodismo de hoy?

—Creo que ha cumplido con su deber en las difíciles circunstancias porque ha atravesado la nación, después de la gran catástrofe que produjeron la República y la revolución marxista. La labor realizada por la Dirección General de Prensa es merecedora del todo encomio, porque ha conseguido dar a la profesión una honorabilidad que antes faltaba en muchos casos y se ha esforzado por elevar el nivel del periodista.

—¿Qué le parece el periodista de última hora?

—Peca de excesivamente "editorialista". Yo soy de opinión de que, en la mayoría de los casos, el periodista, como el poeta, nace, no se hace. Necesítase una vocación muy decidida para ejercer esta profesión, que tiene muchas amarguras; hay que soportar grandes sacrificios y sufrir no pocas decepciones.

—¿Qué opina usted de la técnica periodística, titulación, presentación de las páginas, en relación con las de otros tiempos?

—No negaré que en esto la Dirección de Prensa ha desarrollado una buena labor, inspirándose siempre en el laudable deseo de mejorar la presentación de los periódicos, algunos de los cuales estaban muy abandonados. Sin embargo, yo creo que debe evitarse el uniformismo, que puede llegar hasta el punto de que todos los periódicos parezcan hechos por la misma mano. Muchos de los periódicos antiguos tienen su historia, su fisonomía local y esto debe respetarse. Nadie mejor que los directores de los periódicos para mejorar sus publicaciones, adaptando las novedades del día.

—¿Ha conocido en su interioridad algún periódico de Madrid o del Extranjero?

—No.

—¿Hizo viajes periodísticos por el Extranjero y crónicas de viaje?

—Por Francia.

—¿Qué libros ha publicado dentro y al margen del periodismo: novela, teatro, etc.?

—De los primeros: "Ráfagas del tiempo" (escenas e impresiones de la masada); "Cuentos maravillosos", dedicado a los niños; "Más cuentos maravillosos", con el mismo destino; "Mistral-Llorente"; "Eduardo Escalante", estudio de la personalidad literaria de este sainetero valenciano; "Miniaturas", impresiones literarias; "Epistolario Llorente", del cual van publicados tres volúmenes y faltan dos, el primero de los cuales saldrá



Don Teodoro Llorente en la actualidad

próximamente, y que contiene un copioso epistolario de mi padre, con nutridas notas mías. Libros de recopilación de artículos: "En defensa de la personalidad valenciana", dos volúmenes; "De mi Valencia de otros tiempos"; "Memorias de un setentón", cuatro volúmenes, y aún continúa. Tengo entregada a la Editorial "Plus Ultra", obra hecha por encargo de esta Editorial, y en colaboración con don Salvador Carreres, una "Historia de la ciudad de Valencia", la cual la formarán dos gruesos volúmenes, a

todo lujo hecha y profusamente ilustrada, y cuya obra forma parte de otras sobre Madrid, Barcelona y Sevilla.

Finalmente, desde 1880, publica "Las Provincias" un almanaque, que de esto no tiene más que el nombre, y que refleja la vida valenciana de todos los órdenes e inserta gran número de artículos literarios e históricos. Es publicación muy acreditada, sin la cual no podrá escribirse de temas valencianos. La colección de estos almanaques se vende, cuando logra alcanzarse, a elevado precio.



LA CARICATURA ILUSTRADORA

Por LUIS LOPEZ-MOTOS

CON claras razones, todos los traductores del humorismo, de la caricatura, mejor dicho, coinciden en situar en el grado de valoración infima, dentro del cuadro de toda clasificación posible, a la caricatura denominada de «diálogo», en la que la parte gráfica se subordina manifiestamente al pie textual, al que apenas sirve de ayuda expresiva, muchas veces ideológicamente innecesaria. No obstante representar la manifestación más pobre del arte caricatural, la caricatura de diálogo goza actualmente de una tan cálida simpatía y aceptación general de la gente, que periodísticamente, que es como decir popularmente, alcanzó importancia singular, y no es posible desplazarla del preeminente puesto que ocupó en las publicaciones periodísticas en los comienzos del pasado siglo, en beneficio de una más genuina, madura y depurada creación caricaturesca.

La vulgar caricatura de diálogo entraña hoy la paradoja de que siendo irremplazable para el lector, que la aplaude siempre, esto es, siendo eminentemente periodística, resulta lo contrario en cuanto a su falta de síntesis, ya que bastaría destacar con determinada tipografía su «pie» o leyenda para suprimir en la página la parte gráfica, sin menoscabo de la claridad y comprensión de la idea humorística que se exprese. Es por ello por lo que la caricatura de diálogo ha de apreciarse y enjuiciarse más justamente que como auténtica caricatura —idea humorística expresada exclusivamente con elementos gráficos, la podríamos definir—, como ente gráfico de puro carácter ilustrador. A esta clase de caricatura debió, en verdad, referirse Adolphe Brisson cuando aseveró que el caricaturista se dirige más bien a los ojos que al espíritu. Su delimitación frontera con el co-

mentario literario que la acompaña es tan ostensible, que su técnica y factura, modo de obrar óptica y estéticamente, se hacen idé-



nticos a los de las estampas ilustradoras de narraciones, cuentos y novelas del género humorístico. Es este aspecto específicamente plástico, y no ideológico, donde adquiere verdadera importancia artística y publicitariamente la caricatura ilustradora, y ha de resultar interesante su estudio, pues según se muestre graciosamente bella, amañada o desaliñada, pulcra y justa, agradable o desagradable a la impresión óptica, imprimirá estos caracteres a la fisonomía de la página impresa, que tal vez nos decidamos a leer o no si nos atraen o repelen, respectivamente, los dibujos satíricos que tan directa y rá-

pidamente nos impresionan. Así se ha dicho que toda ilustración, además de las difíciles cualidades de fidelidad interpretativa del texto, y que comprobaremos al final de la lectura, requiere la condición indispensable de anticiparnos una sensación de simpatía como invitación a la comprensión del texto. La ilustración, en fin, debe predisponernos favorablemente a la lectura. Y aun se puede formular la máxima exigencia solicitando del dibujante satírico una armonía entre la técnica o factura de su obra con el tono literario, ya sea éste satírico, levemente humorístico, cómicamente desorbitado, etc., etcétera, del trabajo ilustrado. Sólo.



pues, con ejercitado dominio de variedad de estilos puede el dibujante realizar con acierto, el difícil y culto oficio de ilustrador, función tan importante ya en el periódico diario, cada vez más cuidadoso de su tipografía y grata fisonomía plástica, como en las modernas revistas, de estudiada presentación, donde las fatales interpretaciones del llamado «puntillismo» y «mañañismo» y del «impresionismo», balbucientes muestras del dibujo periodístico, que malhadadamente perduraron, ofreciéndose hasta



nuestros días, no seguirán por decoro artístico, encontrando acomodo publicitario. Si de la caricatura, de la que erróneamente se ha dicho que en el fin de su rápida evolución se halla «gastada», puede afirmarse, por el contrario, que aun no se ha hallado su dogmática, porque todavía no encontró feliz plasmación en obras con jerarquía de modelos, en un sentido si logró una orientación de indiscutible superación y perfeccionamiento, y esta ruta es el cultivo de la línea firme, limpia, precisa. En su desarrollo, dejó atrás el dibujo su paso vacilante y dubitativo trazo. La hojarasca lineal, encubridora de impotencias expresivas y defectuosas concepciones normales, cesó de engañar con sus falsas minuciosidades a los más experimentados ojos del lector de hoy, admirador de la difícil ejecución sintética, donde las líneas superfluas se suprimen o dejan de subvertir los valores estéticos, mostrándose al descubierto como complementarias y subordinadas del trazo principal.

Las tendencias más opuestas, las escuelas originariamente más lejanas, acabaron por coincidir, hermanándose en el culto a la línea; se ligaron en el supremo ideal de la simplificación. Por caminos dis-

tintos, que les marca su personalidad, los alemanes, los ingleses, los franceses y los norteamericanos, que obedecen a conceptos técnicos determinados e inconfundibles, y



aun Italia, Portugal, España y la América latina, variantes de aquellas cuatro escuelas fundamentales, ahondan cada vez más en el gran secreto expresivo de la línea escueta, encontrando matices elocuentes, que parecían patrimonio exclusivo del Japón, país revolucionador del actual arte lineal. Fué el

genial dibujante Hokussai quien, en utópico afán de síntesis, soñaba resumir con una línea o un punto todas las actitudes y todos los gestos de los seres vivientes. Primero. los alemanes —Graef, Heine...—, el sueco Blix, el inglés Bateman y, más tarde, los franceses —Daumier...—. iniciaron en Europa la purificación del rasgo caricatural.

También como el modo de ver, el humor varía con el tiempo. De ahí el efecto festivo que nos producen muchas esculturas románicas que en su día incitaban a sentir dolor o éxtasis de amor. Del ingenuo humor «activo» que utilizaba el dinámico, y generalmente peligroso, suceso material para provocar la hilaridad, se pasó al chiste de situación, en donde la actitud comprometida del personaje curtía de regocijo, y de éste al chiste ideal-psicológico, hasta hacer decir a los críticos que sólo el dibujo satírico que hace pensar puede llamarse con propiedad caricatura, cosa que, en verdad, no ha de preocupar en su labor a los humoristas ilustradores.

La caricatura, propiamente dicha, no constituye un arte compilador de cuantos dibujos tiendan a suscitar nuestra hilaridad. Ella no

representa sino a una clase, a una rama de los dibujos satíricos. El humorismo a barca orientaciones perfectamente separables, y se hace, según Bernardo G. Barros, susceptible a la clasificación en cuatro modos expresivos: la caricatura, la parodia, la fantasía y la

En la parodia ha obrado contrariamente, tomando de la vida misma sus motivos jocosos, a los que sólo imprime la variante leve que le dicta su visión personal, y no otro es el caso del ilustrador ante la narración humorística que ha de interpretar. Sin inventiva ni



sátira. Si, a veces, los cuatro términos aparecen más o menos confundidos, un simple estudio de los vocablos puede descubrirnos las peculiaridades o características de cada uno de ellos, y será en la parodia donde emplacemos la labor del caricaturista ilustrador, que no precisará crear, sino interpretar, cómo habría de hacerlo para cultivar la caricatura, la fantasía y la sátira. En la fantasía, por ejemplo, encontramos un factor esencial: la imaginación. Todo ha sido ideado por el artista: episodio, protagonistas, ambiente, etc. El dibujante no se inspira copiando algo sucedido; no ha imitado lo ridículo de un modelo, sino que la ha creado.

originalidad, la caricatura de diálogo cumple su cometido de simple auxiliar del humorista, que, asimismo, le basta con la simple observación para encontrar tema a sus obras. Estos artistas sabrán o intuirán la respuesta a la pregunta formulada a un filósofo francés, de «cuándo se presta el hombre al ridículo», para cogerle *in fraganti* en *tapsus* risible.

—Pues, sobre todo —explicó—, cuando le falta lo natural.

Y en efecto, porque debemos recordar la afirmación de que lo cómico no existe en la Naturaleza. Sólo cuando el hombre se aleja de ella se halla expuesto a ser motivo de risa. Si la norma ideal del ilustrador es el examen, y hasta la pa-

ciencia, la fórmula mágicamente creadora del caricaturista puede ser aquel consejo de Goethe: «...sin hacer esfuerzo alguno por olvidar la locura», y así, ha habido caricaturista que ironice a la propia Naturaleza por haber dotado a los gatos de rabo, apéndice inútil para todo lo que no sea su propio martirio y el temor nuestro a pisarlo.

Excepcionalmente, en su adaptación periodística, la caricatura ilustradora adquiere rango creador. Así ocurre, por ejemplo, en las cabeceras de las secciones amenas, donde el dibujante persigue, casi siempre, simbolismos y representaciones alegóricas, jugando la fantasía creadora del artista, que «ha-

ce hablar» al dibujo como en la pura invención humorística de la caricatura auténtica. En descrédito de la caricatura de «diálogo» ña escrito un humorista: «Es la hija más tonta del Humorismo, que anda siempre por ahí coqueteando con el niño cursi Ridículo, con el detonante Contraste, el desconcertante Absurdo y el atrevido Disparate, sus amigotes alegres y bulangueros. Pero es el decidor y chispeante Chiste quien más frecuentemente le acompaña, pres-tándole con sus frases de ingenio la gracia que ella no tiene. El Chiste realza los encantos de la Caricatura de diálogo con agudos piropos, y, enamorado de ella, está siempre, rendido, a sus pies.»



La información marroquí del «Mercurio Francés» en 1612

Por TOMAS GARCIA FIGUERAS

UNA interesante nota de César Lago sobre la información marroquí de la Gaceta de Francia en 1631, aparecida en el número de abril de la GACETA DE PRENSA ESPAÑOLA, ha recogido con precisión el hecho de que la información sobre Marruecos estaba lograda en aquella fecha a través de sus correspondientes con una precisión y hasta una rapidez que, habida cuenta las circunstancias en que se desenvolvían, permiten afirmar que los correspondientes extranjeros realizaban entonces una labor que no desmerecía en nada ante la que hoy realizan.

Confirmando este mismo juicio, diremos que el Tomo III del Mercurio Francés (París, 1617), que con la Gaceta de Francia seguían de cerca los acontecimientos marroquíes, recoge las de los años 1612 a 1615. En esta información hay, además, otro aspecto interesante, y es la atención que ya se prestaba, a propósito de fundamentar debidamente las informaciones a los escasos libros que en aquella fecha se habían publicado sobre Marruecos. Así, por ejemplo, al hablar de "las guerras continuas

en que están los Cherifes, reyes de Fez y de Marruecos desde el año 1508, en el que ellos comienzan a echar los primeros fundamentos de su Imperio", se hace un resumen sobre los sucesos desarrollados en ese período de más de un siglo, y para ello se sigue (aunque sin citarlo) el libro de Diego de Torres, Relación de los sucesos y origen de los Cherifes (1586). Cuando llega a los sucesos más inmediatos, y especialmente a la revuelta de Abu Mahalli (el santón de Sijilmessa —Tafilete—, Muley Ahmed ben Abdallah, conocido por Abu Mahalli, levantado en armas contra el Sultán), toma los datos de la obra del traficante holandés Van Lippelvo, Historia de Abu Mahalli, aparecida en la misma fecha en que se escribe la crónica.

Por lo demás, la referencia de los hechos es bastante acertada, y aunque existen, a veces, pequeñas confusiones de nombres de personajes o deformaciones de nombres marroquíes, ambas circunstancias nada tienen de extraño. La primera, teniendo en cuenta el estado anárquico del país, las luchas entre los miembros mismos de las dinastías y la

semejanza de nombres (así sucede, por ejemplo, en este caso, al confundir al Cherif Muley Abdallah, hijo de Muley Ech-Chej, con Muley Ahmed ben Abdallah, santón rebelde al Sultán, levantado en 1612 contra el Sultán Muley Zidan), y, por otra parte, el hecho de que en Marruecos el comerciante o el agente que recoge sobre el terreno los datos, unos por impresión directa y otros por referencia, nada tiene de extraño que forme algún nombre de pronunciación no usual para él. Pero ello sucede igual para los corresponsales de nuestros días.

Pero lo que resulta indudable es la buena información marroquí de aquellos periódicos y la necesidad de recurrir a sus noticias, como fuentes de información histórica, para escribir sobre un país tan agitado y tan complejo en su vida como es el Marruecos de aquella época. En tal concepto, y dada la dificultad de consultar hoy las colecciones de la Gaceta de Francia y del Mercurio Francés, sería de positiva utilidad una aportación adecuada de las referencias a aspectos diversos de la vida de Marruecos contenidas en esas colecciones.



PERIODICOS QUE FUERON

EL COMBATE

órgano de la demagogia republicana, vencedor de la «Partida de la Porra»

Por EDUARDO COMIN COLOMER

HAY un periódico en la Historia de España, turbulento, de pasiones exacerbadas, en el que abundan las alusiones y referencias a cierta publicación que, iniciada con propósitos políticos perfectamente definidos, degeneró al poco tiempo en libelo, más que por obra de sus redactores, por la ambición pasional de quien, siendo oficialmente propietario, figuraba también como director, prevalido de su calidad de diputado.

Este periódico no es otro que «El Combate»; y su director-propietario, aquel representante en Cortes, de origen jerezano, sombrío y violento, que también alcanzó popularidad extraordinaria, aunque fuera trágica, con ocasión del asesinato del general Prim; este hombre, del que algunos han dicho que «su conciencia debía ser como su rostro» (era picado por la viruela negra), se llamó José Paúl y Angulo.

Claro que necesitamos precisar, antes de continuar nuestra narración, que en

la vida de «El Combate» existen dos épocas, diferenciadas más por las personas que por los fines, ya que semejante periódico, desde su primer número hasta el que finalizó la «segunda etapa», no recató que sus objetivos perseguían, en exclusiva, la implantación de la República; e indudablemente que, dentro de ésta, «la federal» hay que suponerla como forma más del agrado de los inspiradores.

Paúl y Angulo, que intervino con Benot, Figueras, Mellado y Orense en «La Igualdad», dirigió, según hemos dicho, «El Combate». Pero lo hizo en el primer tiempo, ya que después, en 1872, fué Francisco Rispa y Perpiñá quien, haciéndose eco de los deseos manifestados por figuras significadas en el campo de los republicanos más exaltados, resucitó la publicación con un pensamiento que jamás recató. Porque, como propalara por doquier, «su misión capital de incapacitar la vida real de la dinastía de Saboya, obligando a Don

Amadeo, su caballeroso representante, a que abdicara», la pudo cumplir a satisfacción.

* * *

La prehistoria de «El Combate» la encontramos fácilmente en dos publicaciones del mismo tipo: una, «La Democracia Republicana», que dirigía Francisco Córdova y López, y redactaban, entre otros, Rodríguez Solís, Romero Quiñones, Herrero, Spínola y Rispa y Perpiñá; y la otra, «El Huracán», en el que intervinieron Córdova y Rispa como elementos principales.

Desaparecido «El Huracán», surgió a los pocos meses (noviembre de 1870) «El Combate», con arreglo a la siguiente plantilla:

Director, José Paúl y Angulo. Redactores: Ramón Cala, José Guisasola, Francisco Córdova y López, Francisco Rispa y Perpiñá, Federico Carlos Beltrán y Luis Pierrad. En funciones de administrador figuraba Ignacio Sastre. Poquísimos números iban publicados cuando hubo un «reajuste» entre los que formaban el cuerpo de Redacción. Salió Pierrad, y, en cambio, llegó el «refuerzo» de Enrique Rodríguez Solís y de Francisco Flores García.

