

2 10

GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA

Número 128

-

Mayo-Junio 1960

-

10 pesetas

ALGUNAS IDEAS SOBRE PRODUCTIVIDAD
Y REMUNERACION EN PRENSA

NO pierda el tiempo...

*...buscando en la Prensa la
noticia, comentario, anuncio...
que le interesa para...*

**Su negocio
Su profesión
Su estudio
Sus aficiones... y**

¿Cuántas cosas publica la Prensa nacional
y extranjera que le pueden interesar y
usted no se entera?

¡¡Nosotros se lo damos ya recortado!!

Agencia Internacional CAMARASA
Recortes de Prensa Nacional y Extranjera

Paseo del Prado, 16-MADRID

Teléfs. 39 42 17 y 39 47 47

GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA

Número 128 - Tercera Epoca - Año ^{xlv}XIII - Madrid, - Mayo-Junio 1960

Sumario

ESTUDIOS

- Algunas ideas sobre Productividad y remuneración en Prensa. Por Antonio Garrido Buendía 293

HISTORIA

- La Prensa "africanista" española en la guerra del 60. Por Tomás García Figueras 327

LA PRENSA EN LA PRENSA

- Derecho de información 331
Opinión pública 332
Prensa 340
Biografías 361
Prensa extranjera 364
Televisión 371
Cinematografía 379
Teatro 392
Turismo 394
Publicidad 397
Bibliografía 401

Revistas extranjeras	404
Movimiento de revistas	407
Actividades de la Hemeroteca Nacional	410
MERIDIANO HISPANICO	
En torno al periodismo filipino. Por José Sanz y Díaz	411
Galeón de Indias o Correo de Ultramar	414
INFORMACION DEL EXTRANJERO	421
INFORMACION PROFESIONAL ESPAÑOLA	Anexo
Movimiento de personal	vii
Mutualidad Nacional de Periodistas	vii
Concursos resueltos	viii
Concursos convocados	xi

CUADRO DE REDACCION

Director: Adolfo Muñoz Alonso, catedrático de Filosofía de Universidad, presidente del Instituto Internacional de Estudios Superiores (Bolzano), miembro del Comité Ejecutivo de la Comisión Española de la UNESCO, miembro de honor de las Universidades argentinas y doctor "honoris causa" de la Universidad Católica de Chile, miembro del Instituto de Estudios Políticos y colaborador honorario del Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Redactor-jefe: Arturo Giménez Barranco, Inspector Mayor de Prensa.

Colaboradores encargados de Sección: Ramón Fernández Pousa, José Altabella, Juan Serrano, José Sanz y Díaz y Emilio Lázaro.

Redactor-confeccionador: Epifanio Tierno, profesor de la Escuela Oficial de Periodismo.

Secretaría de Redacción: María Albert Hamilton.

Todos los artículos aparecidos con firma en esta GACETA son de inspiración particular de sus autores.
 LA GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA no se hace responsable de las opiniones en ellos expuestas.

Redacción: Calle de Monte Esquinza, 2. Teléfono 24 87 40. Administración: Calle del Pinar, 5.
 Precio del ejemplar, 10 ptas. Suscripciones: Semestre, 30 ptas.; año, 60 ptas. Número atrasado, 15 ptas.

ANTONIO GARRIDO BUENDIA

ALGUNAS IDEAS SOBRE PRODUCTIVIDAD
Y REMUNERACION EN PRENSA

I

JUSTIFICACION DEL TEMA

La productividad dentro del periodismo puede ser considerada en todas sus múltiples formas, facetas o entresijos. Hay dentro de él una misión intelectual, laboral, orientadora, científica, ideológica, recreativa, informativa, etcétera, etc. Tomaré en principio su faceta laboral.

Según la Reglamentación de Trabajo en Prensa de 14 de julio de 1950 («B. O.» 2 agosto 1950), actualmente vigente, el trabajo dentro de los diarios españoles —salvo las clasificaciones de provincias en tres categorías— está remunerado por igual. En una ciudad donde existan varios diarios será lo mismo trabajar en uno que en otro porque el sueldo a percibir será idéntico. El Ministerio de Trabajo con su Reglamentación ha pretendido únicamente marcar un mínimo de salarios para que desde ese tope menor cada empresa periodística los mejore según sus posibilidades. La vigente Reglamentación de Trabajo en Prensa lo aclara suficientemente en los dos primeros párrafos de su artículo 50 al decir:

«La remuneración del personal que actúe en la industria de Prensa podrá establecerse sobre la base de salario fijo o de otro sistema de retribución que estimule al personal a la producción y aumente su rendimiento y eficacia.» Para aclarar más rotundamente los extremos de este primer párrafo, se dice en el segundo: «Los sueldos o salarios señalados en estas ordenanzas se entienden mínimos y por jornada completa.»

Este trabajo a sueldo fijo es típicamente a jornal; considerado en sí mismo, no está relacionado con el concepto de tarea, ya que solamente ofrece al operario una determinada suma de dinero por un cierto período de su tiempo. De aquí que poco se puede interesar a cuantos hacen el periódico —desde el que redacta la noticia hasta el que lo distribuye— de que es preciso trabajar al máximo rendimiento para ganar la batalla al reloj y salir cuanto antes a la calle. Con este sistema de salario por jornada, el funcionario ve que sólo se le paga el tiempo dedicado a su labor, pero no su esfuerzo. Entonces se limita a cumplir exclusivamente con un horario fijo, pero pocas veces intentará esforzarse ni superarse en ningún aspecto, porque sabe de antemano que no ha de ser recompensado por ello, salvo rara excepción.

Los límites abarcados por un jornal son: Por su parte inferior el punto de ineficacia, que puede traer consigo el despido, y, por la superior, el límite de excelencia, que puede o no ser recompensado con el ascenso de categoría. Dentro de estos límites el sistema de trabajo a jornal paga exclu-

sivamente el *tiempo del operario*, sin tener en cuenta la calidad ni la cantidad del trabajo realizado. Por eso, mientras el operario se sienta seguro dentro de esos límites, se hallará en estado pasivo, excepto si es estimulado por los dictados de la conciencia, la ambición, el orgullo o la represión por su superior. El empresario considera como clara ganancia para él cualquier aumento en el esfuerzo productivo de su personal, conseguido por medio de la cuidadosa selección individual, división del trabajo, introducción de equipos de máquinas o por táctica de dirección.

El pago del trabajo a jornal, sin otros medios auxiliares y estrecha vigilancia puede dar lugar a las más burdas formas de ineficacia. De las numerosas experiencias recogidas se desprende que el operario de tipo medio, trabajando a jornal emplea, aproximadamente, doble tiempo del requerido en realidad para realizar su trabajo sin esfuerzo exagerado.

Según las posibilidades de cada empresa, todos los componentes de la plantilla de un periódico precisan de un incentivo, dado el carácter de superación y esfuerzo con que se trabaja en ellos. Se precisa de algún aliciente para:

- a) Buscar las noticias.
- b) Superar las dificultades que la profesión engendra.
- c) Ganar tiempo y salir cuanto antes a la calle.
- d) Ofrecer calidad, etc., etc.

El periodista y los operarios, todos de una publicación diaria, han de trabajar siempre contra reloj. Constantemente mirando los minutos y pendientes de la hora marcada para el cierre. Pero si el que esa hora tope se reduzca o se rebase no le supone nada efectivo a nadie —salvo a la empresa—; la mayoría de quienes han de hacer el periódico se sentirán indiferentes y escépticos al ver que el único beneficiado de sus esfuerzos será sólo la empresa.

Algo idéntico ocurrirá en cuanto a la calidad del contenido y presentación del diario. Casi nadie aportará sus ideas ni intentará superarse en su labor si de principio conoce que no se le han de considerar. Y al hablar de recompensas no nos referimos sólo a lo material, sino también a lo puramente superfluo, pues habría quien, por vanidad, con cualquier simple distinción inmaterial sentiría recompensado su esfuerzo, y al no existir ni siquiera ese culto a la vanidad humana, la pasividad en la labor alcanza su mayor índice. Importa poco que la noticia esté más o menos pulimentada, que el anuncio tenga más o menos armonía y belleza o que la tinta manche más o menos las manos del lector. Todo es indiferente porque el sueldo de una semana o mes es también indiferencial con todos los precedentes o sucesivos.

De lo expuesto se desprende que es preciso hacerle ver al obrero o empleado, por su empresario o jefes, que es parte interesada en la empresa, que tiene intereses dentro de ella y que su trabajo es tenido en cuenta en todas sus facetas de destreza para recompensarle después. Cuando el hombre se siente identificado por una labor de reconocimiento y pago posterior, se multiplica y perfecciona a cada instante hasta mirar por los intereses de la empresa como los propios dueños, toda vez que de los resultados obtenidos en ella se siente responsable o partícipe.

Conocemos la imposibilidad de medir con exactitud los rendimientos laborales o intelectuales en todas sus funciones de la empresa periodística. Por tanto, vemos la imposibilidad de implantar dentro de ella un sistema de remuneración por rendimiento propiamente dicho en sus secciones de Re-

dacción, Administración y Taller. Sin embargo, sí creemos posible otras fórmulas, más o menos precisas, medidante las cuales el personal participe en los resultados económicos de la empresa a la vez que se le recompensa sus cualidades y esfuerzos dentro de su función.

Es indudable que una de las profesiones que han de estar estimuladas es la del periodista, y aquí entendemos por periodista a todo el personal que pertenezca a la plantilla de un diario, sea obrero, administrativo o redactor específicamente. Todos ellos —y más particularmente Redacción y Talleres— trabajan en constante deseo de superación, de ganar tiempo, de sacrificio y lucha muchas veces —sobre todo el redactor de calle—, y no se puede confiar todo esto sólo a la vocación, pues una persona, por su condición humana, no puede ser mártir todos los días. Se precisa alentar y estimular esta labor diaria de alguna forma y a ello pretendemos llegar mediante este trabajo.

No se crea que por productividad, dentro de la empresa periodística, entendemos sólo el esfuerzo personal. Para nosotros será productividad todo aquello que se traduzca en prosperidad de la empresa, en difusión de la publicación, en solvencia y confianza del lector en su contenido; en el aumento de la publicidad, en la organización dentro del periódico, en la previsión de los hechos y facilidad de medios para conseguir las informaciones lo más directas y rápidas posibles, etc., etc. Múltiples medidas y organizaciones pueden ser productividad. Desde solicitar comunicación con un país a 180° del nuestro por dos vías distintas, para ver cuál llega antes y tener la seguridad de no perder la primacía informativa, hasta el tener prevista la sustitución en caso de accidente del coche que lleva los correos hasta la estación ferroviaria es, en suma, productividad. Creemos llegado el momento de dar fin a la improvisación total y prepararse y organizarse con el fin de estar siempre prevenidos a todas las eventualidades que el periodismo plantea constantemente.

II

ESTRUCTURA DE LA EMPRESA PERIODISTICA

Antes de seguir este empeño de la productividad, hemos de abrir con este capítulo un pequeño paréntesis en el que aclarar algunos conceptos.

Al intentar introducir dentro de la empresa periodística un sistema de remuneración por productividad o rendimiento, hemos de preguntarnos primeramente: ¿Es la empresa periodística una sociedad típicamente mercantil? La respuesta es rotunda: no. No es una empresa meramente mercantil al no tener como único fin el lucro, sino otros fines. El lucro puede estar en juego con otros fines dentro de esta clase de empresas. Pero creemos que únicamente el lucro no es el fin exclusivo en empresas de esta índole.

La empresa periodística ha de ser considerada como una institución de carácter semipúblico al tener derechos privados y obligaciones públicas. Las razones de esta dualidad son: 1.º, ser propiedad privada, y 2.º, dedicarse a actividades públicas. Tal es la organización mixta de sociedades periodísticas que la última Ley de Sociedades Anónimas no creó ninguna exención para ellas y fueron precisas disposiciones transitorias posteriores. Concretamente, la disposición transitoria 12 concede una excepción de la Ley para que pudieran continuar con sus estatutos aquellas sociedades periodísticas con antigüedad superior al año. Posteriormente, el Ministerio de Información

ha abierto un registro en su Dirección General de Prensa para inscribir las empresas periodísticas. En esta inscripción, entre otras cosas, se exige que las acciones sean nominativas, la lista de accionistas y su participación, quiénes dirigen la empresa y que se notifique toda transferencia de acciones.

Lo que nos interesa ver para nuestro trabajo de esta Orden ministerial es que el Estado concede a la Prensa una proyección orientadora, ideológica, informadora; es decir, facetas que no son simplemente las del lucro y que, por tanto, han de ser tenidas en cuenta al hacer un estudio de productividad, toda vez que en cualquier momento la dirección empresarial puede poner sus recursos a disposición de una idea o pensamiento —más o menos certero—, sacrificando incluso el propio lucro, con lo cual arrastraba a todo su personal, no a producir con miras a un beneficio, sino al superarse en alas de un ideal, el cual la mayoría de sus funcionarios quizá no compartiesen. Otras veces podría ser un interés público el que exigiese el sacrificio del lucro en un determinado momento y, por tanto, tampoco aquí los trabajadores verían reflejado inmediatamente su esfuerzo en sus haberes, aunque lo percibiría en este caso indirectamente como componentes de esa sociedad a cuya disposición de interés común se había puesto el diario.

Queremos decir con todo esto que no todo lo que se produzca ha de tener una transformación inmediata en los haberes o mejoras del personal. Hay incluso aspectos de productividad dentro del periodismo que no se reflejan inmediatamente. Un ejemplo claro es el índice de publicidad. Esta no alza su volumen y se vuelca sobre un determinado periódico instantáneamente, se va acumulando poco a poco y por múltiples motivos. Es un proceso incluso de años y depende de factores tan heterogéneos como el número de tirada, la clase de lectores a la que pretende dirigirse el periódico, la clase de noticias que inserta, su forma de tratarlas y comentarlas, su formato y confección, etc., etc. De todo esto no se confirma el lector y el anunciante en un solo día, y así como se recolecta en junio el cereal sembrado en noviembre, igualmente la buena cifra de la publicidad de hoy será la consecuencia de la labor de los años precedentes. Y aún más, la publicidad se retirará lentamente igual que fué llegando. De hecho se han dado casos en que periódicos que llevaban ya dos o tres años sin apenas leerse, tenían la misma publicidad que en sus mejores tiempos. Queda evidenciado que un esfuerzo y productividad de hoy puede no percibirse hasta dentro de unos años, y en cambio gozar de unos beneficios en momentos de crisis a costa de esfuerzos anteriores.

En la empresa periodística no se puede saber lo producido por el simple dato del número de piezas lanzadas, como puede hacerse en una fábrica de automóviles o de cerveza. En el periódico es el contenido lo que se valora y ese contenido es completamente distinto todos los días. Tendrán sus páginas una línea específica de pensamiento y juicio, pero he aquí que este pensamiento o juicio hay que equilibrarlo continuamente con el diario acontecer y está en juego constantemente. Una cierta postura en un determinado momento que se salga de la línea frecuente puede crear en los lectores una reacción contraria y entonces, cada número de su tirada, en vez de ser una unidad rentable es una unidad hipotecaria contra el periódico.

Si la ideología de la publicación cree conveniente en el dicho determinado momento publicar varias planas sobre un tema o un número extraordinario

nario que no vaya debidamente compensado con el porcentaje habitual de publicidad, habrá de estudiarse esta decisión, porque de principio es un gasto de papel y de trabajo que irá contra un mayor saneamiento económico. Aunque puede ocurrir también que el dar a luz esta información extraordinaria pueda traer un mayor crédito del diario y entonces quedar más o menos compensada la pérdida inicial. Pero si el público acoge mal este alarde, la pérdida será doble por los gastos materiales y el entredicho en que pueda quedar el periódico. Ha de superarse mucho cualquier decisión que se piense tomar y tener en cuenta que junto a la intención ideológica de la publicación están los intereses de quienes hacen esa publicación en un régimen de productividad y superación.

El periódico es una serie de productos iguales de idénticas características. Cada día su contenido es distinto de los anteriores y de los sucesivos; por tanto, las medidas que se empleen para medir sus rendimientos han de ser tan sumamente flexibles que sean capaces de adaptarse cada día a calibrar complejos distintos. Cada día será una cosa específica, lo que precisará estudio: hoy una sección, mañana la confección y pasado la publicidad, aparte de tener en cuenta todo conjuntamente.

Otro aspecto que deseamos exponer es la necesidad de precisar las diferencias entre diario y empresa periodística. La empresa periodística es aquella que edita una o varias publicaciones, y el periódico es sólo una de las varias publicaciones que puede tener una empresa.

El periódico puede ser, en algunos casos, una pieza más en un complejo editorial ideológico en el que unas piezas se compensen con otras y en estos casos se precisa una severa delimitación de la administración de cada publicación para poder calcular la productividad de cada uno de ellos y poder compensar a cada equipo de publicación con la mayor equidad posible. Por ejemplo, la publicidad que se haga en una publicación, de las restantes publicaciones de su cadena habrá de ser publicidad cotizada o considerado su importe como productividad, siempre que no sean simples recursos o rellenos con los que completar el número. Si son espacios grandes o planas lo que se dedica a las publicaciones hermanas suponen un mayor gasto de papel, de trabajo y desplazamiento de publicidad pagada, con lo cual se merman los rendimientos líquidos de la publicación. Si sabemos que toda doble página —una hoja— tiene marcado un porcentaje de publicidad que debe llevar para amortizar el valor de ese papel sin imprimir, es evidente que si se dedica una cara de esa hoja a la publicidad hermana y la otra cara a información, el periódico irá gravado ese día en el costo del papel, más los gastos de trabajo que originen el hacer e imprimir esas dos páginas.

Para concluir, queden bien patentes los siguientes extremos, dignos de ser considerados a la hora de intentar implantar un sistema de remuneración por productividad en una empresa periodística:

- 1.º Es una empresa privada.
- 2.º Tiene misión pública.
- 3.º Puede componerse de varias publicaciones.
- 4.º Junto a sus intereses ha de considerar los de sus funcionarios.
- 5.º El dueño del periódico es, en fin, el que lo compra todos los días y, por tanto, a él ha de servirse y no al dueño de la empresa.

REGLAMENTACION NACIONAL DE TRABAJO EN PRENSA Y LEY
DE CONVENIOS COLECTIVOS SINDICALES

Los organismos rectores de la política española, si bien no han podido considerar a fondo este aspecto de la productividad, si han dejado abierto el horizonte alumbrando posibles caminos a seguir.

En la Reglamentación Nacional de Trabajo en Prensa de 14 de julio de 1950 («B. O.» del 2 de agosto de 1950), en la actualidad vigente, hay varios artículos que hacen mención al tema:

«Artículo 50. La remuneración del personal que actúe en la industria de Prensa podrá establecerse sobre la base de salario fijo o de otro sistema que estimule al personal en la producción y aumente su rendimiento y eficacia.»

«Los sueldos o salarios señalados en estas Ordenanzas se entienden mínimos...»

Queda abierto en este artículo un cauce por el que buscar un sistema que estimule a la producción, el rendimiento y la eficacia, entendiéndose a su vez los salarios que después se señalan mínimos y, por tanto, susceptibles de mejorar.

«Artículo 58. Participación en los beneficios.—Hasta tanto no se legisle con carácter general en esta materia, se establece en concepto de participación de beneficios, y con carácter uniforme, aunque circunstancial y transitorio, el abono anual a cada trabajador de plantilla de las empresas de Prensa del 8 por 100 de la totalidad de los salarios mínimos correspondientes a la respectiva categoría profesional...»

Se pretende dar aquí al personal un signo de función empresarial, haciéndole partícipe en los beneficios de la empresa, de lo que se deduce fácilmente que también se ve obligado a sentirse responsabilizado con ella. Claro que este sistema es rígido, dado que con él se pretende medir, por igual, todo el complejo de empresas periodísticas. Ahora, a partir de aquí, cada empresa, según su estructura, debe organizar el sistema que le sea más idóneo a fin de aunar a su personal en la tarea empresarial.

«Artículo 61. Trabajo a prima, tarea o destajo. Normas generales. Corresponde a las empresas el acuerdo sobre la adopción del sistema de trabajo a prima, tarea o destajo en aquellas secciones de la industria en que sea tradicional tal forma de prestación laboral.»

«Artículo 62. Tarifas.—Las tarifas de estas modalidades de trabajo se establecerán de suerte que el productor laborioso y de los de más capacidad de trabajo obtengan, con un rendimiento correcto, al menos un salario superior en un 25 por 100 al jornal base fijado para su categoría. «Se entenderá que el tipo de remuneración aplicado por la empresa ha sido bien establecido, siempre que se cumplan las dos siguientes condiciones: Primera, que el 70 por 100 de los obreros de una especialidad determinada alcance salarios superiores al mínimo básico de su categoría; y segundo, que al propio tiempo el valor medio del salario a destajo entre el grupo de obreros de mayor percepción, que representa el 60 por 100 de los que produzcan el mismo artículo o calidad, sea igual o superior al de su categoría profesional incrementado con el 25 por 100.»

«En labores por equipos trabajando sus componentes en una única función o tarea, podrán establecerse, según práctica, tradición o mutuo acuerdo,

proporciones diferentes entre los diversos participantes en la prima, tarea o destajo.»

La propia Reglamentación incita a las empresas en estos dos últimos artículos a que sean ellas quienes tomen la iniciativa en busca de la productividad, sentando, no obstante, las premisas mínimas para llevar a efecto un nuevo sistema de remuneración.

Hemos citado estos artículos para mostrar una iniciación e inquietud de hace ya varios años que se ha plasmado después, más concretamente, con la Ley de Convenios Colectivos Sindicales de 24 de abril de 1958. («B. O.» del 25).

En las palabras del entonces secretario general de la Organización Sindical, don José María Sánchez Arjona, vemos los antecedentes y el fin de estos Convenios: «... Las ventajas que dichos Convenios Colectivos de Trabajo proporcionan son las de dar soberanía a las dos partes integrantes del convenio. Las Reglamentaciones de Trabajo señalan las condiciones mínimas de salarios, pero éstos pueden ser modificados de acuerdo con las condiciones económicas de las empresas. Los Sindicatos pueden ahora superar, de acuerdo productores y empresarios, la Reglamentación actual de Trabajo...»

Ya dentro de la propia Ley, en su apartado e) «normas generales», se dice: «Conforme a lo establecido en el artículo 1.º de la Ley de 18 de octubre de 1942, las reglamentaciones de trabajo no contienen sino las condiciones mínimas...; por encima de ellas cabe el establecimiento de otras más ventajosas...». «Bajo el signo de la productividad ocurre también que se está operando una renovación industrial trascendente, que ha de arrancar no sólo de una evolución y perfeccionamiento de utillaje y de la técnica, sino reveladamente de la modificación de las condiciones en que el trabajo se preste y del mayor ímpetu con que se rinda, extremos a los que puede ayudar de una manera muy favorable el establecimiento de nuevas prescripciones estrictamente adaptadas a las circunstancias de cada caso, que, por más ventajosa, supongan un estímulo y colaboren, en definitiva, en un aumento de la producción, beneficios no sólo para la propia empresa y la mayor garantía del trabajador, sino también para el progreso de la economía nacional, del cual ha de beneficiarse, en definitiva, cada consumidor anónimo.»

«Artículo 1.º Los Convenios Colectivos Sindicales tienden a fomentar el espíritu de justicia social y sentido de unidad de producción y comunidad de trabajo, así como la mejora del nivel de vida de los trabajadores y la elevación de la productividad.»

«Artículo 8.º Corresponde la iniciativa para el establecimiento de un Convenio a cualquiera de las partes que tienen capacidad para celebrarlo, conforme el artículo 6.º..., la representación legal de la empresa, de una parte; y de otra, los vocales de los Jurados de Empresa o los enlaces sindicales que representen los intereses sociales del personal afectado por el Convenio.»

«Artículo 11. Las condiciones generales de prestación de trabajo a que se refieren los Convenios Colectivos Sindicales, podrán incluir los siguientes extremos:

Cuadros y sistemas salariales, incentivos a la producción, pluses retributivos por diversos conceptos, premios y comisiones por rendimientos individuales o de grupo, determinación de criterios de clasificación profesional, ascensos, sustituciones, cambios en los métodos de trabajo por introducción de mejoras técnicas, adaptación a las necesidades del mercado, reducciones de la jornada sin merma de la producción, adaptación de calendarios y

horarios de trabajo, perfeccionamiento de métodos de trabajo y cómputos para la valoración de los rendimientos, complemento de compensaciones por enfermedad, accidente o causa análoga, mejoras en el régimen de seguridad, agrado, comodidad, alegría e higiene en el trabajo, sistemas de participación en beneficios y en los rendimientos productivos, determinación de los períodos de vacaciones, perfeccionamiento profesional y cultural y, en general, cuantos signifiquen extremos de regulación de las condiciones económicas y sociales de la empresa, del rendimiento colectivo y de la acción asistencial en favor del trabajador y de la empresa, así como cuantas medidas afecten a la organización, rendimiento y consideración debidos entre los miembros de la empresa.»

«Artículo 12. De no establecerse en ellos lo contrario, habrá de estimarse que el plazo de vigencia de los Convenios tiene una duración de dos años, prorrogable por la tácita de un año.»

Con estas someras exposiciones de lo que dicen afín a nuestro propósito, la Reglamentación Nacional de Trabajo en Prensa y la Ley de Convenios Colectivos Sindicales, mostramos una base legal y, además, que estas organizaciones directoras se sienten sumamente interesadas en que tales modalidades de trabajo se implanten en el mayor número posible de empresas dentro del ámbito español.

IV

CAPITULOS QUE INTERESA MEJORAR

En un régimen de productividad cada sección. Redacción, Administración y Talleres tendrán un fin específico y otro común. Redacción cuidará específicamente de la calidad del contenido. Talleres, limpiezas, buen gusto y vistosidad del periódico producto. Administración, orden y facilidades. Y las tres, a su vez, cuidarán de la economía de productos y mejora de medios, pero sobre todo de la velocidad, de la reducción de tiempos, más primordial aquí que en cualquier otro proceso industrial, dada la repercusión que tiene de alcanzar un mayor o menor volumen de venta el simple hecho de salir a la calle unos minutos antes o después cada día.

La empresa periodística requiere que los nuevos edificios que se levanten para sus instalaciones reúnan características funcionales. Al proyectarse una edificación nueva no se estudian, diseñan y organizan los elementos que ha de acoger dentro de ella. No se construye en función de lo que se pretende montar. No puede hacerse una casa y después pensar cómo se van a distribuir sus compartimentos. Habrá primero que saber qué dependencias son precisas y qué características exigen, para luego hacer la casa con arreglo a las necesidades. En la empresa periodística ha de hacerse lo propio si queremos lograr un funcionamiento perfecto en cadena.

Por otra parte, los periódicos tienden en todo el mundo a tener cada día mayor número de páginas y no sólo es preciso concebir las instalaciones para el presente, sino con proyección hacia un futuro que ha de exigir más maquinaria, mayores espacios y superior organización.

Se da el caso de que edificios levantados hace escasamente diez años resultan ya hoy incapaces de ampliación por la forma en que fueron construidos. Se ha de procurar que las secciones estén sucesivamente una junto a la otra en el orden que su función las una. La sección de Cajas deberá

estar junto a la Redacción por un extremo y a Estereotipia por otro; y Estereotipia, a su vez, junto a Rotativas, y éstas junto al Cierre, etc., etc. No debe producirse el hecho de que por estar mal construído un edificio y sus plantas o pisos no sean capaces de soportar el peso y la presión de una prensa de cartones de estereotipia, sea preciso desplazar ésta al sótano y tener que transportar las formas, una por una, a otra planta mediante el uso imprescindible de un ascensor. Estereotipia ha de estar lo más cerca posible de Cajas, y si las fundidoras no fuera posible, sí al menos la prensa de los cartones, pues resulta más cómodo, fácil y menos costoso transportar un simple cartón, que no una grande y pesada forma de plomo, que requiere incluso, locomoción accesoria.

Prevéngase todo al intentar crear o renovar una empresa periodística, y téngase presente hasta el más mínimo detalle de su proceso, porque en cualquier movimiento o espacio puede haber la posibilidad de ganar tiempo y rendimiento o un peligro de perderlo.

LA CIRCULACION DEL PERIODICO

Dada la actual situación de la Prensa en España, con carencia y carestía de papel, hace que los diarios tengan escasas tiradas y no les sea rentable aumentarla una vez que alcanzan la «cifra óptima». Es esta cifra, a partir de la cual un periódico no puede tirar un número más sin perder dinero. Esta cifra es distinta en cada diario y dentro de ellos distinta también de un día a otro, por estar relacionada con el número de páginas (gasto variable) y por la cantidad de publicidad que lleve, que en suma es quien conjuga los gastos.

Para hallar el punto de equilibrio de un periódico, la fórmula es: Ingresos de circulación + ingresos de publicidad = gastos + beneficios.

Los cuatro términos de esta ecuación son distintos en cada diario y existen periódicos que con poca publicidad obtienen buenos beneficios gracias a tener pocos gastos fijos y pocas páginas.

Un aumento de espacio de publicidad con merma de información es un aumento neto.

Un aumento de tirada trae consigo más gastos.

De estas circunstancias se dan los dos extremos. Por una parte, periódicos que no les resulta rentable aumentar su tirada por estar cerca de la cifra óptima; y otros, que están lejos de ella y desearían aumentarla con el fin de recibir más publicidad.

El problema es distinto para estos dos grandes bloques en que podemos dividir los diarios españoles, según la «cifra óptima», pero nosotros hemos de concebir nuestro trabajo en condiciones ideales de papel abundante y barato —lo que traería abaratamiento de tarifas publicitarias—, y sería posible perseguir entonces mayor índice de tirada en los periódicos españoles.

Productividad sería entonces ocuparnos de la circulación y distribución del periódico. La asignación de números para la venta en cada barrio de la ciudad o provincia española está ordenada antes de ver el periódico la luz. No se tiene en cuenta el contenido del diario para distribuirlo. Creemos que el distribuidor o jefe de circulación debe ser el primero que lea el periódico todos los días al mismo pie de la rotativa y distribuirlo según su contenido. Dentro de unas cifras marcadas, la circulación debe tener una flexibilidad y elasticidad en orden a buscar la venta del diario en el lugar

más preciso según la información que contenga. No se puede regular la distribución desde un despacho y sin echarse el periódico a la cara. Una última hora del redactor de la ciudad, casi a punto de arrancar la máquina, sobre cualquier información referente a Carabanchel, por ejemplo, aconsejará que ese día se envíen unos cientos más de ejemplares a Carabanchel que a Vallecas. Igual ocurrirá si, por ejemplo, el corresponsal de Plasencia nos transmite una crónica sobre algo de gran trascendencia o consecuencia para esa provincia. Ese día habrá que asignarle mayor número de ejemplares. Esto tiene actualmente la inconveniencia de que a los vendedores les está prohibido vocear las noticias sobresalientes, pero si el periódico está allí, donde su contenido se refiere, él mismo se propagará inmediatamente.

El periódico no puede esperar pasivamente al posible comprador. El periódico-producto ha de ir en busca del cliente lector. Como su propio quehacer, la venta ha de ser también promovida, y con la misma inquietud que se va a la caza de la noticia, debe irse en busca del lector. Podría aconsejarse que se vigilara la venta, sobre todo en la ciudad donde se edita, con el fin de si en un determinado momento en un barrio se agota, ver si en los restantes quedan ejemplares y trasladarlos inmediatamente en un pequeño vehículo a donde la demanda haya superado lo asignado.

Ha de considerarse que el suscriptor es como una cuenta corriente de la que podemos ir retirando cantidades periódicamente, pero que precisamente por eso ha de ser cuidado y atendido en sus gustos y deseos, con el fin de que siempre prodigue su confianza y apoyo traducido en pesetas. El suscriptor se siente identificado con el periódico por su línea seguida a través de los años, y hay que cuidar las noticias siempre pensando en él, sin que un gran suceso de sangre o folletón, por ejemplo, o una postura ideológica, sobrepase los límites que nos concede su tolerancia.

PUBLICIDAD

Corrientemente, los periódicos se quejan de la falta de publicidad, pero es evidente que pocos de ellos tienen organizado un departamento publicitario propiamente dicho. Se limitan a ser simples receptáculos de la publicidad que les llega, pero sin esforzarse en promoverla. Sólo una explicación tiene esta postura, y es que quedan los diarios a cubierto de posibles fallidos. Las agencias de publicidad les grantizan todos los cobros. Apenas si hay periódicos que tengan sus agentes en la calle de la ciudad o viajando por provincias en busca de publicidad.

No se hace nada de publicidad relacionada con la información. Es raro observar que cualquier acontecimiento noticiable lleve a movilizar el departamento publicitario de una agencia o diario para buscar la publicidad que más rentable puede resultar junto a la información. Citaremos como más reciente un acontecimiento mundial, con el que se han llenado páginas enteras y no ha tenido junto a la información una publicidad dirigida al público lector de esa determinada información. Nos estamos refiriendo a la boda del príncipe heredero de Japón Aki-Hito con Michiko-Shoda. Creemos que durante esos días se podía haber hecho en las páginas ocupadas por dicha información una publicidad dirigida preferentemente al sexo femenino, lectoras ávidas para los actos de sociedad, insertando anuncios referentes a novias, ajuares, regalos para bodas, etc., etc. Al público masculino se le podía

haber dirigido una publicidad de libros sobre el historial del Japón o sus curiosidades y contrastes con Occidente.

Casi todas las informaciones pueden dar origen a un movimiento publicitario, sobre todo si el hecho está previsto, aunque no lo esté su desarrollo, como en este caso, y se sabe, además, que habrá de mantenerse durante unos días en las páginas de los diarios. Pero esta clase de publicidad es preciso provocarla en los posibles anunciantes con visitas a sus establecimientos para hacerles ver las ventajas de anunciarse junto a una información que será el punto máximo de atención durante unos días, de un público con necesidades creadas de su producto comercial.

Apenas si se hace en España el reportaje-propaganda. Hay que convencer al anunciante de que se debe anunciar informando y desechar esa vieja costumbre de ofrecer los productos con innumerables adjetivos. Igualmente han de hacerse los anuncios atrayentes, con abundancia de blancos para que contrasten con el texto del periódico y que en ellos encuentre el lector un poco de optimismo, alegría o sedante para la demás lectura que ofrece el periódico. Pero como es natural, todo esto ha de promoverlo el departamento publicitario de cada diario, con ideas, iniciativas y sugerencias a los anunciantes, y desechar esa costumbre de esperar que el anunciante llame a la puerta del periódico. Se nos dirá que hay periódicos pequeños que su poco volumen publicitario y falta de medios no les permite montar estos departamentos. Nosotros tampoco hemos pretendido, al decir «Departamento», crear toda una gran instalación con numerosa plantilla, sino que, si en un periódico es uno, o dos, o tres señores los que llevan la administración de la publicidad, dejen de ser simples administrativos y actúen y piensen como publicitarios, con ideas, originalidades y técnicas publicitarias que suelte los nudos mentales de los anunciantes.

Es indudable que en el fomento de la publicidad hay una gran fuente de productividad para un diario, y que quizá esta productividad sea la más saneada de cuantas pudiera pretender.

Como toda productividad exige una sistematización, hemos de intentar racionalizar dos aspectos de los anuncios: su orden de publicidad y el tamaño del original.

Cuando el volumen de publicidad es pequeño, no hay problema, pero como nuestro ideal es pretender un gran volumen de publicidad y de hecho ya muchos diarios lo tienen, vamos a citar, por experiencia, la pérdida de tiempo que el desorden publicitario provoca.

Cuando se manipula con los originales de publicidad se observa que sus tamaños son múltiples y sus formas infinitas. Existe desde el original, por ejemplo, de 7×2 cms. hasta los que superan el metro en alguna de sus dimensiones. Como es de suponer, tantísima gama de tamaños dificulta su organización y se prestan —sobre todos los pequeños— a trasapelarse y perderse entre los demás con la consiguiente pérdida de tiempo en localizarlos. De hecho ha ocurrido que anuncios que llevaban texto y grabado se han perdido sin saber si en cajas o fotograbado, o en el camino, y con el grabado y la composición hechos, no se han podido montar por la falta del original o diseño y ha tenido que aplazarse su publicación al día siguiente hasta pedir a la agencia un nuevo original. No pretendemos decir que sujetándonos a unos tamaños vayan a dejar de perderse, ni que estas pérdidas ocurran todos los días, pero lo que sí es evidente es que se reducirán al mínimo, facilitarán al obrero su manejo y, sobre todo, cada original no le creará un cambio brusco con respecto al anterior y la necesidad mental de

adaptarse a él. Al tener el anuncio uniformidad, el obrero tendrá que fijarse en un detalle, el de la medida, la sección, etc., pero no tendrá que buscarlo, porque vendrá dado en el mismo lugar que en el original anterior, y no precisará estar constantemente con los reflejos en acción.

Sabemos que todos los dibujantes o diseñadores no tienen la misma facilidad para dibujar en grande que en pequeño, y no se les puede someter a unas medidas rígidas; ahora bien, como ellos pegan sus dibujos en cartones para evitar los dobleces en los traslados, lo que sí se les puede exigir es que los peguen en unos tamaños determinados y fijos para todas las agencias. Pretendemos una unificación parecida a la que existe en los tamaños de fotografías.

Partiendo de que la cuartilla y el folio son los tamaños más usados y a su vez divisores de una medida común de fabricación de papel, vamos a partir de ellos para nuestra escala de tamaños:

Cuartilla	16 × 22
Galerada	14 × 32
Folio	22 × 32
Doble folio	32 × 44
Medio pliego	44 × 64
Pliego	64 × 88

La unificación de las órdenes de publicidad es también conveniente. Hay agencias que la orden la mandan por separado, y otras en el propio original, pero sin sitio fijo nunca. Una vez es en la cabecera del anuncio donde va la orden, otras al pie, cuando no escrita de arriba a abajo o de abajo arriba en los márgenes de la izquierda y derecha e incluso quien la coloca al dorso del anuncio. El primer problema que se le plantea al linotipista, cajista o grabador es buscar dónde están las medidas que el cliente desea dar a su anuncio. El anuncio ha de mostrar, tanto su texto como todos los datos accesorios bien visibles, y para ello todas las agencias deben de ajustarse a un modelo de orden de publicidad de tal forma que faciliten la labor al obrero o empleado en administración, y quede bien visible durante todo momento. Para ello proponemos:

- 1.º Que la orden, el texto y el dibujo del original constituyan una sola pieza; que no vayan separados.
- 2.º Que la orden de publicidad vaya siempre en la parte baja del original.
- 3.º Que si el original está constituido de dibujo y texto, el dibujo vaya sobre uno de los soportes de cartón de los tamaños ya citados, y el texto pegado por la parte superior al cartón, de la misma forma con que vienen pegando la faldilla de papel cebolla para proteger el dibujo.
- 4.º Que la orden de publicidad se ajuste al siguiente modelo:

ORDEN DE PUBLICIDAD

Señor Administrador del periódico

sirvase publicar el anuncio titulado

Sección En las fechas

Tamaño	} alto	} líneas m/m.	} líneas Total de
A pesetas	} línea m/m.	} Total	} pesetas.

Descuento que han de hacernos:

Observaciones:

El adaptarse a las medidas antes mencionadas y a estas premisas de los cuatro apartados anteriores no supone gasto alguno. Si las agencias no quieren someterse a ellas, serán simplemente por arbitrariedad y sin causa justificada, salvo que demuestren lo contrario. En cambio, con esta sistematización, se les puede garantizar mayor disposición de tiempo del operario para realizar su anuncio, confección más cuidada y evitar muchos errores. Donde indudablemente se dejarían sentir estas medidas es en el ritmo del periódico, al que daría más rapidez, principalmente en su sección de anuncios, pues dado el número de manos por que ha de pasar cualquier original: administrativo, jefe de composición de anuncios, fotograbador, linotipista, cajista, corrector, etc., etc., si el original no es claro en todos sus conceptos, originará en cada funcionario una duda y pérdida de tiempo, e incluso provocará consultas y aclaraciones con las consiguientes paralizaciones. El taller ha de estar siempre en plena producción, y todo lo que ofrezca dudas y se preste a confusiones ha de ser suficientemente aclarado y especificado antes de mandar el original a que se convierta en plomo o cinc.

Otra costumbre publicitaria que produce gran pérdida de tiempo son esas órdenes que por todo original dicen: «Publíquese el día 16 de abril de 1959 el anuncio «Su dicha...», de nuestro cliente Laboratorios Ciencia, insertado en ese diario el día 12 de abril del pasado año.» Esta orden, al jefe de la sección de composición de anuncios, le hará perder unos minutos para enterarse de qué clase de anuncio es, pues ha de recurrir a la colección de periódicos y buscar por todo el periódico de ese día citado hasta hallar en qué rincón se metió.

Esta clase de órdenes no deben ser mandadas al taller citando anuncios de cuya publicación haya transcurrido ya más de un mes en periódicos de formato pequeño y manejable, y no más de una semana si es de formato grande. De esta clase de anuncios, el anunciante o la agencia, y en su defecto administración, deben mandar una reproducción de aquella fecha lejana y en el taller todo se reducirá a buscar el clisé, si es dibujo, o a recomponerlo de nuevo si es sólo texto; como si fuera un original más del día.

Hemos de cuidar sumamente la publicidad en su faceta de mensaje al público y en su elaboración en el diario. Es de suma importancia la publicidad, que con la circulación, con la que va estrechamente ligada entre sí, son los dos pilares sobre los que se sostiene un periódico, y de aquí es de donde más saneados pueden llegarnos los beneficios de la productividad.

Los periódicos se valoran según su contenido, en el que entra la cantidad y calidad de información, su ideología, sus campañas, su postura o actitud ante los problemas de la ciudad, la nación o internacionales; sus primicias informativas, sus temas predilectos, etc., etc. De aquí que cada periódico se caracterice por una peculiaridad determinada por la que, en definitiva, el público le considera.

Será también productividad todas aquellas medidas que se adopten para mejorar el contenido del periódico. Se usa en España demasiadas noticias de teletipo y se hace poco periodismo vivo, periodismo del acontecer diario. La noticia no se cuida, se la retoca poco o nada y con ello perdemos espacio y originamos más trabajo. La redacción de las noticias ha de hacerse sumamente estricta y concisa, y por tanto lo más caro para un periódico, hoy, es un redactor que necesite muchas palabras para decir una cosa. El propio público pide también las cosas concisas y claras, dado el ritmo vertiginoso en que hoy día se vive, que sólo permite leer el periódico en rápidas ojeadas. El periódico es además un producto de poca duración, de sólo unas horas de supervivencia, y, por tanto, su contenido no debe ser de informaciones largas y extenuantes. Debe hacerse ligero y expresivo, dando sólo aquello que sea propiamente interesante, informativo y de actualidad, dentro de la mayor consideración posible. Ya al principio de este trabajo, al preguntarnos qué era productividad en Prensa, decíamos que incluso puede ser productividad el solicitar una misma información por dos vías distintas para tener la seguridad de obtenerla y usar la que antes nos llegue. Ahora deseamos extendernos en este aspecto y considerar que la noticia puede surgir en cualquier momento, y los diarios españoles adolecen de no dejar ningún redactor en servicio de guardia una vez cerrado el número. Es curioso observar que noticias que se producen al filo del amanecer o última hora de la tarde sólo las cogen algunos diarios mientras otros sufren el «pisotón». Pero nunca son los mismos los que quedan «in albis», sino unas veces unos y otras otros, lo cual demuestra la improvisación y la falta de un criterio y preocupación constante. Sobre todo cuando haya alguna personalidad o celebridad enferma, el periódico debe dejar un redactor de guardia mientras dure la tirada del periódico.

En otro aspecto sería ideal el sistema que alguna publicación francesa practica de hacer que artículos de fondo, informaciones importantes y temas o campañas de trascendencia, su texto pase en rotación por unos cuantos redactores, seis, ocho, diez, con el fin de que cada uno lo pulimente en aquello que lo juzgue más conveniente, con lo cual se evitan errores, adquiere el trabajo la máxima calidad literaria e informativa, a la vez que queda reducido a lo estrictamente preciso.

El público sigue a un periódico cuando lo ve serio, consciente de su misión y siempre en una misma línea de conducta o postura, y es el contenido del periódico lo que lo evidencia. De aquí que la circulación dependa de ese contenido y hayamos de cuidarlo si se quiere aumentar la tirada con vista a un mayor volumen de publicidad y, en definitiva, mayor productividad.

CALIDAD DEL PERIODICO-PRODUCTO

Aquí no tenemos más remedio que dolernos de la carencia de buenos medios y productos con los cuales mejorar la Prensa. La maquinaria es cos-

osísima y difícil de importar. El papel es igualmente caro y falto de calidad, con exceso de gramaje sobre todo. Y las tintas y materias de grabado tampoco son óptimas. Con todas estas adversidades poco se puede intentar en este aspecto en que tanto, en cambio, se podría y debía hacer. Los periódicos españoles están virando hacia el huecograbado como solución a esa preocupación de mejorar el periódico-producto. Nosotros no creemos que el hueco sea una buena fórmula para la impresión de un diario. El huecograbado es un sistema lento y caro, y mucho más si se hace en color. Su lentitud le incapacita para acoger la actualidad, y su técnica le impide cambiar una determinada página en sólo unos minutos. Su incapacidad para poder asimilar esa «última hora» la estamos observando en el hecho de que periódicos que lo usan diariamente se ven obligados, con bastante frecuencia, a publicar fotografías en grabado directo en sus páginas de texto.

Si no se inventan sistemas nuevos con los que acelerar el proceso del huecograbado, creemos que éste habría de ser desterrado por muchos diarios o dedicarlo únicamente a esas páginas de colaboraciones infantiles o femeninas, sin actualidad. Si ojeamos las páginas de ese bello «Daily Mirror», nos convenceremos que no es preciso el hueco para hacer buenos diarios. Encontramos el fotograbado del «Daily Mirror» superior a muchos huecograbados españoles, pero infinitamente superior, con una gama de blancos, negros y grises verdaderamente insospechada y que nos hace ver la gran importancia, primordial, del papel, la tinta y los productos químicos en la impresión, y nos convencemos de que ni en color ni en huecograbado se podrá mejorar el fotograbado si no se cuenta con mejores técnicas y materias.

Algo más de presentación sí creemos que se puede lograr, cuidando los titulares y atendiendo la distribución de los textos. Se descuida mucho la titulación. Líneas sumamente cortas bajo otras larguísimas, divisiones de palabras, poca armonía entre titulares y sumarios, y demasiadas líneas parangonadas con excesos de tipos y familias dentro de un mismo titular, son los abundantes defectos que muestran nuestros periódicos, cuando no se van al otro extremo y hacen todo los titulares simétricos, dando al conjunto una pesada monotonía.

La presentación de los productos y, sobre todo, el periódico —que tanto ha de manejarse— influye para la demanda, aunque en este caso del periodismo este porcentaje sea bajo, pero indudablemente ha de ser considerada y tenida en cuenta porque incluso el componer en un cuerpo u otro puede determinar más o menos legibilidad y producir en el lector cansancio e incomodidad. Procuremos que el periódico satisfaga en todo al lector y el darle las cosas claras, sencillas, vistosas y fáciles de buscar y leer le agradará y será una de sus razones por las que se sienta inclinado hacia un determinado diario.

ECONOMIA DE TIEMPO Y PRODUCTOS

Ya en los capítulos anteriores se ha venido mostrando la importancia que tiene en el periodismo la economización del tiempo o rapidez de ejecución del trabajo, y en capítulos posteriores, con la distribución de los elementos de algunas secciones, valveremos a ocuparnos del factor tiempo; aquí por ello no haremos más que citarlo como un capítulo más en el que economizar.

Es evidente que si en el periodismo sobre todas sus funciones gravita el tiempo, es natural que en este trabajo aparezca siempre relacionado con to-

das las ideas. La rapidez de ejecución de un linotipista —por ejemplo— supone un mayor aprovechamiento de la marcha de su máquina, con lo cual no sólo habrá ahorrado fuerza motriz, sino también tiempo. Todo lo que conduzca a una mejor sistematización y racionalización del trabajo traerá consigo un ahorro de tiempo.

A lo que deseamos referirnos preferentemente en este capítulo, en cuanto a la economía del tiempo, es que todo esté sumamente organizado y coordinado para evitar que hayan espacios de inactividad, sobre todo en las máquinas. La inactividad no supone sólo el tiempo perdido, sino el que se tarda incluso en alcanzar el máximo rendimiento, al que sólo se llega progresivamente y no de repente. La inactividad desmoraliza al operario interesado en la productividad al ver escaparse el tiempo durante el cual podría ganar más. Gran parte del tiempo perdido puede dividirse:

- a) Tiempo de espera por causas no imputables al operario.
- b) Lentitud que el operario puede y debe ser capaz de corregir.

En cuanto a la economía de productos es preciso hacerle ver a todos los operarios que el más mínimo ahorro puede significarle un beneficio. Se ha de procurar que el personal vea por el máximo aprovechamiento de las materias primas. Si se les hace ver esto claramente, cada uno, desde su puesto de trabajo, procurará el máximo rendimiento y cuidará del buen uso y conservación de todo cuanto maneje.

Un cajista lo hará, por ejemplo: Si ha de hacer diez rayas a 32 cíceros con piezas de linotipia a 28, cogerá 12 piezas a 28 y diez de ellas las cortará a 27 cíceros, con lo cual sólo habrá hecho perfilarlas los cantos y aprovecharlas al máximo, y las otras dos restantes a 28 las cortará en piezas de cinco cíceros, que es lo que falta a 27 para tener 32. De estas dos piezas a 28 saldrán cinco de cada una a cinco, en total diez, con lo cual se habrá obtenido las diez rayas necesarias y se habrá perdido el mínimo de fundición, es decir, sólo 16 cíceros en un total de 20 cortes. En un caso semejante, pero en el que el cajista sepa que cuanto trabaje y ahorre no va a beneficiar a él sino sólo a la empresa, para hacer cada una de esas diez rayas cogería dos a 28 cíceros y las cortaría a la medida más cómoda para su trabajo, por ejemplo, a 16, que incluso no le obligaría a cambiar de medida el cuadrante, con lo cual por cada línea a 32 conseguida tiraría 24 cíceros de filetaje nuevo, sin estrenar. Inutilizaría doce cíceros por corte y que hace un total de 240 cíceros inutilizados.

Ejemplo numérico para conseguir diez rayas a 32 cíceros por dos sistemas:

	Piezas a 28	Total de cíceros	Número de cortes	Cíceros aprovechados	Cíceros inutilizados
Con prima	12	336	20	320	16
Sin prima	20	560	20	320	240

La simple exposición numérica muestra bien a las claras la diferencia, y si continuamos por este camino, con el ánimo de calcular lo que supondrá fundir de nuevo ese filetaje que se ha tirado completamente nuevo, sin estrenar, se observará fácilmente que suponen varias pesetas, las cuales el cajista ha perdido de ganar en sólo unos tres o cuatro minutos.

El linotipista, por ejemplo, economizará gran cantidad de fluido eléctrico apagando su máquina cuantas veces se levante de ella, sea para ir a dejar la

composición y recoger nuevo original, como si es simplemente para ir a beber agua. Si el linotipista supiera igualmente que esas pesetas de economía de electricidad redundaban en su beneficio, antes de terminar de distribuirse la última matriz habría apagado su máquina.

El empleo desordenado de grasas, desengrasantes, tintas, etc., son capítulos por los que se interesaría el operario si supiera que él percibiría la mayor parte de lo ahorrado. Pero sobre todo lo que requiere mayor cuidado es el papel. Es este capítulo el de mayor gasto de las empresas periodísticas y en él se centran todos los problemas que giran alrededor de la Prensa.

El denominado «gramaje» es la preocupación de todos los empresarios por la influencia del papel en la producción. El simple aumento de unos gramos más del marcado en el papel de cupo —que debe ser de 52 gramos por metro cuadrado— puede suponer en un año la elevación de los gastos de una empresa periodística en más de un millón de pesetas.

Debe reunir el papel unas condiciones óptimas de composición con un alisado lo más perfecto posible y homogéneo para evitar las roturas durante la tirada.

Una simple rotura del papel durante la tirada puede determinar:

a) Elevación del porcentaje de desperdicios.

b) Fugas de tiempo.

c) Retraso de horarios de salida del periódico.

Un mejor acabado del papel con un alisado más perfecto puede originar:

a) Menor consumo de tinta.

b) Menor desprendimiento de borras, pelusas y polvo, evitando una limpieza más frecuente de las rotativas.

c) Un acabado más perfecto (más grato al lector).

El transporte del papel requiere gran cuidado para no dañar las capas superiores de la bobina. Se han de evitar los fuertes golpes y las caídas violentas.

Debe de cuidarse el almacenaje para procurar que conserve siempre el grado de humedad que trae de fábrica. Una atmósfera enrarecida lo secará, contrayéndose y pegándose unas capas con otras, imposibilitando la tirada. Cuando el papel haya perdido algo de su humedad deben humedecerse, durante la tirada, los laterales de la bobina con un trapo humedecido para que el papel se despegue bien por las orillas.

Para consumir el papel con las mayores y más recientes cualidades de fabricación deben numerarse o fecharse las bobinas, según el orden de recepción, para ir luego consumiéndolas por el mismo orden, y con ello se evitarán roturas y deterioros al estar todas almacenadas por igual espacio de tiempo.

V

FACTORES COMUNES PARA AUMENTAR LA PRODUCTIVIDAD

El hombre, como ser humano, se siente afectado por un sinnúmero de estados psíquicos diferentes. Los estados de ánimo del hombre repercutirán en su producción. Si el hombre está preocupado por problemas de su vida o familia, éstos le retendrán su atención y en el desarrollo de su labor trabajará mecánicamente, pero sin apenas tener conciencia de lo que está realizando. Han de tenerse en cuenta todos los estados anímicos posibles del

hombre, unos para aminorárselos por perjudiciales y otros para fomentárselos por beneficiosos.

Las relaciones humanas.—Todo será poco lo que se haga para fomentar las relaciones y estrechar los lazos entre los hombres de una empresa. El hombre debe sentirse identificado con todos sus compañeros de trabajo, sintiéndose ligado a ellos por el vínculo de la profesión, que debe ser tan fuerte como el de sangre de su familia. En el periodismo esta unión se precisa en el mayor grado, toda vez que el periódico requiere una labor de equipo. Todas las piezas son engranajes que han de ir sumamente ajustadas unas con otras, y el fallo de cualquiera de ellas repercutirá en el resultado final. No son antagónicas Administración y Redacción, o Redacción y Talleres, ni las tres entre sí, porque todas persiguen un mismo fin, pero de hecho no saben comprenderse y frecuentemente se enfrentan, como en un duelo, sin darse cuenta de que quien sufre las consecuencias es el periódico. Cada una se cree particularmente que es la base del periódico y que sin ella el periódico no sería una realidad, pero no se dan cuenta que con la falta de cualquiera de las otras dos restantes tampoco el periódico sería una realidad. No se pretenda hacer «clases» dentro del periodismo. Han de existir categorías en razón de la labor de cada uno, pero no «clases dignatarias» que originen enfrentamientos entre las distintas secciones del diario, porque quien verdaderamente se resentirá de ello será el periódico en su economía, que en un régimen de productividad sería la economía de todos. Con el fin de limar estas asperezas que tanto se acentúan en la labor periodística, nosotros pediríamos humildad, mucha humildad, a cada hombre que pone su granito de arena en el periódico. Sintámonos todos hermanados en la diaria labor y quitemos, unos a otros, las piedras que veamos, porque a cada uno le tocará tropezar un día distinto y todos podemos caer.