A todos los efectos se consideraba a Paúl y Angulo verdadero y único propietario del periódico; pero Rispa ha llegado a afirmar que lo eran todos los que lo fundaron, limitándonos, por nuestra parte, a consignar el hecho como dato histórico.

Las primitivas oficinas estaban instaladas en la plaza de los Mostenses, número 24 (luego, 17), piso principal, donde pasaron, en el mes de diciembre, a Relatores, 13.

Como periódico propiamente dicho, no ofrece novedad de ninguna clase. Su confección era la «clásica» de aquellos tiempos, y solamente puede distinguirse

por la virulencia de sus campañas contra los Poderes públicos, cosa que a nadie podía extrañar, ya que sus fundamentos eran «combatir y decir verdades a los altos poderes del Estado». Huelga añadir que la demagogia tuvo en sus columnas el portavoz más entusiasta y avanzado.

* * *

Actuaba entonces intensamente la famosa «Partida de la Porra», cuya invención se achaca a Prim y Sagasta, así como el caudillaje a Felipe Ducazcal, y sobre esto creemos de necesidad insistir, no porque afecte muy directamente a las cuestiones periodísticas, sino porque aclaramos de paso que «Pepe» Paúl (como gustaba que le llamasen sus íntimos) no fué siempre audacia y temeridad.

«El Combate» adquirió regular publicidad, en sus primeros pasos, con una campaña extraordinariamente dura contra la «Partida de la Porra». A tanto llegó su virulencia, que Paúl y Ducazcal se batieron, recibiendo éste un tiro en la sien que estuvo a punto de originarle la muerte.

Mas lo chocante del caso es que el director oficial —decimos esto, ya que el verdadero director del periódico era Rispa y Perpiñá— tuvo muchos momentos de dudas y temores, y aunque en los pasillos del Congreso se decía autor de los ataques a los grupos «porristas», sintió vacilar su ánimo al comprobar que, pese a los dicerios y anatemas lanzados desde los editoriales de «El Combate», la organización de Ducazcal crecía en número y en violencias.

Guardando fidelidad a la referencia histórica, habremos de indicar que fué este periódico el que logró la extinción de las bandas que imperaban sobre Madrid con el apoyo del Poder público. Y, por cierto, que ese último artículo,

salido, como los anteriores, de la pluma de Rispa, costó a éste una verdadera riña con Paúl, que se negaba a autorizar la inserción.

Sin embargo, cuando al siguiente día el diputado de Jerez recibía calurosas felicitaciones de los «correligionarios», adjudicándose la paternidad del suelto trataba de conseguir una nueva conquista en su carrera política, que constituía en él una terrible obsesión.

Pero hay cosas, por debajo de los hechos oficiales, que explican otras aparecidas como inexplicables. Una de éstas, dentro del caso concreto presente, es la poca importancia que dió a Paúl y Angulo, como revolucionario, el general Prim. Anécdota o como quiera llamarsele, vamos a citarla insistiendo en que el director de «El Combate» gustaba siempre de presentarse como autor de lo que sin firma iba en el periódico —que, para evitar complicaciones, solía ser casi todo—, tratando de granjearse simpatías en todos los campos por su extraordinaria visión política o por la valentía de sus campañas.

Se imprimía «El Combate» en la imprenta de Rojas, donde también se tiraba «La Iberia», de don Práxedes Mateo Sagasta; y se daba la coincidencia de que el impresor formaba parte de la tertulia nocturna del general Prim, al que llevaba los propios originales de «El Combate», para que pudiera leerlos con cierta comodidad y se previniera ante cualquier campaña. Por eso mismo, don Juan Prim se burlaba de Paúl y Angulo; le constaban sus instintos, mas no le creía capaz de nada, porque, conociendo perfectamente su letra, como la de Rispa y las de Cala y Córdova, sabía a qué atenerse sobre los autores reales de los más sensacionales artículos del libelo republicánista.

Vemos, por consiguiente, que el personaje más importante del periódico era Francisco Rispa y Perpiñá, que celaba

cuidadosamente de la confección. Ni en su formato, ni en la disposición de su contenido, tiene «El Combate» nada de notable. De sus secciones habituales, acaso deba destacarse la titulada «Confidencia», a cargo de Rodríguez Solís, donde éste, que tenía a gloria titularse «revolucionario», echaba su cuarto a espadas en la política. Pudo librarse del egoísmo de Paúl, que le instaba a omitir la firma justificando que nada le importaba tener sobre sí una denuncia más del Juzgado, y hasta dedicó uno de sus sueltos a la «Partida de la Porra», alternando con las críticas teatrales, especialmente encomendadas a su cuidado.

Rodríguez Solís fué, en efecto, un revolucionario. Formado en épocas de enconadas cuestiones políticas, participó, como sus restantes colegas, en las frecuentes escaramuzas que se producían en la capital de España por un «¡quitame allá esas pajas!», e intervino también en la Redacción de «La República Federal», dirigida por Luis Blanc.

Era fama que los redactores de «El Combate» trabajaban con el revólver sobre la mesa, y nos consta que en determinadas ocasiones llegaron a revolucionar a toda la Milicia popular, que daba escolta frecuentemente a la casa de la plaza de los Mostenses, y a la de Relatores después, en evitación de que los «porristas» hicieran un día de las suyas con los que más duramente les criticaban.

Tiráronse, durante la primera etapa, cincuenta y cuatro números, y como se había fundado «para impedir a toda costa la venida del Rey elegido por los españoles», murió fulminantemente desasistido por la opinión, a la que consiguieron despertar interés muy relativo cuando Don Amadeo llegó. Alardeaba, empero, Paúl que «su» periódico era esperado con singular expectación «desde el aristocrático palco del coliseo de Oriente, a la modesta galería del tea-

tro de Novedades; desde el elegante restaurante de Fornos, hasta el popular café de San Isidro...»

Durante la segunda etapa, «El Combate» terminó de hacerse impopular. Quejábanse Rispa de que hasta antiguos amigos y correligionarios se dedicaban a calumniar al periódico y al director señalando unos que se nutría de dinero alfonsino; otros, del montpesierista; y algunos, en fin, que se trataba de un órgano perfectamente disfrazado de la Compañía de Jesús.

Es indudable que nada de aquello era cierto, por cuanto tuvo algunos altibajos que le llevaron a constituirse en portavoz de las decisiones de los hombres que formaban en España la Sección de la Asociación Internacional de los Trabajadores; entre ellos, Pi y Margall, Fernando Garrido, Pablo Iglesias, Anselmo Lorenzo y Fernando Mora. Quieren aparecer los elementos de «El Combate», por este hecho, como artífices de un periódico dedicado a la opinión en general. Mas lo cierto es que Rispa y Perpiñá, como antes Paúl y Angulo, trabajaron por «su» política, haciendo plataforma de la publicación para las contiendas electorales y colocándose enfrente, unas veces, de los moderados y de ciertos republicanos, y otras, de los cimbríos o radicales.

Hallándose Sagasta en el Poder, llegó a inquietarle la virulencia extraordinaria de las campañas emprendidas por Rispa, conocedor de que el periódico que fundara Paúl era el eje de conspiraciones y secretos contubernios, en íntima ligazón con las logias extremistas. Decidido a poner obstáculos a su divulgación, dispuso, por telegrama reservado, que los administradores de Correos recogieran los paquetes de «El Combate», estuviera el número denun-

ciado o no, y lo remitieran a Gobernación. Este hecho lo admitimos, más por las características personales de don Práxedes que porque lo haya asegurado Rispa poniendo a disposición de quien lo dudase una o dos cintas en que se transmitieron los mensajes.

La proclamación de la República en España fué acogida con enorme satisfacción por los que figuraron en la Redacción de «El Combate», entre ellos Nicolás Estébanez, que desempeñó la cartera de Guerra en la situación. En parte se creyeron los fautores, y acaso deba dárseles la razón, por cuanto el primer ensayo republicano de nuestra Patria se caracterizó por una serie de motines y desórdenes públicos, muy del tipo de los que acostumbraban organizar Rispa y su adlátere.

Pero «El Combate» no alcanzó a ver el alumbramiento del régimen. Francisco Córdova y López, en cuyas manos dejó el director el periódico con ocasión de un viaje a Andalucía, emprendido a finales del año 1872, estimó conveniente suspender la publicación y fundar, aprovechando la imprenta, la Redacción y hasta ¡la lista de suscriptores!, nada menos que «La Redención del Pueblo», de vida realmente efímera.

Seguramente que Francisco Rispa y Perpiñá, en su campaña para levantar tropas y paisanos para el derrocamiento de Don Amadeo por la región andaluza, no pudo pensar la faena que uno de sus íntimos, y también uno de los padres de la criatura, acabaría con lo que era su mayor gloria.

Dudábamos en la palabra que aceptaríamos para titular este trabajo. Nuestra primera intención fué rotular con «Libelos de antaño». Por último, hemos creído mejor continuar con la de «Pe-

riódicos», en plan de seguir la exposición de aquellos «que fueron».

«El Combate» representó la acción periodística llevada a extremos de una demagogia desenfrenada. Sus campañas no pudieron ser de mayor violencia, prescindiendo muchas veces de lo más elemental exigido en literatura y decoro para exponer públicamente las ideas.

Pero también «La Iberia» tuvo sus

«arranques»; y así muchos otros arrastrados a los excesos que más que los hombres los daba la época en que se producían.

El lector puede optar por «libelo» o por «periódico». En fin de cuentas, como demostración de un tiempo afortunadamente ido, creemos mejor quedarnos con lo segundo...

Al menos, es más elegante.



NACIMIENTO, VIDA Y AZARES DE LA PRENSA TOLEDANA

Setenta y cinco periódicos y revistas se han publicado en Toledo durante los últimos sesenta años

SEBASTIAN DE OROZCO FUE EL PRIMER CRONISTA DE LA PROVINCIA Y PRECURSOR DEL PERIODISMO MODERNO

Un intento fracasado en 1890 y plenamente logrado en la actualidad

Lo que va desde «La Correspondencia de España» hasta la edición especial de «El Alcázar»

Por L. MORENO NIETO

Si algún día se lograre escribir la historia de la Prensa en Toledo —tarea no fácil, por la escasez de fuentes de información—, quien diera cima a la empresa tendría que llegar forzosamente a esta conclusión: la Prensa toledana ha sido siempre pobre y efímera.

Cuando se repasan —y el que firma estas líneas lo ha hecho— las pocas colecciones existentes de los diarios y revistas que en la Imperial Ciudad nacieron y murieron, saltan a la vista intentos y propósitos animados del mejor afán, pero que, en muy raros casos, llegaron a cristalizar en realidades tangibles y duraderas. Si se exceptúa un diario —“El Castellano”— y una revista —“Toledo”—, las restantes publicaciones no pasaron nunca de la categoría de mediocres. Y aun estas dos no llegaron a contar más de mil suscriptores en una provincia de más de medio millón de habitantes.

¿Causas? No creemos descubrir ningún Mediterráneo si decimos que la proximidad de Toledo a Madrid —dos horas de tren y una y media por carretera— ha sido el motivo determinante de que Toledo no haya nunca tenido un periódico semejante al de otras provincias de análogo censo alejadas de Madrid, como Santander y Cádiz, por ejemplo. No se olvide que los diarios de la mañana de Madrid llegan a la vieja ciudad de los Concilios a las once de la mañana y los de la tarde a las nueve de la noche; en estas condiciones, es muy difícil interesar al lector con un periódico local que, forzosamente, ha de ofrecer una información nacional, extranjera y gráfica más deficiente, aun cuando llegue a sus manos dos horas antes que la Prensa madrileña. Antes de nuestra Cruzada, se vendían en la

provincia unos veinticinco mil ejemplares de periódicos diarios, de los que sólo un veinte por ciento eran diarios impresos y publicados en Toledo. Es el mismo problema de las provincias limítrofes a Madrid —algunas de las cuales no dispone de un diario propio—, y, en general, de las provincias próximas a las grandes capitales.

Unese a esta circunstancia el hecho de que la provincia de Toledo, esencialmente agrícola y ganadera, arroja un porcentaje de analfabetos muy elevado, hasta el punto de que ocupa uno de los primeros lugares entre todas las de España. Ya en un plano secundario de causas, también puede señalarse la falta de hombres de iniciativa dispuestos a arriesgar su dinero en una empresa de esta naturaleza y el carácter de órgano de los partidos políticos que tuvieron casi todos los periódicos toledanos, de vida tan efímera como la del partido o la camarilla a quien representaban.

SEBASTIAN DE OROZCO

Jiménez Rojas publicó en el "Boletín de la Real Academia de Bellas Artes y Ciencias Históricas de Toledo" un interesante trabajo sobre la Prensa toledana, en el que califica a Sebastián de Orozco como verdadero precursor del periodismo toledano. De él dijo el conde de Cedillo: "Más que historiador, en el sentido estricto de la palabra, fué un veraz narrador y diligentísimo periodista, por quien conocemos al detalle los más importantes sucesos, en aquel tiempo, en su ciudad natal, hasta el punto que sus Memorias y relaciones son las más copiosas fuentes que puede recurrirse en busca de noticias de Toledo en el siglo XVII". Sebastián de Orozco fué minucioso y diligente en recoger noticias de gran interés humano, por lo extraordinario o lo extravagante. Véase cómo recoge dos noticias del año 1561, bajo el título de "Gran nevada y mujer barbada": "En esta ciudad de Toledo cayó una muy grande nieve, que muchos de los vivos no se acordaban haber conocido otra tal; viernes, en la noche primero de febrero, y sábado siguiente, todo el día de mil quinientos sesenta y uno, a cuya causa, estando aquí la Corte de su Majestad, estaban las calles tan sucias que hubo tantos y tan malditos lodos, cuales nunca en Toledo se vieron, tanto que los cortesanos, así por esto como por la gran opretura y carestía de los mantenimientos, y malas voluntades que veían en los toledanos, estaban muy descontentos en esta ciudad y deseaban irse de ella a otra parte, de manera que los unos y los otros deseaban ver mudada la Corte.

En este tiempo, a 11 de febrero, vino a esta ciudad una muchacha de once años, natural de Portugal, a la cual traían su padre y madre, tan barbada y con tantas barbas como el más barbado hombre, y decían sus padres que desde la edad de tres años le habían nacido; llamábase Dominga, yo la vi en la posada del marqués de Falcés, corregidor de Toledo, y desde allí la llevaron a Palacio para que la viese la reina, la princesa, el príncipe y las damas; dos monstruosidades: la una, ser mujer con barbas, y la otra, nacerle tan temprano; el corregidor dió licencia a sus padres para que, con cuatro maravedís la pudiesen mostrar a los que la quisiesen ver".

Estos sucesos, menudos y pintorescos, son los preferidos por la pluma de Sebastián de Orozco, que era un perfecto convencido de que el éxito del periódico

estriba en ofrecer noticias de interés, claras y descarnadas, sin adornos retóricos, tan frecuentes en tu época, aunque, en ocasiones, sus crónicas resuman un jovial humorismo, como ocurre en esta composición, en que el autor pregunta a un amigo suyo cómo le va con los mosquitos, entonces y ahora muy abundantes en Toledo:

Hacedme, señor, saber
cómo os va con los mosquitos,
porque acá podéis creer
que no me puedo valer
con tantos y tan malditos.

Al diablo fuesen dadas
tan malas animañuelas,
que nos tienen tan pintadas
las caras, y señaladas
como si fuesen viruelas.

Yo no vi cosa tan vil
hacer tan grande ruido,
que parece un añafil,
o trompetilla, o clarín,
según su grande zumbido.

Viénes como zurriaga,
alzando su voz en grito:
no sé, juro a tal, que haga,
que sufrirlos es más plaga,
y mayor que las de Egipto.

De los siglos siguientes —XVII y XVIII— no hay en Toledo antecedentes del periodismo, tal y como se concibe actualmente. Unas hojas volanderas, que se publicaban con motivos de sucesos políticos trascendentales, y que se vendían en la calle como los diarios actuales, de las que apenas quedan reliquias, son, junto a las crónicas de autores anónimos, los únicos intentos apreciables realizados para informar al público.

UNA JUSTA LITERARIA

De este periodismo embrionario, que recoge hechos y los consigna rancieros por gaminos, sin lanzarlos plenamente a la luz del público, queda en Toledo la siguiente referencia del programa de una justa literaria celebrada en 1605 para expresar la alegría del pueblo por el nacimiento de Felipe IV, atribuida a Lope de Vega:

“Primeramente, al que en esta justa se mostrase más galán en la entrada, en una canción de cinco estancias de catorce versos, en loor de la Reina nuestra señora, de su parto y del bien que por él espera, le dará una sortija con un diamante. Al segundo, una “falná” de plata. Y el tercero, un brinco sobredorado:

Al que corriere mejores tres lanzas con tres octavas rimas, dando el parabién al Rey nuestro señor, con Agnus Dei de oro. Al segundo, una medalla, y al tercero, un espejo grande de cristal.

Al que corriere mejores cinco lanzas, en cinco lirás o madrigales de a seis versos, cuatro líricos y dos heroicas, al regocijo de esta ciudad de Toledo por el nacimiento del príncipe, pintando su lealtad antigua y las demás de paries y grandezas suyas, ofreciéndoselas todas, se le darán tres varas de raso, etc.; al segundo, de gorgorán, y al tercero, de tafetán.

Al que hiciere el mejor soneto en figura de España, agradecida a la Reina nuestra señora, del bien que su parto espera, se le dará una cruz de oro; al segundo, una espada dorada, y al tercero, unas medias de color.

Al que mejor glosare estos cuatro versos se le dará un jarrón de plata; al segundo, un barquillo de plata, y al tercero, tres varas de damasco:

De Dios es, y luego hazaña,
que al mar de Austria se remira,
pues el nácar Margarita
pare una perla en España.

Al que en romance de burlas, mejores disparates dijere y ofreciere al recién nacido, se le dará un corte de jubón de raso; al segundo, unos guantes de ámbar; al tercero, unas medias de color”.

PRENSA TOLEDANA DEL SIGLO XIX

En la primera mitad del siglo XIX apenas cabe señalar algunas crónicas sueltas sobre los acontecimientos más notables de la vida toledana de aquel tiempo. Desde 1850, en cambio, la Prensa toledana da ya señales de vida: periódicos literarios y revistas surgen con sus artículos sobre el papel, colocados unos tras otros en fila india, casi siempre relativos a la política del Gobierno o de la oposición y a la vida municipal, que es enjuiciada con verdadero apasionamiento. En aquellas publicaciones, justo es decirlo, aparecieron artículos doctrinales y sobre motivos artísticos e históricos —el Arte y la Historia han sido siempre los “filones” de los periodistas toledanos—, en los que se refleja no sólo una excelente preparación, sino también un honrado propósito de enseñar. El romanticismo dejó también sus huellas en estos periódicos bajo la forma de poesías líricas y sentimentales que ahora se nos antojan dulzónas y cursis, pero que entonces debieron complacer extraordinariamente a nuestras bisabuelas.