Que exista humildad, comprensión, cooperación y lealtad entre todos y en beneficio de todos si lo que pretendemos es una mayor productividad con mejor remuneración.

Factores morales.—Es justo que aquel funcionario que vence la indolencia obtenga una recompensa, no sólo remunerativa, sino de ascenso, estimación y solución de sus conflictos individuales. El sentir el obrero la comprensión de sus superiores le hace trabajar con una gran moral. El sentido humano y de justicia debe reinar en toda dirección empresarial que quiera acogerse bajo el signo de la cristiandad.

El diálogo constante entre jefes y obreros crea una atmósfera propicia para la moral del obrero. Es conveniente que la dirección conozca los pequeños problemas de los obreros o empleados, tales como problemas de familia, vivienda, deudas, etc., escuchándole y procurándole soluciones para evitar que esas preocupaciones le inhiban de las del trabajo.

Los jefes y mandos no deben dar sus órdenes como una exigencia, sino como una sugerencia, tratando —con amabilidad— de demostrar que lo solicitado es lo más conveniente. Hablar siempre de forma persuasiva y no como si se tratara de hacer respetar una ley. Sería aconsejable hacer a los mandos intermedios asistir a cursos de relaciones humanas. Cada funcionario requiere un trato distinto según su psicología, y los jefes han de ser lo suficientemente flexibles para adaptarse a cada caso particular y ser estimulantes.

Un aspecto que daña bastante la moral del obrero es observar que su jefe está menos capacitado que él. A la hora de elegir jefes los elige únicamente la empresa, y quizá fuera aconsejable que lo hiciesen los subordinados,

no buscando el que más pueda favorecerles, sino aquél que sea más idóneo para desempeñar el cargo. Nadie mejor que los operarios sabe quién de entre ellos es el más capacitado para desempeñar una función de jefatura. Es decir, los obreros o empleados pueden señalar a los más capacitados técnicamente por un orden de mejor a peor y luego la empresa calibrar los dotes de mando, de dirección y de organización de cada uno para conseguir una resolución mediante la cual concurren en el elegido el mayor número de cualidades posibles.

La profesión no puede ser entendida como una simple ocupación, sino una actividad inteligentemente dirigida. Debe acoplarse al personal en el lugar que más pueda rendir, pero sin lesionar nunca sus derechos ni originar desagrado a quienes estén encariñados con su puesto por la antigüedad que tenga en él.

Factores técnicos.—Es primordial elegir el personal lo más apto posible para la labor que haya de realizarse. Debe evitarse toda elección por circunstancias que sean ajenas a la verdadera función del periódico. Se precisa, por tanto, que quienes hayan de elegir personal conozcan profundamente la función y las condiciones en que ha de ser ejecutado el trabajo.

El personal muy capacitado e inteligente no se presta a la automecanización porque se siente incapaz de soportar la monotonía.

El presupuesto de la mayoría de los diarios no alcanza para crear una oficina técnica, ni creemos que le sea necesaria, pero sí que la dirección esté en manos de competentes técnicos. Técnicos que conozcan de cerca todos los problemas y vicisitudes diarias del quehacer. No concebimos las oficinas técnicas como un negociado más en el que transcurra la jornada evaluando papeles. Nos parece incluso inadecuada la denominación de «Oficina técnica», porque precisamente de «oficina» es de lo que no debe tener nada. Mejor denominaríamos «departamento técnico» y no como departamento en los que estar constantemente, sino en los que reunirse a deliberar los técnicos de cada sección, pues el técnico donde debe hacer presencia es allí donde la técnica se está desarrollando, donde está evolucionando paso a paso el periódico, y en ese ritmo del quehacer es donde se podrá observar lo que marcha bien o lo que marcha mal y lo que puede mejorarse y lo que debe estudiarse. Su labor no se puede reducir a la de simples inspectores que vigilen si el trabajo va bien o mal o si se ha terminado pronto o tarde, sino que ha de estar en continuo contacto con las dependencias para ver prácticamente las verdaderas causas de los retrasos o malas realizaciones y buscar las soluciones posibles. No puede ser buen técnico de empresa aquel que sólo hace acto de presencia en sus distintas secciones sólo una vez al año. «Departamentos técnicos», sí; pero con su verdadera y específica función. Es conveniente que el personal de estos departamentos viaje por el extranjero para ver los nuevos sistemas y técnicas, sobre todo en la rama de la impresión que tanto evoluciona constantemente. Los técnicos deben estar elaborando constantemente proyectos de mejoras que aceleren los procesos o que mejoren los sistemas, aunque luego no todos sean posible llevarlos a la práctica, pero lo que no cabe es la indiferencia completa. Podría ensayarse el intercambio de productores de una misma categoría entre los distintos periódicos, con el fin de capacitarlos mejor y hacerles adquirir mayor flexibilidad en sus métodos de trabajo.

El departamento técnico debe estudiar cada una de las secciones con los respectivos jefes y empleados, escuchando siempre las sugerencias de éstos con el mejor de los propósitos. Al obrero le gusta verse representado de al-

guna forma en el quehacer diario. Una fábrica llegó a denominar las piezas de su fabricación con el nombre de los que las realizaban, notando un mayor rendimiento.

Igualmente en periodismo, el redactor se esforzará más por la calidad y el estilo de una información si ésta lleva su firma, aunque no sea más que con iniciales. Y un tipógrafo, siempre que tenga posibilidades, al componer un anuncio, le agradará demostrar en él su gusto y originalidad para que se distinga entre los demás.

Lugar de trabajo idóneo.—Todo espacio de trabajo debe reunir las mejores condiciones para la laboriosidad. Condiciones tanto técnicas como higiénicas que hagan al trabajador sentirse seguro, con espacio suficiente para su trabajo y sin que precise de muchos desplazamientos. El lugar de trabajo ha de ser idóneo, ha de ser funcional. Cada puesto de trabajo ha de reunir las condiciones características que su función exija.

Analicémoslo separado. Las reglamentaciones de trabajo establecen todo lo concerniente a las condiciones mínimas de seguridad e higiene. El trabajar en rotativas y fotograbado, huecograbado y linotipias exigen un buen acondicionamiento con mucha ventilación o reventadores de aire por lo tóxico de los gases que se desprenden en estos procesos.

Sería muy conveniente dotar a todas las secciones con cuartos de aseos con agua caliente e inculcar la conveniencia del aseo diario después de la jornada de trabajo.

Si se observa que gran parte de periódicos se hacen durante la noche, se tendrá la conclusión de que la luz juega un papel importantísimo. Cada puesto de trabajo ha de tener la luz que precise y proyectada según la exigencia de cada función. En las naves y departamentos debe existir, además de la luz general que ilumine todo el espacio, otra particular, específica y más directa que facilite cada trabajo.

El acondicionamiento de la temperatura en las distintas estaciones de año es también factor que influye en el productor, originándole apetencias o desganas de trabajar, según la temperatura sea propicia o no.

Hay técnicos que recomiendan distintos colores en techos y paredes, según la función a desarrollar; nosotros aquí sólo citaremos que lo que se debe buscar son colores que no absorban luz y que además estimulen y originen un ambiente de optimismo y alegría.

El lugar de trabajo de cada funcionario ha de ser estudiado técnicamente con el propio trabajador. El trabajador por esa ley natural del mínimo esfuerzo pedirá para su puesto de trabajo todo aquello que facilite su labor, y luego el técnico lo ha de analizar en relación con la labor a desarrollar y su conexión con los demás. Cada labor exigirá un mueble diferente, y luego cada mueble accesorios distintos y ordenación de la herramienta y utillaje. Sobradamente se comprende que cuanto material necesite el profesional para su función ha de tenerlo en abundancia. Ha de estudiarse convenientemente el instrumento o herramienta que más veces al día usa el operario para que esa esté más cerca de la mano. La herramienta o materiales habrán de estar lo más a mano en razón de su mayor utilización.

Creemos que todo lo recogido en este capítulo puede influir en un régimen de productividad, porque a través de ellos los funcionarios verán un interés de la empresa por sus problemas, por sus necesidades, por su salud, y se creará obligado a responder con su máximo esfuerzo a la causa común de la empresa. El obrero nunca escatimará esfuerzos si ve que para sus comodidades y bienestar tampoco las escatima una dirección inteligente.

ADMINISTRACION

De las tres secciones fundamentales que se compone el periódico —Redacción, Administración y Talleres—, Administración es la que menos se refleja en el periódico-producto, salvo su sección de Publicidad.

Administración interviene antes y después del proceso de elaboración del periódico-producto, pero no en el propio proceso. Facilita medios y materiales y luego administra los resultados. Sin ser su labor propiamente secundaria, sí es menos influyente, pero no totalmente ajena al propio periódico y por tanto ha de beneficiarse y sentirse igualmente comprometida en un sistema de remuneración por rendimiento.

En algunas fábricas o industrias se ha ensayado el primar sólo la producción de ciertas secciones, dejando otras bajo la reglamentación del ramo. Ello trajo resultados desfavorables porque el descenso de rendimiento en las no primadas era tal que absorbía con demasía los beneficios de las secciones en régimen de productividad.

Evidentemente la mayor productividad, en este caso del periodismo, la conseguirían Redacción y Talleres, pero no cabe duda que Administración también podría superarse dentro de su labor diaria: reducir gastos y facilitar la labor de las otras dos grandes secciones a través de su departamento de publicidad. También en capítulos anteriores hemos hablado de la importancia de una buena administración en la circulación del periódico.

Las nuevas máquinas administrativas y contables constituyen un considerable avance que debe ser tenido en cuenta para acoplar a la Administración del periódico aquéllas que por su precio y cualidades aconseje su adquisición.

Una revisión de las formas de contabilizar y de controlar todas las operaciones administrativas del periódico deben conducir a la eliminación del excesivo papeleo y simplificación o división de trámites entre sus negociados.

El tener cada diario una organización administrativa particular no nos permite aportar nada concreto, pero indudablemente un buen fichero, bien organizado, puede resumir y reflejar en cualquier momento cualquier operación administrativa. La utilización de impresos, incluso en papel de distintos colores, hacen destacar, al ser escritos a mano o máquina, el dato por contraste entre la letra impresa y la de máquina o a mano. El color del papel en que esté hecho el impreso, incluso el color de la tinta dentro de un mismo color, nos dirá sin necesidad de leerlo el objeto de aquel papel, el trámite que precisa, la sección a que corresponde, etc., etc.

Dado que parte del trabajo administrativo es de ventanilla y unas veces no habrá que atender a nadie y otras será a varios, juzgamos que se debe trabajar por equipos, acoplándose a la ventanilla o al resto del trabajo los funcionarios, según lo exija las circunstancias. Los primeros y últimos de mes requieren también un trabajo más intenso por los cobros, órdenes que se perciben para pauta del mes o liquidaciones finales, lo cual ha de estar previsto para auxiliarse o reforzarse unos negociados a otros.

Es difícil calcular aquí el rendimiento individual de cada administrativo y por tanto no puede hacerse una retribución directa. Mucho menos puede hablarse de productividad en ordenanzas y subalternos, pero es indudable que deben participar de beneficios en un régimen de equidad.

Creemos, por los múltiples trabajos que se ejecutan en una administra-

ción —desde contabilizar hasta atender en una ventanilla—, que lo más aconsejable es incluirlos en un régimen común y total de primas, según los rendimientos globales y no particulares, como veremos al final de este trabajo, precisamente por ser el periódico, en casi todas sus facetas, donde menos se pueden medir los rendimientos individuales, que nunca se sabrán los que son ni a qué se deben, sobre todo si se reflejan en la circulación o publicidad.

VII

REDACCION

Todo lo que aquí digamos serán premisas y principios que no siempre, lo sabemos de antemano, se podrán cumplir, pero hemos de intentarlo. Se ha de procurar ir dejando la vieja improvisación y particularidad de cada uno de trabajar, a su gusto y manera, para someternos a un sistema con el que se den facilidades, se gane tiempo y a todos facilite la labor.

Un competentísimo periodista nos decía —con la experiencia de sus muchos años de profesionalidad— que él no permitiría enviar una sola cuartilla manuscrita a componer. Nos agregaba que resultaba mucho más barato un equipo de mecanógrafos que la velocidad que perdía el linotipista. Compartimos su opinión, pues si bien el mecanografiar unas cuartillas supone unos minutos, éstos no entorpecen la marcha del periódico, porque el linotipista puede estar componiendo otras cosas.

Hay que hacer comprender —a los colaboradores sobre todo— esta necesidad de que envíen sus trabajos mecanografiados. Aunque parezca paradoja, frecuentemente somos testigos de originales a lápiz y escritos por las dos caras de la cuartilla.

Encontramos en el director el punto clave del periódico porque sus resoluciones son decisivas, tanto para el contenido del diario y su reflejo en el público, como para su elaboración cotidiana. El director debe poseer una capacidad organizadora de verdadero hombre de empresa, junto a su competencia periodística.

Lo primero que juzgamos necesario es que el director lea sobre el original y no sobre galeradas. Conocemos la imposibilidad de que el director lea todo el número, pero lo que lea debe hacerlo sobre original. Todo aquello que tache después de compuesto es producción inutilizada. Una información podrá hacerse y rehacerse cuantas veces se estime oportunas, pero mecanográficamente. Ahora, una vez enviada a componer, no debe tocarse ni una línea, salvo algún error que pueda ser grave.

Las correcciones, después de hecha la composición, retrasan la marcha del periódico más que si se hubiera hecho la información tres o cuatro veces mecanografiada. Los distintos juegos de pruebas, del director, de corrección y confeccionador dificultan enormemente la labor del comprobador, sobre todo si motivan recorridos.

Tanto el director como el redactor-jefe no deben meter la pluma en todos los originales por sistema, pues el no respetar nunca el estilo y los titulares del trabajo puede ocasionar que el autor pierda estímulo.

Nunca nos parecerá suficiente la insistencia que hagamos sobre las correcciones en galeradas o el exceso de original. Es bastante difícil medir el original, pero no imposible, y a ello nos referimos unas líneas más abajo, pero

no debe componerse más que aquello que se supone que puede entrar o quizá algo menos, pero nunca mandar nada a sabiendas de que no va a entrar, sólo por justificarse que esa noticia se dió, pero luego no se metió. Si se calculara lo que cuesta la composición sobrante diaria, se vería que es un gasto muy elevado y totalmente inútil, y que mermaría enormemente el índice de productividad.

Para calcular cada redactor lo que ocupa su original puede implantarse en las redacciones este sistema:

Procurar escribir —siempre que se pueda— mecanográficamente sobre un papel que previamente haya sido numerado en su margen izquierda de arriba a abajo, según el número de líneas mecanografiadas que le quepan y dejando siempre el mismo margen que ya marcará una raya.

Aconsejamos más el doble espacio porque es el más solicitado para concursos literarios, proyectos, etc., y además es más conveniente en periodismo, porque deja mayor espacio para hacer correcciones. Marcar los setenta espacios por líneas es por generalizar, pero cada periódico debe hacer que cada línea mecanografiada sea múltiplo de un determinado número de líneas de su composición habitual de linotipia.

Con estas medidas fijas, el redactor, en una simple multiplicación mental, obtendrá con exactitud lo que ocupa su noticia. Bastará que multiplique el número de líneas mecanografiadas (que lo tendrá al margen, sin necesidad de contarlas) por el número de líneas de linotipia que salen de cada una mecanografiada, 1, 2, 3..., y el producto serán líneas de composición. Este producto lo anotará el redactor al margen del sumario que deja en su mesa de las noticias que envía a la imprenta, y como será conocedor del número de líneas que entran en una columna de su diario, en el cuerpo habitual de su sección, tendrá en cualquier momento, desde la redacción, la medida de su información. Para el original de agencia cada periódico ha de sacar el módulo de lo que unas líneas de agencia suponen de líneas de composición.

Se nos puede argumentar que al imprimir este papel supone un gasto. Este gasto es sumamente mínimo. Y si nos fijamos en las hojas de algunas agencias, veremos que han sido impresas previamente para ponerles el membrete. El gasto será el mismo si se le imprime sólo un membrete, que si se agrega además una raya vertical para marcar el margen y unos números, del uno al treinta o cuarenta, a su izquierda.

Se nos podrá decir también que el doble espacio supone para las agencias de información un derroche de papel. Si esto no es posible, sí se podrá convenir que las hojas tengan siempre los setenta espacios por línea y estén numeradas a su izquierda según las líneas que deseen contenga el folio o tamaño de papel que use la agencia.

Y aquí creo necesario unificar también el tamaño de papel. Debe desterrarse el tamaño «holandesa» y usarse sólo el folio y la cuartilla, escribiendo siempre en la dimensión de 22 cm.

Hay quien cree que los redactores deben estar separados —cada sección un departamento—. Otros opinan que es mejor la sala. Argumentan los primeros que con departamentos aislados se evitan las conversaciones. Nosotros creemos que en cuanto hayan dos en un mismo departamento no sólo no se evitarán las conversaciones, sino que además se harán más íntimas. Por ello nos inclinamos por la sala, siempre que haya un redactor-jefe que haga prevalecer el silencio por encima de todo. La sala tiene la ventaja de que el redactor-jefe da las órdenes directamente sin que precise desplazarse el redactor. El trabajo se hará más en equipo, complementándose todos y pudiendo dis-

tribuir el redactor-jefe las informaciones que surjan imprevistas a la sección que aquel día vaya más desahogada.

Los redactores deben tener un sillón giratorio y a su derecha una pequeña mesa con la máquina de escribir; cada uno, una.

Se obligará a que las noticias sean redactadas de mayor a menor importancia, de tal forma que el confeccionador, al tener que cortar informaciones no precise leer y quite siempre las últimas líneas en la seguridad de que quita lo menos importante.

Existen también divisiones sobre si el confeccionador debe ser el propio redactor-jefe, que es quien lleva el periódico en la cabeza de otro redactor. Creemos que diariamente un 25 por 100 del periódico puede confeccionarse cuando todavía queda labor en la redacción y, por tanto, una de las dos misiones quedarían abandonadas si fuera el redactor-jefe el confeccionador. Creemos debe confeccionar un redactor y el redactor-jefe supervisar.

Los redactores deben ser conocedores de los tipos que existan en la imprenta, para que en el momento de ordenar un título saber cuál es el más conveniente y hacer la cabeza, poniendo ya en cada línea el número de letras aproximado que él desee que contenga, dando ya idea de si lo que desea son líneas llenas todas, jugando llenas y cortas, o el sistema que desea de los muchos posibles. Tanto títulos como sumarios y ladillos deben escribirlo siempre en versales, para que sean bien legibles al linotipista o cabecero.

Son muchísimas las labores que pueden ser encomendadas a un redactor. Desde el redactor de calle hasta el editorialista hay infinidad de funciones para un redactor. No puede tener medida el trabajo de un redactor. No se puede controlar su labor en medidas y números, ni decir que ha producido tanto y su labor vale cuanto. Veamos un ejemplo: Hace unos meses se dejó sentir en Madrid como una gran explosión que rompió algunos cristales e inutilizó algunas líneas telefónicas de Carabanchel. Aquella mañana el redactor de calle se cruzó Madrid varias veces en busca de la noticia. Otro, desde la Redacción, se pasó la mañana telefoneando a todos los organismos oficiales y de urgencia que pudieran aportar pistas. Ninguno de los dos pudo aportar nada al final de la jornada que había sido sumamente laboriosa, sobre todo para el de calle. Sólo a los cuatro o cinco días se supo que el tremendo ruido lo habían producido dos aviones a reacción al cruzarse en el aire con velocidades superiores a la del sonido. Los dos periodistas que un determinado diario dedicó a este suceso no consiguieron nada informativo; sin embargo, ¿se puede decir que no produjeron, si fué una de sus jornadas más activas? Opinamos que en un régimen de productividad se les debía considerar al menos la voluntad con una nota media. Ahora, si cualquier otro diario hubiese dado el suceso, entonces su labor sería considerada como cero.

Aquí hemos de tener presente también cuál será la productividad de los colaboradores. Aunque a decir verdad ellos solos se la estiman. Si son escritores consagrados, serán ellos quienes pongan precio a su trabajo; por ello opinamos que no deben entrar en un régimen de primas.

La Redacción entrará en el régimen de primas global que expondremos al final de este trabajo. Ante la imposibilidad de poderles pagar directamente su producción que nunca se sabrá con exactitud. Su trabajo será valorado diariamente con una puntuación.

Las noticias deben centralizarse todas en el redactor-jefe, que las distribuirá, a su vez, a los distintos jefes de secciones. En esta primera distribución el redactor-jefe eliminará todas las noticias que no juzgue interesantes.

Los jefes y redactores de sección harán una nueva selección, según el espacio que les haya sido asignado, pero sobre todo las noticias han de resumirse, pulirla lo más posible, dejándola reducida solo a lo meramente informativo y eliminando lo accesorio. La noticia debe ser lo más breve y concisa posible. Aconsejaríamos que todas las noticias fuesen hechas de nuevo, refundidas para escoger de ellas sólo la esencia. En esta elaboración de la noticia se puede hallar un gran índice de productividad por:

- 1.º La información resumida requerirá menos espacio; por tanto, menos páginas y economizaremos papel.
- 2.º Se economizará horas de trabajo en el taller.
- 3.º Al tener menos páginas el periódico podrá cerrarse antes.
- 4.º Al ocupar menos espacio la información, quedará más disponible para publicidad.

La redacción ha de ser sumamente estricta y concisa y, por tanto, lo más caro para un periódico, hoy, es un redactor que necesite muchas palabras para decir una cosa.

Volviendo al camino de la noticia; después de elaboradas, el redactor pondrá el título de la sección en que debe entrar y el número de la página, si lo sabe, y la devolverá al redactor-jefe para que éste la revise y la envíe a su vez al director (si juzga oportuno que la lea) o directamente a componer a la imprenta.

De la ordenación de las noticias, por el regente, dependen en gran parte la hora del cierre. El regente dará a componer las noticias no según le lleguen, sino dando preferencia a aquellas secciones o páginas que esté completa su información.

El pruebero, según vaya sacando los paquetes, los colocará frente a la rama en que hayan de ajustarse, según los datos puestos por el redactor, de título de la sección y número de la página.

VIII

TALLERES

Los talleres están compuestos de múltiples secciones con funciones totalmente definidas y distintas. Linotipias, Cajas, Estereotipia, Fotografía, Fotograbado, Huecograbado, Rotativas, etc., son secciones que pueden influir decisivamente en la presentación del periódico-producto, y sobre todo en su hora de salir a la calle. En ninguna de estas secciones encontramos la posibilidad de poder medir la producción, solamente en linotipias y no en todos los casos, como veremos después. Por tanto, si no acoge a todos los linotipistas no es aconsejable.

Queremos adentrarnos con más detalle en la imprenta, que es donde confluyen todos los originales y donde las ideas y hechos acaecidos se transfor-

man y convierten en plomo, configurado y distribuido dentro de unas páginas y dispuesto para la multiplicación de cuantos ejemplares se deseen.

El taller ha de ser sumamente funcional porque todas las labores y movimientos están ligados con otros sucesivos y han de estar cerca un operario de otro, sin que le falte espacio para su función, pero sin que precise desplazamientos excesivos. Cada operario ha de tener todo lo preciso a mano y en cantidad suficiente.

La distribución que juzgamos más conveniente para que el taller de cajas sea puramente funcional, aconseja colocar las linotipias en semicírculo. Se evita así la dispersión, porque todos los caminos están equidistantes y además permite introducir, entre ellos, a los cabeceros y la sección de anuncios, que han de estar a su vez en constante relación con los linotipistas y el propio regente, que ocupará el centro, y dentro de una mesa redonda con silla giratoria para que sin moverse del sitio pueda dominar todo el taller y dar todas las órdenes precisas en cualquier momento. Sólo le queda un poco más distanciada la sección de ajuste; pero como ésta ya la dirige el confeccionador, su labor aquí es menos importante que la de distribuir el original y seguir la marcha de la composición y confección de anuncios, etc.

La platina de ajuste debe tener su regletero en la parte superior, pendiente del techo por unas barras. El ajustador tiene en él cuatro departamentos para cada medida, desde 4 cíceros a 44, y en ellos podrá poner las regletas, lingotes, corondeles y todo lo que precise, siempre perfectamente clasificado porque no hay posibilidad de que se empastele, y sobre todo al alcance de la mano y sin precisar desplazamiento. Por los extremos en que el regletero es más estrecho, el ajustador podrá colocar plecas, bigotes, chaflanes y todo el material que el ajuste requiera. De estos regleteros, aunque algo más pequeño, deben de haber sobre los chibaletes para que cada tipógrafo tenga a su alcance cuanto precise. La platina tiene inmediatamente debajo de su superficie, una especie de doble fondo o cajón en el que situar las ramas vacías. Bajo este doble fondo habrá también una especie de tolva en la que se irán dejando caer las líneas inutilizadas. Como los talleres los suponemos capacitados para más volumen que el número máximo de páginas que puede admitir la rotativa, suponemos un número de platinas suficiente para que en cualquier momento puedan acoger todas las páginas del número. El pruebero irá dejando sobre la platina los paquetes enfrente de la página o sección que el redactor haya marcado previamente en el original. Cuando el confeccionador dé la orden de ajustar una página, el ajustador sacará la rama del doble fondo e irá metiendo todo lo que el pruebero le ha ido dejando de información y publicidad, frente al lugar de esa determinada página.

Es primordial que al intentar un régimen de productividad y máximo rendimiento el taller esté abastecido de todos los medios precisos. Una premisa tipográfica dice: «Usar siempre el menor número posible de piezas.» En los pisos de calzar clisés esto tiene gran importancia, y para el más fácil manejo deben existir pisos completos de plana y sus divisiones: columnas enteras, dos columnas, etc., etc. De llegar y coger un piso de plana entera en sólo unos segundos, a tener que ordenar treinta o cuarenta piezas para hacer una plana, hay una diferencia de tiempo de más de cinco minutos.

Buscando la productividad de las secciones, vemos que Rotativas no podrá tirar más de un determinado número de ejemplares a la hora, sin posibilidad de aumentarlos. Estereotipia está supeditada a Cajas y su sincronización es tal que resulta casi imposible ganar tiempo en ella, salvo si la maquinaria es antigua y puede ser reemplazada. Además, esta sección normalmente su jor-

nada no excede de tres o cuatro horas, y con el aliciente de marcharse al terminar —que tienen concedido algunas empresas—, se consigue en esta sección el máximo rendimiento.

Fotografía —si el periódico tiene hueco— y fotograbado tampoco son susceptibles de medir tiempos y rendimientos por razones que no precisan exposición, pues resulta imposible precisar el tiempo de retoque que necesita una plancha o un clisé.

Así iríamos sección por sección sin posibilidad de un éxito evidente.

A primera vista parece que dentro de linotipias cabe la prima a la producción, porque al linotipista se le pueden contar el número de líneas y matrices por línea. Evidentemente para un libro, en que toda la composición vale, sí podría remunerarse a tanto la línea; pero en el periódico, no, porque a lo mejor la superproducción de un linotipista es lo que luego tacha el director o no entra por falta de espacio. ¿Es esto —considerado en el fin— producción? Creemos que no, porque se pagaría lo inutilizado. Además, en el periódico hay linotipistas a los que no se le puede medir la velocidad. Ejemplo: los que hacen anuncios, los que componen sólo titulares, los que se dedican a recorridos y epígrafes, otros que sólo corrijen pruebas, etc., requieren un cambio constante de almacenes, medidas, acoplamientos de cal, etc., en cuyas manipulaciones pierden muchos minutos.

Aún podemos agregar la imposibilidad de primar directamente a los linotipistas, que su producción está supeditada en parte a la buena marcha de su máquina, cuidada por un mecánico cuya tarea resulta imposible de precisar. Al no remunerarse al mecánico equiparablemente al linotipista, podría producir en aquél una apatía e indiferencia en el momento de las reparaciones y quebrantaría el ritmo de la producción al quedar el linotipista inactivo por un mayor espacio de tiempo que el preciso. Para que estos reparadores intenten superarse es preciso que participen de los beneficios de una mayor producción, toda vez que si el linotipista la consigue es porque aquellos tienen la máquina a punto y están pendientes constantemente de su perfecta marcha para subsanar inmediatamente cualquier anomalía. Aquí se daría una paradoja y es que la mayor producción del mecánico sería el día que no hiciese absolutamente nada, ni siquiera subirse a un estribo, pues sería síntoma de que todas las linotipias habían funcionado a la perfección durante toda la jornada. He aquí cómo la producción puede ser la inactividad.

IX

CONCLUSIONES

Con todo lo antecedente creemos haber probado suficientemente que es posible una mayor productividad dentro del periódico y necesaria por el esfuerzo que el periodismo exige de sacrificios personales y superación constante al servicio del lector y en lucha continua por anticiparse al tiempo. Hemos visto que ello engendra dificultades, pero no imposibilidad, pues si buenos mandos vienen hoy logrando la superación en que diariamente embarca un periódico a su personal, y sin ninguna clase de primas ni bonificaciones, se comprende que, asistido este personal efectiva y moralmente, mejoraría su actuación presente.

Todos los sistemas que podamos idear tendrán sus ventajas e inconvenientes, pero hemos de decidirnos por uno y creemos que el mejor es el de re-

parto proporcional según el «valor creado». Conocemos el problema que supone poder calcularlo dentro de una empresa en que parte de ese «valor creado» por una mayor productividad puede ser distraído mediante inversiones en obras, maquinaria o cualquier otro capítulo de gastos. Por tanto, si bien la dirección de la empresa conservara plena libertad, se debe vigilar el uso o abuso de esa libertad, a fin de evitar que la empresa emplee en bien propio parte de la productividad.

Para evitar esto es imprescindible la creación de una *comisión de productividad*, con carácter honorífico, en aquellos periódicos donde no existan Jurados de Empresa; de existir, ellos deben ser quienes asuman esta labor, a no ser que entre empresa y funcionarios acuerden otra cosa, toda vez que nuestra conclusión pretende ser una especie de Convenio Colectivo Sindical.

La breve exposición que hicimos en las primeras páginas sobre estos Convenios Sindicales tenía la intención de dar la idea de una posible solución. Valiéndonos de ellos opinamos que también se puede alcanzar mayor productividad dentro de las empresas periodísticas. Estudiados en sí, son compromisos entre las empresas y su personal hacia una meta común. Nuestro sistema se parecerá a ellos en que, como hemos dicho en el párrafo anterior, será preciso una comisión supervisora y, además, tanto la empresa como su personal han de comprometerse en varios aspectos.

FORMULA PARA HALLAR LA PRODUCTIVIDAD GLOBAL

Dado el carácter irregular del trabajo en Prensa, tomaríamos el sistema «Manit» de Haynes, si nos fuera posible medir el tiempo; pero como esto último no es factible, aprovecharemos de él las ideas de puntuación sucesiva y diaria, sustituyendo su «Manit» por una apreciación directa del jefe de cada sección, departamento o negociado.

Del trabajo premiado por CON-DE-SA, titulado «Considera el fin», de Manuel Prieto Noriega y Godofredo de Marco La Llana, tomamos para nuestro sistema otra idea: la de considerar todo en el «valor creado», entendiéndose por tal «la diferencia entre los ingresos netos obtenidos por la empresa como resultado de sus actividades mercantiles y el costo de las materias primas empleadas, materiales auxiliares consumidos, desgastes producidos en el equipo de producción (reparación y renovación de maquinaria y herramienta) y consumo de energía».

Nosotros al capítulo de gastos agregaremos también los gastos de personal, para calcular el coeficiente de otra forma, pues los señores Prieto y Marco, con su fórmula, parecen admitir que los sueldos actuales son óptimos; extremo éste que no compartimos. Por ello nosotros, a partir de aquí, nos desviaremos de su proceso y lo concebiremos de otra forma, pues el «valor creado» lo seguimos considerando en esa diferencia entre ingresos y gastos, pero hecho porcentaje.

Tomaremos los resultados de ingresos y gastos de varios años precedentes y hallaremos su porcentaje. Ejemplo:

Beneficios (en diez años)

Gastos (en los mismos diez años)

= Porcentaje neto de beneficios.

Este porcentaje quedará ya fijo como muestra durante todos los años sucesivos para calcular los beneficios del personal en la cuantía que sea superado este tanto por ciento de beneficios con respecto a los gastos.

Seguiremos el mismo ejemplo numérico que ellos citan en su trabajo, pero introduciendo nuestras modificaciones, para poder luego observar la diferencia.

	Pesetas
<i>Ingresos líquidos:</i>	
Circulación	3.500.000,—
Publicidad	4.400.000,—
Por trabajos comerciales	600.000,—
Por venta de residuos de papel y otros subproductos	100.000,—
Valor total producido	8.600.000,—

<i>Pago por aportaciones ajenas a la empresa:</i>	
Colaboraciones, agencias de información, correspondencias, información gráfica	120.000,—
Materias primas: papel	2.700.000,—
Materiales diversos: tintas, metales, tipos, productos químicos, combustibles, lubricantes, repuestos, etc.	300.000,—
Gastos personal (modificación mía)	2.200.000,—
Total pagado	5.320.000,—

Total producido	8.600.000,—
Total pagado	5.380.000,—

VALOR CREADO		3.280.000,—
Beneficios	8.600.000	
Gastos	5.320.000	
	=	= 1,61

De aquí hemos de sacar ya dos datos concretos:

- 1.º Que el «valor creado» es 3.280.000 pesetas.
- 2.º Que el porcentaje es de 1,61 por 100 durante los diez años precedentes y nos servirá de módulo para saber el de los posteriores.

Siguiendo con el mismo ejemplo, supongamos que en el ejercicio siguiente se consigue un aumento del 5 por 100 en la producción; y reducción en la misma proporción del 5 por 100, en los gastos del personal y aportaciones ajenas. Las cifras serían:

	Pesetas
Valor total producido	9.030.000,—
Pagado por aportaciones y personal	5.054.000,—
Valor creado	3.976.000,—

Beneficios con productividad	9.030.000	= 1,78
Gastos con productividad	5.054.000	

Ahora no hay más que restar del último beneficio con productividad el de anteriores años y tendremos el beneficio neto:

$$3.976.000 - 3.280.000 = 696.000 \text{ pesetas.}$$

O también hallar la diferencia entre los porcentajes respectivos $1,78 - 1,61 = 0,17$.

Y multiplicando esta diferencia por el «valor creado» con productividad (teniendo en cuenta que hemos despreciado decimales), obtendremos aproximadamente la misma cifra:

$$3.976.000 \times 0,17 = 696.000$$

Este «valor creado» es ya cuestión de convenir cuánto ha de ser para la empresa y cuánto para el personal. Nosotros lo pondríamos a partes iguales: el 50 por 100 para la empresa y el 50 por 100 para el personal. Por tanto, las partes serían:

$$\frac{696.000}{2} = 348.000 \text{ para cada una.}$$

Cantidad ésta superior a la que obtienen los señores Prieto y Marco.

Con nuestro sistema, los porcentajes que cobrase el personal estarían en relación con lo producido en cualquier momento, y no fijo según el sueldo. Además, el sistema de los citados señores se presta a que dos empresas con los mismos beneficios, pero una de ellas con menor sueldo su personal, éste percibirá también menos beneficios sólo por pertenecer a la primera o segunda zona, según la Reglamentación Nacional de Trabajo en Prensa, y con beneficio casi exclusivo para la empresa.

También evitamos, al puntuar según el esfuerzo de cada uno, que los indolentes se beneficien al saber que le primarán sobre un sueldo y no sobre lo que realmente se supere; aspecto que los repetidos señores no han considerado.

En nuestro sistema los beneficios de la productividad y los beneficios de los accionistas entran en el mismo capítulo, y así personal y empresa velarán siempre juntos porque estos beneficios sean lo más superiores posibles en tanto y cuanto afectaran por igual a los dos.

Los señores Marco y Prieto, en su supuesto, han ideado una cifra de gastos de personal que es el 40 por 100 del «valor creado»; sin embargo, es sabido que cada periódico tiene una fórmula distinta y quizá pueda darse el caso de que en alguna empresa estos gastos de personal sean sólo el 25 por 100 del «valor creado», y en otra alcance el 75, con lo cual mientras en una los beneficios de mayor productividad iban a ser 25 por 100 para el personal y 75 por 100 para la empresa, en la otra sería todo lo contrario, 75 por 100 de beneficios para el personal y sólo el 25 por 100 para la empresa. Repartos éstos que no creo correspondan a una verdadera equidad.

En nuestro sistema, los gastos de personal influyen directamente al formar parte del capítulo general de gastos, y como los accionistas tratarán de diluirlos con los ingresos para tener siempre asegurado su interés, estarán a la vez velando por los intereses del personal, siempre que los beneficios de la productividad no se distraigan en otros capítulos de gastos, como mejoras de papel, nuevas obras o adquisición de maquinaria. Estos gastos deben ir a costa de los beneficios de las acciones, porque en suma lo que suponen es un aumento de capital.

POSIBLE SISTEMA PARA DISTRIBUIR LOS BENEFICIOS DE LA PRODUCTIVIDAD

Se aconseja y exige incluso por las Reglamentaciones Nacionales de Trabajo, que el productor debe saber en cada momento lo que vale su producción y que se deben adoptar por ello fórmulas sencillas y de fácil cálculo. En la Prensa no puede calcularse lo que vale cada esfuerzo porque éste se podrá reflejar en distintos aspectos del periódico, como hemos venido demostrando a todo lo largo de nuestro trabajo. En una fábrica de camisas o de aparatos de radio la productividad la dará la venta; pero en el periódico la publicidad, la línea ideológica, la solvencia, la circulación, cuando no la economía de medios y hora de salir a la calle, serán quienes reflejen la productividad, y que imposibilitan poderla calcular directa y claramente.

Para tratar de hacer este reparto con el mayor rigor de justicia posible, proponemos que se confeccione una ficha individual, que llevará la Comisión de Productividad por medio de unos funcionarios retribuidos.

Cada jefe, en el parte que envía diariamente de personal pondrá, al lado del nombre de cada operario, y entre paréntesis, una puntuación del uno al cinco, según los méritos de cada funcionario durante ese día. La puntuación no podrá pasar de cinco, ni tampoco ser de números negativos en los partes de los jefes de sección; sólo podrá ser nula (0).

Esta puntuación diaria será sumada y arrastrada día a día y mes a mes, hasta hallarse un total anual.

La puntuación particular de cada jefe de sección la hará la Comisión de Productividad a la vista de la labor desarrollada por su sección, según vea si ha creado muchos problemas y reclamaciones o no y su rendimiento, pues estos detalles influirán para que la comisión haga otra puntuación colectiva a la sección, sumándola o restándola un número de puntos en relación con el número de operario y repercutirá en todos por igual. Una tercera puntuación será la que haga también la comisión, teniendo en cuenta el buzón de iniciativas que existirá en la empresa, pues a través de él se verá la inquietud de cada funcionario y lo que aporta. Igualmente para esta tercera puntuación se tendrá en cuenta la puntualidad.

Sumadas estas tres puntuaciones, cada operario tendrá al cabo del año una puntuación que la dividiremos por mil, y redondearemos en las centenas. Es decir, $1.278 = 1,28$.

Todas estas puntuaciones individuales se sumarán, formando el total con todos los operarios de la empresa, y dividiendo la parte de «valor creado», asignado al personal, entre esta suma, se tendrá lo que corresponde a cada punto, que multiplicado luego por la puntuación individual, nos dará el importe en pesetas a percibir por cada funcionario.

Veamos un ejemplo muy somero:

PUNTUACION

	Suma de la ficha	Bonificación deducción por la Comisión	o Por dad, puntuali- iniciativas	TOTAL
Operario A	1,02	0,50	0,01	1,53
Operario B	0,93	-0,60	0,03	0,36
Operario C	1,03	1,00	1,00	3,03
Operario D	0,64	0,42	0,02	1,08
Operario E	1,05	1,73	0,50	3,28
Operario F	1,31	0,34	—	1,65
Operario G	1,12	-0,50	0,01	0,63
Operario H	0,13	-0,02	—	0,11
Operario I	0,21	0,04	—	0,25
Operario J	0,06	1,01	0,07	1,14
<i>Total de los diez operarios</i>				13,06

Tomaremos ahora el 50 por 100 del «valor creado» que más adelante dijimos se asignaba al personal, y que en el ejemplo eran 348.000 pesetas. Divididas por el total de puntos, nos dará lo que corresponde a cada punto:

$$\frac{348.000}{13,06} = 26.646,248 \text{ ptas. por punto}$$

No habrá más que multiplicar este cociente por la puntuación individual de cada operario y sabremos los beneficios de cada uno. Hallaremos, por ejemplo, lo que corresponde a A.

$$26.646,248 \times 1,53 = 40.768,75.$$

Todas estas cifras expuestas desde la iniciación del ejercicio, no corresponden a ninguna realidad y sólo no hemos servido de ellas para explicar el proceso.

En nuestro estudio pretendemos que las liquidaciones de primas sean fijas durante un año y que se abone al año siguiente lo producido en el anterior. Esta cantidad que hemos visto correspondía a A, de 40.768,75 pesetas será todo lo que percibirá dentro de un año, bien dividiéndosela —para su abono— en trimestres, meses o semanas.

Durante el primer año en que se iniciase la mejora por producción, no habría una prima consecuente; sería preciso entonces un aliciente para que los obreros vieran compensados mínimamente sus esfuerzos. En ese primer año de iniciación podría ponerse una prima convencional, igual para todos, del 10 por 100, por ejemplo, sobre los sueldos, haciendo constar —si la empresa no estaba dispuesta a ponerla de sus dividendos— que esta prima sería amortizada de los beneficios de los cinco años siguientes, en proporción a un 2 por 100 por año.

CONSIDERACIONES SOBRE LA ESTRUCTURA DEL PROCESO DE REMUNERACION

Como más adelante dijimos, deben ser los Jurados de Empresa quienes convengan y administren la productividad, asesorados por un determi-

nado número de vocales, que sea lo menos numeroso posible dentro de tener un representante cada sección específica. Donde no exista Jurado, será nombrada una Comisión de Productividad para convenir igualmente con la empresa el modo de actuación, con el fin de que queden bien definidos cuáles habrán de ser las atribuciones y obligaciones de la empresa y cuáles las del personal. Es de suma importancia la forma de contabilizar las operaciones y el estudio de las inversiones para evitar que la productividad se capitalice. Visto el sistema de contabilizar de la empresa, la Comisión exigirá unas condiciones mínimas a las que habrá de sujetarse dicha empresa dentro del régimen de productividad.

La forma de llevar a cabo la puntuación hemos dicho que serán los jefes en su parte diario de personal. En Administración se puntuará con arreglo al rendimiento de cada administrativo. En los finales y primeros de mes la puntuación será siempre más elevada por las liquidaciones y facturaciones que estas fechas originan. A los subalternos y ordenanzas es difícil puntuarles, pero siempre se sabe el que es más diligente, el que toma una decisión en momento preciso, el más amable, el más servicial, etc. Como es de suponer, la puntuación de este personal rarisísimamente alcanzará el máximo de 5.

En Redacción, el redactor-jefe tiene al final de cada jornada una impresión bien exacta de cuál ha sido la labor de cada redactor. Conoce si ha tenido que rechazar o corregir una mala titulación a un determinado redactor. Sabe si el espacio que dijo a otro de que podía disponer lo calculó bien, o mandó exceso de original. Conocerá igualmente cómo construye sintácticamente cada uno, y si ordena y estructura las secciones con buen criterio, etc. Creemos que los cinco aspectos sobre los que debe basar su puntuación el redactor-jefe serán: calidad literaria y originalidad, brevedad, rapidez de ejecución, primicias informativas y titulación. Tiene gran importancia en el periodismo las formas de decir las cosas, y a ello nos referimos en ese primer apartado de la calidad. La brevedad, con el menor uso de palabras, y la rapidez en redactar deben tenerse presentes a la hora de puntuar la labor del redactor. Las primicias informativas son difíciles de conseguir, pero también se producen, y en ellas se debe puntuar con la máxima. La titulación ha de observarse en su doble aspecto, de que sea correcta y expresiva, por una parte, y, por otra, que se titule con lo más importante de la información. El redactor-jefe podrá puntuar con la máxima de cinco teniendo en cuenta sólo uno de estos aspectos en algún caso, pero si el redactor hace todos, es preferible darle a cada uno de estos aspectos un solo punto, y alcanzaría la máxima aquel que desarrollase todos con perfección.

En talleres (rotativas, estereotipias, etc.), el jefe de cada sección tiene pocas oportunidades para valorar la labor de sus subordinados, pero pese a todo, cada jefe siempre tiene hecho un juicio de cuál es la capacitación de cada uno. El regente, en composición, podrá valorar fácilmente el trabajo de los linotipistas por el número de líneas hechas, y sobre todo por la limpieza con que cada uno componga. En cajas, sobre todo en anuncios, no podrá medir tiempos por lo heterogéneo que es la publicidad, pero sí es posible apreciar la rapidez, el gusto y la originalidad en la confección de anuncios. A cualquier regente observador y atento a su sección le será fácil valorar, al final de cada jornada, lo hecho por cada uno de sus obreros.

A todos estos jefes les puntuará la Comisión directamente, juzgándolo por la puntuación que el jefe haga de su sección, comparada con la observación directa de dicha Comisión y las quejas y demandas que sobre la

sección en cuestión se reciban. Para ello, cada departamento o sección estará obligada a denunciar las anomalías que observe en las otras. Ejemplos: si al cobrar, un funcionario observa que no le han hecho bien los descuentos o no se le han abonado unas horas extraordinarias, debe denunciar a la Comisión de Productividad este hecho.

Cuando un anuncio no haya sido confeccionado o colocado en página según la orden, Administración citará a Cajas ante la Comisión de Productividad para que exponga las causas que motivaron la mala confección y emplazamiento del anuncio.

Cajas deberá requerir al director o redactor-jefe ante la repetida Comisión de Productividad para que explique los motivos de haber retirado una o varias páginas, después de estar incluso metidas en rotativas, sólo por sacar unas noticias que podían haber sido suprimidas antes, cuando eran original o estaban en galeradas.

Con esto se pretende buscar la mayor perfección posible y poder contrastar las puntuaciones de cada jefe de sección con las reclamaciones que presenten otras secciones y restar o bonificar puntuación al conjunto de la sección, según como responda.

Las penalizaciones figurarán en la ficha con tinta roja y en forma de número negativo, con el menos delante.

La puntuación apreciativa de los jefes puede crear favoritismos hacia algunos determinados subordinados o crear diferencias con la forma de puntuar, respecto a otras secciones, pues para un jefe todos sus operarios merecen la máxima puntuación y para otros nunca habrán producido bastante. Todo esto es lo que la Comisión debe vigilar y equilibrar con su puntuación.

Las horas extraordinarias no contarán para nada a la hora de conceputar la productividad individual.

No serán tenidas en cuenta las faltas de asistencia, pues el obrero encontrará su penalización al no consignársele puntos, los días que dure su ausencia, en la ficha que hemos confeccionado.

El que algunas secciones tengan menos permiso anual y fiestas que otras, no debe tampoco considerarse. Si talleres y redacción trabajan 311 días al año y Administración menos por disfrutar todas las fiestas, es natural que en sus fichas respectivas el personal de las dos primeras secciones tenga más puntuación al haber dedicado más días a la producción.

Consideramos de interés la observación que Parkhurst hace en su sistema de que las primas se abonen en sobres separados, de modo que jornal y prima aparezcan como cosas distintas en la mente: «la realización de la eficacia deberá hacerse aparecer como algo aparte y por encima de la producción relativa al jornal».

• • •

Si a todo lo dicho no se le infunde un verdadero carácter humano, nada se logrará. La honradez del profesional y de la propia empresa han de estar siempre libres de presiones ajenas y de egoísmos que ambicionen más de lo que legítimamente sea justo. La causa común de la fidelidad al servicio ha de desterrar toda posible mácula. Hemos laborado con fe hacia el bien, y si en algo no hemos acertado, cúlpese a todo menos a la voluntad, que la hemos puesto con el mayor y mejor agrado. Esto mismo deseáramos para quien se decidiera a buscar otra posible solución o a llevarlo a la práctica.

TOMAS GARCIA FIGUERAS

LA PRENSA «AFRICANISTA» ESPAÑOLA
EN LA GUERRA DEL 60 (*)

En nuestro artículo «Cronistas de la guerra de Africa» hablábamos de la repercusión informativa de la centenaria guerra de Africa de nuestros abuelos en la Prensa nacional; en los que titulábamos «El Eco de Tetuán» y «Más periódicos españoles en Tetuán» nos referimos a la que apareció en aquella ciudad marroquí que ocupó circunstancialmente España. Pese a la extensión de estos artículos —será justo reiterar siempre mi gratitud a «A B C» por el espacio que les concede—, los temas quedan muy lejos de estar agotados. Tal fué la proyección que la guerra del 60 tuvo, pese a su escasa duración de unos meses, en la vida española.

Al hablar de los «cronistas» nos referimos a las diversas informaciones que servían de base a los periódicos de la Península para tener al corriente de sus incidencias a sus lectores, y en relación con ello será curioso recoger como dato complementario, pero importante, que el propio general Prim fué en cierto modo cronista de una batalla como la de Tetuán, en la que tomó parte activa y distinguida.

El general Prim fecha su carta en Tetuán, el 6 de agosto de 1860, y la dirige a sus amigos de Reus; es un documento histórico de la más alta valía (lo recoge Rafael Oliver Bertrand, en su excelente libro «El caballero Prim»). En ella se refiere no sólo a las incidencias de la batalla, sino también de modo particular a los «voluntarios catalanes» (en su postdata decía: «Sugrañés murió al frente de sus voluntarios; murió en su puesto y como un valiente»). Por lo que hace a la difusión de su carta, decía así: «Escribí esta carta para mis amigos de Reus, con deseo de escribir a usted otra, madre mía del alma, y otra a Mariano (Pons); pero no me es posible y, no pudiendo más, a usted va, rogándole que llame en seguida a Mariano para que mande copia a Masía y se quede el original para que lo lea quien quiera o leerlo y luego se lo devuelva.»

«Si Mariano o los de Reus quieren hacer uso de esta carta, es decir, si quieren publicarla, no lo autorizo; pero no hay inconveniente en que se publiquen los detalles, «como es mandado por un corresponsal». Estoy acampado delante de Tetuán, camino de Tánger. Son las doce de la noche; voy a hacer una ronda por las líneas de centinelas y me voy luego a dormir hasta la diana, pues estoy cansado.»

A más de esa Prensa española metropolitana y tetuaní hubo también un grupo reducido, pero no falto de interés, de periódicos que nacieron o vivieron solamente para la guerra del 60, ó que vieron la luz con un carácter

(*) Trabajo aparecido en «A B C», de Madrid, el 16 de marzo del año en curso.

«africanista» que parecía significar, como mínimo, el deseo de ser órganos de la opinión española en torno a Africa. De ellos vamos a ocuparnos hoy.

Sin que afirmemos que no hubiese algún otro, son tres los periódicos que pueden citarse: «El Correo de Africa», «La Publicidad» (diario africanista) y «El Cañón Rayado». El primero es prácticamente desconocido; lo cita Hartzzenbusch en sus «Apuntes para un Catálogo de periódicos madrileños», pero de una manera tan breve que se limita a consignar que cree que apareció en el mes de mayo de 1860, sin añadir nada más. De «La Publicidad» hay más amplias referencias, siquiera tampoco satisfagan nuestro deseo de conocimiento. «La Publicidad», en efecto, apareció el año 1860, y prolongó su vida muchos años; en la Hemeroteca Municipal de Madrid existen algunos ejemplares, pero son del año 1884, y, aunque se conserva el subtítulo, «Diario africanista», es lo cierto que el periódico no acusa en esa fecha ninguna especialización africana. Más aún: no se puede decir con precisión si cuando lo fundara don Filiberto Abelardo Díaz llevaba ya ese subtítulo o lo adoptó más tarde. Hartzzenbusch no le cita en su apuntes. Queda, pues, solamente «El Cañón Rayado».

Rittwagen se muestra partidario de incluir también entre estos periódicos africanistas la «Crónica del Ejército y Armada de Africa», la publicación que rivalizaba con el «Diario de un testigo de la guerra de Africa», de Pedro Antonio de Alarcón, y de la cual nos hemos ocupado ya. Se basa para ello el inquieto periodista Rittwagen en las consideraciones siguientes: que en forma periodística y en columnas publicaba correspondencia de la guerra y noticias que daban a esta publicación un marcado carácter periodístico; que tenía un verdadero cuerpo de redacción, que desde el 5 de febrero de 1860 hasta el final de la publicación de la «Crónica», que lleva la fecha de 28 de junio del mismo año, cada entrega de ocho páginas llevaba el encabezamiento de la fecha correspondiente, acentuando así el indicado carácter de publicación eminentemente periodística.

A ello hay que añadir que al final del texto y en su última página, en un recuadro, se especificaban los nombres de los corresponsales informativos que tuvieron los redactores; más aún: en la página 20, al final, se publicó una nota de la Redacción en la que se decía que «organizados definitivamente nuestros trabajos, conseguiremos tener al corriente a nuestros lectores de todos los sucesos con la misma prontitud que «los diarios políticos». Al referirse en otras páginas posteriores a la suscripción abierta en favor de las invalidaciones en la guerra, dice que los redactores de la «Crónica» habían aportado 500 reales. Pero a ello, la «Crónica» se considera hoy más como un libro de la guerra que como una publicación puramente periodística.

«El Cañón Rayado», periódico metralla de la guerra de Africa, fué el «primer periódico que de la guerra de Africa se ha publicado en la Península». Su primer número apareció el 11 de diciembre de 1859; se publicaba seis veces al mes y fué un periódico humorístico para contestar a los ¿por qué? relacionados con nuestra guerra del 59-60. Justificó su nombre diciendo que actuaba con la artillería de la sátira. «decididos a apuntar nuestro mortífero cañón contra todo enemigo de la Patria en las presentes circunstancias.»

Mitad pluma (artículos) y mitad lápiz (dibujos y caricaturas), «El Cañón Rayado» se publicó en Barcelona (pese a ello Hartzzenbusch lo incluye en su catálogo de periódicos madrileños). Aparecieron 24 números y el último llevaba la fecha de 31 de mayo de 1860, cuando ya la campaña estaba acabada y habían regresado a España las tropas victoriosas. Se tiraron todos los números en la imprenta de Euterpe, de J. Anselmo Clavé y A. Bosch.

Ramalleras, 15, Barcelona. Su administración en Barcelona estaba en la librería «La Española», calle Ancha, número 16, y en Madrid, en la librería Española, Relatores, 15. El número se vendía a ocho cuartos.

La colección de «El Cañón Rayado», una de ellas se conserva en la «Hemeroteca Municipal de Madrid», forma un cuaderno en folio mayor de 100 páginas a dos columnas ilustradas con 22 grandes y picarescas caricaturas y 75 más pequeños grabados en boj. En el libro de Víctor Balaguer, «Jornada de gloria de los españoles en Africa», se inserta al final un anuncio de obras publicadas por la librería «La Española» y entre ellas figura la colección completa de este periódico satírico.