En 1866 apareció “El Tajo”, bajo el subtítulo “Crónica Decenal de la Provincia de Toledo”, dirigido por Antonio Martín Gamero, el mejor historiador de la Ciudad de los Concilios, “muy docto”, en frase de Menéndez Pelayo, que no prodigaba, ciertamente, los elogios. Doce años más tarde salió “El Ateneo”, revista semanal de carácter científicoliterario, que vivió poco menos de un año, siendo sustituido por “El Nuevo Ateneo”, que vivió seis años, dirigido por Saturnino Milego y Federico Latorre.

El 2 de junio de 1882 vio luz pública “El Duende”, cuyo director, don José García Plaza, escribió su editorial en el primer número, fustigando la subida del pan a cincuenta y dos céntimos el kilo. En los archivos de Toledo no he podido encontrar ningún ejemplar de esta revista; pero Jiménez Rojas afirma que en sus

páginas figuraron como colaboradores Amador de los Ríos, Campoamor, Echegaray, Núñez de Arce, Palazuelos, Valbuenas y el doctor Thebussen.

— Pocos años más tarde —en 1890— se hizo el primer intento de dotar a Toledo de un periódico diario. Se convino con “La Correspondencia de España” que enviara una hoja en blanco para la inserción de crónicas, artículos e informaciones de carácter local; escribían esta hoja Julio González y Feliciano Cutalán, bajo el título de “Correspondencia de Toledo”; pero los ingresos no compensaban el esfuerzo y se desistió a las pocas semanas. Navarro Ledesma y Rubio Borrás fundan, en 1892, “El Heraldo de Toledo” y “La Aurora”. Todos los ya mencionados conservaban una relativa dependencia en el orden político, pero junto a ellos se publicaron otros que servían descaradamente las represalias y los turbios afanes de las agrupaciones políticas de entonces. Por orden de su aparición, señalaremos las siguientes:

1862.—“El Porvenir de Toledo”.

1863.—“El Faro Toledano”.

1868.—“Adelante”. Crónica revolucionaria.

1870.—“El Comunero de Castilla”. Republicano federal.

1870.—“El Faro Carlista”. Periódico católico monárquico.

1870.—“El Pararrayos”. Periódico democrático tradicionalista.

1871.—“Sancho Panza”. Dirigido por don Francisco Pérez, de filiación izquierdista.

1873.—“Boletín republicano revolucionario de la provincia de Toledo”.

1873.—“El Federal Toledano”.

1873.—“El Cantón Toledano”. Republicano federal.

1873.—“La Cueva de Murat”.

SIGLO XX

Un veterano periodista de Toledo, Adoración Gómez Camarero, que ha vivido la azarosa de la Prensa toledana en lo que va de siglo, publicó, hace algunos años, un interesante trabajo sobre este tema, aportando datos concretos muy interesantes: “Destacaremos —escribe Gómez Camarero— algunos recuerdos propios en relación con el desarrollo del periodismo toledano, partiendo de aquella simpática revista “La Campana Gorda”, que fundó y sostuvo Constantino Graés. Algunas de sus firmas llegaron a ser famosas en el periodismo español, tales como las de Navarro Ledesma, el gran cervantista; Emiliano Ramírez Angel, ilustre literario, premio Mariano de Cavia, y Rómulo Muro, inspirado poeta que alcanzó un alto puesto en la casa madrileña de “A B C”.

El semanario carlista “El Porvenir”, dirigido en su última etapa por el párroco de Santa Justa, don Mariano Moreno, escritor cultísimo y gran polemista, fué otra gala admirable de la Prensa toledana. Era un periódico sesudo y batallador, como escrito por hombre de ciencia, tradicionalista y entusiasta.

Sostuvo varias polémicas con el semanario republicano de aquel tiempo, “La Idea”, dirigido por el doctor Gómez de Nicolás; pero la más famosa de ellas fué la que el sabio canónigo penitenciario de la Primada, don Ramiro Fernández Balbuena, luego obispo auxiliar de Compostela, mantuvo con el profesor del Instituto y concejal del Ayuntamiento, Julián Besteiro, después catedrático de la Universidad Central y presidente de las Cortes Constituyentes de la segunda República. No hay que decir los vuelos que alcanzó aquella controversia entre una eminencia como

Fernández Balbuena, doctor de las más diversas disciplinas científicas, autor de "La Arqueología ilustrando el Evangelio", y un catedrático de Lógica fundamental. Duró varias semanas; se mantuvo a gran altura doctrinal, y, con una corrección desacostumbrada en aquella época del periodismo político español; creció considerablemente la tirada de ambos periódicos, y, al final de la contienda, Besteiro, aun insistiendo en su tesis sectaria, reconoció la superioridad de medios intelectuales con que le había combatido Fernández Balbuena.

El primer diario local, "Heraldo Toledano", fué obra de un excelente abogado y escritor, don Federico Lafuente, que sentía apasionado amor por el periodismo y le sacrificó su carrera de magistrado. Apareció después otro diario, "La Tarde", y posteriormente llegaron a publicarse simultáneamente hasta tres diarios: "El Eco Toledano", "Diario Toledano" y "El Castellano". Este último prevaleció sobre los otros dos, y fué el único que a los pocos meses siguió editándose. El mejor recuerdo de los otros fué un magnífico extraordinario del "Diario Toledano", dedicado a Bécquer, con originales expresamente escritos para tal periódico por Dato, jefe entonces del Gobierno, don Antonio Maura, Mariano de Cavia, los Quintero, don Rafael María de Labra, don Alfredo Vicenti y otras celebridades madrileñas de la época, con ilustraciones del famoso dibujante Antonio Marín.

"El Castellano", al aparecer como cotidiano, tenía ya un brillante historial como semanario. Contemporáneo de "El Porvenir", se había distinguido también por sus campañas católicas y sostuvo igualmente inteligentísimas polémicas, debidas a sabias plumas de ilustres capitulares toledanos. Luego, ya diario, el insigne lectoral de la Primada, don Agustín Rodríguez, su director, acertó a darle modernidad periodística.

Continuaron la labor de don Agustín Rodríguez, al frente de dicho diario, don Ramón Molina Nieto y don José María Basés, también capitulares de Toledo. Molina Nieto, auxiliado por otro veterano, experto periodista local, Tomás Rodríguez Bolonio, actual delegado provincial de Educación Popular, editó, además, "El Castellano Gráfico", excelente revista, filial del diario, que publicó números notabilísimos, incluso con páginas a todo color, enaltecedoras de la Prensa toledana.

En este período, "El Castellano" abundó en iniciativas y campañas toledanistas, de las que sobresalieron la suscripción provincial para los soldados toledanos de África, después de los acontecimientos de Annual, y la que estimuló la inolvidable coronación canónica de Nuestra Señora del Sagrario. Y en su etapa postrera fué también brillante y notoria, dentro y fuera de España, la iniciativa de establecer las relaciones amistosas entre nuestro Toledo y su homónima de Norteamérica. Con aquel motivo, "El Castellano" hizo popular su título en el Toledo transatlántico, y recibió señaladas distinciones del gran periodista yanqui mister Grove Patterson, director del "Toledo Blade" y presidente de la Asociación de Directores de Periódicos de los Estados Unidos, que le ofreció, entre otros objetos, una medalla de oro con escudo de aquella ciudad y una expresiva dedicatoria del "Blade".

La revolución roja dió al traste con aquel periódico toledano, que contaba con más de treinta años de vida y había sido, desde la desaparición de "El Porvenir", el único portavoz de los ideales católicos y derechistas en la provincia de Toledo. Y con él fueron exterminados bárbaramente algunos de los que habían laborado, o laboraban, a su servicio: don Agustín Rodríguez, don Justino Alarcón, don Gregorio Valle, don Felipe Martínez Vega, don Julio Quijada y don José Aguilera.

Si "El Castellano" había sido el mejor periódico toledano, la revista "Toledo", que dirigió durante muchos años Santiago Camarasa, fué una magnífica muestra de la Prensa local, digna de codearse con las que en las demás provincias de España se publicaban, y la defensora de los intereses artísticos de Toledo, contra viento y marea, durante un cuarto de siglo.

LA EDICION TOLEDANA DEL DIARIO "EL ALCAZAR"

A pesar de que en Toledo fracasaron siempre las tentativas que se hicieron para crear un buen diario, la Providencia reservó a esta vieja capital la gloria y el honor de ser la cuna de un periódico que constituye un caso único en la historia del periodismo mundial. Nos referimos, claro es, a "El Alcázar", nacido entre las ruinas de la gloriosa fortaleza, de que ya nos ocupamos en estas mismas páginas no hace muchos meses; fué durante la guerra no sólo el diario de Toledo, sino también del frente de Madrid, donde llegaron a enviarse cincuenta mil ejemplares de la Cruzada, alcanzaba rango y categoría nacional —los que por su origen le correspondían—, Toledo, al parecer, quedaba sin periódico propio. Pero "El Alcázar" no podía desentendarse de Toledo sin perder algo de su propio ser. Y he aquí que aquel intento fracasado que realizó "La Correspondencia de España" en 1890 alcanzó plena realización medio siglo más tarde, al dedicar "El Alcázar" su segunda página íntegramente a Toledo y su provincia, lográndose de este modo que los toledanos dispongan de un periódico propio que les proporciona la información local y provincial que no podrían encontrar en ningún otro diario, y la nacional, extranjera y gráfica en forma análoga, en cuanto a extensión y rapidez, a la de los restantes diarios de Madrid. De este modo quedó resuelto el viejo problema de la penuria de la Prensa en Toledo, que tiene ya su gran periódico, pues "El Alcázar" no podrá nunca dejar de ser toledano ni los toledanos podrán nunca poseer un rotativo de esta categoría.

¿UNA NUEVA ASOCIACION DE LA PRENSA?

El periodismo ha tenido en Toledo valores destacados que supieron, no obstante la pobreza de medios con que contaban, arrollar obstáculos y llegar a ocupar altos cargos en periódicos y revistas de las grandes capitales españolas, donde encontraron el ambiente apropiado para desenvolver su actividad y perfeccionar su destreza profesional. Hoy día trabajan y triunfan en Madrid, no pocos periodistas que en Toledo nacieron o se forjaron. ¿Por qué, pues, no se funda, sobre la base de este brillante historial, la Asociación que recoja y anule, bajo la protección del Santísimo Cristo de la Vega —el de la leyenda de Zorrilla—, en estrecha comunidad de sincero toledanismo, a todos los periodistas, escritores y colaboradores que aquí o allá estén vinculados espiritualmente a Toledo?

Desaparecida la antigua Asociación de la Prensa toledana, por defunción de casi todos los miembros durante la Cruzada, ¿no será ya hora de volver a reorganizarla análogamente a como se ha hecho en la mayor parte de las capitales españolas?

Brindo la idea desde estas páginas a mis entrañables compañeros de Madrid y Toledo, en la seguridad de que la semilla no caerá sobre piedras.

APENDICE DE LOS PERIODICOS PUBLICADOS EN TOLEDO
DESDE 1886 HASTA 1907

- 1886.—“Boletín de la Sociedad Cooperativa de Obreros de Toledo”. Director, don Manuel Nito Silva.
- 1886.—“El Tendido”. Revista de toros del día 9 de septiembre.
- 1887.—“El Liberal Dinástico”. Director, don Gonzalo Reparaz. El primer número se publicó el día 9 de enero. Bisemanal.
- 1887.—“La República”. Director, don Miguel Sánchez.
- 1887.—“La Bandera Federal”. Director, don Santiago Granados. Primer número, el 28 de marzo.
- 1887.—“La Opinión” (de unos cuantos). Número único, el 12 de junio; hizose al inaugurar la imprenta de Menor Hermanos, después de reformada.
- 1887.—“El Secretario”. Periódico dedicado a los secretarios de Ayuntamiento. Director, don Felipe Ortega y Barsi. Comenzó en septiembre.
- 1888.—“El Bisuri”. Revista mensual de Cirugía práctica, por el doctor don Pedro Gallardo, cirujano, por oposición, en el Hospital de la Misericordia, etc. El primer número, en 1.º de enero.
- 1888.—“El Fénix del Magisterio”. Director, don Marcos Ricardo San Román.
- 1888.—“El Obrero”. Revista instructiva y de intereses generales. Bisemanal. Número primero, el 25 de febrero. Director, don Bernabé Fernández, aunque no lo anunciaba.
- 1888.—“El Teatro”. Periódico semanal de intereses materiales. Comenzó el 20 octubre.
- 1889.—“Toledo”. Publicación quincenal ilustrada. Comenzó el 1.º de abril. Director propietario, don José María Ovejero. Director artístico, don Federico Latorre. Duró todo el año. Esta publicación es la primera ilustrada con fotografías en Toledo.
- 1889.—“Boletín de la Filantropía”. Establecimiento de imposiciones y préstamos, domiciliado en la Cuesta Portugueses, número 6. Propietario, don Santiago Gómez. Número primero, el 26 de junio.
- 1889.—“¡La Ordiga!”. Revista semanal. Número primero, el 28 de septiembre.
- 1889.—“El Eco de Comercio”. El primer número, el 21 de septiembre.
- 1889.—“El Tajo”. Revista semanal literaria. Primer número, el 3 de noviembre.
- 1890.—Noticias de la ciudad de Toledo y su provincia. Plana impresa en la “Correspondencia de España”, edición de la mañana. Editor y director, don Felipe Ramírez y Benito.
- 1890.—“El Toledano”. Periódico tradicionalista. Semanal.
- 1890.—“La Zapatilla”. Periódico semanal. Número primero, el día 4 de mayo.
- 1890.—“Toledo Festivo”. Semanario literario. Número primero, el día 29 de junio.
- 1890.—“El Paseo”. Revista de la corrida de toros verificada el día 29 de junio de 1890.
- 1890.—“El Independiente”. Periódico semanal literario. Número primero, el mes de junio.
- 1890.—“El Gorra Frigio”. Periódico republicano coalicionista. Número prospecto, el 28 de septiembre.

- 1890.—“La Correspondencia de Toledo”. Diario imparcial de los intereses generales de la provincia. Número primero, el 1.º de octubre.
- 1890.—“La Defensa”. Periódico liberal conservador. Bisemanal. Número primero, el día 9 de noviembre.
- 1891.—“La Correspondencia de Toledo” (segunda época). Diario.
- 1891.—“La Semana Católica de Toledo”. Número prospecto, el 15 de marzo. Director, don Pedro Cánovas y Lorca.
- 1891.—“La Verdad”. Bisemanal. Conservador. Número primero, el 10 de agosto. Director, don Bernabé Fernández. Al segundo número dejó de serlo.
- 1892.—“El Indicador”. Periódico anual escrito por unos cuantos pasteleros que son políticos. Número primero, el 15 de junio (Es periódico en dos hojas, anunciador de los señores Sobrinos y sucesores de Cipriano Labrador.)
- 1892.—“Toros en Toledo”. Revista gratis. 20 de agosto. De los señores Hijos y Garcés.
- 1892.—“La Feria”. Periódico de anuncios.
- 1892.—“La Campana Gorda”. Periódico semanal. En octubre, el primer número.
- 1892.—“El Heraldo de Toledo”. Semanario literario y de noticias. Número primero, el 1.º de diciembre.
- 1893.—“Los Puntos Cardinales”. Político. Número primero, sábado 25 de marzo.
- 1893.—“La Voz de Toledo”. 13 de abril. Independiente.
- 1893.—“La Escoba”. Semanario de Toledo (necesario). Número primero, el 11 de abril.
- 1893.—“El 93”. Semanal. Propietario, don Antonio Ambroa Caminero. Número primero, el 10 de septiembre.
- 1894.—“El Liberal de Toledo”. Bisemanal. Número primero, el 3 de abril. Duró poco; sólo hasta verificarse las elecciones municipales, efectuadas el 2 del mismo mes.
- 1894.—“Fray Verás”. Diecisiete números. Número primero, el 28 de enero.
- 1894.—“La Soberanía”. Periódico republicano. Director, Daniel García Alejo.
- 1894.—“¡Ya Verás!”. Semanal. Director, Jerónimo Micas. Número primero, el 14 de junio.
- 1894.—“Diario de Toledo”. Primer número, 1.º de junio. Con grabados.
- 1895.—“La Campana Chica”. Semanal. Al primer número se refundió en “El Noticiero”. Semanal.
- 1896.—“Actualidades”. Semanal.
- 1897.—“El Proyectil”.
- 1897.—“El Heraldo Toledano”. Número primero, el 2 de octubre.
- 1898.—“El Chiquitín de la Prensa”. Miscelánea semanal. Publicación gratis. Director propietario, don Venancio Peláez. Primer número, el 5 de febrero.
- 1898.—“Toledo Comercial”. Semanal. Director, don José María de los Santos.
- 1898.—“La Aurora”. Diario independiente. Administrador, don José Ubeda.
- 1899.—“Boletín de la Asociación Agrícola de Toledo”.
- 1900.—“Boletín de la Sociedad Arqueológica de Toledo”. De enero de 1900 a julio de 1901.
- 1901.—“Boletín del Colegio de Médicos de la provincia de Toledo”. Mensual.
- 1901.—“El Heraldo Toledano” (segunda época). Semanal.
- 1902.—“La Opinión”. Semanal.
- 1903.—“Tribuna Pública”.

1904.—“La Veterinaria Toledana”. Mensual. Director, don Victoriano Medina Ruiz.

1904.—“La Voz de la Juventud”.

1904.—“El Martes de Toledo”. Semanal.

1904.—“El Castellano”. Semanal.

1904.—“La Voz del Magisterio”. Tres números al mes.

1904.—“El Eco de la Industria y el Comercio”. Trimestral.

1905.—“El Propagador Industrial”. (Gratis).

1905.—“La Defensa de Propietarios”. tradicionalista.

1905.—“El Porvenir” Semanal, tradicionalista.

1907.—“El Comunero”.

1907.—“Terminal”.

1907.—“Humanidad”. Primer número, 1.º de diciembre. De obreros.

1907.—“Don Pitorreo”. Literario festivo. Semanal. Primer número, el 20 de diciembre.