El propio Balaguer, en el texto de su obra citada, se refería a una fábula que él mismo había publicado en «El Cañón Rayado» con motivo de haber bombardeado una Escuadra francesa los fuertes de Tetuán por haber sido agredida por éstos al ser tomada por española, y dice que el periódico estaba redactado «por buenos amigos suyos y que aún continúa dando a la luz el mismo editor de esta obra» (librería «La Española»). Es lástima que no revelara los nombres de esos buenos amigos a los que se refería. En la colección aparecen firmados diversos trabajos y también la referencia: «Por mis compañeros de redacción y por mí mismo, Manuel Angelón.» Colaboró mucho Antonio Altadil. Su principal dibujante fué Molina.

Desde luego, se trata de un periódico excepcional y único en el conjunto de la Prensa de su época. De acuerdo con su lema usó de «su mortífero cañón» contra todos los que estimó enemigos de la Patria en aquellas circunstancias. Sus caricaturas fueron mordaces, sus comentarios certeros y de una gran ironía. En su número 14, correspondiente al 12 de febrero de 1860, publicó muchas poesías exaltando la toma de Tetuán.

Se sabe bien cuántas dificultades determinó a España la política inglesa respecto a Marruecos en la guerra del 1859-60 y cuán impopular fué aquella actuación. Las caricaturas de «El Cañón Rayado» y el texto mismo combatieron duramente aquella intervención y dejaron testimonios llenos de humor y de eficiencia combativa.

En su último número y en la sección «Espectáculos», incluía la siguiente noticia: «Teatro de Africa». La empresa ha concluido. No hay función.»

La fábula de Víctor Balaguer, cuyo nombre había de alcanzar después tanto prestigio literario, refleja bien el tono del periódico: sátira y humor.

UNA POTENCIA NEUTRAL

*«Ahora que se ha hecho justicia, recobro mi neutralidad.»
(Palabras del almirante Romain Defossés, después de haber bombardeado los fuertes de Tetuán.)*

Cuentan, lector, que un día
en la edad, que Edad Media se llamaba,
un león con un tigre combatía,
y un águila, que el lance presenciaba,
pacífica y neutral permanecía.
Más ¡oh dolor!, quiso la suerte fiera
que en lo mejor del caso
una garra del tigre se escurriera
al águila, rozándole de paso.
—¡Nom de Dieu!—dijo el águila. (Y no es cuento,
que es preciso que sepas, lector raro,
se explicaba en francés que era un portento.)

“¡Nom de Dieu!—dijo el águila—; Pelmazo!
Ya te haré yo saber cuántas son cinco.”
Y acercándose a él, de un picotazo,
dijo, hizo, pegó un brinco,
y a su puesto volvióse sosegado
diciendo: ¡Avante!, siga el combate fiero:
“Yo soy neutral y no me meto en nada,
que la neutralidad es lo primero.”
Esto, lector, te explica
que es preciso rascar en donde pica.

Estas referencias de los periódicos políticos e informativos; periódicos españoles en Tetuán y periódicos propiamente africanistas dejan el campo abierto para un trabajo mucho más amplio que ni siquiera se esboza y cuyas dimensiones rebasan ampliamente cualquier trabajo periodístico por extenso que fuera: nos referimos a la Prensa española (diarios, semanarios, revistas literarias y técnicas, etc., que se publicaban en los años 1859-60).

De lo relativo a diversos lugares de España faltarían numerosos e importantes datos. Respecto a la de Madrid hay dos obras fundamentales que ya hemos citado: la de Hartzenbusch, «Apuntes para un Catálogo de periódicos madrileños desde el año 1661 al 870», que, premiado en concurso público de 1873, se publicó en 1894, y la de Ossorio y Bernard, «Ensayo de un Catálogo de periodistas españoles del siglo XIX». Por otra parte, sería imposible reconstruir una buena parte de las colecciones de esas publicaciones.

La fuente más importante la constituye la «Hemeroteca Municipal de Madrid», que publicó en 1933 su «Catálogo de las publicaciones periódicas madrileñas existentes en la Hemeroteca Municipal de Madrid». En la Biblioteca Nacional existen también colecciones varias, más o menos completas, de periodistas de la época.

Por cierto que esta referencia a la «Hemeroteca Municipal de Madrid» nos permite aclarar totalmente un extremo de interés: la existencia de un ejemplar de «El Eco de Tetuán», que fundó en Tetuán el 1.º de marzo de 1860 Pedro Antonio de Alarcón. Cuando nos ocupamos del asunto, dijimos que hacia 1940 este periódico se consideraba prácticamente inexistente. En el Catálogo de 1933, de la Hemeroteca, no aparece en efecto y, según nuestras noticias, el ejemplar que hoy existe se recibió como donativo después de dicha fecha de 1940; ello explica que no fuera conocido y reivindica el valor y la exactitud de la investigación sobre el tema en esa época.

Esta referencia escueta al dilatado campo que aún falta por investigar no afecta solamente a la guerra de Africa, sino que en realidad se amplía a la historia en general en sus más amplias y varias facetas.

Sin monografías que le sirvan de base segura, la Historia no puede escribirse. Cuando faltan, los autores se limitan a recorrer sendas trilladas sin apreciar que muchas de ellas son falsas. Concretamente en nuestro caso podríamos poner como ejemplo a Pedro Antonio de Alarcón, que, visto serenamente luego de un siglo, pone bien de relieve no sólo sus méritos como escritor y como novelista, sino que hasta reivindica para sí el título del primer africanista de su época. Pero de ello hablaremos otro día con la amplitud que merece.

LA PRENSA EN LA PRENSA

Temas y noticias relacionadas con la Prensa, Radiodifusión, Televisión, Teatro, Cinematografía, Turismo e Información, tratados en la Prensa nacional y extranjera, seleccionados por la Redacción de la "Revista de la Hemeroteca Nacional", bajo la dirección de don Ramón Fernández Pousa (1).

Derecho de Información

07(0):342.7

Acerca de un problema.—El escritor Costa Brochano planteó ahora en Portugal un problema que ha sido objeto de algunos estudios serios y de mucha agitación sin necesidad alguna: el problema de la libertad de Prensa. Varias veces lo hemos visto aflorar en periódicos portugueses, difundiendo unos la extensión máxima del uso de aquella libertad, propugnando otros condicionamientos más o menos limitados. No ha faltado también quien defienda la censura previa no como intervención eventual de la autoridad, sino como proceso de mejora literaria. El escritor Tomaz Ribeiro Colaço, por ejemplo, defendió la censura exactamente como escuela de refinamiento del estilo. Donde no puede afirmarse brutalmente, decía, se procura el circunloquio sutil, y de aquí nace la gracia de la alusión.

En el plano en que debe situarse la libertad de Prensa, es necesario conciliar tres derechos diferentes: primero, el derecho del periodista a exponer el fruto de su pensamiento serio y a criticar virtudes y defectos de la sociedad en que vive; segundo, el derecho de todo ciudadano a ser informado con veracidad, no solamente sobre el acontecer de los hechos, sino también sobre el movimiento de las ideas; tercero, el derecho que tiene el Estado a defender la salud moral colectiva de los ciudadanos y el respeto debido a la dignidad de cada uno. Derechos en el orden jurídico, que en el orden moral son también deberes. Ahora bien, ¿quién es suficientemente desinteresado para establecer la línea del ejercicio de la libertad de Prensa en la conciliación perfecta de los tres derechos?

El obispo de Málaga, don Angel Herrera, que une a su autoridad pastoral el haber sido distinguido periodista, publicó hace meses en "El Diario Vasco" un artículo muy bien meditado sobre la posición privilegiada de la Prensa en las sociedades modernas. Citaba, a este propósito, como ejemplo, lo que Cicerón escribió acerca de la oratoria: que ésta era una suma o compendio de todas las artes y que sólo en los pueblos plenamente civilizados se daban los grandes oradores. De la Prensa también se puede decir que exige multiplicidad de aptitudes y de conocimientos —en el orden doctrinal, en el literario, en el artístico, en el económico, en el financiero, en toda la vasta y compleja gama de actividades en que se desdoble la vida de las agrupaciones humanas—.

Situada en la consideración que don Angel Herrera considera privilegiada —entre el pueblo y la Universidad, entre el pueblo y el Estado, entre el pueblo y la Iglesia— la Prensa justifica bien el recelo que Napoleón manifestaba con relación a ella: "¡Vigilen esto con más cuidado que el Parque de Artillería!"

Al preconizar un régimen de Prensa conforme a la conciencia nacional, considera el mismo autor la necesidad de salvar tres puntos fundamentales:

a) El prestigio y la eficacia de la autoridad, porque la autoridad representa el bien común.

(1) Se redactarán reseñas de todas las obras referentes a estas materias de las que se remitan dos ejemplares a la Dirección de la Hemeroteca Nacional, Zurbarán, número 1, Madrid.

- b) La dignidad de la persona humana con todas sus consecuencias.
 c) La salvación del orden jurídico. Este gira sobre dos polos: la ley y los tribunales. La ley que dicta la norma y los tribunales que la aplican.

Y aquí volvemos al principio: ¿dónde encontrar la zona de equilibrio de estos tres puntos, que es, en fin, el plano tangencial de los derechos a que nos referimos? Como ello depende de las circunstancias en cada país, nos parece que está aquí lo fundamental del problema.—“Diario da Manhã”, 22-II-60, 1.—A

07(0):342.7

El ministro de Información francés dice que será mantenida la libertad de la Prensa, pero que tiene sus límites.—El señor Louis Terrenoire ha sido huésped de honor en un almuerzo ofrecido por el Sindicato Nacional de la Prensa diaria regional (S. N. P. Q. R.). El presidente del Sindicato, señor Archambault, suscitó en un discurso de bienvenida, algunos problemas que atañen a la Prensa, especialmente las tarifas de telecomunicaciones, la organización del próximo viaje del señor Kruhchev a Francia y los rumores de que el Gobierno se halla estudiando una disposición que permita secuestrar un diario (“El Eco de Argelia”).

Sobre este último punto, el ministro de Información dijo:

“No hay nada de seguro de lo que se comenta sobre ciertos proyectos del Gobierno, pero éste no puede consentir, ni hoy ni mañana, que, con el pretexto de la libertad para imprimirlo todo, se hagan llamamientos a los franceses para que recurran a la violencia contra la autoridad del Estado, es decir, contra las instituciones libres de la República. La libertad de la Prensa será mantenida, pero tiene sus límites.”

Por otra parte, el señor Terrenoire declaró:

“Intoxicación no es solamente una palabra muy de moda, sino también una forma moderna de las campañas de noticias falsas y constituye desgraciadamente una realidad cuyas consecuencias pueden comprobarse cada día.”

“Esta intoxicación puede también operar en forma de omisiones voluntarias de fragmentos de declaraciones aislados del contexto o de interpretaciones sistemáticamente tendenciosas.”

“La Prensa honesta y seria debe reaccionar por sí misma contra este abuso de confianza, porque el ministro de Información no puede ser y no será el ministro de las rectificaciones de repetición. Debe ser, y lo será, el ministro de la verdad y de la libertad.”

“¿Puede pretenderse acaso que, en cualquier circunstancia, el Estado no tiene el derecho y el deber de defender la verdad y la libertad contra ataques intolerables que, no obstante, encuentran un apoyo complaciente en algunos periódicos?”

“En Argel, durante los dramáticos acontecimientos del 24 de enero al 1 de febrero, ¿dónde estaba la verdad y quién defendía la libertad?”

“Creo que los desgraciados gendarmes que duermen el sueño de la muerte por culpa de manos criminales no eran, solamente, defensores del orden, según la fórmula consagrada, sino que también defendían nuestras libertades, todas nuestras libertades y, en fin de cuentas, la libertad de Prensa.”

“En nombre de la libertad de opinión, que el Gobierno respeta tanto como cualquier persona, no se tiene derecho a alentar las revueltas o a preparar psicológicamente los atentados.”

En cuanto a las protestas sobre la escasa parte concedida a la Prensa del S. V. P. Q. R. en la organización del viaje del primer ministro soviético, el señor Terrenoire contestó reconociendo que los puestos habían sido “exageradamente limitados”.—“Le Monde”, 11-III-60, 3.—J.

Opinión pública

07(0):32

Guerrero, E., S. J.—**La creación y mantenimiento de una sana opinión pública.**—Si, como en un artículo anterior indicábamos, reproduciendo el pensamiento del Papa Pío XII, es vital en la comunidad civil la existencia de una sana opinión pública, todos los hombres capaces de colaborar a su creación, ilustración y difusión, estarán en mayor o menor grado obligados a empeñarse en la empresa, pues, de no prestar cada uno su correspondiente cooperación, la

sociedad se verá privada de algo importante y aun esencial a su bienestar y prosperidad. Máxime siendo tantos los equivocados y no faltando perversos que trabajan en favor de una opinión pública errada y perniciosa.

Pero si el núcleo sustancial de la opinión pública de que se trata ha de ser el conocimiento objetivo de personas e instituciones, hechos, problemas, doctrinas de interés y eficacia social, se comprende cuál ha de ser la gran preocupación de los dirigentes o llamados por su capacidad, por su función, por su vocación, a crearla, ilustrarla, confirmarla, difundirla, dentro y fuera de los confines patrios.

Esa preocupación ha de ser conocer la verdad ellos mismos. Porque "nemo dat quod non habet", y no podrá suministrar un objetivo conocimiento ni recto criterio sobre cosa alguna quien no los posee; al revés, los suministrará falsos y nocivos.

Pero ese conocimiento de la realidad no es fácil, y desde luego no puede lograrse sin superar una serie de graves dificultades.

He aquí algunas; que no es posible mencionarlas todas.

La primera es la prevención inconsciente contra la verdad concreta o de cada caso, pese a cierto amor, quizá sincero, a la verdad en general.

Apenas habrá hombre culto completamente libre de prejuicios instilados en su alma durante todo el tiempo de su vida en la familia, en la escuela, en su confesión religiosa y en todo su ambiente.

Rivalidades históricas, divergencias religiosas, circunstancias geográficas, factores educativos y cualidades raciales han contribuido a crear en cada nación propios modos de concebir la vida y de apreciar la de los demás, no obstante la aceptación común de ciertos principios y criterios correspondientes a una cultura tradicional en determinadas regiones, o derivados de la razón.

Será, pues, inevitable y como fatal, que cada individuo juzgue y sienta las cosas conforme a sus peculiares criterios y sentimientos; pero, con harta frecuencia, no conforme a la objetividad.

Y lo peor del caso consistirá en que, por tener condicionado el juicio con prevenciones "inconscientes", ni se le ocurrirá al escritor que pueda equivocarse. Y tanto menos, cuanto más viva sea en él la conciencia de buena fe y sincero deseo de acertar y lograr apreciaciones exactas de la realidad.

Aun en el caso de advertir la posibilidad de ser, sin notarlo, víctima de prejuicios y actitudes subjetivas, no le resultaría tan fácil dejar de serlo. Porque aun entonces le sería necesario un reflejo y constante empeño por despojarse de tales prejuicios y situarse en actitud de pura docilidad ante la verdad, sea la que fuere; un generoso deseo de comprender a los demás; una sincera humildad para tener por cierto que el propio punto de vista, acerca de tantas cuestiones disputables, podría ser falso o menos exacto.

Entonces, sólo entonces, habrá recobrado la libertad de espíritu necesaria para ver y aceptar la realidad.

Situarse en esa actitud de apertura a la verdad, contrariando las apetencias adversas, es imposible, sin la recta voluntad de quien, por preferir ante todo la justicia y todo bien moral a la ciencia, al honor mundano y a la satisfacción de cualquier apetito desordenado, jamás se expone deliberadamente al riesgo de ser inexacto e injusto en sus afirmaciones y de engañar a los demás, dándose y dándoles por verdadero lo falso y por bueno lo malo.

En este sentido es profunda verdad que sin amar el bien no se logra la verdad; y no sólo la verdad religiosa, en cuya adquisición tanto influyen factores de orden moral y afectivo, sino tampoco innumerables otras verdades de la historia, de la literatura, del arte, del derecho, de la política..., donde no reina la evidencia necesitante de las matemáticas elementales y de los hechos de inmediata experiencia, y, con frecuencia, el juicio valorativo viene demasiado condicionado por el prejuicio y la pasión.

De seguro que, en muchos casos, esa falta de sincero amor a la verdad y a la justicia es la causa de informaciones críticas e interpretaciones falsas y dañosas; pero, de ordinario y, tratándose de revistas autorizadas y aun al servicio de la Iglesia, son más bien el prejuicio y la pasión disimulada, que, por inconscientes al escritor, no le permiten recelar que pueda equivocarse ni que le sea necesario o conveniente un esfuerzo por examinar mejor y más imparcialmente la cuestión, antes de lanzarla a la publicidad.

Al escritor católico se le suele tener en menos, entre racionalistas de diversa

indole, porque, en principio, se dice, obra con prevención, pues tiene por indiscutibles los dogmas y las imposiciones del magisterio eclesiástico, y por falso cuanto se les oponga; y su investigación, su interpretación de la realidad, su vida intelectual toda, van orientadas por esa actitud psicológica.

Pero esa prevención no es prevención, ni impide la apertura del ánimo a la verdad. Porque el católico, no "a priori", sino "a posteriori", o sea, después de razonable y decisiva, aunque muy característica demostración, adopta los presupuestos de tal actitud, y en ella se afirma sabiendo que nada verdadero puede oponerse a la verdad cristiana, ya que la verdad de la razón no puede contradecir a la de la fe, teniendo ambas a Dios, Suma Verdad, por autor.

De otra parte, el católico aplica como cualquier otro no católico los métodos corrientes al estudio de la naturaleza y de sus problemas, sean los que fueren, manejando los principios de la razón y las auténticas conclusiones de la ciencia y de la historia y admitiendo los hechos incontrovertibles acumulados por la observación y la experiencia.

Nada de mezclar la técnica teológica, en lo que tiene de específico, con la ciencia científica, propia de la ciencia profana.

Sólo difiere de otros, no católicos, cuando en la interpretación de los fenómenos científicos y hechos históricos, se pretende argüir de lo oscuro y no demostrado aún como cierto científica e históricamente —o sea de lo no evidente, no indiscutible— contra lo verdadero según la fe; y se pretende, precisamente faltando a la razón, pues se da por verdadero en la ciencia lo que aún no consta, ni puede constar, y quizá hasta se atribuye a la fe lo que no contiene ni exige.

Entonces, el sabio católico se adhiere firmemente a las enseñanzas infalibles de su fe, seguro de que pronto el mismo trabajo científico patentizará el error de las temerarias afirmaciones.

Así ha sucedido y sucederá siempre. En el espacio de dos mil años de fe cristiana precedida por tantos otros miles de fe en Dios, nunca se ha demostrado nada ni en la ciencia ni en la historia contrario a las exigencias del catolicismo; y en cambio se ha revelado falso, o a lo menos inconsistente e indemostrable, cuanto se le ha opuesto. Es decir, que una experiencia plurimilenaria respalda aquella "prevención" del católico. Una prevención tan justa, tan razonable, como la del hombre sensato que se niega a revisar los principios primeros de la vida intelectual, una vez que ha tomado conciencia de ellos; porque está persuadido de que solamente a la luz de tales principios, ciertos e indiscutibles, en que se confía, y con razón, plenamente, puede procederse a la crítica objetiva y eficaz, a la valoración exacta de una doctrina o de una conducta.

La segunda dificultad es la multitud, diversidad y aun oposición, de las informaciones acerca de un mismo suceso, de los comentarios y críticas sobre los mismos temas, de las interpretaciones de la misma doctrina.

¿Quién tendrá tan recto criterio, tan sutil penetración, tan discreta comprensión, que acierte con la verdad entre extremos tan diferentes y aun contradictorios?

Imposible superar tan grave dificultad sin una preparación adecuada, que de ordinario exigirá una seria formación en ciencia y virtud y larga experiencia, sin una serenidad de juicio incorruptible, y sin un decidido empeño de acudir a las auténticas fuentes, a los más autorizados testigos y, de ser factible, a la experiencia propia.

Pero no siempre se guardan tales preciosas normas de valor eterno, aunque de sentido común. Es desgraciadamente muy común, entre publicistas, la ligereza para juzgar sobre asuntos gravísimos con poquísima e indiscernida información, y desde luego, sin la debida formación.

En el propio país, un escritor serio ha de andar con pies de plomo para juzgar personas y cosas; y un extranjero se cree autorizado para sentenciar sobre temas enrevesados de la política, de la sociología, de la cultura, sólo por lo captado durante una breve excursión en tierra extraña, donde, por inadaptación al medio ambiente, ignorancia de la lengua y de la historia, no ha podido recibir más que exiguas incompletísimas y quizá tendenciosas referencias que, además, por prevenciones, y apasionamiento, no ha logrado ni apenas intentado valorar justamente.

Esta es, entre otras quizá, la razón de que en las descripciones de ciertos turistas y aun escritores de más fuste, sólo aparezca una España de gitanos.

toreros, suburbios con chabolas y arrapiezos desnudos o andrajosos, y canteondo; y, en contraste, de curas ignorantes e intolerantes, sin celo apostólico ni preocupación social, y de ricachones latifundistas y monopolizadores de casi toda la riqueza nacional, y de políticos sin noción de democracia y libertad.

La tercera dificultad es la tendenciosidad de tantas agencias que suministran al mundo la información constante de que viven periódicos y revistas, y la misma tendenciosidad de muchísimos de esos periódicos y revistas. En esta tendenciosidad se advierten con frecuencia dos elementos:

a) Hostilidad contra el catolicismo en general, y, de modo especial, contra las naciones y regímenes políticos católicos o, a lo menos, de espíritu católico.

Este carácter es bastante frecuente en los órganos informativos de los países nórdicos, anglosajones y de mayoría protestante, y, es claro, general en los de los países comunistas o comunistizados.

b) Hostilidad derivada de causas económicas, políticas, raciales e históricas, prescindiendo de la religión; y este carácter es general también, pero diversificado en las diversas naciones, cada una de las cuales tiene sus particulares tradicionales antipatías, aunque casi todas las anglosajonas, nórdicas y protestantes las sienten más o menos cordiales hacia los católicos y latinos, y especialmente hacia los españoles.

La única actitud prudente ante esa tendenciosidad de los instrumentos de información debe ser una posición escéptica y crítica, que, por de pronto, ponga en cuarentena la verdad de esos comunicados de las agencias y comentarios periodísticos y se esfuerce por acudir a las posible incontaminadas fuentes de información.

En concreto, por lo que atañe a informaciones sobre la Iglesia, las más auténticas las habrá de suministrar la Iglesia misma, por los organismos autorizados de que disponga en cada país, como secretariados informativos, asociaciones solventes sociales, benéficas, deportivas, culturales, y también por personas singulares de reconocido prestigio.

Por lo que toca a la Iglesia española, sólo así podrán recibir los extranjeros exactas referencias sobre si está o no está enfeudada al régimen político o identificada con él, sobre si el Clero se preocupa o no de la cuestión social, sobre si la riqueza de la Iglesia es real y contrasta con la pobreza y aun miseria del pueblo, sobre si los obispos denuncian o no los males públicos que deban denunciar...

Recelar que la Jerarquía de la Iglesia española, por ser parte interesada, no es libre ni imparcial para decir la verdad, y quizá ni desea decirla, es una injuria que se le hace; es identificarla, sin fundamento, "a priori", con la de ciertas iglesias cismáticas y nacionales; es desconocer que hoy no existe, gracias a Dios, en ningún país, jerarquía católica que no anteponga la independencia espiritual de la Iglesia a todos los intereses terrenos.

Y otro tanto podría decirse de los grupos y asociaciones de prestigiosos católicos conocidos por su lealtad a la Jerarquía.

Y en todo caso, ¿quiénes ofrecerán mayores garantías de verdad sobre la situación de la Iglesia española: sus mortales enemigos de la segunda república, los exilados resentidos por la derrota, o los prelados de la Iglesia católica y sus instituciones y organismos bien informados?

De haberse guardado siempre estas normas de prudencia y de justicia no habría divulgado "Informations catholiques internationales" las falsedades tan injuriosas antes insinuadas contra el Episcopado español; ni hace unos meses habrían corrido por Norteamérica y por todo el mundo los descabellados e insultantes comentarios sobre una presunta carta pastoral del cardenal primado, que no era tal carta, sino simplemente una referencia del boletín de la diócesis de Toledo a las orientaciones de moralidad pública dadas por la Comisión episcopal correspondiente, y por cierto, con una sensatez y un equilibrio indiscutibles.

Conocida la verdad, el dirigente de la opinión pública, debe, según la prudencia, divulgarla y defenderla.

En este punto deberá tener presentes las exigencias de la justicia y de la caridad, no sólo en el ámbito nacional, sino en el internacional.

Podríamos recordar algunas de las más prácticas de esas exigencias, refiriéndonos sobre todo a los periodistas.

1.ª Nunca se ha de incurrir en exageraciones o inexactitudes, aunque sean

meramente marginales o accidentales, so pretexto de impresionar al lector, concentrar más intensamente su atención en el núcleo sustancial de la verdad que se propone y ganarlo para ella; porque, fuera de que "non sunt facienda mala ut eveniant bona", esas falsedades periféricas fácilmente se delatan y hoy desautorizan y restan crédito aún a lo que efectivamente haya en la sustancia de verdadero.

En este error incurrían, si bien de buena fe, autores medievales y modernos de libros espirituales, que confirmaban las verdades de la fe cristiana con falsas historias, a veces bien expresivas y amenas.

Aunque este proceder, sin duda equivocado, no encerraba peligro alguno para la fe misma en el ambiente del tiempo en que se escribieron, ni tampoco lo encierran ahora aquellos escritos para personas cultas y de discernimiento, no es imitable.

Siempre será el factor básico para lograr plena objetividad un adecuado conocimiento de la materia, proporcionando, además, al fin, a la forma, a la importancia y otras circunstancias del escrito de que se trata; y, sin poseerlo, ningún escritor honrado cogerá la pluma.

Pero, tratándose del estudio crítico de una obra, es particularmente necesario el previo conocimiento del tema sobre que versa; porque sin él será imposible una acertada valoración, y, de pretenderse algo más que una simple presentación, saldría mal parada no ya la verdad, sino la justicia.

A veces puede causarse un grave daño contra el honor y los mismos intereses materiales del autor, que el crítico estaría obligado a reparar; para no insistir en el engaño y quizá también grave daño de los lectores a quienes, por ventura con la mejor intención de persuadirles una verdad importante, se les recomienda una obra que contiene errores contrarios o, al revés, se les previene contra otra que efectivamente les mostraría esa verdad y los convencería de ella.

2.^a No siempre es lícito descubrir la verdad, toda la verdad, puesto que, según normas bien sabidas, hemos de guardar el secreto, evitar la detracción y no ser causa de daño, ni público ni privado, que no se justifique ante los principios de la sana moral.

Pero el bien común puede exigir que un hombre inepto o malvado, peligroso o ciertamente nocivo a la patria y a la Iglesia, si dispusiera del poder público que pretende, sea mostrado cual es de verdad ante los ciudadanos, para que le retiren o no le otorguen su confianza, y así no pueda lograr su deseo.

Nunca se le ha de calumniar, ni siquiera se han de descubrir sus defectos reales que nada habrían de influir en su eventual actuación política; pero es justo y aun necesario ofrecer a los electores y a todos los que de algún modo le pudieran prestar apoyo un verdadero retrato de su incompatibilidad con el bien de la nación y de la Iglesia, aunque para ello sea preciso descender a pinceladas muy concretas y expresivas.

No se hace injuria a quien no tiene derecho; y no lo tiene a desempeñar cargos políticos el que, por su incompetencia o su malicia o por ambas, los desempeñaría contra el bien común.