1908.—“Industria y Arte”. Revista científica, industrial, artística y literaria. Director, A. Permy. Número primero, el 1.º de enero.

1908.—“El Municipio de Toledo; su antigua prosperidad y su actual decadencia”. Dedicado al señor don Pedro Martos de la Fuente, ex alcalde y dignísimo concejal del Excelentísimo Ayuntamiento de esta Imperial Ciudad. Doble folio. F. Serrano, impresor. Toledo, 17 de junio.

1908.—“La Justicia”. Semanario independiente. Redactor-jefe, Cándido Cabello Sánchez. Número primero, el 1.º de octubre.

Otros periódicos se han dado a la luz, durando muy poco tiempo su publicación. Entre ellos se cuentan: “El Morrongo”, “El Alguacilillo”, taurino, etc.

(Del “Boletín de la Real Academia de Bellas Artes y Ciencias Históricas de Toledo. Enero a diciembre de 1932.”)



Las cuatro mejores páginas de la Prensa española

Mes de septiembre

NO hay un criterio unánime en la confección de la primera plana de nuestros diarios de pequeño formato. Es posible que si indagáramos el gusto de cierto número de lectores, encontraríamos la misma diversidad de gustos y de opiniones, bien entendido que si, técnicamente, podemos valorar esta clase de juicios, no desestimamos, sin embargo, todo lo que se relacione con la disposición de titulares, informaciones y recuadros, en beneficio de una estética periodística indudable y de una facilidad, mediante la cual cada lector pueda enfocar la lectura de su diario favorito con arreglo a un esquema habitual. Por tanto, estamos obligados a reconocer que esta confección movida, de bloques con titulares expresivos, «leads» y vueltas en páginas interiores, tiene sus detractores en aquellos otros lectores que prefieren la lectura sin solución de continuidad de una única información, y la búsqueda sucesiva de las restantes. Tal confección presupone una cabecera a toda plana —informaciones de días señaladísimos—, o el juego de los titulares en tres y dos columnas, con uno o dos cortes en la parte media o inferior de la plana. Entonces, el titular de entrada se dedica a la información principal, con gruesa titulación, dando la parte más importante de aquella, con vuelta mínima en interiores. Es evidente que el criterio valorativo, que siempre ha de ser riguroso, debe extremarse en la selección de las dos o tres noticias que van a ocupar la superficie de la primera página. En el otro tipo de confección más movida, la plana es

en función del juego tipográfico de titulares, y supone, desde luego, un trabajo de platina mucho más laborioso que el anterior.

Hemos elegido una fecha caprichosa, en la que no hubo ninguna noticia sensacional. Aparte del viaje y estancia en Burgos de S. E., de indudable interés nacional, había ese día la información de la Conferencia de los ministros de Asuntos Extranjeros, y la de Tokio, con motivo de la ocupación norteamericana y empleo de la bomba atómica. Con este conjunto, «Duero» nos ofrece la auténtica primera plana, moderna y ágil. El titular de la parte superior de la columna de salida está excesivamente recargado, y resulta monótono, con sus siete elementos, del mismo cuerpo, de versales mal escogidas. Debíó intentar la elogiable concisión del suelto final de la misma columna. Cualquiera que sea el tema, por engorroso que sea un texto, siempre hay las cinco o seis palabras precisas, cuya selección y acoplamiento constituyen el triunfo de un titular. La plana, con todo, resulta buena, dentro de nuestra clasificación de formatos pequeños o grandes.

El mismo tipo de confección, con menor lujo tipográfico, nos ofrece el diario almeriense «Yugo». La valoración de las noticias no ha coincidido con la seguida por el resto de los periódicos que nos ocupan, y vemos un titular a tres columnas en el centro de la plana, que, lejos de referirse a la cuestión japonesa, se construye sobre otro tema, también de actualidad, pero de menos interés periodístico. Utiliza en los textos tipos en negrita y cursiva del mismo cuerpo, bien combinados. Observa la correcta uniformidad en aquellos tipos, y gradación entre titulares y sumarios.

«Diario de Burgos» acierta a titular a toda plana la información principal del día, habida cuenta de la presencia de S. E. en la capital burgalesa. Con tipos chupados, de caja baja, consigue un titular en barra, de excelente visualidad. También es acertada la confección y disposición de los sumarios, como asimismo el criterio valorativo que ha presidido la selección de las otras dos informaciones de primera. El contraste de esta confección con las dos anteriores es bien neto. Valiendo bien, es indudable que los lectores disponen de todos los detalles, no sólo de la información principal —en este caso, la del Caudillo—, sino de los más salientes de las otras dos que la acompañan en primera plana. Un sentido rápido y moderno de la actualidad impone, evidentemente, aquella otra confección sensacionalista en que las noticias se presentan

al lector con la fugacidad del calidoscopio, estimulando en «cantidad», y no en «calidad», la sensibilidad del lector.

Ya dijimos que compartíamos todos los criterios de confección que puedan ser los preferidos por determinado núcleo de lectores. Por ello, seleccionamos también, entre este conjunto de periódicos de pequeño formato, una primera plana del veterano «El Correo de Andalucía», con el defecto valorativo de la omisión de la Conferencia de Londres, algunos titulares demasiado prólijos y cierta repetición de cuerpos iguales en las cabeceras. Todas las consideraciones que hacemos respecto al «Diario de Burgos» podíamos reiterar al referirnos al diario de la capital andaluza.

R. C.



Introducción al periodismo moderno

CAPITULO CUARTO

El arte de la descripción

(Continuación)

DOS SISTEMAS INTERESANTES DE DESCRIPCIÓN

Vamos a referirnos brevemente a dos procedimientos utilizados con éxito por innumerables escritores. En su extrema sencillez reside también su mayor peligro. El primer sistema es el que podríamos llamar "miniaturismo" o —en España— "azorinismo". Consiste en enumerar con todo detalle, con todo detenimiento, lo que el escritor tiene ante sí, lo que siente y lo que piensa. Fue un estilo que estuvo muy en boga en Alemania después de la primera guerra mundial. Kolbenheyer ha sido el escritor alemán que con mejores resultados lo ha practicado. Pero el "azorinismo" en Alemania tuvo su mejor representante en un escritor —cuyo nombre, por desgracia, no recordamos— que escribió nada menos que una novela completa, de muchas páginas, por cierto, dedicada a describir un día de la vida de un hombre desde que se levanta por la mañana hasta que se entrega al sueño, indicando todos sus actos, sus pensamientos, sus reacciones espirituales, etc. Un párrafo de una descripción "azorinista" puede ser, sobre poco más o menos, éste:

"Subí mis pantalones para no estropear sus recién planchados filos y tomé asiento en la vieja butaca, cuyos muelles se hundieron bajo el peso de mi cuerpo, chirriando lastimosamente. Estaba llena la mesa de periódicos y revistas de todas formas, de todos colores. "Hoy por la mañana —pensé— no ha venido Javier a repararlas." A

mi derecha, un tintero, sucio y feo ofreciame su negro contenido, como si quisiese que lo utilizase cuanto antes. "Aún no —me dije a mí mismo— Es tiempo de que domine mis impulsos." Pero mi mano no obedecía a mis pensamientos, y ya asía nerviosamente el desconchado mango de la pluma. ¿Por qué desconchado? Desconchado de idea de haber perdido parte de la pintura, que lo recubría; pero aquel mango de pluma había perdido hacía tiempo todo su decorado. Allí estaba, ante mí, y la mugrienta madera sólo mostraba manchas de tinta e innumerables impresiones de dedos sudosos. "Los míos también lo están" —me reproché—. Y miraba los periódicos, las revistas, la deshojada Guía de Teléfonos, todo lo que encima de la mesa se encontraba, sin atreverme a escribir, etc."

Este sistema descriptivo —que, en realidad, es un estilo literario— puede ser llamado "visual" y "sensitivo". El escritor ve y siente, y sus imágenes y sus sentimientos pasan inmediatamente al papel. Pero, ¿qué es lo que debe hacer el periodista, sino ver y sentir, transmitiendo sus impresiones al periódico? He aquí por qué exista la tendencia en los periodistas de diferentes países —principalmente Norteamérica y Suecia— de utilizar este sistema, con preferencia a los demás, en sus historias periodísticas y en sus reportajes. El otro sistema descriptivo —también estilo literario— es el impresionista. También estuvo muy en boga hace varios

años, y no abusando de él puede dar magníficos resultados en el periodismo. No se trata más que de enumerar simplemente los objetos que se encuentran ante el escritor. Veamos un ejemplo:

"Feria de Sevilla. Luz solar, calor, sed. Mucha sed. Barracas de colores. Caballos. Caballistas. Mujeres a la grupa. Chatos de manzanilla. Vino con sifón. Tejerinos. Tapitas, anchoas. Aceitunas. Sonrisas. Miradas ardientes. Hembra y macho. Bulerías. Guitarras. "Tocaos". Río de barcos con carbón-grúas somnolientas y Triana. Triana. Su puente, su tranvía, su flamenquismo."

Una descripción "impresionista" no supone más que la enumeración sucesiva de los objetos que contemplamos. Forzosamente ha de ser, por tanto, estática. Es una impresión, la impresión de lo que vemos, obtenida en un instante de observación, y en ella no puede haber movimiento, porque en un instante no puede observarse ningún cambio de posición en los objetos descritos. La principal desventaja de este método descriptivo es que no puede ser usado durante mucho rato, so pena de fatigar al lector. Al principio, el lector sigue el relato y va sucesivamente imaginándose todos los objetos descritos; pero si prolongamos una descripción así, llega un momento en que el lector ya no atiende a lo que lee: está fatigado por el continuado esfuerzo mental de imaginar muchos objetos diferentes, de la misma manera que se fatigaría leyendo la Guía de Teléfonos. Otro esfuerzo que se exige del lector es el de coordinar entre sí los objetos descritos, porque el escritor impresionista no se preocupa de ello al escribir. Los enumera sin más, y el lector ha de ir poco a poco completando el cuadro, colocando cada cosa en su sitio. Sin embargo, la descripción impresionista presenta una ventaja bastante apreciable en el periodismo; y es que permite describir mucho en poco espacio de papel.

UNA REGLA GENERAL

Debe considerarse como regla general para el periodista la que se puede adicionar a través de todo lo expuesto en el presente capítulo. Trátase, en resumen, de satisfacer la curiosidad del lector. No nos podemos dar por satisfechos con decir: "Era un día magnífico." El lector exige que se le aclare por qué ese día era

magnífico. Tampoco podemos decir: "Me sentía deprimido." Hay que explicar al lector por qué nos sentíamos deprimidos, cuáles eran las causas de nuestra depresión moral. Expresiones tales como las indicadas o como, por ejemplo: "Tremenda borrasca aquella" o "Un verdadero lío", son peculiares de los escritores inexperimentados. El periodista inteligente no deja las cosas así, sin más ni más; se siente obligado ante el lector a explicar por qué la borrasca era tremenda, cómo se agitaban los árboles, cómo caía el agua, cuánta era la furia del vendaval; a describir en qué consistía la confusión, cuáles eran las cosas que, contrapuestas, provocaban el lío. Hay que apunrar detalles; hay que proporcionar al lector un cuadro exacto de la realidad. Corrigiendo el riesgo de repetir demasiado, vamos a poner unos ejemplos.

Supongamos la frase:

"Vestido de cualquier manera y atravesando el bellísimo jardín, penetré en la casa, que parecía abandonada."

Esta frase adolece del defecto de imprecisión. Sería preferible escribir:

"Con la corbata mal anudada, el sombrero torcido y los pantalones apenas sujetos con el cinturón, que amenazaba con caérseme, atravesé el jardín. Había magnolias en flor y macizos de claveles dobles, todo bien cuidado. Una pequeña fuente de mármol lanzaba al aire su cristalino surtidor. Un enervante perfume reinaba en el ambiente. Llegué ante la casa y me asombré al ver sus ventanas cerradas, cubiertas de polvo; sus canalones medio rotos y su descomchada fachada. Viejas latas de conserva se encontraban tiradas ante la entrada. Evidentemente, nadie podía vivir allí."

Otro ejemplo:

"Llegamos ante el hermoso lago y nos pusimos a comer. La comida era francamente mala."

También defectuoso. Preferible escribir lo que sigue:

"Ante nuestra vista apareció el lago, cuyas aguas, profundamente azules, se rizaban en blancas cres-

tas de espuma al suave impulso de la brisa. Sentados en el césped, abrimos la cesta de las provisiones y comimos. Todo estaba frío, y el pescado no era lo suficientemente fresco. Cuatro trozos de carne coqueada, sallada en exceso, y un tarugo de pan duro: eso fué todo. Ni vino, ni fruta, ni nada caliente."

En estos dos ejemplos observamos que lo que se debe evitar siempre es la generalización. No se debe generalizar. Pero peor que la generalización es el defecto de proporcionar al lector impresiones subjetivas. Al periodista puede parecerle un lago hermoso; pero, ¿sabemos, acaso, si el lector tiene la misma opinión acerca de dicho lago? Para nosotros, aquella noche era terrible; pero, ¿es que no hay lectores que experimentan un gran placer saliendo a pasear en las noches de tormentas? Por esto mismo es por lo que el periodista se debe limitar a dar hechos, imágenes, cosas vistas reales, y nada más. En vista de lo que el periodista describa, el lector podrá hacerse la idea que más le apetezca. Esto no quiere decir que el periodista se vea imposibilitado para influir favorable o desfavorablemente sobre el lector. De hecho, el periodista puede influir sobre el lector sin más que aducir los detalles convenientes. Los ejemplos anteriores nos demuestran cómo el escritor puede provocar reacciones favorables o desfavorables en el lector al describir algo en sus artículos. Pero lo que —repetimos— es inadmisibles es que el periodista se conforme con dar al lector una impresión subjetiva de lo que ha visto.

EL LUGAR DE LA DESCRIPCIÓN EN EL PERIODICO

No siempre hay que describir. La mayoría de los sueltos y noticias cortas en los periódicos se basan sólo en narraciones. Pero, no obstante, el periodista se ve obligado frecuentemente a describir, y lo ha de hacer principalmente en la mayoría de los artículos destinados a la edición dominical o a los suplementos de diferentes clases que la mayoría de los periódicos modernos publican. Hoy día, el periódico no se limita a ser vehículo portador de noticias, sino que asume el papel de orientador y educador de las masas. Hay siempre en los periódicos ar-

tículos de divulgación, artículos de economía doméstica, novelas cortas, colaboraciones especiales en general, en las que se ha de describir con frecuencia. Incluso en los artículos de fondo y en los de índole política tiene el periodista que echar mano de la descripción con relativa frecuencia. Supongamos que hay que hacer un fondo describiendo alguna situación grave de un país, para llegar después a sentar principios dogmáticos de política. El escritor no debe conformarse con decir: "El país X atravesaba una gravísima situación. La política interior se encontraba en estado caótico." Son ideas abstractas que nada dicen. Es preciso concretar más y decir, por ejemplo: "En el año Z cerró sus puertas el Congreso. Las libertades públicas estaban en crisis. Cuadrillas de indocumentados sacaban a la gente de sus hogares para vengarse de ellos. La policía era impotente. Escuelas cerradas. Ferroviarios en permanente huelga. Las basuras se amontonaban en las calles de la capital, porque también holgaban los empleados de la limpieza. La Bolsa registró una baja considerable de los valores. La gente, presa de pánico, retiraba sus fondos de los Bancos, etcétera." Estos son hechos concretos tangibles, que son más fácilmente asimilados por el lector, ya que despiertan en él imágenes que él mismo ha visto en ciertas ocasiones.

Se observa así que la descripción es necesaria en la mayoría de los artículos. Y describiendo con propiedad es como el periodista novel logrará crearse con facilidad un nombre en el mundo de las letras.

EL COLORIDO EN LA DESCRIPCIÓN

Imaginémonos un periodista que ha partido eliminatorio de Liga o a una gran partido eliminatorio de Liga a una gran corrida de toros. Indicamos con ello un acontecimiento en el que toman parte millares de personas y en el que una compacta multitud se aglomera y manifiesta sus sentimientos en colectivas y enormes expresiones de júbilo o de desagrado. El periodista puede describir los personajes individualmente, puede relatar cómo se desarrollaron las cosas o cuáles fueron los mejores momentos o las más desgraciadas intervenciones. Pero existe siempre un factor que no ha de olvidarse en ningún

momento; nos referimos al factor de intensidad, de grandeza. Luchando por hacer ver al lector ausente las grandes explosiones del sentimiento popular que tienen lugar ante sus ojos, pudiera suceder muy bien que el periodista no lograra "impregnar al lector del sentimiento de grandeza, de encontrarse ante infinitas multitudes, que a él le invade en esos momentos". Es difícil de explicar con palabras la sensación que experimenta el que asiste a un gran espectáculo colectivo; es difícil indicar cómo reaccionan las multitudes en determinados momentos, y precisamente esa sensación y esas reacciones son las que hay que describir al lector para que la información sea precisa y completa.

En esos momentos, el periodista debe entornar los ojos y debe apartar sus oídos de las voces inmediatas o de las palabras que a su lado se pronuncian, para situarse en un lugar que podríamos llamar "más alejado" o "más por encima" de todo lo que le rodea. Con los ojos entornados ya no percibirá los detalles menudos de forma o de peculiar constitución; con los oídos "aparte" dejará de sentirse distraído por los sonidos inmediatos a él. Entonces será cuando comenzará a distinguir las grandes masas de formas y de colores y los grandes murmullos. De la misma manera que el pintor experimentado percibe las formas fundamentales y los contrastes de luz y sombra en los cuadros al entornar los ojos, así el periodista puede llegar a percibir lo "fundamental" en aquello que contempla, sin más que abstraerse un tanto, situándose en un plano más elevado y abriendo sus sentidos a las grandes conmociones de la multitud. Así se llega a lo que se llama "descripción colorística".

En ella comienza el periodista por trazar un cuadro de lo que está contemplando con varios trazos energéticos, con varias pinceladas bien dadas y que den ya desde un principio la fórmula del "ambiente" al lector.

Después irá estudiando las diferentes superficies, los diferentes planos, su colorido, sus movimientos, sus alteraciones. Los cambios de tonalidad que tienen lugar cuando el público se alza de sus asientos, el ágil aleteo de los múltiples abanicos, las tonalidades del cielo, de la sala o de los campos, etc. Para describir, por ejemplo, un momento de emoción suprema, en que el público espera absorto algún acontecimiento señalado, no lo ha-

rá intentando describir detalladamente tal silencio, sino que proporcionará alguna pincelada maestra que así lo indique: "Un hombre de los tendidos estornudó en aquel momento y fué oído en toda la Plaza. Tan grande era el silencio. Pero fué roto cuando "Manolete"... etc." "Las azules filas compactas de oficiales iban seguidas por los cuadros blancos de la marinería que movía rítmicamente sus brazos." "Surgieron cientos de banderas, que se agitaban como un mar embravecido, y éste mar se serenó cuando al trueno de las descargas hizo replegarse hacia atrás a las oscuras masas de caballeros con frac que dieron paso a la rutilante procesión, deslumbradora en su oro y pedrería."

Trátase, en suma, de situarse muy por encima de lo que nos rodea para dar cuenta al lector de los grandes movimientos de la muchedumbre, sin detenernos en pequeñeces. Desde un punto de vista técnico, la historia colorista lleva también narración y exposición de los detalles, aunque es esencialmente descriptiva. Va sujeta, desde luego, al principio de correlación en el tiempo e indica el comienzo, la prosecución y la terminación del acontecimiento que estamos reseñando. Es conveniente asimismo inyectar acción en el relato, entremezclando de cuando en cuando alguna anécdota o algún hecho acaecido a personas aisladas, que dan sabor al escrito. Damos, para terminar, un ejemplo de guión colorista:

Masas de cadetes y claros grupos de muchachas alegres irrumpieron ayer en el Estadio Monumental para enfrentarse con un cielo gris plomizo y un suelo de oscuro fango, en el que la hierba no lograba poner más que esporádicas notas de verdor. La multitud, que sobrepasaba las 30.000 almas, resistió con permanentes risas y un verdadero caparazón de paraguas relucientes la implacable caída del agua, que fué compañera inseparable del partido entre el Armada C. F. y el Atlético de Valladolid. Ha sido una de las más simpáticas multitudes que yo he podido ver en el Estadio en toda mi vida, y la pertinacia de la lluvia no logró ni un solo momento hacer decaer su entusiasmo.

—Es un estorbo haber traído paraguas —me dijo una muchacha

que estaba a mi lado, pasando sus manos sobre su mojada cabellera—. Hace una hora que me está entranando el agua por el cuello.
Etc., etc.

EJERCICIOS PRACTICOS

1.—Describir de una forma colorista cualquier partido de fútbol o aconteci-

miento señalado al que se haya tenido ocasión de asistir.

2.—Examinar en la Prensa diaria si existe alguna descripción colorista y analizarla detenidamente, procurando mejorarla, si es posible.

3.—Escribir una historia relacionada con un simple paseo por todo Madrid (o por la ciudad que mejor se conozca) utilizando todos los recursos analizados en este capítulo.

CAPITULO QUINTO

Al arte de la explicación

Cómo se exponen o explican las cosas. El artículo explicativo. La explicación en el periodismo y la actividad del periodista como divulgador de ideas nuevas.

Cualquier periódico del día se encuentra lleno de explicaciones. No nos referimos, claro está, a los periódicos de índole científica o técnica o a los industriales, los que de sobra se sabe se encuentran llenos de exposiciones de hechos o ideas, es el periódico ordinario, el de cada día, el que cada vez más se va haciendo vehículo de nuevas ideas y de nuevos procesos. Si tomamos un periódico y leemos los titulares de la primera página no tardaremos en encontrar abundantes explicaciones: "La crisis en el país X" (donde se describen los acontecimientos políticos que han tenido lugar y la forma en que se espera resolver la situación), "El alza de precios" (se responde a las preguntas del público acerca de dicha alza), "El nuevo Estado" (un fondo: en él se orienta a la multitud acerca de ciertos hechos de la vida política), etc., sin contar con los artículos de divulgación, que llevan, por lo general, los periódicos modernos, relacionados —por ejemplo— con el nuevo microscopio electrónico, con la desintegración atómica, etc.

Es preciso establecer la debida diferencia entre narración, descripción y explicación:

a) Narración: Enumeración de acontecimientos ordenados en el tiempo.

b) Descripción: Enumeración de ca-

acteres y circunstancias ordenados en el espacio.

c) Explicación: Estudio de los hechos y de las circunstancias que concurren en un determinado objeto, y exposición de los mismos al lector, bajo forma sencilla, clara y fácilmente comprensible.

La diferencia resulta al alcance de cualquiera, sin más que estudiar detenidamente lo que se lleva indicado en los anteriores capítulos. Pudiéramos decir que la descripción se orienta o dirige hacia los centros visuales del lector y que en él se trata de provocar en el lector la visión o contemplación de las cosas que el periodista describe. La explicación, como tal, va dirigida a provocar en el lector la comprensión o el conocimiento de determinados hechos o ideas.

En la gran masa de lectores que hoy día compran periódicos cabe distinguir un grupo restringido que lee el periódico con un propósito meramente informativo. Son las personas que dicen: "No me expliquen ustedes nada. Dénme sólo hechos y yo solo me formaré mis propias opiniones o los interpretaré como tenga por conveniente". Esta gente da de lado a los artículos de fondo y no se interesa por las explicaciones o interpretaciones que los periódicos modernos incluyen generalmente. Evidentemente, tratase de personas de un elevado nivel cultural, que poseen "ideas propias", es decir, que no dependen de lo que los periódicos suministran para formarse su propia "concepción de la vida", su propia interpretación de los hechos. Mas en el plano en que se desarrolla esta obra no cabe referirse a este sector limi-

tado; estamos estudiando siempre lo que al comenzar definimos como "lector corriente" o "lector 50 por 100", y a este lector sí que afecta la explicación periodística, que aparece en el periódico como artículos de fondo, de orientación política de vulgarización en todos los dominios de la vida humana, etc.

En general, la Prensa de tipo "liberal", meramente informativa, dió paso hace tiempo al periódico moderno, de tipo orientador, que asume la función de constituirse en director de las ideas públicas, creando en los lectores determinadas corrientes de opinión. La mayoría de los periódicos actuales que se publican en el mundo poseen su partido, bien sea político o filosófico-social, y tienen la obligación de responder a sus consignas adhiriendo a la gran masa del público con determinadas enseñanzas. Por lo tanto, el periodista moderno se constituye en educador de masas y siente sobre sus hombros el peso de una tremenda responsabilidad. Periódicos pura y netamente informativos no existen en la actualidad en ningún país del mundo y de ahí que el periódico actual conceda un amplio espacio en sus páginas a las explicaciones de diferentes cuestiones, de cuestiones políticas, religiosas, sociales, filosóficas, científicas, etcétera. Los periodistas que elaboran artículos de esta clase han de prepararse activamente para dominar lo que hemos dado en llamar "el arte de la explicación".

Para comprobar la importancia de la explicación en el periodismo moderno, no tenemos más que examinar —aunque sea superficialmente— un periódico cualquiera.

Ante nuestros ojos, tenemos —tomado al azar— el "A. B. C." de 23 de septiembre de 1945. En la primera página aparecen "Vidas e ideas de Andrés Bardiéu", de Mariano Daranas, y "Los cronistas de Madrid", de Cristóbal de Castro —ambos, artículos explicativos. Más adelante vemos "El papa septembrino", de Luis Araujo-Costa; un artículo sobre temas navales, de Roberto de Aréizaga; un fondo de política internacional, etc. Aproximadamente, un 25 por 100 del total de noticias e informaciones que integran el periódico es dedicado a explicar determinados hechos o circunstancias. Se aclaran problemas sociales, se dan instrucciones para realizar ciertas operaciones, se aclaran ciertos puntos de la vida en común. Este tanto por ciento —elevado en el indicado periódico, por tratarse de un número dominical— no baja nunca de un 10 por 100 y aumenta en muchas ocasiones o en ciertas publicaciones especializadas.

Como condición primordial para utilizar la explicación en nuestros escritos, hay que afirmar que el periodista —al que se considera siempre en un plano intelectual más elevado que el del lector— necesita indefectiblemente situarse al nivel del lector en todos los aspectos. Esta especie de "rebajamiento" intelectual ha de ir acompañado, desde luego, por un estudio previo de la materia que ha de poner en conocimiento del público. Son tristemente lastimosos los casos de escritores que escriben "para las estrellas", es decir, que conducen sus escritos en un plano tan elevado que ya queda fuera del alcance del lector corriente. No hay que confundir este "rebajamiento" que indicamos con el "aplebeyamiento", tendencia que ha de ser evitada en absoluto. Ciertamente, el escritor tiende a mejorar el nivel cultural de las masas y ha de utilizar, por tanto, un lenguaje claro y fácil y unas formas cuidadas y pulidas, carentes de toda imperfección. El escrito ha de desarrollarse en un nivel popular, fácilmente comprensible por cualquiera. Al hablar así, no nos referimos al escritor que dedica sus escritos a las minorías selectas, sino al escritor periodístico que se ha de enfrentar con el público en general. El escritor de minorías puede situarse a mayor altura y utilizar un lenguaje más culto y elevado; en el periodista corriente ésto es una falta, porque redundaría en perjuicio de la claridad de su información. Otra cosa que el periodista ha de realizar, antes de ponerse a escribir, es el depurado estudio del tema, esforzándose por comprenderlo él mismo a la perfección. Sólo así logrará dar explicaciones adecuadas a los lectores. También es frecuente ver escritores que llenan cuartillas y más cuartillas hablando de cosas que ellos mismos no entienden. ¿Quiere decir esto que el periodista ha de tener conocimientos enciclopédicos, a lo Leonardo de Vinci? ¿Habrá de ser al mismo tiempo ingeniero y fabricante, edil municipal y otorrinolaringólogo? De ninguna manera; pero sí deberá tener voluntad para documentarse ampliamente y para comprender con rapidez lo que él más tarde ha de explicar a los lectores. Si el periodista ha comprendido el tema, su escrito reflejará dicha comprensión y pondrá inmediatamente al lector en posesión de aquellos hechos.

ROBERTO MARTIN

(Continuará.)

EL TELETIPOGRAFO

TRESCIENTOS PERIODICOS HECHOS A UN MISMO TIEMPO

Por JOSE ALBERT

POR más que me hablen de que el mundo camina hacia la completa felicidad y que todo tendrá pronto fácil solución, yo creo en lo contrario. El hombre camina hacia la libertad teniendo un único camino. Es, pues, claro que ha de seguirlo. Fatalmente. Sin que quepa en su magín el que haya manera de soslayarlo.

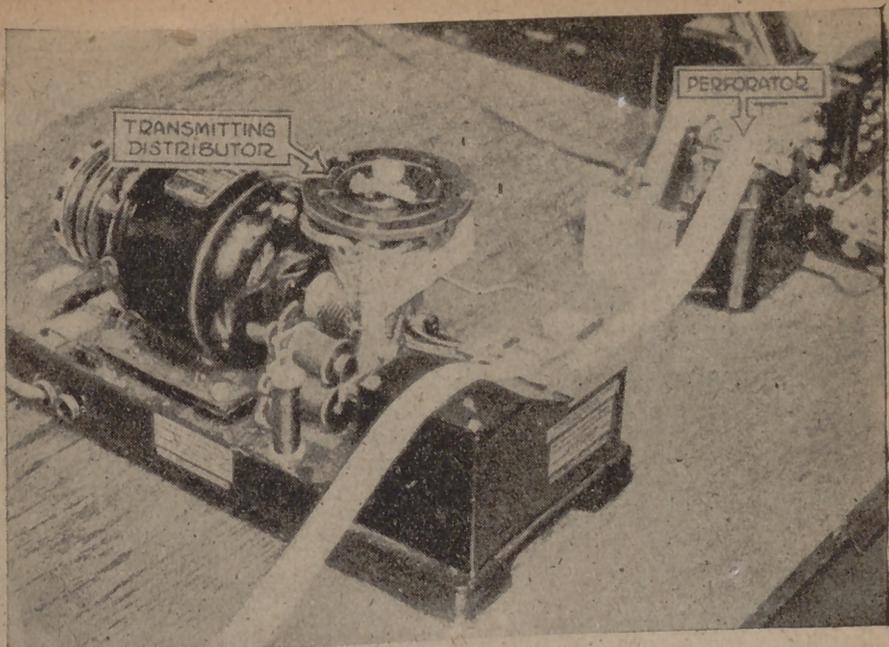
Este destino, columbrado «a priori», sigue también a la noticia. Y, naturalmente, el hombre y la noticia hacen al periodista. El periodista, digámoslo de una vez, es un modisto de la actualidad convertida en letra impresa. La noticia nace con el mundo... y aun antes. El periodista se apodera de la noticia, le coloca el ropaje que a él más le satisface y la lanza a la calle, a la opinión.

Y entonces se da el caso inaudito e insólito. Aquella noticia, en veinticuatro horas, ha recorrido el mundo entero. Pero no es esto lo extraordinario. Lo extraordinario es que, en su recorrido, la noticia ha variado de atuendo en todas las latitudes. Modistos de Redacción hubo para los cuales no ha satisfecho tal o cual parte de atavío que le endilgó el primero que la lanzara a la calle —o que no gustara nada—, y

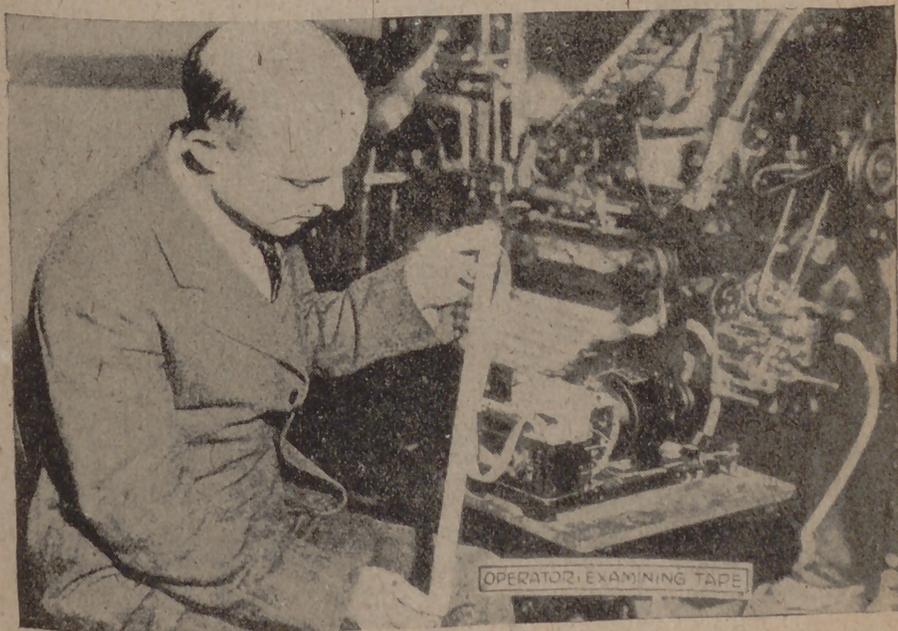
juzgándolo preciso, ha variado las formas. ¡Y hasta las medidas! Y la noticia ha de padecer mutilaciones, cuando no la aplicación de una ortopedia de urgencia que la transforme por completo.

A este modo de interpretar las noticias se le puede llamar, si gustáis, libertad. Pero, ¿cuál es la verdad de la noticia? No sabríamos decirlo a ciencia cierta. La muerte de Pérez, por ejemplo, puede ser de suma importancia para unos, pero carente de ella para otros. La labor de Pérez, en el transcurso de su vida, ha significado el acercamiento industrial y cultural entre Babalonia y Melononia. Es justo que, para estos países, tenga la noticia unas vestiduras mundanas, llamativas, espléndidas. Pérez ha sido un genio, su obra ingente, su acción fecunda.

¡Ah! Pero en su Almería, país que padeció las consecuencias de la obra de Pérez, se juzga de muy distinta manera. Pérez era un equivocado que ha perjudicado la industria y la cultura de Almería —foco de civilización—, lo que ya significa, de por sí, un paso hacia atrás, como el cangrejo. En consecuencia, la obra de Pérez ha sido fatal. El mundo sufrirá, a la postre, sus con-



El distribuidor de transmisión y el perforador



Un empleado comprueba la cinta perforada

secuencias. Quizá haya, incluso, plantado las raíces del odio, convertidas algún día en guerra inevitable.

En rigor, ¿fué buena o fué mala la obra de Pérez? Babalonia y Melononia cuentan, entre los dos, con unos ochocientos periódicos; Almería tan sólo con quince. Fatalmente, este país está equivocado. De esto no cabe la menor duda. La verdad podrá llevar un ropaje u otro; eso es lo de menos. Pero en Almería debe enseñarse a los niños en las escuelas, a los obreros en las fábricas, a los dependientes en los comercios, a los empleados en las oficinas, que Pérez fué un faro de civilización.

Porque el periodista, al redactar la noticia, sea de un hemisferio o del otro, ha de supeditarse a algunas de estas razones, y verlo todo a través de ellas: el prejuicio personal, el político, el patriótico, el religioso...

Y el que esté libre de alguno de ellos, que lance su primera piedra sobre el que esto escribe.

Siendo un modisto, supeditado a esas razones, justo es que dicte la moda en su país de interpretar las cosas, y no cabe duda que, salvo contadas excepciones, la masa ha de aceptar, de un modo axiomático, si Pérez era bueno o si, por el contrario, Pérez era malo.



Este hombre hace a la vez varios periódicos

Uno de los modelos más solicitados por el gran público es el de la libertad. Para esto existen figurines «dernier cri». Lo malo es que el mismo modelo no sienta a todos igual. Así sucede con algunos países que llevan unos hábitos fuera de tono, que sufren a veces unos lamentables desgarrones..., quizá por su holgura o su estrechez.

¡Libertad de Prensa! ¡Libertad de prensa! Yo también solicito un modelo.



El distribuidor de transmisión, aplicado a la linotipia

Me conformo con el menos malo. Esta es la realidad, desnuda y simple. La realidad de la noticia. Y me conformo con saber que Pérez ha muerto; sabré juzgar por mí mismo la labor de Pérez. Pero aquí, en la intimidad, ¿qué agencia informativa del mundo se conforma con eso? Manera subrepticia hay, aunque no lo parezca; de endilgarle un traje a la medida. Y que no se da cuenta —¡ah, pobre ignaro!—, el lector na-

vega en los procelosos mares de la ingenuidad.

En este nuestro caminar hacia lo uniforme, hacia el traje único de la noticia, surge a gritos el teletipógrafo. Pero, ¿qué es el teletipógrafo?