Ni, por lo mismo, tiene derecho a la fama de buen gobernante y de las cualidades y virtudes que en tal función se requieren; fama que podría ser condición necesaria y suficiente de su elección o continuación en el gobierno.

Desde este punto de vista no pueden condenarse, sino alabarse, ciertas críticas que se hicieron de algunos detestables gobernantes de la segunda república española, para desprestigiarlos y suscitar contra ellos la enajenación de todas las personas decentes.

3.^a Toda persona física viviente tiene derecho al honor y buena fama que, por sus virtudes y cualidades merece, y a no ser tenida por mala ni por menos dotada, mientras no se haya demostrado que lo es y públicamente conste.

Lo primero es evidente; pero también consta lo segundo, pues en otro caso se seguirían graves males, incluso contra el bien público: a saber, el infamado no podría desempeñar provechosamente un oficio en la sociedad, aun deseándolo y teniendo dotes para ello, pues carecería de la autoridad necesaria, al verse privado de la estima y confianza de los demás; sus parientes, sin necesidad alguna, quedarían en algún modo deshonorados y contristados; y él mismo, sin ánimo ni apoyo para combatir otros defectos que querría y podría corregir o atenuar.

Pero también después de muerta, pues sobrevive el alma espiritual, y en ella el apetito natural de la propia honra.

Es claro que también existe ese derecho en las personas morales: la Iglesia, las Congregaciones religiosas, los Institutos seculares, los Colegios de enseñanza y otras semejantes instituciones, el Estado y las diversas corporaciones civiles. Siendo, como son, sujetos de derecho respecto de bienes materiales, mucho más lo serán, si cabe, respecto de los espirituales, entre los que figura el honor y buena fama, de que tanto necesitan para desempeñar eficazmente su misión.

Sin embargo, no son pocos los publicistas —periodistas sobre todo— que prácticamente desconocen ese augusto derecho: proceden como si no existiera.

Sobre la hipótesis —bien discutible— de que la crítica pública, aun de la Jerarquía eclesiástica y del Clero, secular y regular, hasta entre el pueblo menudo, es siempre provechosa, porque, según se dice, actúa de freno, de revulsivo y de advertencia, y tiende a la creación de los defectos existentes, a la prevención de los futuros y a la orientación y estímulo hacia lo mejor, se da suelta a la pluma para descubrir un mal donde no le hay, para exagerarlo donde por ventura le hay, y para generalizarlo indebidamente.

Efecto de esa equivocada, imprudente e injusta crítica son las auténticas calumnias, ya corrientes en la Prensa extranjera y aceptadas sin discernimiento por muchos españoles, aun de Acción Católica, cual verdades incontrovertibles.

4.º Supuesto que no se ha de decir ni escribir la falsedad, hemos de añadir que tampoco la verdad con daño de la caridad. "Amate scientiam, sed anteponite caritatem" (amad la ciencia, pero preferid la caridad).

Verdad que produce enemistades entre instituciones y entre naciones y dificulta la fraternal concordia, no debe divulgarse, salvo alguna exigencia mayor de la justicia o de la misma caridad que ha de guardarse según el orden marcado por la ley divina.

La verdad, especulativa o práctica, que no pertenece a la fe misma, no es el supremo valor.

Le superan la justicia, el auténtico amor fraterno y la paz que de ambos se deriva necesariamente.

Pero en principio se ha de revelar y publicar la verdad siempre que sea necesario para restablecer la justicia y destruir los obstáculos de la caridad y de la paz.

Quando la Iglesia o sus instituciones son injuriadas con daño del pueblo, incapaz ordinariamente de refutar por sí los errores y propenso, quizá por su misma ignorancia y su proclividad maliciosa, a aceptarlos, es no sólo lícito, sino obligatorio volver, en la forma conveniente, por la justicia, aunque sus adversarios, conscientes o inconscientes, sean desacreditados y queden ofendidos y resentidos, al descubrirse y divulgarse la realidad de sus errores y la inconveniencia de su conducta.

Indudablemente, en este caso, el triunfo de la caridad depende de la proclamación de la verdad, de toda la verdad.

En más de una ocasión surge aparente contraste entre las exigencias de la verdad y las de la caridad fraterna; y no faltan quienes, apoyándose en numerosos textos de la Escritura y de la Tradición cristiana, pretenden resolver todos los casos sentenciando perentoriamente en favor de la caridad, en el sentido de que, antes que infamar, irritar o contristar y quizá enajenar al hermano que niega la verdad y a sus amigos, sea ésta silenciada o disimulada, ya que nunca ha de ser negada ni tergiversada.

Pero esta solución, en su universalidad, es falsa. En primer lugar, también la Escritura y la Tradición ensalzan, y no menos, la verdad.

Además la verdadera caridad fraterna no puede oponerse a la verdad, aunque a veces exija o aconseje callarla, porque tiene su orden y, según él, y hecho el cotejo en los correspondientes planos, ha de prevalecer el bien de la Iglesia sobre el de un particular, el del inocente sobre el del culpable, el público y común sobre el privado, el de muchos sobre el de pocos o uno solo, el espiritual sobre el material, el eterno sobre el temporal, el sobrenatural sobre el puramente natural; y precisamente para guardar esta norma de caridad será necesario descubrir la verdad, siempre que su ocultación sea en mengua del bien que, por ser superior, haya en concreto de preferirse.

Por otra parte, en materia de crítica es vital la consideración de que "el precepto de la caridad obliga no sólo para con el autor, sino también respecto del

lector", y con mayor urgencia, por ser éste de ordinario víctima indefensa de aquél.

Buen ejemplo para orientarse será el proceder de Jesucristo, que a su tiempo enseña tan duras verdades a los escribas y fariseos, refuta con vigorosa dialéctica sus errores, y a ellos mismos los acusa, los amenaza y los reprende con noble indignación.

Lo mismo hicieron los Santos Padres y los más ilustres doctores que después honraron la Cristiandad, hasta nuestros días.

Y ahora hablamos de la cosa en sí o proclamación de la verdad, no de forma, que ha de condicionarse discretamente por la sensibilidad y las maneras aprobadas del tiempo.

Es cierto, no obstante, que en las exposiciones y apologías de la verdad, debe inspirar siempre la ordenada caridad. Pero, por mucho que inspire al apóstol de Cristo que trata de problemas de actualidad, no podrá evitarse el desagrado y la hostilidad de cuantos se sienten refutados y desautorizados, pese a que no se les dé ni en el fondo ni en la forma motivo de justa queja.

De modo especial se han de poner los puntos sobre las íes cuando, con buena o con mala conciencia, se ataca a la fe de Cristo, sobre todo en una sociedad cristiana.

Porque la fe es el fundamento, puesto por Dios, de la vida sobrenatural. Esta consiste esencialmente en la posesión de las tres virtudes teologales; pero sin fe no hay esperanza ni caridad.

Aunque en esta maravillosa triada la caridad sea como el fin y la cúspide, y, según el Apóstol, la más excelente, no obstante, la fe es, en cierto sentido, más necesaria, porque es su indispensable fundamento y su vital germen; y no hay mejor manera de defender y garantizar, que conservar genuina, sincera y viva su raíz, la fe.

Puede perderse la caridad y conservarse la fe, como acontece en el que peca gravemente en cualquier materia fuera de la fe misma. Se corta a cercén el árbol; no se arranca la raíz. Pero quien pierde la fe pierde "ipso facto" la caridad.

Por eso no pueden ser alabados los que presumen de distinguirse por preferir siempre la caridad a la fe, dejando que otros prefieran la fe a la caridad. Todos debemos preferir la fe a la caridad como base y principio de la vida cristiana y estimarla y defenderla como su condición "sine qua non", su elemento esencial; y la caridad a la fe, en cuanto que es su fin, el término psicológico de su desarrollo natural dentro de la inefable economía mística, y la eterna y sublime ocupación de la visión beatífica.

No se ordena la caridad a la fe, sino la fe a la caridad. Pero no puede haber caridad sin fe, y, en cambio, pueda haber fe sin caridad.

Por todo lo cual, salva la corrección en el modo, será, de ordinario, conforme a la justicia y a la caridad cristiana, demostrar, ante el pueblo, engañado o a punto de ser engañado, la inconsciencia y la malicia que hubiere en las publicaciones erróneas y confusionistas de ciertos escritores, aunque sean católicos y se resientan.

Más aún, esa demostración pública de la verdad será el mejor servicio a la justicia y a la caridad para con la Iglesia en general y para con los engañados en particular. Los mismos publicistas equivocados necesitan esa corrección, aunque quizá algunos no la acepten y aun la rechacen. Los críticos competentes que en materia de monta, y sin enojo ni parcialidad, señalan en los escritos de sus hermanos determinados errores, no les dan justo motivo de sentirse ofendidos, sino agradecidos; porque no pretenden inutilizarlos para el apostolado de la pluma, sino al revés hacerlos más aptos. Que ellos no lo entiendan así, será obra de apasionamiento injustificable.

5.ª Para actuar conforme a estas normas de justicia y caridad en la búsqueda y en la divulgación de la verdad, en los problemas internacionales, importa liberar el espíritu de toda clase de apasionamiento, pero especialmente del patriotismo o patriotismo exagerado y equivocado, y de las constantes rivalidades con tales o cuales pueblos y atávicas antipatías que lleva consigo.

En el orden social, no es la patria el supremo valor, como no lo es la raza. El bien común del orbe debe prevalecer sobre el de mi patria o el de mi grupo; el bien común de la Iglesia, sobre el de mi familia espiritual y sobre el bien natural de cualquier otra sociedad, aunque sea el orbe, si por ventura alguna

vez entraron en conflicto, llegaron a enfrentarse, estos valores temporales. Porque el bien, dice Santo Tomás, tanto es más divino cuanto es más universal; luego en el mismo orden temporal es más divino el bien común de la patria que el de la familia, y el del orbe que el de la patria.

Por otra parte, pues, ha de haber un orden universal de justicia, puede afirmarse que, si "lo estimado" como bien común de la patria pugna con el bien común real del universo, dejaría de ser tal bien patrio objeto de derecho, y surgiría entonces en su lugar, como auténtico bien, la participación correspondiente en el bien común de todo orbe.

Ni más ni menos que el bien familiar en conflicto con el nacional deja de ser objeto de una exigencia de justicia, y es sustituido por la participación razonable en el bien común de toda la nación.

Por otra parte, en el mismo género, lo temporal cede ante lo eterno, y siempre lo natural ante lo sobrenatural, la materia ante el espíritu.

Siendo el fin de la Iglesia lo espiritual, sobrenatural y eterno, su bien común ha de anteponerse al bien presunto de cualquier sociedad con el que fuera incompatible.

Pero la verdad es que el auténtico bien común, ya de la patria, ya del género humano, no chocará jamás con el bien sobrenatural de las almas, pues ha de ser resultante de la justicia, y ésta jamás contradice a los designios de Dios.

"El amor sobrenatural de la Iglesia y el que naturalmente se debe a la patria, son dos amores que proceden de un mismo principio eterno, puesto que de entrambos es causa y autor el mismo Dios; de donde se sigue que no puede haber oposición entre los dos. Ciertamente, una y otra cosa podemos y debemos: amarnos a nosotros mismos y desear el bien de nuestros prójimos, tener amor a la patria y a la autoridad que la gobierna; pero al mismo tiempo debemos honrar a la Iglesia como a madre, y con todo el afecto de nuestro corazón a Dios."

Sin embargo, con frecuencia surge cierta oposición entre el amor debido a la patria y el debido a la Iglesia.

En todo caso, el orden del amor hacia la patria, hacia el Orbe, hacia la Iglesia, está claro.

Suministrar a los escolares la doctrina y la ascesis cristiana de nuestro amor a la patria, a los demás países, al universo, a la Iglesia de Cristo, para que conozcan con exactitud los motivos reales y permanentes en que se funda y pongan en él el orden debido, sería mejor sistema de educación cívica que el que se cifra únicamente en el pueril fomento de la vanidad y soberbia nacional tan generalizado en todo el mundo y tan real también entre nosotros.

6.º El modo de hablar y escribir, lleno de respeto a las personas mismas, y aun de ilusión por ganarlas para la verdad y el bien, de ecuanimidad para comprenderlas, y de bondad para evitar exageraciones y adoptar, cuanto sea posible, las más honrosas interpretaciones de ideas y de hechos, aminora la natural molestia de quien es refutado o juzgado adversamente, y permite el autor ser justo y objetivo sin dejar de ser caritativo.

Pero ¡cuántas veces se molesta mucho más con la forma que con el fondo! ¡Cuántas veces se falta a la justicia y a la caridad no con lo que se dice, sino con el modo como se dice!

Sin embargo, no se opone ni a una ni a otra refutar los errores de importancia con claridad y eficacia, y, en ocasiones, con cierta vibración afectiva.

No hacerlo así sería señal de ese irenismo vituperado en la encíclica "Humani generis", y de vergonzosa insensibilidad ante las falsedades e injurias contra la Santa Iglesia.

Siempre me ha parecido que el estado afectivo de quien defiende a tal Madre, si la ama como debe, diferirá un tanto del que inspira al defensor de ciertas opiniones filosóficas o científicas; y no es contra la justicia ni contra la caridad que esa emoción se trasluzca dignamente. Al revés, es contrario al honor de Cristo y de la Iglesia que no se trasluzca. Porque ello revelaría que no es demasiado elevada la temperatura del amor a entrambos, ni se siente en las entrañas la quemazón que sentía quien clamaba: "Me devoró el celo de tu casa, y los oprobios de los que te ultrajan cayeron sobre mí" (Ps. 68, 10).

Pero no es raro hallar quienes ven injusticia y aspereza en la contundente

y nítida dialéctica con que son refutados sus errores, y en la viva expresión de los más nobles sentimientos ante la confusión que siembran en las almas impacientes de descubrirlos por sí mismas.

El escritor católico, cual dirigente de la opinión pública, es un apóstol, y de singular eficacia en el mundo actual; pero el apóstol ha de tener siempre por fin de su actividad el bien de la Iglesia: su progreso constante en conciencia de la verdad, en santidad, en energía apostólica, en extensión, en paz.

Todo ha de ordenarlo al establecimiento del reino de Dios en sí, en todos sus conciudadanos, en todo el mundo.

Ese reino, en concreto, y según el ideal divino, se consume con la adscripción, no meramente externa y oficial, sino real, a la Iglesia católica de todos y de cada uno de los hombres, de forma que participen de su vida sobrenatural que es la de Cristo, es la de la Santísima Trinidad.

Una labor previa para establecer ese reino de Cristo será crear en la sociedad en general y en singulares almas en particular condiciones que faciliten la fe, la esperanza y la caridad.

Tarea bien propia del publicista y de cuantos han recibido el don divino de enseñar, hablando y escribiendo, a sus hermanos.

Ya se ve que para lograr tal resultado no ha de hacerse el escritor siempre explícito y pío predicador de la palabra divina. Muchas veces, sobre todo si es seglar, bastará que lo sea de cualquier verdad pertinente a su especialidad o a su profesión, pero ordenándola a Dios, por la pura intención que se inspira en la caridad divina, y autorizándola por la exhibición de una conducta santa que testimonia la real congruencia de la doctrina con la vida.—“Razón y Fe”, IV-60, 341-356.

Prensa

07(0):253

Responsabilidad de la Prensa deportiva en la orientación de las masas.— Palabras de Su Santidad a los asistentes al Congreso de la Asociación Internacional de la Prensa deportiva.—Nos es grato, señores de la Asociación Internacional de la Prensa deportiva, corresponder al deseo que Nos habéis expresado de que os recibiésemos unos momentos durante vuestro séptimo Congreso.

IMPORTANCIA DEL DEPORTE EN LA PRENSA DEPORTIVA

¡La Prensa deportiva! Ella ocupa un lugar muy importante en el mundo moderno y atrae la atención de un público inmenso. Incluso os diremos confidencialmente que a veces Nos mismo echamos una ojeada sobre ella y observamos a veces con asombro, otras con la mayor satisfacción, el desarrollo que ha alcanzado esta rama de la Prensa informativa.

Este desarrollo corresponde a la creciente importancia que ha tomado el mismo deporte en el mundo actual. Hoy innumerables masas hallan en él todos los domingos un sano esparcimiento. Muchos, por otra parte, —lo reconocemos de buen grado—, logran incluir esta distracción en el día consagrado al Señor, sin por ello faltar a sus deberes religiosos. Pues es muy conforme a la ley divina que, después de haber “dado a Dios lo que es de Dios”, conceda el hombre también, en ese día, a su cuerpo y espíritu un legítimo descanso.

RESPONSABILIDAD DE LOS PERIODISTAS DEPORTIVOS

La extensión que ha tomado el deporte y la Prensa dedicada a él implican para ustedes, señores, no sólo un trabajo siempre en aumento, sino también, y sobre todo, una grave responsabilidad que nace de las inmensas posibilidades, que tenéis, de orientar la opinión de las masas en este terreno particular.

Nuestro predecesor Pío XII, de venerable memoria, lo puso de relieve en la audiencia que concedió el 11 de noviembre de 1951 a los miembros de vuestra asamblea general: “Como periodistas asumís la tarea de informar y, lo que es más importante, sin comparación, de formar la opinión... en todo lo referente al deporte.”

Y formar la opinión sobre este punto es, ante todo, acostumbrarse a dar al deporte el lugar exacto que le corresponde en la actividad humana, ni muy insignificante ni tampoco exagerado.

Nos mismo lo afirmábamos recientemente a los Congresistas del Centro Deportivo Italiano: el deporte tiene gran valor, pero en el sitio que le corresponde, como "instrumento útil del desarrollo completo y armonioso de la personalidad".

LA VERDAD EN LA CARIDAD

Sabed, pues, mantener siempre en vuestros escritos el equilibrio conveniente en este terreno. No creéis peligrosos mitos ni canséis exagerados entusiasmos ni fijéis la atención en los valores físicos únicamente. Así seréis fieles, en lo que a vosotros se refiere, a la consigna del Apóstol Pablo —a quien era tan familiar todo lo referente al deporte— que tuvimos ocasión de recordar a vuestros colegas de la Prensa católica italiana, pero que también merece que la tengáis presente, señores, por diversos que sean los países de donde procedéis, y la diversidad de opiniones que defendéis: "facientes veritatem in caritate" (Eph. 4,15) (Discurso del 4 de mayo de 1959).

"Practicar la verdad en la caridad", he aquí un programa muy apto para atraer la atención de los periodistas de la Prensa deportiva. En vuestros artículos e informes, especialmente los que desde Roma serán difundidos durante los próximos Juegos Olímpicos en las publicaciones de todo el mundo, tened interés en ser veraces y en no ofender a nadie: "veritatem in caritate". Con este deseo os dejamos hoy, esperando que estas olimpiadas romanas, tan cercanas, Nos proporcionen el nuevo placer del grato encuentro de esta mañana, y de todo corazón invocamos sobre todos vosotros, sobre vuestras actividades, vuestras familias y naciones, las más copiosas bendiciones.—"Ecclesia", 16-IV-60, 7.

07(0)

Muñoz Cortés, Manuel.—**El Periodismo y la extensión de la cultura: Nuestro caso.**—Yo, querido director de "Arriba", querido Pedro de Lorenzo, rector de estas páginas, no estuve en la fraternal conmemoración de nuestras bodas de plata. Y digo nuestras, porque, si no me incorporé en la primera fundación, sí fui acogido en estas columnas con la misma generosidad que muchísimos escritores españoles que han dejado su huella en la historia del periódico. Y ya que esta sección habla de los papeles periódicos, y se compone de "papeles" o pequeños ensayos —término muy español, ya lo empleaba Lope de Vega— no quiero dejar de recordar cómo "Arriba" ha estado abierto siempre a una función del periodismo que es la extensión de la cultura, el hacerla cotidiana, metida en los hábitos del hombre medio. Este ha sido el sentido constante de los intelectuales españoles, que cumplen, sean del campo que sean, una constante de nuestro pensamiento que es el afán de comunicación.

"Arriba" creo que ha servido con el mejor servicio esa actitud, llamando a quienes deseaba ofrecer tan sólo un cauce de expresión, sin pedirle nada más que autenticidad, en un bien entendido sentido de la palabra. Hemos sido comprensivos, habremos de seguir siéndolo. Hemos sido generosos, y casi siempre oportunos. Como yo nunca he tenido función rectora en la Casa, puedo decirlo sin que suene a vanagloria. Dos presencias importantes de la cultura en la cotidiana accesión a ella por el español medio recordaré: la de don Eugenio d'Ors y la de Ramón Gómez de la Serna. Me refiero a ellas, porque tienen especial sentido. En el caso de don Eugenio creo, permitidme que lo crea, que fui yo quien propuso su incorporación. El "Novísimo Glosario" nació en momentos muy graves del mundo, y cada día la lección orsiana ponía un momento de sosiego en la zarandeada visión que teníamos del mundo y del acaecer histórico. En el caso de Ramón, el puro deleite de sus invenciones ha ido dejando una luminosa estela de espuma y de gracia.

Siempre ha habido en esta Casa, en todos, en los directores y en los redactores, un noble sentido reverencial de la cultura. Me gustaría que algún alumno de la Escuela de Periodismo hiciera su Memoria de fin de carrera sobre esta presencia activa de nuestro periódico en la cultura española de los últimos veinticinco años. Me gustaría que se repasara la nómina de nuestras colabo-

raciones, incluídas las firmadas por meras iniciales. Y aquí solamente querría indicar, ya en un plano general, qué modos puede tener, y en suma ha tenido esa extensión social de la cultura a través de un papel periódico.

LA INFORMACION

Lo informativo es la esencia del periodismo. Ahora que repaso periódicos de la época de nacimiento de la Prensa, y que he conocido los trabajos de un hispanista, hijo de hispanista, Paul Guinard Junior, dedica a la Prensa del XVIII, me doy cuenta de la función esencial de lo informativo, del puro dato noticiero en la historia de la cultura. Eugenio d'Ors alabó como "obra bien hecha" un "Noticiero" que publicaba un periódico de Madrid cuando la segunda guerra mundial destrozaba la comunicación intelectual entre naciones. Ese noticiero nacía a retazos, con boletines o periódicos, con datos orales. De pronto, entre esas noticias se habla, por primera vez en España, de Jean Paul Sartre, y de un movimiento que se está llamando "existencialismo". El comentarista añade que ese término puede llegar a tener la historia de otros, como "romanticismo" por ejemplo. Ese noticiero mantenía viva la atención a la obra de jóvenes novelistas, poetas, dramaturgos, ensayistas. De pronto se hace referencia al "tremendismo". Aparece un manifiesto, en el mismo periódico, de un grupo que se llama "juventud creadora". Se inician en el mismo periódico unas entrevistas muy distintas de las que el deseo de atraer la atención provoca la impertinencia o la pregunta absurda. En ellas hay diálogo. La noticia se entrelaza con la reflexión.

LA CRITICA. EL ENSAYO

Muchos hemos firmado críticas en "Arriba". A nadie le ha faltado ocasión de expresar su opinión, y en su caso, de alabar al amigo. Ha habido la información matizada, la noticia comentada del libro, o el estudio en el que, tácitamente, se aplicaban, por primera vez en España, concentradas en notas breves, las direcciones y métodos de análisis de la ciencia literaria. Y en cuanto al ensayo, véase la nómina de universitarios activos, en los campos en que es posible el ensayo, y compárese con la lista de colaboradores. No faltarán muchos. Hoy estén donde estén. Cuando quisieron estuvieron en nuestras páginas.

No dudo de que en la actitud ante el periodismo de quienes normalmente trabajamos con lentitud y ceñidos necesariamente al pormenor, hay momentos de deseo de comunicación, y deseos o necesidad de silencio. Pero siempre hay relevos, siempre hay presencias en las hojas volanderas de quienes se esfuerzan en saber y enseñar lo que pueden. "Arriba" ha ofrecido y ofrece esas presencias, con amor, con generosidad, con la mano abierta. Y aquí termina este papel, en que por una sola vez, tengo que decir a quienes esta sección guste, que responde a una constante actitud de "Arriba" y que a ella servimos como españoles comprensivos.—"Arriba", 27-III-60, 35.

07(0)

Treinta mil periódicos se tiran actualmente en el mundo.—El mundo actual vive de la letra impresa, concretamente del periódico. Son verdaderas montañas de papel las que, a diario, vomitan las rotativas. Cifras y más cifras nos hablan, con la seca elocuencia de sus números, de este inmenso volumen de la producción periodística. Tenemos a la vista las últimas estadísticas publicadas por la Oficina de Educación Iberoamericana. Según dichas estadísticas, se tiran actualmente en el mundo 30.000 periódicos, de los que 8.000 son periódicos diarios y 22.000 revistas y publicaciones no diarias.

El país que marcha a la cabeza en esta estadística global es América del Norte —comprendiendo la Central y las Antillas—, con 10.400 periódicos, de los que son diarios 2.400 y no diarios 8.000. Sigue Europa en segundo lugar, con 5.700 publicaciones periódicas; la U. R. S. S., con 5.100; Asia, con 4.350; América del Sur, 3.350; Oceanía, con 600, y Africa, con 500 periódicos.

En cambio, en tirada global de periódicos diarios, marcha Europa a la cabeza, con un total de 98 millones de ejemplares; sigue América del Norte, con 65 millones; Asia, con 51 millones; la U. R. S. S., con 22 millones, y siguen luego América del Sur, Oceanía y Africa, con 9 millones y medio, 4.800.000 y 2.700.000, respectivamente. Total de esta tirada diaria en el mundo: 253 millones de periódicos diarios.

Esto en cuanto a las cifras absolutas. En lo que se refiere al porcentaje de ejemplares por cada mil habitantes, la máxima la da Oceanía, con 318; sigue América del Norte, con 264 y Europa, con 238. El último lugar lo ocupa Africa, que sólo da 12 ejemplares por cada mil habitantes.

Respecto a los periódicos no diarios, la tirada global es de 196 millones. Los tres grandes son América del Norte, Europa y la U. R. S. S., con cifras de tirada de 89 millones, 78 y 10.200.000, respectivamente. Aquí, en cambio, el mayor porcentaje de lectores lo da Norteamérica, con una cifra de 362, por cada mil habitantes; sigue Oceanía, con 298 por mil, y luego Europa, con 189 ejemplares por cada mil habitantes.

CIFRAS POR PAISES

En este concierto de cifras, con su sonsonete monótono, pero expresivo, vale la pena indicar que sólo hay 18 países en el mundo en que se publiquen más de cien periódicos diarios. Como es natural, en cabeza van los Estados Unidos, con 1.820. Pero no se crea que después va la U. R. S. S., no; el segundo lugar lo ocupa la Alemania Occidental, con 481 diarios y luego la India, con 471; después la China, con 392; a continuación la U. R. S. S., con 385. Siguen Argentina, 341; Brasil, 217; Méjico, 198, etc. A la cola figuran España y Finlandia, con 101 periódicos diarios.

Son 26 los países en los que se tiran diariamente más de un millón de periódicos. La máxima la dan los Estados Unidos, con 56.410.000; Japón, con 36.375.000; el Reino Unido, con 29.100.000; la U. R. S. S., con 21.475.000; Alemania del Oeste, con 14.700.000, y Francia, con 10.733.000. España ocupa el decimonoveno lugar, con una tirada global de dos millones de ejemplares diarios.

En cifras relativas, el mayor porcentaje de lectores, por cada mil habitantes nos lo da el Reino Unido, con un índice de 573. A continuación, Suecia, con 467. Sigue Finlandia, con 420; después va Japón, con 400 ejemplares, por cada mil habitantes. Las cifras relativas más bajas las dan la India y la China, con sólo seis y 10 ejemplares por cada mil habitantes. En cuanto a España, tampoco es muy alta la cifra: sólo 68 españoles, de cada mil, compran periódicos diarios.