Veamos: la cosa, en resumidas cuentas, es ésta: Usted se sienta ante una máquina transmisora de teletipo. Una especie de vulgar máquina de escribir por su teclado. Y redacta la noticia. Esto hace funcionar automática y simultáneamente en los talleres de trescientos periódicos o más, a veces situados en diversas ciudades, trescientas o más linotipias que efectúan su trabajo por igual velocidad y limpieza que si una a una laborase un teletipista. Su trampa consiste en una máquina de escribir, accionada mediante energía eléctrica. La máquina, por cada letra, perfora una cinta. Esto, que es estación emisora, se dispara eléctricamente rumbo a los trescientos o más periódicos; por cada dispositivo de cada uno pone en marcha a la linotipia. La máquina, sin intervención de obrero alguno, transforma eléctricamente las perforaciones o los grupos de perforaciones en presiones sobre el teclado. A cada presión eléctrica desciende la tecla y así se forma la palabra, la frase, la noticia, el periódico todo.

Este invento cuenta ya cerca de veinte años. Se empezó a emplear en el *Times Union*, de Rochester (Estados Unidos). Acaso ahora se lleve a la práctica —gracias a los inventos incubados al calor de la guerra— en toda su perfección y ventaja.

De esta manera, el éxito o el fracaso de Pérez tendrá, además de una única versión, la misma sintaxis su noticia e igual extensión y líneas en trescientos periódicos o más.

El mundo avanza. Los linotipistas y redactores tendrán que aprender otro oficio. La mecánica alancea a la vida y la señala un único camino...

"LA VOZ DE CASTILLA"

hecha totalmente por hombres recién salidos de
la Escuela Oficial de Periodismo

Peripecias y andanzas de un rotativo que nace

Por D. RAMOS

Si las agujas de la catedral burgalesa supieran algo de tinta de imprenta y no de tinta de cielo, podrían contarnos algo de este *tejemaneje* que supone casi toda la historia periodística que se encierra en cuatro meses de tiempo.

Marat, aquel lisiado panfletario de la revolución de las guillotinas, escribió un día, quizá con aire de testamento, que toda renovación tiene su primer exponente en el arte de hacer periódicos. Sin embargo, Burgos, a pesar de haber sido la sede gubernamental durante la Guerra de Liberación, no tuvo la coyuntura para hallar un nuevo diario. Habían de pasar nueve años para que esta ley de la nueva época cristalizara de manera palpable.

EN BUSCA DE UN TITULO

Para encabezar el periódico, que todavía estaba en el pensamiento, quiso

buscarse la primera colaboración. Ya es curioso que antes de existir las columnas se abrieran con remuneración a la vista. Pero así fué; un concurso, ya fallado, fué organizado en busca de la aportación popular que diera timbre y marca al nuevo diario. He repasado por encima los títulos que nos fueron brindados; todos, o casi todos, rezuman estilo gacetillero: *El eco burgalés*, *Noticario de avisos*, *El solar del Cid*, *El Campeador*. ¿Se imaginan ustedes lo que sería de subversivo e irreverente el grito coreado por todos los vendedores, bajo el Arco de Santa María y al perfil del amanecer, de ¡ha salido *El Campeador*!, con el nuevo racionamiento? Tendría algo así como un olor a profanación de tumbas, a cadáver resucitado y quizá, quizá, a conjuro y convocatoria de Raquel y Vidas.

Al lado de este pintoresquismo, se brindaron otros títulos positivos y modernos: *Meseta*, *Arlanzón*. Sin embargo,

triunfó *La Voz de Castilla*, quizá por aquello de que la voz abulta.

UN PERIODICO SIN REDACCION NI PERSONAL DE TALLERES

Allá por el mes de junio, y cuando de las esquinas se habían caído de puro viejos los últimos restos de los carteles anunciadores del periódico, por coincidir con la fiesta de San Pedro, ferias de Burgos, se pensó en sacar un número de propaganda de *La Voz de Castilla*. La cabeza era monstruosa y de palmo y medio de alta.

El número fué confeccionado y redactado por el administrador y el contable del naciente periódico, con prosa



Hotelito adquirido por la Empresa para albergar a los redactores

de *Haber y Debe*, excepto la de algunos colaboradores que buenamente se prestaron a llenar lo que hiciera falta. Así y todo, el espacio no se colmaba ni a fuerza de prosa y de líneas vueltas. Un atento saludo al *Diario de Burgos* hubo que sustituirle por un recuadro a tres columnas, en el que se le llamaba querido colega, en cuerpo del 36, versales. Por cierto que fué peor el remedio que la enfermedad.

Los linotipistas de este número no existían y, mal que bien, un cajista de buen oficio y optimismo se pasó tres días buscando *emes* y *jotas* por los alrededores del teclado con menos éxito que voluntad. Por fin, se apeló al arbitrio de colocar un gigantesco crucigrama con algún jeroglífico, para que, a modo de concurso, sirviera para los que aspiraran a un par de localidades en los toros o a una celda de pago en la Granja Psiquiátrica, porque el lío fué bueno. Hubo verticales que salieron como horizontales, y alguna se quedó en la caja. A pesar de todo y aunque el plazo de admisión de respuestas caducaba a las doce del día y el periódico no consiguió salir a las tres de la tarde, se produjo el milagro de que alguien ganara el premio.

Hemos de añadir que se publicaron unas fotografías de los talleres con pies que hablaban de *la nave de rotativas*, como si hubiera media docena, y figuraban cuatro linotipias, cuando no existían más que dos.

Cuando llegué al periódico, si no me encontré con sordomudos como le sucedió a Emilio Romero, si me eché a la cara este famoso número de propaganda que helaba la sangre al más febril espectador. Supongo que la cogida de Arruza de aquel mismo día tuvo que ver algo con ello.

«LA MONTIJANA», LABORATORIO DE PERIODISMO

Poco a poco fué llegando la Redac

ción, y mientras se esperaban matrices y máquinas, en aquellos cuartos de pensión barata acompañaban todos los compañeros recién salidos de la Escuela para estrenarse en su primer vuelo profesional.

El dibujante de una acreditada agencia había sido el encargado de preparar las cabezas para las páginas especiales. Todas ellas fueron tituladas a

Pero en la publicidad económica y por palabras pudo su facundia inventiva coronar su mejor obra: allí balanzas para compraventa, mesas con platos y vasos a lo «Hostería del Laurel» para hospedajes, y ¿para qué seguir?

En «La Montijana» fueron deshaciéndose estas ilusiones pictóricas entre buenas risas y chispeantes comentarios. Y hasta llegó a darnos pena la cara de

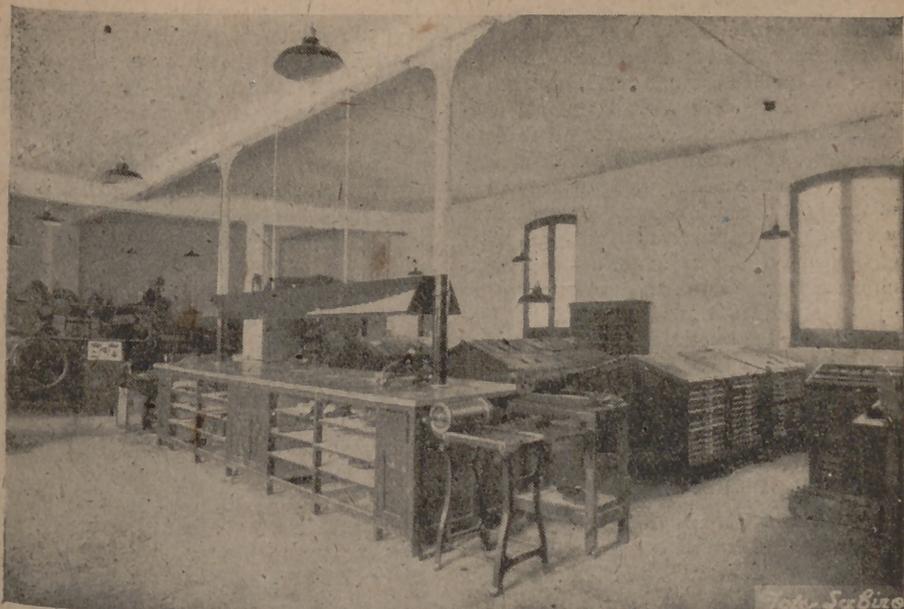


En este local, mitad antigua imprenta y mitad almacén de patatas, está hoy «La Voz de Castilla»

su gusto y capricho, acreditado con olor a naftalina. Así, la página infantil se llamaba «Para mi hijo», con unas viñetas de candorosos angelitos, con libros del niño Juanito entre las manos. La página religiosa contaba con tablas de la Ley, campanarios y espadañas a troche y moche. La ganadera tenía unos maravillosos ejemplares bovinos, esquilones y mozas de cántaro.

profundo dolor del gran artista, al ver cómo una tras otra sus cabezas caían como las de la hidra. Era un incomprendido más.

Y allí, mientras quincena tras quincena se aguardaba la llegada de la maquinaria, se hacían reportajes, se leían artículos, se perfilaban secciones. Por votación solemne se acordaban los titulares de «El mundo es redondo», para



Este es el taller donde se trabaja para sacar un buen periódico

el comentario internacional; «Al pan, pan», para crítica provincial; «Espolón», para la nota local, y «Tertulia de poco menos», para la noticia del momento.

Pero, en fin, se vivía en comunidad desde el director al redactor de calle; se estrechaba el compañerismo y crecía la emulación.

UN PERSONAL CAPACITADO

Todo estaba ya a punto cuando se cayó en la cuenta de la necesidad urgente de dotar al periódico de un personal capacitado para atender a la rotativa, linotipias, estereotipia y cajas. El fiesador fué el primer estrenado. En su vida las había visto más gordas, y Lago hubo de enseñarle pacientemente a conocer los secretos de un artefacto que echaba chispas por

los cuatro costados. El hombre sudó la gota gorda fresando tejas y comiéndose recuadros a su capricho, pero al fin triunfó la buena voluntad.

El experto ayudante de rotativa tuvo un estreno colosal. Al contemplar las tejas con su forma curvada, preguntó admirado cómo se las arreglaría para poner liso el metal. Hubo que aconsejarle que lo hiciera en caliente, y hasta parece ser que lo intentó. Su despedida fué trágica, pues se le olvidó apretar las espigas y nos quedamos sin rotativa porque Dios no quiso.

El jefe de cajas no se quedaba atrás en experiencia. En su primera tarde se acercó respetuosamente al redactor-jefe y le preguntó si detrás de cada título era preciso poner el punto ortográfico. A duras penas se le desengañó, si bien tuvo su desquite y consuelo en empastelar chibaletes, confundiendo la-

mentablemente la Grotesca con la Venus ancha. Más tarde progresó mucho, pero las hachas eran su enemigo mortal y procuraba comérselas al menor descuido. El mecánico de la linotipia fué, no obstante, el número trágico. Al atrancarse el distribuidor, optó por desarmar la máquina, como recurso más rápido, y era de ver cómo llovían muelles ante el espanto de los cajistas, que se atrincheraban tras la platina para salvar su ojos de peligro tan amenazador. Después, una búsqueda afanosa hasta recuperar todas las piezas. Pero no terminó ahí el incidente, sino que para armar la máquina quiso desarmar otra, para ver cómo era por dentro.

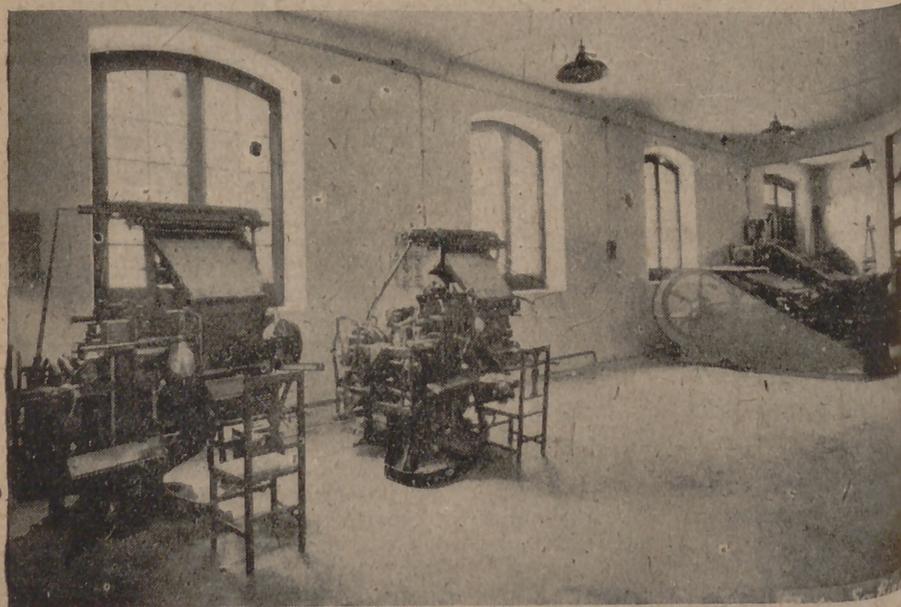
EL PERIODICO SALE

A pesar de todas estas peripecias, y arrimando el hombro los buenos para suplir a los malos, el periódico salió a

la calle con seis páginas de formato grande —tres linotipias en el taller—, cuatro linotipistas, tres cajistas y tres hombres más para estereotipia y máquina. El regente pasó lo suyo.

La gente quedó extrañada al oír vocear, al fin, *La Voz de Castilla*. Sin embargo y desvelos costó todo ello, y tesón y más tesón en el iniciador de la empresa.

Índice del progreso lo tenemos en el desamparo a «La Montijana», primer refugio de nuestros periodistas, que a estas horas se halla vacío de su vida al revés. Un hotelito al otro lado de la vía del ferrocarril, amueblado por la Empresa del periódico, servirá de hogar a varios de los redactores, aquellos sin vínculos a una familia, fugitivos del peregrinar por buenas o malas pensiones. Y aquí está ya el primer periódico hecho en España con una Redacción



- Esta foto se publicó superponiendo otras dos linotipias para llenar más. Ahora existen realmente

total recién salida de la Escuela Oficial de Periodismo, magnífico ejemplo de lo que significa esta obra de formación y duro aprendizaje.

EL PERIODICO DE LAS AVERIAS

Yo no sé si en todos los periódicos de España la peste de las averías cala tan hondo como aquí. Regularmente, a las doce de la noche y fuera del programa de restricciones se apaga la luz.

El teletipo está pasando el sarampión, empalmado con la escarlatina y las viuelas. Llevamos varios días sin recoger más que *jotas*, *eles* y *equis*, y como no nos pareció lógico brindar a nuestros lectores un noticiario tan monótono, hubimos de llamar a alguien que supiera taquigrafía, porque en esta Redacción nadie la sabe. La señorita Pacini vino en nuestra ayuda. Cuando se apaga la luz, la señorita Pacini, dice todas las noches al locutor de la «Efe»: «Un momento, que están buscando el candil».

Los mecánicos del teletipo han hecho un descubrimiento sensacional, que consiste en que al «Lorenz» le sobran, en vez de faltarle piezas. Esto es para colmarnos de satisfacción.

LA TRAGEDIA DEL CORRECTOR

Juan Lanas creo que fué el hombre más desafortunado de la Historia. Sin embargo, aquí he podido encontrar otro, llamado Julián, que no cree en más tormento que en el de la errata. Durante varios días, casi todas las cabezas salían con falsedades capaces de poner los pelos de punta al más linfático lector. Un día, en vez de miles de muertos, salieron millones; otro, al

Premio del Mérito Deportivo se le llamaba «del Cuento Deportivo». Otro, en fin, se constituía el Comité de Control de Tánger, sustituyendo en la cabecera el nombre de la ciudad africana por el de Burgos, y así sucesivamente. Claro es que cada errata se sancionaba con dos días de haber, y como en la primera quincena salían dos por día, el administrador, todos los sábados, le hacía al buen Julián ver la necesidad de poner dinero. Al fin y al cabo, un ingreso publicitario fuera de tarifa.

LA DOBLE PERSONALIDAD DE LOS REDACTORES

Cada redactor tiene una doble misión en el periódico; por eso son pocos. García Luna, que hace mesa nacional, es «Graphos» para el consultorio grafológico femenino, la profesora Clemen para las recetas de cocina y el modisto para los modelos. Mena, ayudante de confección, es el tertulario. Clavería, encargado de *internacional*, es Angel de Izaga, jefe de la página literaria. Y así sucesivamente.

Quizá, quizá, y para que los editoriales sean leídos con avidez, hemos puesto en circulación un estilo anecdótico en el título. El que llevaba por cabeza «Las razones de Mr. Dowler», se refería al Seguro de Enfermedad; el que se titulaba «Ahora se descubre que los griegos no tenían razón», hablaba del problema de los neutrales; pero esto sin estafa, con la anécdota y su antecedente. A veces, también, aquellos artículos de peso político se presentan como colaboraciones, porque se dice que el artículo firmado se lee más. Y así nació Fernando Llovet, por más señas venezolano.

La Prensa británica en tiempo de guerra

(Conclusión)

Las fotografías de los teatros de guerra son enviadas por aire y radio al Ministerio y son distribuidas de la misma manera. Las fotografías oficiales procedentes de los Dominios de India y de las Colonias son distribuidas también del mismo modo.

El Ministerio de Información sostiene una librería central, por la cual se satisfacen las especiales necesidades de ciertas revistas (tales como el "Illustrated London News") o periódicos técnicos y comerciales. Los libros, exposiciones, dispositivas, cintas cinematográficas, etc., son facilitadas a través del mismo mecanismo.

LA PRENSA INDUSTRIAL

Al igual que otras partes de la Prensa británica, los periódicos comerciales y técnicos del mundo de los negocios y de la industria han sido afectados por la reducción del papel y por las disposiciones relacionadas con el tamaño y la circulación. Además, han tenido que enfrentarse con la pérdida de un gran número de las materias informativas que constituían su campo de acción en tiempo de paz, ya que: a) Dondequiera que una industria transforma sus fábricas de manufacturas o su equipo de distribución para adaptarlo a la producción de guerra, sus actividades no pueden ser ya publicadas en la Prensa. b) La drástica limitación de la producción destinada a satisfacer las necesidades de los ciudadanos normales ha determinado que las actividades de dicha producción se traduzcan en pocas o ningunas noticias.

Para hacer frente a las restricciones en el papel, los periódicos comerciales y técnicos están usando papeles de peso ligero.

Lo mismo que la Prensa popular se ha limitado a cabeceras menores, tipos condensados, menos grabados y más pequeños y artículos más breves. Algunos han cambiado su formato al tamaño de bolsillo, manteniendo su servicio de redacción al par que aumentan el número de anunciantes a los cuales pueden dar acomodo, y de esta forma aumentan asimismo sus ingresos, ya que las suscripciones continúan siendo las mismas. Otros, particularmente los periódicos de mayor carácter técnico, que hubiesen encontrado dificultad en reproducir en páginas de menor tamaño los dibujos, planos, esquemas y diagramas de circuitos que publicaban han reducido el número de páginas por entrega.

Se ha encontrado una nueva materia escrita destinada a reemplazar la antigua. Previendo en los primeros días de la guerra que el aumento de la demanda de artículos para el mantenimiento y reparación sería la consecuencia lógica de la reducción en la fabricación de nuevos productos, en un momento en que los fabricantes se habrían de encontrar con dificultades crecientes para responder a ese servicio, la Prensa industrial misma se impuso la tarea de coleccionar, escoger y publicar informaciones acerca de estas materias. No es raro encontrar páginas de los periódicos técnicos colocadas en las fábricas y talleres para informar a los empleados o gerentes acerca de ciertos procesos o ciertas máquinas. Además de todo esto, los periódicos dan orientaciones individuales por correo, poniendo a los lectores en contacto con nuevas fuentes de materias industriales, anunciando sustitutos, sugiriendo nuevas orientaciones y actuando como medio de enlace y de orientación entre las diferentes industrias.

EL PEQUEÑO PERIÓDICO

La Prensa industrial se aprovecha asimismo de la facilidad que le concede el Gobierno para visitar las fábricas de producción de guerra, astilleros, almacenes, etcétera, y publica información especializada acerca de los procesos industriales y la organización industrial corriente.

Como resultado de la disposición de las industrias y del llamamiento de obreros y empleados para las fuerzas armadas, estas publicaciones dan hoy día más espacio que el que daban en tiempo de paz a las noticias de carácter personal.

Una de sus más importantes funciones ha sido y continúa siendo, el traslado e interpretación de las disposiciones gubernamentales.

Además de condensar las órdenes estatutarias en forma de concisas declaraciones fácilmente comprensibles para la mayoría de la gente de la industria afectada, los periódicos industriales han hecho uso de su libertad para proferir críticas responsables y constructivas, en virtud de las cuales se han realizado modificaciones en las disposiciones originales, que han redundado generalmente en favor del comercio y de la producción de guerra. Acerca de esto el principal de un gran grupo de periódicos industriales británicos decía en 1943: "Difundiendo estas noticias esenciales entre los fabricantes y comerciantes al por mayor y menor afectados por las disposiciones, la Prensa comercial ha realizado de la manera más económica un servicio que ha ayudado materialmente en la tarea de organizar eficientemente el comercio y la industria bajo condiciones de guerra. Podemos ir aún más lejos declarando que los Ministros están utilizando la Prensa comercial como el único medio práctico de poner en circulación ciertas informaciones vitales."

El nivel de los anuncios comerciales y técnicos ha mejorado en tiempo de guerra al volver su atención las principales agencias anunciadoras hacia estas informaciones en virtud de la forzosa disminución de los anuncios generales en la Prensa. La Prensa industrial puede llevar y efectivamente lleva la misma proporción de anuncios y noticias que llevaba antes de la guerra. Aquellos departamentos gubernamentales que están relacionados con la industria, tales como Aprovisionamiento (Oficina de Recuperación), Producción y la Oficina de Comercio, especialmente, ocupan con frecuencia el espacio destinado a anuncios en la Prensa industrial.

La principal función en tiempo de paz de los periódicos semanales provinciales, incluyendo aquellos de menos de 10.000 ejemplares de circulación era la completa y minuciosa publicación de las noticias locales. Era, a través de la información imparcial que les ofrecían los pequeños periódicos, como millones de habitantes de la Gran Bretaña se mantenían informados de los acontecimientos del día, movimientos de opinión y desarrollo de los hechos ocurridos en el distrito o comarca de su residencia.

Durante la guerra, los periódicos pequeños han continuado cumpliendo este importante servicio, que ha adquirido aún mayor importancia con los movimientos de las poblaciones industriales y con el desplazamiento a ultramar de hombres y mujeres de la localidad. Se envían ejemplares de ellos a otras partes del país a los teatros de guerra de ultramar, donde han desempeñado en todo momento el papel de órganos de enlace en la patria chica, siempre bien recibidos.

Los semanarios locales han contribuido también a la obra de trasladar las órdenes y disposiciones del Gobierno de la forma más útil para la localidad. Por ejemplo: cuando un semanario se encarga de cuidar los intereses de una zona agrícola, él será el encargado de asegurar que los campesinos locales y otras personas interesadas puedan conocer el efecto que dichas órdenes ejercerán en su particular industria.

La restricción en el consumo del papel ha significado para estos periódicos, lo mismo que sucedió con la Prensa diaria, la limitación del número de páginas en cada tirada. Un pequeño número de semanarios han reducido sus ediciones a cuatro páginas, pero la mayoría publica ocho.

La necesidad de mantener el volumen de las noticias locales, de las que tales anuncios, como nacimientos, bodas, fallecimientos, subastas locales, informaciones municipales, etc., pueden ser consideradas como una parte, se ha traducido en una reducción en el número de artículos que se publican. En todo caso, los artículos que aparecen se encuentran más o menos relacionados con cosas útiles para la comunidad: consejos a las amas de casa en cuestiones de alimentación, consejos a los campesinos para sobrepasar las dificultades de tiempo de guerra, así como otras informaciones de este tenor.

Una gran proporción del espacio destinado a anuncios en los periódicos provinciales se encuentra destinado a los clasificados por secciones. En un estudio publicado por "The Wartime Trading Bulletin", número 94, extraído de las conclusiones del periódico americano "Editor and Publisher", se dice que el examen detenido de 37 periódicos provinciales, escogidos al azar, reveló que los anuncios por palabras clasificados en secciones abarcaban el 31.5 por 100 del espacio destinado a anuncios. Los anuncios de productos para la economía doméstica aparecían en segundo lugar, con el 14.4 por 100; los anuncios de específicos en tercer lugar, con el 10.5 por 100, y el Gobierno en cuarto lugar, con el 9.6 por 100. Los periódicos que fueron examinados presentan un promedio de seis a siete páginas, y la mitad de su contenido fue considerado como editorial.

La distribución de los pequeños semanarios se ha visto poco afectada por las condiciones de transporte en tiempo de guerra. El menor tamaño y la mayor ligereza del papel ha reducido automáticamente el espacio necesario para su transporte en los trenes. Allí donde se utilizan vehículos de motor, la Oficina Local de la Gasolina concede un cupo de carburante al periódico. En los casos en que surge una disputa sobre la cantidad permitida, interviene la Sociedad del periódico y se llega generalmente a un acuerdo satisfactorio.

La movilización de la mano de obra con destino a las fuerzas y a la industria ha causado una dificultad real, que en muchos casos ha llegado a términos de gran dureza para los periódicos pequeños. Un cuestionario que hubieron de rellenar, en marzo de 1942, unos 130 periódicos provinciales reveló que 80 semanarios poseían sólo un hombre en cada departamento, y que 58 semanarios tendrían que cerrar inmediatamente si es que se veían obligados a ceder más personal. Ninguno ha cesado de publicarse; pero la mayoría están siendo confeccionados por hombres por encima de la edad militar, con la ayuda de personal declarado inútil y de muchachos y muchachas por debajo de la edad militar. En un caso, por ejemplo, donde toda la plantilla de antes de la guerra había abandonado un pequeño semanario, el director propietario estuvo actuando como su propio reportero, corrector de originales, corrector de galeras y confeccionador. Su plantilla de imprenta consistía en un joven de dieciocho

años, otro de diecisiete, tres de quince y uno de catorce.

LA "FLEET STREET" (CALLE DE LA PRENSA). DURANTE LOS GRANDES ATAQUES AEREOS DEL "BLITZ"

Las oficinas de muchos periódicos londinenses y provinciales resultaron destruidas o damnificadas durante los ataques aéreos de los años 1940-41. Pero un solo periódico suspendió su publicación, y esto solamente en una de sus ediciones.

Los periódicos de Londres decidieron continuar su publicación en las provincias si en la metrópoli llegase a ser imposible; pero ninguno de ellos se ha visto obligado a tomar tal medida. Los convenios realizados ya antes de la guerra para utilizar alternativamente unos locales de trabajo han bastado para lograr que no se interrumpiera la salida y distribución. Cuando este sistema resultó lesionado por el ataque enemigo, la improvisación y la cooperación dentro de la rama de esta industria sirvieron para salvar la situación sin que se produjese interrupción alguna. El caso del "News Chronicle" es un buen ejemplo de lo que venimos diciendo. En la noche del 10 de mayo de 1941 fueron bombardeados los edificios en que estaba establecido dicho periódico; los locales de que disponía en otra parte en que trabajaba conjuntamente con otras publicaciones, habían sido alcanzados e inutilizados por otro ataque anterior, y su proyecto de continuar la producción en colaboración con el "News of the World" no podía ponerse en práctica, porque se había declarado un incendio en los locales correspondientes. Inmediatamente se realizó el traslado a otro lugar —Periódicos Aliados—, en donde se pusieron en servicio diez prensas. El resultado fué que el "News Chronicle" siguió apareciendo sin ninguna indicación que pusiese al público en general en conocimiento del cambio de local.

Las interferencias producidas en la distribución de noticias por interrupciones en la comunicación telefónica entre la "Fleet Street" y las provincias se disminuyeron por la intervención del Ministerio de Información y de la Dirección General de los Servicios Telegráficos, que podían tomar conjuntamente medidas rápidas y eficaces. Después del ataque de la noche del 10 de mayo de 1941, muchas agencias y empleados de varios periódicos se trasladaron provisionalmente a uno u

otro de estos dos organismos con el fin de restablecer el contacto con sus relaciones normales.

Los daños mayores sufridos en el área de la "Fleet Street" ocurrieron en dos noches:

La primera fué el 29 de diciembre de 1940, cuando fué alcanzada la iglesia de "St. Bride", la catedral de la "Fleet Street", cuando quedó destruido el "Parnoster Row" (el gran centro de publicación) y quedaron damnificados los edificios pertenecientes a los agentes de publicidad, los impresores y otras oficinas de asociaciones. Los actuales edificios pertenecientes a los periódicos han sufrido menos daños, aunque se pierde la cuenta de los incendios registrados en el edificio de la "Associated Press", en Londres. Se han producido leves daños por incendios en las dependencias del "Daily Telegraph", y los edificios del "Daily Express" sufrieron daños por efecto de las bombas incendiarias.

La segunda fué el 10 de mayo de 1941, cuando, además de la destrucción del antiguo edificio del "Daily News", en la calle Bouverie, y el del periódico "News of the World" fueron destruidos la parte superior del Shoe Lane, en el que se alojaban los servicios del "Morning Advertiser", del "Leader", los edificios del "World's Press News", del "Advertising World", el Conde Nast (en el que se tiraba "Vogue" y "Stichkraft") y otras publicaciones.

Los periódicos de provincias han realizado acuerdos de "acoplamiento alternativo" semejantes a los de los periódicos de Londres, y los locales y máquinas de periódicos establecidos en ciudades vecinas se han adaptado así para ser empleados por los periódicos que han sido víctimas de los bombardeos. El caso del "South Wales Argus", en Newport Monmouthshire, demuestra la eficacia y capacidad de adaptación de este procedimiento. Después de un ataque contra Cardiff, en marzo de 1941, que obligó a desalojar los locales del "Western Mail" (de la mañana) y del "South Wales Echo" (de la tarde), donde se tiraba además el "South Wales Evening Post" para Swansea, debido a los daños causados por otro ataque anterior sobre dicha ciudad, se tiraban en los locales de este periódico de Newport tres periódicos de la tarde y uno de la mañana, o sea, toda la Prensa diurna del sur de Gales, en menos de veinte horas. Dos de los periódicos de la noche tenían que prepararse en la misma sala

de Redacción y confeccionados y tirados en las mismas linotipias y rotativas.

La producción de los periódicos en las provincias durante los ataques aéreos se complicó todavía más por los daños sufridos en los servicios de utilidad pública, como gas, agua o electricidad. Después del ataque a Bristol, en noviembre de 1940, el "Western Daily Press" publicó un número anormal —una hoja a siete columnas impresa por un solo lado— sin servirse de la electricidad ni de gas, tirándolo en una máquina plana. "El Bristol Evening Post" sacó su primera edición de 20.000 ejemplares, en una multicopista, y las ediciones siguientes se tiraron fuera de la ciudad.

LOS ANUNCIOS EN TIEMPOS DE GUERRA

I) Generalidades

La Prensa británica ha dependido durante muchos años de los ingresos producidos por los anuncios, que cubrían una gran parte de los gastos. Esta fuente adicional de ingresos les ha permitido mantener un determinado nivel para poder liberarse tanto del control del Gobierno como de la subvención secreta de los partidos políticos y de los intereses privados.

En parte por esta razón y en parte también porque el Gobierno, desde el comienzo de la guerra, reconoció la necesidad de la publicación de un número razonable de anuncios —en febrero de 1942, el ministro de Hacienda dijo en la Cámara de los Comunes, en contestación a esta cuestión, que la autorización o prohibición de anuncios estaba determinada por las mismas reglas que se aplicaban a otras cuestiones de publicación, y que no veía razón ninguna para introducir un trato distinto—, se permitieron los anuncios en la Prensa, mientras que todas las demás clases de ellos se fueron aboliendo en virtud de las sucesivas órdenes de control de papel. Pero se han limitado varias veces debido, primero, a la escasez de papel; segundo, a la tendencia a la evitación de gastos inútiles y de todas las actividades que no estén directamente relacionadas con los esfuerzos de la guerra.

II) Espacio

En los primeros dos años y medio de la guerra, la proporción de espacio destinado a publicidad en los periódicos era de incombencia particular de cada uno de

allos, puesto que podían emplear como quisieran el papel disponible. Pero en marzo de 1942, la orden número 48 del Control del Papel determinaba que cada periódico limitase sus anuncios a las proporciones establecidas en la siguiente tabla:

Diarios de la mañana, 40 por 100 de su espacio.

Periódicos dominicales, 40 por 100 de su espacio.

Diarios de la noche, 45 por 100 de su espacio.

Publicaciones semanales, bisemanales y trisemanales, 55 por 100 de su espacio.

Cualquier otra publicación (incluyendo las hojas locales que afectan forma de periódicos), 55 por 100 de su espacio.

Boletines de noticias, revistas o periódicos, el porcentaje medio que ocuparon los anuncios en relación con otras materias en el año terminado en 31 de agosto de 1939.

El número de ediciones consecutivas entre las cuales puede repartirse a voluntad el porcentaje permitido, era: de 24 para los periódicos de la mañana, de 13 para los dominicales, de 24 para los de la tarde, de 13 para los semanales, bise-

Mirros", por ejemplo, publicaba en 1938 por término medio 28 columnas de anuncios diariamente, y bajo la orden de Control del Papel solamente destinaba a este efecto de 10 a 12 columnas. Su nivel promedio de publicación de anuncios en 1943 era de siete columnas. Hablando en general, la relación de tiempos de paz de 1:2 de todos los anuncios en relación con los artículos, noticias y demás materia escrita se ha reducido actualmente a 1:3.

III) El movimiento publicitario en general

La razón diferencial del espacio destinado a los anuncios ha conducido a un tráfico de publicidad entre las diferentes categorías de la Prensa. La siguiente tabla, calculada para 170 categorías de artículos manufacturados muestra: a) Un descenso sumamente acentuado entre los años 1938-1942 de aparición de anuncios en los periódicos londinenses de la mañana y de la noche y en los dominicales nacionales; b) Un aumento a partir de 1941, en el caso de los periódicos técnicos y comerciales; y c) Un aumento similar en 1942 en los periódicos y revistas.

ANUNCIOS

| TIPO DE PERIODICO | 1938 | 1939 | 1940 | 1941 | 1942 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | L | L | L | L | L |
| Periódicos londinenses de la mañana..... | 7.500.000 | 6.385.000 | 4.240.000 | 2.500.000 | 2.285.000 |
| Periódicos londinenses de la noche..... | 1.000.000 | 800.000 | 460.000 | 300.000 | 290.000 |
| Periódicos dominicales nacionales..... | 2.320.000 | 2.100.000 | 1.700.000 | 1.200.000 | 1.000.000 |
| Periódicos técnicos..... | 530.000 | 440.000 | 215.000 | 225.000 | 234.000 |
| Periódicos comerciales..... | 420.000 | 33.500 | 226.000 | 235.000 | 265.000 |
| Diarios provinciales..... | 3.650.000 | 2.900.000 | 2.125.000 | 1.800.000 | 1.875.000 |
| Periódicos semanales..... | 1.140.000 | 960.000 | 650.000 | 620.000 | 760.000 |
| Revistas ilustradas..... | 4.100.000 | 3.750.000 | 3.065.000 | 2.560.000 | 2.685.000 |

manales o trisemanales, y para todos los demás, el número de ediciones aparecidas en los meses de julio a octubre de 1941 o en un período cualquiera de cuatro meses consecutivos.

No se señaló un porcentaje máximo del espacio dedicado a anuncios en cada edición determinada, excepto en el caso de los periódicos semanales, bisemanales y trisemanales, para los cuales se fijó un máximo de 66 2/3.

En la práctica resultaba que los diarios raramente utilizaban en la publicidad todo el espacio que se les permitía. El "Daily

IV) Anuncios individuales

La limitación general del espacio para los anuncios ha ido acompañado de reducción, realizada por los mismos periódicos, en el espacio concedido a los anuncios individuales. En varios casos el espacio máximo concedido para cada anuncio de carácter comercial es de cuatro pulgadas en columnas de dos pulgadas o de cinco pulgadas y media en columnas de dos pulgadas, dependiendo también del tamaño de la página, a pesar de que las campañas realizadas por el Gobierno pueden

prescribir anuncios que excedan estos límites en casos especiales.

La desventaja que desde el punto de vista del anunciante resulta como producto de estas restricciones en el tamaño se encuentra mitigada, en cierto modo, por el hecho de que el reducido número de anuncios en los periódicos de tamaño pequeño aumenta el estado de atención del lector.

V) Ingresos

El nivel de los ingresos procedentes de los anuncios y de la circulación es, respectivamente, un 25 por 100 y un 75 por 100, comparado con los ingresos anteriores a la guerra, de un 47 por 100 y un 53 por 100. Los ingresos brutos de los anuncios, incluyendo los del Gobierno y los de carácter comercial y financiero, han disminuido en un 50 por 100 desde el comienzo de la guerra. La tabla siguiente representa los datos desde 1938 hasta 1942:

| | |
|------------|--------------|
| *1938..... | £ 28 500 000 |
| 1939..... | £ 24 250 000 |
| 1940..... | £ 17 000 000 |
| 1941..... | £ 13 250 000 |
| 1942..... | £ 13 000 000 |

Nota.—Los datos marcados con el asterisco son aproximaciones procedentes de las tablas publicadas en la "Statistical Review", una publicación trimestral que recoge los gastos aproximados de la Prensa nacional en toda la Gran Bretaña, basándose en la lectura de la Prensa y recopilándola a una proporción de escala.