CIFRAS POR GRUPOS LINGÜÍSTICOS

Finalmente, por grupos lingüísticos, he aquí las últimas cifras de la tirada y número de diarios que se lanzan en el mundo. El primer puesto lo ocupa el idioma inglés, con una tirada diaria de 98 millones de ejemplares y 2.430 diarios; el segundo puesto lo ocupa el japonés, con 36 millones de diarios y 160 periódicos; siguen las lenguas de la U. R. S. S., con 21.400.000 ejemplares y 390 diarios; a continuación el alemán, con 20 millones para 670 diarios; luego, el francés, con 14 millones y 270 periódicos diarios y, a continuación, el idioma español —comprendiendo a todos los países de lengua hispana—, en el que se tiran hasta 11 millones de ejemplares, para 1.000 periódicos diarios.—“La Verdad”, 16-III-60, 8.

07(0)

Día Nacional de la Prensa e Información de la Iglesia.—Carta abierta a los católicos españoles.—Por acuerdo de la Conferencia de los reverendísimos metropolitanos españoles, se viene celebrando todos los años el Día Nacional de la Prensa e Información de la Iglesia en la fiesta del apóstol San Pedro, 29 de junio. La celebración de esta jornada nacional responde al convencimiento y a la necesidad de que los grandes problemas sociales de la Iglesia en España

—y el problema de su Prensa y de su información es uno de ellos— no pueden resolverse adecuadamente sin la comprensión y la cooperación eficaz de los católicos españoles.

Esta comprensión y esta colaboración tienen, por sí mismas, virtualidad intrínseca suficiente para resolver todos los problemas eclesiásticos de carácter temporal, ya que la Iglesia de Cristo, por constitución divina, es una sociedad soberana y perfecta, y, por tanto, está dotada constitucionalmente de todos los medios —aun los materiales— necesarios para su propia vida, actuación y desarrollo en todo el mundo universo. Si, de hecho, en un país determinado la Iglesia de Cristo no tuviere a su alcance medios propios para realizar su misión ello obedece a la falta de formación y de colaboración de sus fieles. La experiencia histórica viene a comprobar esta verdad teológica y esta realidad social.

RESPONSABILIDAD DE LOS CATOLICOS

En relación con el problema de la Prensa y de la información de la Iglesia, una gran mayoría de los católicos españoles no tienen actualmente la suficiente comprensión acerca de la trascendencia de este problema, ni prestan, por lo tanto, la colaboración necesaria para su solución. Olvidan, quizá, que la Iglesia no puede ni debe confiar exclusivamente al Estado —aunque el Estado sea oficial y sinceramente católico como el nuestro en el día de hoy— la salvaguardia de los valores religiosos y morales que se ventilan en el campo de la Prensa y de la información. Precisamente para conseguir esa comprensión, esa colaboración y ese sentido de responsabilidad de los católicos en este campo tan vital del apostolado cristiano, se celebra anualmente el día Nacional de la Prensa e Información de la Iglesia.

INSTITUCIONES Y SERVICIOS DE LA Prensa Católica en España

El objetivo fundamental de esta jornada apostólica es plantear a la conciencia católica estos problemas, con vistas a obtener su colaboración espiritual y material para el sostenimiento de unas instituciones eficaces, dotadas de todos los medios culturales y técnicos modernos, al servicio permanente de la misión y de la influencia del apostolado de la Prensa y de los periodistas católicos.

Estas instituciones y servicios son el plano nacional: la Comisión Episcopal de Prensa e Información de la Iglesia; la Junta Nacional de Prensa Católica y su instrumento permanente de trabajo el Secretariado General de dicha Junta; la Escuela de Periodismo de la Iglesia; la Agencia de Noticias "Prensa Asociada"; y la Oficina General de Información y Estadística de la Iglesia. En el plano diocesano: las delegaciones diocesanas correspondientes a estas instituciones y servicios nacionales.

Hoy los grandes problemas de la Iglesia en España están planteados en escala nacional y, en muchos casos, en escala internacional. Por consiguiente, su solución ha de ser también nacional o internacional. A ello obedece la organización del Día Nacional de la Prensa e Información de la Iglesia. Y en esta misma línea surge en España, y en este año de 1960, el acontecimiento extraordinario de la celebración del VI Congreso Mundial de la Prensa Católica que tendrá lugar en Santander durante los días 6 al 10 del próximo mes de julio, en la Universidad de Verano "Menéndez Pelayo".

LA Prensa y la Vitalidad Católica

No perdamos de vista que la orientación y solución adecuadas a toda la problemática que los servicios de la Prensa y de la información de la Iglesia nos plantea, tienen una repercusión insospechada en toda la vida católica española, ya que los medios de difusión del pensamiento y de la noticia contribuyen poderosamente a la formación e información de la opinión pública y de la conciencia nacional, no sólo en torno a los problemas específicos de la

Prensa y de la información, sino al servicio de todos los problemas del apostolado moderno; Seminarios, Acción Católica, problemas social, escolar, misionales, caritas, catequesis, liturgia, etc. La situación de la Prensa en un país condiciona el desarrollo de su vida social, y contribuye a su futuro histórico con toda la fuerza expansiva de la cultura popular y de la opinión pública.

Dentro de la transformación operada en la organización interna de los cuadros apostólicos de la Iglesia española en los últimos lustros, la creación de la Comisión Episcopal de Prensa e Información y las nuevas bases para la reorganización de la Junta Nacional de Prensa Católica marca un hito histórico en la marcha de la orientación, coordinación y desarrollo de los medios de información de la Iglesia. Lo que importa ahora es dotar a estos nuevos cuadros —ágiles y abiertos a las inquietudes y esperanzas de la hora actual— de un ambiente de comprensión y simpatía, y, a la vez, de colaboración espiritual y material, tanto por parte de la misma Prensa católica como de todos los movimientos apostólicos españoles a fin de que la voz de la Iglesia llegue a todos los hogares, a la calle, a la universidad, al mundo obrero y a la opinión pública, a través de los mejores periódicos y de los mejores periodistas. Todo lo demás vendrá por añadidura.

En nombre de la Junta Nacional de Prensa Católica, tengo el alto honor de dirigir esta carta abierta a los periodistas y a todos los católicos españoles, con el ruego y la esperanza de que presten la colaboración de sus plegarias y de su ayuda moral, cultural y económica, a la próxima jornada del Día Nacional de la Prensa e Información de la Iglesia.

Afectísimo seguro servidor y Hermano en Cristo.

† Pedro, obispo de Huelva, presidente de la Junta Nacional de Prensa Católica.—"Ecclesia", 982, 7-V-60. 15.

07(0)

Altabella, José.—**El artículo en la Prensa española actual.**—Se nos pide un artículo sobre el artículo actual en España. Hablar de esto es difícil. Hacerlo en tres folios mecanografiados —cordial imposición del encargo— es empresa ardua. Realizar con urgencia el panorama solicitado es, en lenguaje circense, más difícil todavía.

Abocan ante el teclado una serie de interrogantes, que abren su abanico de sugerencias, con ánimo de centrarnos en el tema. Y surgen las preguntas: ¿Qué corrientes literarias llenan hoy en nuestro país este género periodístico? ¿Cuáles son hoy los límites exactos de lo literario y de lo periodístico en el contenido de este trozo importante de nuestra Prensa? ¿Qué balance de valoración cultural arroja entre nosotros ese quehacer cotidiano, y qué influjo tiene en nuestra sociedad? ¿En qué grado estimativo están los cronistas de ayer respecto a los de hoy, y viceversa? ¿Cuenta hoy la Prensa española con mejores cronistas que ayer, hecha abstracción de la normal evolución de la estilística? ¿En qué direcciones ha evolucionado el género? ¿Qué elementos nuevos, en fondo y forma, han venido a infundir una vigorosa continuidad al artículo periodístico? ¿En qué medida han contribuido a servir el desarrollo actual del artículo en España la enorme floración de premios oficiales y privados? ¿Qué nombres han destacado en su ejercicio? ¿Qué papel desempeña el artículo, como pieza periodística ajena al mundo corporativo de las redacciones, en el desarrollo de las vocaciones y en el intrusismo profesional? ¿Qué mudanzas ha tenido la estética y la preceptiva del artículo, para intentar establecer con urgencia una genealogía de valores?... Y así, las interrogantes irían abriéndose camino por la selva ancha de los razonamientos, y preguntando, preguntando, iríamos hacia esa Roma ideal en la que encontrar, si no respuestas demasiado concretas, sí el anhelo de dar con algunas claves. Claves por las cuales descifrar la realidad vigente de ese mundo acotado de la letra impresa, que, con rango y categoría, entra por la puerta grande de la colaboración, en la que binomio periodismo-literatura sirve diariamente al lector a la parte más noble, más característica, más permanente y más diferenciada de los diarios y las revistas.

Pero... Tenemos que nos va a faltar tiempo y espacio. Vamos, pues, al grano. Y afirmemos que una época de retórica desbordada, sucedió un tiempo de comentarios directos. Y quedó en algunos el regusto, entre nostálgico y desvaído, de un modo de hacer lírico, intuitivo, de gacetilla frívola y de destreza pirotécnica con ramajes metafóricos. En otros, la supervivencia estribaba en una densidad plúmbea, amazacotada, cargada de citas, como un galeón que se hundiese

con las bodegas llenas de erudición. Al artículo largo, sucedió el artículo breve. Y en esta brevedad coincidieron muchos autores. Fué una brevedad que se impuso por exigencias de la misma confección periodística, hasta determinar —con variantes, cuyo análisis llevaría muy lejos— lo que después se llamaría “columnismo”.

No faltan hoy articulistas con ideas propias, que incorporan al periodismo problemas importantes, vitales, audaces y valientes. Pero también abundan servidores de la actualidad que hacen de ésta un motivo en sí misma, demasiado condicionados por servidumbre a un oficio que va adaptándose a todas las exigencias y que, como el junco, prefieren doblarse flexibles ante los imponderables, a ser arrastrados por el huracán de fuerzas superiores.

En una antología exigente cabrían hoy cincuenta nombres importantes, de verdaderos articulistas de raza. Escogiendo entre el periodismo nacional y el regional. E incluso dando al concepto de artículo una flexibilidad que permitiese abarcar diferentes clases de éstos: crítica literaria, teatral, corresponsalías, editoriales... En una antología menos rigurosa y más complaciente podría ofrecerse un centenar de nombres. Ahora bien. Un juego de identificación permitiría averiguar en la primera colección ideal quiénes eran esos nombres, si de ellos hubiéramos tachado previamente la firma. En el segundo florilegio propuesto, más irresponsable por generoso, muchos nombres se repetirán por equivocación y para otros tantos no encontraríamos filiación.

Se ha ganado en artículos con empaque cultural, pero se ha perdido en articulistas con acento personal. Pueden identificarse equipos de articulistas, con fidelidad a una teoría de temas, aportando al mundo de las ideas exégesis importantes, pero ningún lector de hoy sería capaz de adquirir un solo periódico exclusivamente por leer los artículos de su autor favorito. Quizá por eso algún diario español se ha permitido el lujo —permítasenos calificarlo así— de deterrar de sus páginas la colaboración de los articulistas.

Uno de los mayores elogios que se han hecho al artículo español contemporáneo está en la virtud social de hacer que, en un mundo bibliográfico encarecido, extensas zonas ciudadanas encuentren en las columnas de los diarios y las revistas toda una cantidad económica y concentrada de posibilidades de lectura mínima. Esta misma contingencia editorial, desde el punto de vista del autor, ha podido permitir, desde hace más de siglo y medio, que los escritores más destacados de la literatura española se salvaran de la pobreza dedicados a dar al Periodismo, por la vía del artículo, caudales nutritivos de cultura. Esa cultura que alguien puede calificar peyorativamente de “cultura de periódicos”, sin pensar que más tarde pasaría a integrarse en libros y volúmenes, y aún en obras completas. Cuando en tiempos pasados determinadas instituciones culturales faltaron a su misión, la Prensa vino a suplir el papel de aquéllas. Y ése ha sido un timbre de gloria que se debe al articulista español de todos los tiempos. El articulista actual no ha abdicado de tan gloriosa herencia, y hasta donde ha podido la ha continuado. A esto se debe una diferenciación espiritual de nuestro periodismo respecto al de otros periodismos foráneos, que nos permite llevarles una ventaja. La ventaja de nuestros articulistas.

Pero también hay que afirmar que uno de los reproches más justificados que se le han hecho al articulista español de hoy es que, quizá por deformación profesional, tal vez por excesivo amor a sentirse espejos de las tareas del compañero, por rizar el rizo y morderse la cola de la pescadilla, está literaturizando tanto su función, que, elevado con demasiada frecuencia sobre los zancos de un ensayismo delicuescente, apenas repara en la múltiple gama de temas que al lector popular le interesan. Discreto uso para no mojarse cuando hay agua, pero pernicioso coquetería cuando su empleo estriba en juegos de agilidad y equilibrio...

Se nos va gastando el espacio impuesto por los tres folios de límite. Ahora, precisamente ahora, que vamos encontrando el tema. Que las sugestiones y motivaciones del mismo empiezan a hacérsenos claras, por poliédricas y lúcidas, por irisadas. Ahora, que empezamos a recordar bellos e importantes artículos leídos; ahora, que comparecen ante nosotros reflexiones complementarias; ahora, que parece como si comenzáramos a contestarnos algunas de las preguntas propuestas...

Sí, otra vez al grano. Pero esta vez, segunda vez, nos queda en la calle la primavera, con su propia poesía. Y mucho nos tememos que los interrogantes

se nos van a quedar al aire como trinos en abril, con la canción de los pájaros en sus alas, llevándose en el pico el grano casi en flor...—“Signo”, 16-IV-60, 13.

07(0)

Cacho Dalda.—**En Madrid se venden la mayoría de los diarios de provincias.** Junto al “Paris Soir”, al “The Times”, “Il Corriere de la Sera” o la multicolor policromía internacional de la gran revista —“Paris Match”, “Tempo”, “Life”, etcétera, etc.— se alinean diariamente cerca del medio centenar de periódicos editados en nuestras provincias, en el quiosco situado a la orilla de la plaza del Callao, casi frente al Palacio de la Prensa, que se asemeja a una airosa y amplísima ventana abierta a todos los aires españoles.

La Prensa de provincias llega todos los días a la capital de la Nación, y uno de sus principales puestos de venta es el arriba indicado. Producen cierta curiosidad los anuncios de títulos y cabeceras de colegas provinciales, estampados en los cristales del quiosco, y muchos visitantes o vecinos de Madrid, procedentes de otras tierras hermanas, encuentran en el llamativo cartel, donde aparece el nombre del periódico de su origen, algo así como la invitación o el imán que les lleva a su adquisición. Y así se calcula en varias decenas de millares el total de ejemplares vendidos diariamente en Madrid en las Delegaciones de distintos periódicos, en este quiosco y en otros puestos callejeros.

En esta forma masiva de venta va a la cabeza la cadena de Prensa del Movimiento. En su domicilio central administrativo de la Puerta del Sol se reciben los paquetes de la mayoría de los 38 órganos de provincias, y de allí, en pocos minutos, se ponen a la venta. Los periódicos de Editorial Católica —“Ideal”, de Granada; “La Verdad”, de Murcia; “Diario Regional”, de Valladolid; “Hoy”, de Badajoz, e “Ideal Gallego”— siguen similar camino hasta llegar a las manos del lector.

Hacen envíos por avión los diarios de Barcelona: “Solidaridad Nacional”, “La Prensa”, “La Vanguardia Española”, “El Correo Catalán” y “El Noticiero Universal”, y todos ellos mantienen Redacciones o Delegaciones en distintos puntos de la capital. Es como una especie de simbiosis informativa.

Por regla general la venta de los periódicos de provincias se asemeja al florecimiento de las Casas Regionales. Así, la primacía la tienen los catalanes; les siguen los gallegos, especialmente “El Faro de Vigo”, “El Pueblo Gallego” y el referido “Ideal Gallego”; después los vascos —“La Gaceta del Norte”, de Bilbao; “La Voz de España”, de San Sebastián; “El Correo Español-El Pueblo Vasco”, de Bilbao; “Unidad”, de San Sebastián, y “Hierro”, de Bilbao— y a continuación los valencianos —“Levante”, “Las Provincias”, “Jornada”— y los andaluces —“A B C”, de Sevilla; “Ideal”, de Granada; “Sur” y “La Tarde”, de Málaga— y el gran periódico “Hoy”, de Badajoz, así como “El Norte de Castilla”, de Valladolid, y “Heraldo de Aragón”, de Zaragoza.

Finalmente, como datos curiosos anotaremos que sin contar las tres provincias donde no existe diario —Toledo, Guadalajara y Soria— no se venden periódicos de Cáceres, Cuenca, Teruel, Cádiz, Palencia, Albacete, Ciudad Real, Lugo, Orense, y también reflejaremos que entre los semanarios de información general más difundidos se cuenta “Area”, editado en La Línea de la Concepción para el Campo de Gibraltar.—“Arriba”, 16-III-60, 18.

07(0)

Insúa, Alberto.—**Periodismo heroico.**—La vocación y el deber inspiran siempre al buen periodista. El que rehuye una misión difícil, en la que puede arriesgar la salud —y en algún caso la vida—, no es un periodista auténtico. Los enviados especiales de nuestros periódicos al lugar fatídico de Agadir no sólo arrostran los sufrimientos morales que les produce la contemplación de la escenas dramáticas que se suceden en la ciudad siniestrada, sino que se exponen a ser víctimas de su infección. Algunos volverán enfermos a su hogar y todos con el alma transida por los recuerdos imborrables de la tragedia. La lectura de sus crónicas —de sus testimonios— pone lágrimas en los ojos de las personas sensibles.

Al pensar en ellos evoco la época lejana de mi vida en que fuí corresponsal de guerra —1914-1918— de varios periódicos de España e Hispanoamérica. Y no lo digo para presumir de héroe, ni por asomos, porque los riesgos que corrí eran hartamente menores que los que amenazan a los compañeros de Agadir,

donde el seísmo puede repetirse y es mefítica la atmósfera del enorme osario.

Ya he visto ciudades destruidas por la metralla, anduve entre los escombros de Verdún y en el París bombardeado por los aviones alemanes y el famoso cañón de Bertha Krupp pasó, sin duda, alguna hora de peligro. Pero la verdad es que "no me daba cuenta", que no pensaba "que fuera a ocurrirme nada malo". Y debíase esto, de una parte, al sentimiento del deber profesional y de otra al optimismo propio de mi juventud. Sin embargo, en aquella guerra, en sus varios sectores, cayó más de un periodista. Y en las guerras y revoluciones que han sobrevenido después perdieron la vida varios corresponsales, bien por asistir como testigos a un batalla o por perecer en una catástrofe aérea o un naufragio.

Tal es el periodismo heroico. Ningún periodista "de raza" vacila en aceptar las misiones difíciles, se atreve con todas, va adonde haga falta su presencia para informar a los lectores del periódico en que escribe. Abandona su casa, sus tertulias, el ambiente cordial de la Redacción y, con parvo equipaje, toma el tren, el barco o el avión rumbo a su destino.

Está por escribir una "Historia del periodismo" en la que se recogiesen y comentaran los hechos de algunos corresponsales que descollaron en su profesión y prestaron grandes servicios con sus informaciones y reportes a la grande historia de su tiempo. Así, cuando pasen los años y se evoque el cataclismo de Agadir no podrán documentarse bien los historiografos sin la consulta de sus crónicas que fueron escritas "sobre el terreno" desafiando todos los peligros.

Fernández Almagro, el ilustre escritor, en su "Historia de la regencia de doña María Cristina", y al referirse a los diversos episodios de las guerras de Marruecos y de Cuba, cita entre otros corresponsales, "al más cualificado de ellos", Luis Marote, que, a su vez, dejó veraces testimonios de su misión en ambas guerras en su libro "Sagasta, Melilla, Cuba", "fuente histórica — escribe Almagro —, porque nadie la impugnó". Marote fué un ejemplo de periodista heroico. Estuvo sitiado en Cabrerizas Altas con las tropas del general Margallo, y en Cuba, al presentarse en el cuartel general de Máximo Gómez, el jefe insurrecto estuvo en un tris que no ordenase su fusilamiento. No obstante, no aparece la presunción o la vanagloria en las páginas de Marote. El mayor mérito del buen periodista es la modestia. Se reduce a informar de lo que ve y escucha, olvidándose de sí mismo.—"La Vanguardia Española", 9-IV-60, 11.

07(0)

La Prensa es algo más que un almacén.—Nuestro querido colega "El Noticiero Universal" lleva publicadas varias entregas de una encuesta sobre la opinión del público respecto a la Prensa diaria. Suponemos empleará el moderno método del "muestreo" que exige una serie de requisitos para considerar válidas las respuestas al interrogatorio. De no ser así, la encuesta carece de todo valor científico y cae de lleno en un pasar el rato, matar el tiempo, al estilo de la "física recreativa". También sería tema de consideración la conveniencia de hacer públicas las respuestas; pero en ambos casos importa referirse, hoy por hoy, a lo publicado.

Una de las respuestas va a merecer el primer comentario. Dice el interrogado que la Prensa "se resiente de su carácter de almacén de noticias más o menos clasificadas"... "faltan, en general, las operaciones de ponderación, valoración y construcción que hoy se dejan al trabajo del lector..."

El periódico por esencia es un noticiero, el elemento material de comunicación entre unos hombres que buscan la noticia y otros hombres que desean informarse de ellas. Que sea almacén o "boutique" dependerá de gustos y hasta de épocas; hace algunos años, hasta la aparición de "El Sol", por ejemplo, los periódicos eran "cajones de sastré", revoltijo y pandetería a caña libre. Con las nuevas técnicas, con la creación de la primera Escuela de Periodismo, la clasificación de las noticias, su valoración, la intencionalidad que llega hasta la noticia gráfica, o sea, la fotografía y el dibujo dan al periódico carácter y sentido. Existe, por tanto, una jerarquía de la noticia; noticias de primera página que necesaria y únicamente pueden ser publicadas allí. Pero todo esto no es más, sino el resumen de lo dicho en cualquier establecimiento docente de periodismo. Que damos, por tanto, que las noticias ocupan el lugar que les corresponde en el "almacén" un tanto humilde por la falta de medios técnicos con que trabajamos.

Podría seguirse de lo dicho que no es cierto faltan las operaciones de pon-

deración... El periódico no deja al lector que complete nuestro trabajo. Sería una falta de ética profesional que no admitimos. Muy a la ligera se juzga a una profesión que tanto respeta las vanidades ajenas precisamente porque las conoce tan a fondo.

Como el fin específico de la Prensa es orientar al lector, damos el edificio completo, con su intencionalidad, con su doctrina hasta el extremo de dedicar espacio a un lector, uno sólo, sea o no comprador nuestro.—“Solidaridad Nacional”, 15-IV-60, 2.

07(0)

Y usted, ¿qué opina?—“El Noticiero Universal”, de Barcelona, ha realizado una interesante encuesta sobre la Prensa diaria. Recogemos a continuación la introducción que ha publicado el vespertino barcelonés y algunas de las opiniones recogidas, las más significativas.

En proporción al número de habitantes, formas actuales de vida y nivel cultural medio, los periódicos diarios españoles no alcanzan tiradas que guarden relación con el coeficiente de lectores resultante de los indicativos expuestos. Esto entraña un fenómeno singular que vamos a tratar de analizar a lo largo de cinco encuestas, mediante las cuales recabaremos su opinión, sobre los periódicos que leen cada día, a elementos representativos de todas las condiciones sociales e intelectuales del público.

Vamos a poner el bisturí crítico en manos de productores, negociantes, hombres de carrera, aristócratas, intelectuales y artistas —en una palabra, en manos de la masa lectora para la que cada día se planea y se lanza el periódico—, con el propósito de que sean ellos, los consumidores cotidianos de este producto nuestro que es el diario, quienes señalen por qué adquieren o desdennan tal producto, qué es lo que más les gusta de él, qué defectos les encuentran, qué suprimirían y qué añadirían, qué orden de preferencia guardan respecto a las distintas secciones de sus periódicos respectivos, hasta qué punto consideran importante e informativa la noticia gráfica y, en fin, un sinnúmero de cuestiones más, destinadas todas ellas a lograr un catálogo de gustos y preferencias y, también, una crítica leal y desinteresada, que puedan tomarse como punto de partida para un nuevo concepto del periódico. Pues si bien la misión fundamental periodística es la de “informar, orientar y deleitar”, la Prensa diaria ha de contar primero con el núcleo lector que le haga caso y sobre el que pueda ejercer dicha misión.

Vamos a ver cómo el periódico gustaría más. Para, a través del “deleite”, ir hasta la siembra en el ánimo del que lee de la “información” y la “orientación”.

UN PELUQUERO

Don José Pijoán Calvif. 61 años. Avenida de José Antonio, 646.

—Leo toda la Prensa de Barcelona. Bueno, la hojeo. Alguna vez ciertos artículos de fondo y comentarios de política internacional merecen mi atención. Sobre todo, de estos últimos, aquellos que revelan algún nuevo dato sobre la crisis de la tensión mundial. A medida que pasa el tiempo, uno se va haciendo más conservador. No puedo opinar sobre la Prensa de hace treinta años porque no la leía. Entonces no tenía nada que perder. Suelo simultanear la lectura de los temas de trascendencia con los reportajes y sucesos. Me interesa sobremanera las esquelas de defunciones. En una profesión como la mía en la que se vive cara al público, conviene estar al tanto de esta índole de noticias. En cuanto al formato, conviene desterrar el antiguo clásico, incómodo, pesado y nada atrayente. Sería de agradecer que todos los periódicos siguieran la pauta marcada por uno de Madrid que recientemente lo ha modificado con evidente resultado positivo. Como en todas las cosas, en el periódico es muy importante el escaparate.

UNA SECRETARIA

Señorita Mary Rimblas, del Consulado de Estados Unidos. Vía Layetana, 33.

—El periodismo español atraviesa un período de renovación, bastante bene-

ficioso, sobre todo, por ir hacia un periodismo joven que muestra unas tendencias personales muy interesantes. En conjunto, y como defecto, señalaré que se da poca importancia a los temas internacionales; aunque interesen mucho los asuntos locales, considero que también debería traerse más a colación los acontecimientos mundiales. Esto creo depende de si el periodista sienta o no preocupación por este tema. Por el contrario, no creo que a esta Prensa diaria le sobre nada de lo que inserta; cuanto más se hable, cuanto más periodismo haya, mejor, y si en vez de 20 páginas hubiera 30 sería mucho mejor, para dar cabida a todos los temas que equivale a decir a todos los gustos.

UN CAMARERO

Don José Corubi, 37 años. Obra Sindical Trinidad, Bloque B 1-1, Fase III.
—Yo tengo cuatro hijos. La política internacional ni me va ni me viene. Prefiero los asuntos locales, que pueden repercutir más directamente en mi perjuicio o beneficio. Encuentro exceso de papel en proporción con las noticias que se facilitan. La gente, claro, los compra porque deslumbran por su tamaño y sirven para envolver... Por otra parte, le sobran anuncios de espectáculos. Yo creo que la gente que quiere ir al cine se sirve más de la cartelera que de la publicidad. Ese espacio se podría dedicar a espectáculos, cine, teatro, toros, pero con mero interés informativo. Se prodigan demasiado las fotos de personajes conocidos, los mismos de siempre, hartos vistos. Me parecen acertadas todas las encuestas, reflejo de la opinión del pueblo, que es, al fin, la que pesa y merece tenerse en cuenta. Los deportes debían de ser más objetivos en su apreciación: se "huele" demasiado la publicidad.