El examen de 170 grupos de productos elaborados en el mismo período ofreció un descenso de un 54 por 100. Pero entre clases diferentes de mercancías se apreciaban variaciones. En valor monetario, los anuncios de productos medicinales aparecían con un 27 por 100 en comparación con el 44 por 100 de los artículos para la economía doméstica; un 46 por 100 para la alimentación y la bebida, un 51 por 100 para los preparados de aseo y belleza, un 55 por 100 para vestuario, un 73 por 100 para automóviles y bicicletas, un 79 por 100 para radios, instrumentos musicales, etc., y un 83 por 100 para mobiliario y artículos de fumador.

El primer signo de una reversión general del indicado decrecimiento apareció en el primer trimestre de 1943, cuando se presentó un aumento promedio en los gastos publicitarios de 0,04 por 100 con relación al trimestre correspondiente

del año 1942. (Los últimos seis meses de 1942 habían registrado un lento descenso), la disminución total era sólo de 5,86 por 100 por encima del período correspondiente de 1941 y el número de anunciantes activos había aumentado a 3,057, en comparación con los 2,599 del año 1941). La curva ascendente fué mantenida durante los trimestres segundo y tercero del año 1944, y los aumentos en tantos por ciento por encima de los gastos en los períodos correspondientes del año 1943 fueron, respectivamente, un 3,38 por 100 y un 3,85 por 100.

VI) Precios.

El precio de los anuncios ha aumentado generalmente de un 20 a un 50 por 100, tal como se muestra con las siguientes cifras comparativas:

News Chronicle:

Columna sencilla, pulgadas, £ 4-12-6 en 1939 y 8-15-0 en 1943.
Por columna, por pulgada de altura.
Por 1.000 ejemplares, 83d en 1939 y 1,75d en 1943.

Star:

Columna sencilla, pulgadas, £ 3-0-0 en 1939 y 9-0-0 en 1943.
Por columna, por pulgada de altura.
Por 1.000 ejemplares, 1,47d en 1939 y 2d en 1943.

Daily Express:

Precio por pulgada, £ 6-10-0 en 1939 y 9-0-0 en 1943.
Por pulgada de altura.
Por 1.000 ejemplares, 61d en 1939 y 86d en 1943.

Sunday Express:

Precio por pulgada, £ 5-10-0 en 1939 y 7-10-0 en 1943.
Por pulgada de altura.
Por 1.000 ejemplares, 85d en 1939 y 1,10d en 1943.

Evening Standard:

Precio por pulgada, £ 4-10-11 en 1939 y 6-5-0 en 1943.
Por pulgada de altura.
Por 1.000 ejemplares, 27d en 1939 y 3,04d en 1943.

VII) Cambios producidos por el tiempo de guerra en la técnica y en las ediciones.

Las restricciones de espacio, como las que afectan a los anuncios individuales, han dado lugar a ciertos cambios técnicos en la presentación. Por ejemplo, se prohibió el uso de anuncios fijos insertos continuamente. La tendencia a emplear los anuncios ostentosos de tipo de "cartel", que fué la reacción de muchos de los anunciantes en los primeros tiempos, no se ha mantenido. Hoy, la mayoría han aprendido el arte de presentar su caso en miniatura. Muchos anunciantes han resuelto el problema del mantenimiento del prestigio del anuncio amoldando su texto a las campañas del Gobierno. En esta forma ponen el nombre de su producto ante los ojos del público sin riesgo de causar molestias, recomendando mercancías en forma abreviada. Así, Dunlop recomienda encarecidamente el cuidado de las ruedas; Lever Brothers explica que pueden lavarse las medias "sin Lux"; la Compañía de calzados Saxone da detalles de la conservación del calzado sumándose a la campaña de "fabricar, cuidar y componer". Otros han ofrecido al Gobierno el hueco de que disponían con una declaración pública de tal ofrecimiento. Tenemos un ejemplo de tal proceder en el espacio cedido por la Sociedad de Cervecedores para la campaña del Ministerio de Información: "¿Qué debo hacer?"

VIII) Anuncios del Gobierno

Los anuncios del Gobierno en la Prensa no es una medida exclusiva de tiempo de guerra. Antes de 1939 varios departamentos, especialmente la Dirección General de Correos, se había aprovechado de los métodos de publicidad ofrecidos por el anuncio para fines relacionados con sus actividades. El desarrollo de este procedimiento en el tiempo de la guerra ha tenido lugar principalmente en el terreno de su coordinación y de su incremento.

Las campañas de tiempo de paz se realizan independientemente de las demás; el control de Hacienda se aplica únicamente a la cuestión financiera y no al método. Pero en 1938 se planeó la organización de un control central destinado a funcionar en el momento en que estallase la guerra. El proyecto general

establecía que cada uno de los departamentos del Estado que considerase que la publicidad podía coadyuvar a la solución de sus problemas, debía ponerse en contacto con el Ministerio de Información a través de su rama de Relaciones Públicas, para exponer su caso. Los textos presentados habrían de estudiarse desde el punto de vista de la publicidad y de la política conjuntamente, y una vez aprobados por el Ministerio, se solicitaría la consignación necesaria de Hacienda. En cuanto se dispusiera de ésta, el Ministerio desarrollaría la campaña en favor del departamento "cliente", sirviéndose de agencias, de noticias seleccionadas de la misma manera que se contratan otros servicios del Estado.

Ningún departamento estatal está obligado a patrocinar esta organización central; pero en agosto de 1942, todos ellos menos dos, habían encomendado este aspecto de sus actividades al cuidado del Ministerio de Información.

Las dos excepciones a que hacemos mención eran: el "National Saving Committee" (Comité de Ahorro Nacional) y el Ministerio de Alimentación. El Comité de Ahorro Nacional está desarrollando una constante campaña publicitaria desde 1918, y ha considerado conveniente continuar con este sistema. El Ministerio de Alimentación inició rápidamente este procedimiento publicitario al estallar la guerra con un amplio plan de desarrollo de dicha campaña. Ambos departamentos responden directamente ante la Tesorería, cayendo sólo dentro de la jurisdicción del Ministerio de Información en aquellas cuestiones de censura y de política moral, relacionándose con él para la elección de sus agencias publicitarias y para la coordinación de la concesión del espacio destinado a sus anuncios.

Esta coordinación —que concede una determinada prioridad a las campañas de los distintos departamentos— se estableció a petición de los mismos periódicos, que encontraban dificultades para acomodar el espacio disponible para la publicidad, compaginando las necesidades publicitarias de los departamentos estatales y las del comercio. Dicha medida responde sensiblemente a las necesidades de la política gubernamental en conjunto y regula la urgencia del reclutamiento de enfermeras ante la necesidad de recuperar materiales usados, o el apremio de la vacunación antidiféptica ante el efecto producido por el anuncio de una nueva entrega de cupones para vestuario.

Las agencias anunciadoras son nombradas por informe que emite un Comité asesor al Ministerio de Información, y se les permite hacer un contrato para un gasto determinado en un período de tiempo también señalado. Ninguna agencia recibe un nombramiento a perpetuidad ni se ocupa de toda la propaganda relacionada con un departamento.

El gasto total del Gobierno en anuncios, desde marzo de 1940 hasta octubre de 1943, es estimado en 6.408.290 libras de esterlinas, aproximadamente un 11 por 100 del gasto total en anuncios realizado en dicho período. El máximo gasto trimestral fué realizado en los últimos tres meses de 1940, cuando treinta departamentos gastaron 643.616 libras; el gasto mínimo tuvo lugar en el segundo trimestre de este año, cuando veintiocho departamentos gastaron 353.616 libras. El número de departamentos que tienen emprendidas campañas publicitarias, calculadas trimestralmente, varía entre 20 y 34. La inversión aislada más alta ha sido la hecha por el Comité de Ahorro Nacional, cuyo gasto total ha pasado de 1,5 millones de libras. Otros departamentos que han realizado gastos elevados para este propósito han sido: el Ministerio de Alimentación, que ha gastado más de 1.420.000 libras; el Ministerio de Combustibles, que entre septiembre de 1939 y 1943 ha gastado 627.710; el Ministerio de Trabajo, 531.673; el Ministerio de Agricultura, 475.976; la Oficina de Comercio, 243.754; el Ministerio de Seguridad Interior, 214.807; y el Ministerio de Abastecimientos, 153.154.

El Gobierno recibe un descuento extraordinario de un 2,5 por 100 en el precio ordinario de sus anuncios; es un arreglo sólo para tiempos de guerra; pero los periódicos tienen tanto derecho a rehúsar los originales que les envía el Gobierno como los enviados por las Compañías comerciales. Además de éste, los únicos privilegios concedidos al Gobierno son: el poder hacer uso de un espacio, por anuncio, más grande que el máximo comercial y una mayor frecuencia en la inserción. Un tamaño frecuente es el de ocho pulgadas por columna de dos pulgadas, mientras que no es raro encontrar anuncios del Gobierno de 11 pulgadas por columna de dos pulgadas, e incluso 11 pulgadas por columnas de tres pulgadas, si el asunto es considerado de importancia extraordinaria. Se utilizaron incluso medias páginas en los anuncios relacio-

ados con combustibles y en las aclaraciones acerca de la "movilización" femenina.

Es corriente encontrar un cierto número de diferentes campañas oficiales en el mismo periódico, ya que las medidas administrativas que requieren aclaración no pueden esperar su turno para aparecer como anuncios, sino que son lanzadas "como noticias". Las estadísticas recientes han demostrado que en un período trimestral de 1942 el Gobierno usó el 7,5 por 100 del espacio total destinado a anuncios en el "The Times"; el 10 por 100, en el "Daily Telegraph"; el 11 por 100, en el "Daily Express"; el 10 por 100, en el "Daily Mail"; el 15 por 100, en el "Evening News"; el 15 por 100, en el "Daily Sketch"; el 27 por 100, en el "Sunday Times"; el 26 por 100, en el "The People"; el 24 por 100, en el "News of the World"; y el 29 por 100, en el "Sunday Express".

Apéndice A.—Propiedad de los periódicos

Existen seis Consorcios de periódicos en la Gran Bretaña, que pueden ser llamados "trusts", en el sentido de que son combinados, controlados por Corporaciones financieras o "cadenas" que no tienen una base local particular. Estos grupos, junto con el número de periódicos que controlan, son los siguientes:

Periódicos Asociados (Rothermere), que controla dos periódicos nacionales, un periódico londinense de la noche, diez periódicos provinciales de la noche en nueve ciudades y ocho semanarios.

Periódicos de Kemsley, que controla cinco periódicos nacionales y 13 provinciales (cinco de la mañana, seis de la noche y dos dominicales, en seis ciudades diferentes).

Periódicos de la Prensa de Westminster, que controla 13 provinciales (cuatro de la mañana, ocho de la noche y un dominical, en ocho ciudades diferentes) y 22 semanarios.

Periódicos Express Limitada (Beaverbrook), que controla dos nacionales (uno de la mañana y uno del domingo), dos provinciales (uno de la mañana y uno de la noche) y un londinense de la noche.

Periódicos Provinciales Limitada, que controla cuatro periódicos provinciales de la noche, en cuatro ciudades diferentes y siete semanarios.

Periódicos de Portsmouth y Sunderland, que controla tres periódicos provinciales de la noche en tres ciudades diferentes.

(Los dos últimos mencionados son Consorcios relativamente pequeños, incluidos sólo por el hecho de que sus propiedades no se encuentran en ninguna base local. La Compañía *Periódicos del Sur Limitada* no se incluye como "trust", porque aunque tiene tres periódicos provinciales en tres ciudades diferentes, se encuentran todos en un espacio relativamente pequeño en el mismo distrito)

Apéndice B.—Número, tipos y emplazamiento de los periódicos

Existen 128 periódicos de la mañana, de la noche y dominicales en la Gran Bretaña. De ellos:

19 abarcan todas las actividades nacionales; Ocho son diarios y 11 semanarios.

Tres son londinenses, de la noche.

106 son provinciales, de los cuales 25 son de la mañana, 77 de la noche y cuatro son dominicales.

Existen periódicos provinciales de la mañana, de la noche y del domingo en 65 ciudades, en 29 de las cuales los periódicos se encuentran dirigidos por "trusts".

En 23 ciudades los "trusts" tienen establecido un monopolio. En nueve ciudades dirigen tanto los de la mañana como los de la noche; pero en cuatro de ellas han de enfrentarse con la competencia local.

En 16 ciudades el único periódico local es vespertino, dirigido por el "trust".

Existen cuatro periódicos provinciales dominicales en cuatro ciudades, y tres de ellos son propiedad de dos "trusts". De los 106 periódicos provinciales, el 60 por 100 son independientes.

Existen 193 ciudades de más de 50,000 habitantes en la Gran Bretaña, y en un tercio de las cuales se producen diarios locales o periódicos dominicales. La mayoría de los dos tercios restantes es "alimentada" de prensa por el periódico local de la ciudad más cercana.

Existen 788 periódicos semanales, 77 de los cuales son producidos en el Gran Londres y 711 en las provincias. Casi todos son independientes ya que sólo menos de 40 son controlados por "trusts". Los semanarios provinciales son publicados en 657 centros, y varios de ellos poseen ediciones locales en las áreas adyacentes.

Apéndice C. — Asociaciones periodísticas y agencias

Las tres principales organizaciones periodísticas son:

La Asociación de Propietarios de Periódicos, que representa los periódicos nacionales de la Gran Bretaña.

La Sociedad de Periódicos, que representa a los diarios y semanarios provinciales y los semanarios londinenses y suburbanos.

La Asociación de Propietarios de la Prensa Periódica Mercantil y de los Semanarios, que representa a los semanarios y las revistas de la Gran Bretaña.

Además existe un Consejo de Emergencia de Periódicos, una Corporación de tiempos de guerra, que actúa en nombre de toda la Prensa británica.

Las principales agencias de noticias son:

La "Press Association", una agencia sin objetivos de lucro, que suministra a la Prensa de Londres y de las provincias noticias del país.

"Reuters", controlada por la "Press Association" y por la Asociación de Propietarios de Periódicos, que suministra a la Prensa noticias del mundo.

"Exchange Telegraph", que interviene en las noticias nacionales e internacionales.

La "United Press" británica, la subsidiaria británica de la "United Press", de América.

La "Associated Press", de la Gran Bretaña, la subsidiaria británica de la "Associated Press", de América.

Los periodistas de ultramar en Londres se encuentran organizados en las siguientes Sociedades:

La "Empire Press Union" (Unión de la Prensa del Imperio) y la "Overseas Empire Correspondence Association". La E. P. U. es una Unión de propietarios de periódicos del Imperio británico; la O. E. L. C. es la Asociación de personal de los periódicos del Imperio en las oficinas londinenses de los periódicos de Ultramar.

La Asociación de Corresponsales Americanos.

La Asociación de la Prensa Extranjera.

Apéndice D.—La Compañía de Abastecimiento de Papel

La Compañía fué establecida por primera vez en mayo de 1940. Posee un cuerpo de doce directores, consistente en

un miembro de cada Consorcio de periódicos que se suscribió al fondo original de garantía de 1.200.000 libras esterlinas. Nueve representan la Prensa de Londres; dos, la Prensa provincial de Inglaterra y Gales, y uno, la Prensa escocesa.

Es una Compañía carente por completo del propósito de lucro, que trabaja por el bien de la industria en conjunto. Ningún periódico aislado recibe beneficios especiales ni los artículos de la Asociación hablan de distribuciones en concepto de dividendos.

Sus funciones son:

1) Proporcionar abastecimiento de papel, tanto producido en el país como importado, sobre una base equitativa y económica. Esta parte del trabajo es llevada a cabo por un Comité de Racionamiento representativo, del que forman también parte el controlador de papel de periódico y un representante de los molinos nacionales.

2) Fijar y nivelar los precios del papel.

3) Importar papel de los mercados de Ultramar. La negociación de contratos de largo plazo con los molinos canadienses y de Nueva Zelanda ha significado no sólo el uso de barcos propiedad de los molinos, sino también el fletamiento de buques adicionales por la Compañía. Algunos de éstos han sido colocados, en los períodos críticos, a disposición del Gobierno para el transporte de otros artículos que no sean papel para periódicos.

4) Aconsejar a todos los periódicos del país en relación con sus disposiciones de

distribución, de tal forma que éstas resulten tan eficientes y efectivas como sea posible. Esto es realizado por el Comité de Distribución, un cuerpo de expertos que también se ocupa de hallar los métodos de acomodación alternativa cuando el emplazamiento para almacén elegido por un periódico determinado es requisado por el Gobierno. El método más favorable de almacenamiento ha sido el de realizarlo en el campo, apilando los rollos sobre una base de cemento y cubriéndolos con encerado.

BIBLIOGRAFIA

Los siguientes libros y publicaciones han sido usados en la preparación de este documento:

El "Fleet Street Journal", 1942.

El "Statistical Review", Octubre, 1940-1943.

El "World Press News", diferentes números.

El "Daily Press", por Wilson Harris.

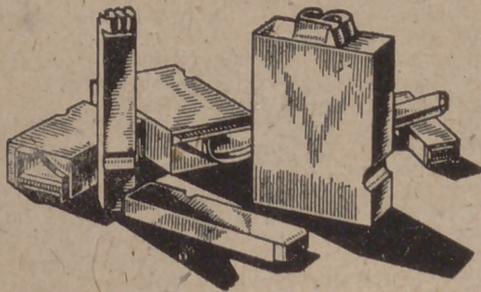
"Wartime Trading Bulletin", números 26 y 94.

"Political and Economic Planning", Septiembre, 1935.

La "Monthly Circular of the Newspaper Society", Enero, 1941, y mayo, 1941.

(4887) 50930/P5790 525 2/45 B. & M. Ltd. 10/8/3.

(5089) 50930/P5790 5.490 3/45 B. & M. Ltd. 10/8/3.



Movimiento de personal

Desde el 31 de agosto de 1945 al 30 de septiembre del mismo año se han producido en las plantillas de la Prensa nacional las siguientes variaciones:

ALTAS

Ninguna

BAJAS

Jesús Huarte Maritorena, director de «La Voz de Galicia», de La Coruña.

TRASLADOS

Ninguno.