UN TAXISTA

Don Antonio Grau, cuarenta y cinco años. Arco de San Román del Call, 5.
—La Prensa es nuestra mejor amiga, compañera... Desde la cabina del coche seguimos la actualidad mundial. Ahora bien, lo que más me interesa, como es natural, es la ciudadana, lo nuevo de cada día, las modificaciones en nuestro trabajo, las medidas oficiales. A mí, personalmente, cada vez me atrae más la política internacional. En todo momento le veo repercusión; tal vez sea porque el mundo se va quedando pequeño. Me parece que se debe aumentar y hacerse más extenso y variado el número de información de toda índole. El lector, yo creo, tiene que tener derecho a elegir entre ellas. Me agrada todo lo relacionado con el deporte. Y, sobre todo, ese enfoque que ahora comienza a darse de apoyo al fútbol modesto. Y es que me parece que eso tiene que ser el periódico, la fuerza de los "sin fuerza".

Convendría dar más realce a los temas femeninos. Jamás ha pesado tanto como ahora la mujer en el hogar. Ella quiere leer "sus cosas". Sin olvidar los suplementos infantiles. También los niños necesitan que les entre el mundo por los ojos.

UN MEDICO ESPECIALISTA

Don Antonio Puigvert. Provenza, número 345.

—El número de periódicos y la tirada de ejemplares de cada uno revelan el índice cultural de un país. La buena Prensa debe estar al servicio de la nación y de la verdad y constituye un elemento educacional colectivo de alto valor, muy importante para la orientación de los pueblos y la formación espiritual de sus componentes; por esta razón, los periodistas tienen la responsabilidad moral de exponer las noticias objetivamente, sin interpretaciones personales, pues su deformación repercute en la formación mental de sus lectores.

La labor de los periodistas, desde la caza de una noticia, que en ocasiones incluso entraña pequeños riesgos, hasta la confección diaria del periódico, es digna del respeto y consideración de todos.

Don José Cases. Córcega, 417.

—Normalmente leo un periódico, al que estoy suscrito. La sección que más me interesa es la de política, tanto nacional como internacional, y las crónicas de corresponsales en el extranjero. Creo que todo es interesante, hasta los anuncios, por el gran servicio que prestan a los lectores. Sin embargo, la crítica cinematográfica y la teatral no me interesan, ya que los críticos actuales no los considero lo suficiente capacitados para realizar su labor. Y, como lector, no confío en el criterio de estos señores. Por lo tanto, creo que estas secciones deberían modificarse.

UN ABOGADO

Don José María Pamias. Trafalgar, número 6, primero.

—Hay que renovar nuestra Prensa diaria. Ha de hacerse palpitante, viva, con fiebre. Periodismo "del minuto". Y, a la vez, también de una forma ágil, actualizar los personajes y hechos de la historia, que decimos inmortales y que, sin embargo, apenas son conocidos en nuestra patria. Nuestros periódicos precisan de reporteros no escritores; ellos ya tienen otros medios de difusión. Los corresponsales convendrían fuesen menos áridos, tanto en los temas que tratan como en la forma que lo hacen. Los lectores quieren conocer la vida "de todos los días" de aquellos países que no conocen. Sus pequeños "detalles".

Lástima que la mayor parte de los periódicos se dediquen simplemente a facilitar noticias. Estimo es deber imperativo, comentarlas, aprobando las que se lo merezcan y censurando las que corresponda, al objeto de orientar a los ciudadanos para que sigan con mayor interés —y sin las actuales inhibiciones— todos los problemas del momento.

UN INDUSTRIAL

Don Francisco Ginesta Sánchez, 49 años. Cañón, 8.

—Estoy suscrito a un periódico de Barcelona, que suelo leer en casi su totalidad todos los días. Por orden de preferencia me gustan especialmente los artículos de los corresponsales en el extranjero y las colaboraciones literarias. Lo que nunca leo son los deportes. Los sucesos como no sean de por aquí, tampoco me atraen. Yo creo que para dar más popularidad a los periódicos tendrían que publicar unas secciones extensas de "cartas al director". Los corresponsales extranjeros deberían dedicar menos espacio a la política y más a describirnos la vida y costumbres del país en que se encuentran. Por lo demás, como yo leo todos los días la Prensa, creo también que los demás la compran y leen como yo.

UN COMERCIANTE

Don Emilio Boada. 36 años. Fotografía y Discos Boada. Condal, número 26.

—La Prensa diaria local no merece muchos elogios ni tampoco acerbos críticas, pero, a mi parecer, tendría que cuidar más de la información local y regional. Interesa la actualidad de la comarca, que prácticamente es desconocida en Barcelona. De las grandes ciudades de los alrededores de Barcelona no conocemos de su vida y desarrollo por los periódicos. Cuidarse más también, por ejemplo, de lo genuinamente nuestro, como la literatura, el teatro catalán, etcétera. En cambio, hay un exceso de deporte; se ha hecho un banderismo del deporte, que no es lógico. Con referencia a las críticas de teatro y cine, deberían ser más fidedignas. Y, también, debido a mi quehacer, encuentro que falta la información gráfica en nuestros periódicos. Se puede decir que, prácticamente, es nula y, cuando la hay, su calidad de reproducción se mínima. Más fotografías, pues, y más papel.

Don José María de Sagarra. Paseo de San Gervasio, 1.

—Soy parte un poco interesado en la materia para poder opinar libremente. Pero prescindiendo de mi carnet de periodista, y como hombre de la calle y de mi domicilio particular, puedo decir que nuestra Prensa actual denunciaría la excesiva importancia y el más que excesivo espacio que se concede al deporte. Se me dirá que la masa pide esto y que el periódico debe servir las apetencias de la masa. Yo digo que el periódico es el que debe influir, corregir y hasta crear, en el terreno de las apetencias. Un periódico es un arma de propaganda. Y la propaganda puede estar dirigida por la carne o por el espíritu. Y, como el periódico, la emisora radiofónica y la de la Televisión.

UNA ACTRIZ

Señorita Aurora Bautista. Hotel Avenida Palace.

—Quizá lo que más me agradaría encontrar en los periódicos españoles sería una mayor diferencia de personalidad. Por desgracia, esta virtud solamente es apreciable cuando se habla de fútbol, sobre todo, cuando los periódicos que se cotejan son de diferentes regiones españolas. Como actriz, leo con curiosidad en los periódicos de mi país lo que se refiere a mi profesión y al arte en general. Pero casi siempre observo con tristeza que a estas actividades nacionales de tanta importancia se las dedica mucho menos espacio que a los deportes, por ejemplo. ¿Por qué esta tendencia tan generalizada en la Prensa española de dar más categoría al deporte que a la cultura, que es, en definitiva, el teatro, el cine, la literatura, la pintura...? Yo creo que sabiendo mucho de fútbol no seremos mejores españoles que si nos estimulasen para tener unos conocimientos de tipo cultural. A mí me parece grave este aspecto de la Prensa española. En lo que respecta a la publicidad, no me parece desagradable cuando está bien realizada, con ingenio y gracia... Por otra parte, creo que la Prensa se lee poco porque no es "bonita". No es atrayente a los ojos del lector que, al fin y al cabo, es el comprador de un producto.

UN ESCULTOR

Don Federico Marés. Museo Marés. Condes de Barcelona, 10.

—Hay periódicos buenos. Yo no elogio sistemáticamente los del extranjero. España, en periodismo, se ha puesto al nivel de Europa. Ahora hay muchos periodistas preparados, y yo creo que el profesional del periodismo no sólo ha de nacer con vocación, sino también ha de preparar su carrera, superándose, como el artista.

Al leer el periódico yo voy rápidamente a todo lo que es arte y cultura. Las secciones artística y literaria son lo primero que leo, y también en lo que menos tiempo invierto, pues son escasas y reducidas. Luego leo las noticias de los acontecimientos más importantes del día, y para finalizar, si me da tiempo, la anécdota, el hecho intrascendente.

Al periódico, en general, le falta espacio dedicado a lo artístico. En cambio, cuando lo leo siempre me sobran páginas de deportes. Está bien que se cultive el aspecto físico, pero hay que cultivar el espíritu. El público siempre pide lo que le dan. Se deja arrastrar. Si se estimula el interés del lector se le puede orientar hacia la cultura y el arte en sus diferentes modalidades.

UN COMPOSITOR

Don Javier Montsalvatge. Campo Vidal, 16.

—Encuentro que nuestra Prensa —salvando algunas excepciones— no alcanza casi nunca el equilibrio entre sus principales objetivos: informar, opinar y orientar. Sobre temas de actualidad, proporciona poca información; sobre arte, opina poco; sobre deporte, informa, opina y orienta demasiado; sobre música, apenas informa, no opina ni orienta. Repito que encontraríamos excepciones, pero no todas coincidirían en un mismo periódico.

Don Emilio Vendrell, 67 años. Bruch, 91.

—La Prensa diaria barcelonesa precisa hoy en día de abordar y cultivar con mayor ahinco la cultura, la expresión local. Se da demasiado espacio al deporte y a la política extranjera, en detrimento de la información puramente barcelonesa, regional y aun nacional. Con referencia al tema de mi especialización, la música y el canto, se puede decir que se hallan completamente abandonados; los bailables y la música, si es que se puede llamar música, moderna, ligera, han desterrado a la auténtica expresión musical. La monotonía de los periódicos actuales es muy manifiesta. En mi juventud la gente sabía qué periódico tenía que comprar y lo que en él encontraría; ahora, no.

EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD DE BARCELONA

Don Antonio Torroja Miret. Rambla de Cataluña, 86.

—Invitado a participar en esta encuesta en torno a la Prensa, y ajeno al ambiente periodístico y sus problemas particulares, me permito tan sólo subrayar la conveniencia de que la Prensa no olvide nunca que su fin esencial no es la mera información de los lectores, sino la recta formación de éstos. Para lo cual la información que les facilite debe ser siempre y ante todo verídica y justa; no sólo en cuanto exenta de errores materiales o morales, sino también en cuanto atribuya a cada noticia o grupo de noticias, por el relieve o la extensión que les dedique, la importancia relativa que tengan en una justa escala de valores humanos. Es cierto que no siempre coincide esta escala de valores con la escala de preferencia de los lectores, y fácilmente se adivinan las dificultades que ello puede suponer para lograr la difusión que cada periódico o revista persigue honradamente. Pero la enorme influencia social de la Prensa le impone una responsabilidad correlativa; y ésta implica deberes, que no pueden ser olvidados por plegarse a preferencias, acaso injustificadas, de los lectores. La Prensa debe estar al servicio de éstos, pero no tanto para satisfacer sus gustos cuanto para contribuir a su recta formación en todos los órdenes.

UN TEOLOGO

Reverendo padre José María Milagro, dominico. Treinta y seis años. Bailén, número 10.

—El periodismo español está vertebrado por unos claros y fundamentales principios religiosos, a los que da cuerpo un sistema de doctrina inspirado en las normas y orientaciones de la Santa Sede y de la jerarquía eclesiástica. Nuestro periodismo tiene una clarísima y radiante ejecutoria de fidelidad a los postulados más exigentes de nuestro credo religioso y nunca ha estado al servicio del bien común social con la entusiasta dedicación con que lo está el de nuestra Cruzada. Y ello gracias a que la conciencia de los periodistas tiene un más elevado sentido vocacional, más acusada vivencia de responsabilidad y más sumisión a las exigencias morales de la verdad. El periodismo español es, desde el punto de vista de la moralidad, el más sano que existe.

UN EDITOR

Don José Pardo. Cuarenta y seis años. Director de Editorial Noguer, Lauria, 124.

—Como editor, me gusta y agradezco el esfuerzo de gran parte de la Prensa española, que dedica al libro una atención constante y cada día más amplia.

—También como editor considero necesidad urgente y casi general de nuestra Prensa la de renovar y modernizar su utillaje. Hay que alcanzar para las publicaciones periódicas españolas las ventajas y el nivel de los más recientes procedimientos de impresión y reproducción. En este aspecto el camino a recorrer es largo.

Don Sebastián Juan Arbó, Vergós, número 10.

—Tal como está la Prensa, no creo que necesite grandes modificaciones; a mí entender, la cifra de las tiradas no tiene nada que ver con esto. Las tiradas de los periódicos responden al nivel cultural de la nación, a sus apetencias espirituales, que, afortunadamente, mejoran de día en día, como mejoran las cifras de las tiradas; se leen, entre nosotros, menos periódicos, como se leen menos libros, etc., que en otros países. A mí me parece una necesidad pretender que el periódico dedique menos al deporte, por ejemplo, y más a las actividades intelectuales; el periódico debe responder a las exigencias y necesidades de la masa de lectores; debe interesar a la mayoría, no aburrirle para darles gusto a unos cuantos. Sólo una cosa me parece faltar: que se permitiese un poco más de espacio a la controversia sobre temas de interés nacional, y esto no sólo en beneficio de los periódicos, sino también de la nación. Por mi parte, soy un vicioso del periódico, o más bien de la noticia, y lo primero que hago al levantarme es echarle una ojeada. En general, y siempre que puedo, ojeo todos los periódicos; leer, leo sólo uno. Acostumbro a leer todos los títulos y lo que en los títulos despierta mi interés o mi curiosidad. Leo infaliblemente el artículo de política exterior, que es lo que tiene para mí más interés, y algunas crónicas de corresponsales por el mismo motivo. Leo algunos artículos, no todos; alguna crítica de cine o de teatro, aunque pocas, y algo de las secciones fijas; leo, eso sí, invariablemente, la sección de sucesos y alguna vez la crónica de toros, cosa extraña, ya que en mi vida he ido una sola vez a los toros. Aquel que sepa la razón que me la explique. Y con esto paso a las noticias de última hora, que son para mí una golosina. Esta es mi sesión de periódico diaria.

UN HISTORIADOR

Don Ramón de Abadal, Caspe, 56.

—Se está pidiendo a nuestra industria y a nuestro comercio un máximo esfuerzo para aproximarse a la situación y condiciones de los europeos ante la previsión justa y esperanzadora de que en plazo más o menos largo habremos de incorporarnos a Europa.

Yo pediría a la Prensa que hiciera el mismo esfuerzo. Conozco, fui director de diarios en otros tiempos, las dificultades que la práctica técnica y la economía de las empresas oponen a la necesaria mejora. Pero, no revolucionariamente, que las revoluciones destruyen siempre más que no crean, sino evolutivamente, con una profunda y permanente voluntad de tendencia, hay que ir a ello.

Nuestra Prensa necesita mejoras materiales, técnicas (en el papel, en la tipografía, en el dibujo), y mejoras en su concepción y estructura. Se resiente de su carácter de almacén de noticias más o menos clasificadas; nos da los materiales, pero no el edificio. Faltan, en general, las operaciones de ponderación, valoración y construcción, que hoy se dejan al trabajo del lector. Y hay que pensar que el lector no tiene tiempo para unas operaciones que en rigor corresponden al periodista. Como no tiene tiempo para leer la profusión expositoria acostumbrada; pide más concisión, más síntesis. Incluso correspondencias y artículos, en la Prensa, debieran ser más ceñidos.

EL PRESIDENTE DEL REAL CIRCULO ARTISTICO

Don Eusebio de Güell, vizconde de Güell, Balmes, 132.

—Hay varios periódicos en España cuya lectura tiene interés. En el caso de "El Noticiero Universal", por la hora de su salida, es indudable que en algunos casos el interés informativo disminuye mucho por el hecho de que, inevitablemente, las noticias que ofrece son conocidas desde la mañana, y en otros casos, avanza noticias con relación a los diarios matutinos. Y así, mientras unos dicen: "No leo "El Noticiero Universal" porque ya leo los periódicos de la mañana", otros, que también tienen razón, dicen: "Ya he leído "El Noticiero Universal". Me intereso, aparte del interés intrínseco de algunas noticias, por los artículos

porque considero que hay muy buenos ensayistas en España y, por lo tanto, buenos ensayos y artículos. Es muy interesante el aspecto de la corresponsalía con el extranjero. Se debe difundir más.

En España se lee poco, creo que por poca afición y hábito a leer. La gente se preocupa por los deportes y a mí me parece desorbitado el espacio que se les dedica, si bien hay que reconocer el marcadísimo interés de grandes zonas de la opinión por todo este tipo de informaciones.

EL PRESIDENTE DEL REAL AUTOMOVIL CLUB DE CATALUÑA

Don Salvador Fábregas Bas. Trafalgar, 4.

—Considero que algunos periódicos nacionales están a la altura de la buena Prensa europea, disponiendo en el extranjero de excelentes corresponsales, que nos procuran, no sólo el comentario de actualidad sobre política internacional, sino muy interesantes crónicas que nos permiten conocer la vida, trabajo y anécdota del país en que están destacados.

Encuentro de interés que los periódicos dediquen artículos a variados temas, ya sean científicos, de orientación profesional, financieros o de simple instruir, deleitando. Igualmente, las crónicas dedicadas a la vida de la ciudad encuentran mucha atención entre los lectores.

El buen sentido de nuestra Prensa en no exaltar la nota sensacionalista podría ser ejemplo para muchos periódicos extranjeros, tan propensos a divulgar hasta el más íntimo detalle sobre sucesos, morbosos o macabros, que sólo deberían figurar en los archivos de la Policía.

Lo que a mi entender podría mejorarse es la monotonía de la información a través del telegrama de agencia, igual en todos los periódicos.

Finalmente, y refiriéndome al espacio dedicado al deporte, que es uno de los temas que más se debate, considero que, aun admitiendo la parte del león que corresponde al fútbol, en relación a las fabulosas masas que moviliza, debería ampliarse la atención a otros deportes más modestos, pues ello representaría un buen estímulo para los auténticos practicantes deportivos.

UN BANQUERO

Don José María Mas Sarda. Tenor Viñas, número 6.

—Como es natural, los asuntos económicos son los que más vivo y, por ello, quiero hacer constar que leo con interés todo cuanto se relaciona con éstos en la Prensa local, a la que estoy suscrito. Han perfeccionado mucho los periódicos este sector informativo y con ello han demostrado captar el interés que late en la atmósfera barcelonesa, cerca de un problema que está en la mente de las personas que ostentan cargos de responsabilidad en grandes o pequeñas empresas, así como todo aquel que se debe a su economía de tipo familiar. Aparte de que voy al fútbol, porque es un deporte que me gusta, considero que la Prensa dedica demasiado espacio y atención a "los casos del fútbol".

Se cierra la encuesta con el siguiente comentario:

Con la puntuación, hoy, de la última serie de opiniones acerca de la Prensa diaria, damos fin a esta encuesta que fué planeada y puesta en marcha con el limpio propósito de someter a la crítica de quién puede y debe juzgarnos, el público lector, nuestra labor de críticos de los días y de los hechos. No podemos quejarnos del resultado obtenido. De una parte hemos establecido una premisa, la de que los lectores o quienes primordialmente debe servir el periodista en todo momento, hayan tenido la opción de dialogar con nosotros para decirnos cordialmente qué les gusta y qué les desagrada, qué sobra y qué falta, en este servicio nuestro cotidiano; creemos que nos hemos acercado mutuamente y esto siempre es importante y fructífero. De otra parte, queda virtualmente planteado lo que podríamos denominar "periódico ideal", enfocado, limitada cada una de sus secciones a las proporciones precisas, completo. Un patrón difícil de implantar, por una serie de circunstancias que escapan a las posibilidades del periodista y de la propia empresa, pero que puede valer como referencia cercana para aproximarse a él en todo lo posible.

El agradecimiento que particularmente hemos hecho constar a cada uno de

los participantes en estas encuestas lo reiteramos ahora nuevamente. Como asimismo, nuestra satisfacción profesional por haber podido brindar al público la oportunidad de ejercer uno de sus más elevados y trascendentes derechos: el de expresar su opinión en cualquier materia de su interés.

Una encuesta realizada por José María Hernández, José Antonio Loren, Antonio Figueruelo, J. M. Armengou y Alfredo Amestoy.—“El Noticiero Universal”, 8, 9, 12, 13, 14-IV-1960.

071

Clarasó, Noel.—**Revistas.**—Hoy nos sobran unos céntimos. Lo decimos así, empequeñeciéndolo, enemigos que somos de la presunción, y añadimos que no es que nos sobren, sino que en vez de gastarlos en las atenciones inmediatas que los reclaman, nos permitimos la alegría de improvisar con ellos una satisfacción.

Es lunes. En los quioscos aparecen las revistas nuevas del sábado, las nuestras y las de fuera que han tenido tiempo de llegar. El lunes es el mejor día para gastar un dinero en revistas, como el domingo ha sido el mejor día para gastarlo en realidades buenas que no sean de negocio.

El conflicto con las revistas es saber escoger las mejores. ¡Hay tantas! Y los especialistas en portadas todos consiguen seducirnos con ellas. Los precedentes sirven de poco, pues la revista interesantísima toda esta semana, deja de serlo toda la semana próxima. Y al revés. Yo creo que lo hacen adrede, para que piquemos, y después descansan.

Los aficionados a revistas, que somos legión, escogemos a bulto. A veces tenemos suerte, compramos tres y encontramos muchas noticias, textos y reportajes interesantes. A veces es al revés, compramos diez y no encontramos nada, absolutamente nada.

Lo único malo de las revistas de actualidad, y a la vez lo único bueno, según el matiz del cristal con que se mira, es que tratan los temas muy superficialmente, y así el espacio les cunde para todos los temas que componen la actualidad. Y esto lo hacen todas a la vez, casi en la misma forma. O sea que, semana tras semana, todas se parecen mucho. Tanto que algunos sábados, cuando hemos tenido en el mundo suceso grande, vista una, vistas todas.

Ultimamente hemos tenido la semana del Sha de Persia y Farah Diba; la semana de los sucesos de Argelia, con lo de Lagailarde y Ortiz; la semana de Fausto Coppi y de su vieja historia con Giulia Occhini; la semana del advenimiento al mundo del niño Nicolás Charrier gracias a la generosa aportación maternal de la famosa B. B.; la semana del proceso y la condena de Jaccoud, y otra del proceso del falso médico hipnotizador, Spears...

—Me gustaría conocer a fondo el caso Jaccoud.

¡Y a mí! Pero esto es imposible. Vemos muchas fotografías y los mismos datos, nos enteramos de todo siete veces, siempre por encima, pero a fondo nunca sabemos nada.

¿Es mejor o es peor así? No lo sé. Me limito, hace tiempo, a observar las cosas y a intentar explicar cómo son. Y nunca me atrevo a insinuar cómo deberían ser. Cómo también podrían ser, algunas veces, sí. El planteamiento de posibilidades es un trabajo alegre. Y este es el caso ahora con las revistas: podrían ponerse de acuerdo y repartirse la actualidad, como si entre todas ellas formaran una sola revista inmensa de la que, cada revista actual, fuese una sección.

—Usted ha dicho que quería conocer a fondo el caso Jaccoud, ¿no? Pues compre la revista tal. Le ha tocado este caso en el reparto. Y si quiere conocer la vida íntima de este campeón que acaba de morir, compre tal otra. Todas tienen buenos informadores y saben apurar las cosas.

Entonces la elección sería fácil. Y todas las revistas llevarían una sección de larga información general, con el índice de todos los casos y temas que nutren la actualidad y el nombre de la revista que le dedica todo el espacio.

Pensaba esto hoy, porque mientras hojeaba dos revistas para la mujer, he visto hasta los mismos modelos de vestidos repetidos en las dos exactamente iguales. Una demostración muy afortunada de que la moda es uno de los acontecimientos de la más rigurosa actualidad.

Y otra cosa: ¿Qué hacen ustedes con las revistas una vez leídas, las tiran o las guardan? ¿Las guardan todas o sólo guardan algunas? ¿Las guardan enteras o sólo guardan trozos, páginas?

Este es otro tema y otro problema, con varias soluciones todas imperfectas y discutibles. Yo las expondré y así les daré tema para que ustedes después las puedan discutir Pero hoy no, otro día, como segunda parte de este tema de hoy. "La Vanguardia Española", 4-III-60, 5.

Martínez, Adolfo.—Emilio Romero habla de la Prensa universitaria.—Emilio Romero es autor de "La paz empieza nunca", "El futuro de España nace un poco todos los días" y "El vagabundo pasa de largo". Es también director del periódico "Pueblo". No hace falta, pues, sino escucharle.

—¿Qué opinión le merece la actual Prensa universitaria?

—Tengo muy buena opinión de ella, pero no refiriéndome exclusivamente a la Prensa actual, sino a toda la que corresponde a estos años. No tengo noticias de precedentes mejores a éstos. En algunos casos, las revistas universitarias han alcanzado un nivel tan importante que, lejos de parecer que estaban hechas por vocaciones en desarrollo, daban la impresión de que las hacían vocaciones definitivas.

—En su opinión, ¿cuál es el principal defecto de esta Prensa?

—Su falta de continuidad y cierto aislamiento en orden a la problemática extrauniversitaria.

—¿Y su principal virtud?

—Los mayores deseos de sinceridad respecto al resto de las publicaciones españolas.

—¿Qué misión debe cumplir la Prensa universitaria?

—Suscitar principalmente la curiosidad ante los problemas extrauniversitarios, pero sobre los que la Universidad tiene que ejercer rectoría.

—¿La cumple?

—Creo que no del todo.

—¿Cuál es la postura de la Prensa no universitaria frente a la Universidad?

—Carente de interés. No presta la más ligera atención a las tensiones espirituales y a los problemas diversos del grupo de hombres que han de constituir las "élites" dirigentes del futuro.

—¿Cuál debería ser?

—La de una preocupación honesta, sin tópicos a la juventud, sin reproches a la limpia rebeldía y con correctivos a la irresponsabilidad y a la falta de información.

—Esta Prensa ignora prácticamente a la Universidad, ¿por qué?

—Porque ignora otras muchas cosas de la vida española, sin que su silencio constituya, por otra parte, hostilidad, sino deserción o atonía.

—A su juicio, ¿cumple su misión la Escuela de Periodismo?

—No tengo elementos de juicio suficientes para responder a esta pregunta.

Creo que la Escuela de Periodismo es un instrumento más beneficioso que si no existiera. Es una Escuela, por otro lado, joven, y necesita ciertas depuraciones. No creo que se ponga a su disposición los medios necesarios para una finalidad tan importante. En resumen: Su balance es más favorable que desfavorable.

—Si usted fuera director de una revista universitaria, ¿qué orientación le daría? ¿Consideraría más importante la cuestión informativa o la problemática?

—Es necesario advertir que desde mi madurez profesional se me pueden ocurrir cosas que en mi pasada vida universitaria no se me ocurrirían. Quiero con esto disculpar los defectos que yo veo a mi altura de la actividad universitaria en las publicaciones, defectos en los que yo mismo habría incurrido. Si tuviera que dirigirla desde ahora, tendría que contar esencialmente con la información y la opinión, pero procuraría que alguna información no fuera tan banal —aunque lógica— como la de los periódicos de lectores, sino que hasta la información estaría problematizada, ya que el fin de las revistas universitarias es esencialmente éste.

—¿Podría comparar la inquietud que sentía la juventud de su tiempo por los problemas de la sociedad con los que siente la juventud actual?

—En inquietud no creo que puedan establecerse diferencias. Todos los universitarios reciben a su hora sus suscitaciones del mundo en que viven. Los de mi tiempo teníamos una sociedad diferente a la actual, e inhabitable, y acomodamos a ella nuestras reacciones. Hasta tal punto fué importante esta inquietud, que de la Universidad partió, principalmente, la iniciativa para operar sobre

la sociedad, para modificarla. Entonces creímos que esto era urgente y necesario. Ahora es otra sociedad la que tiene por delante la Universidad. Yo, principalmente, creo que esta sociedad es habitable, aunque incómoda, y no está necesitada de una movilización heroica de los universitarios para volverla del revés, pero, sin embargo, tiene que recibir la inquietud universitaria para perfeccionarla y acomodarla al tiempo en que vive.—“24”, número 14, II-III-60.

Sampelayo, Juan.—**Conversación con Manuel Aznar.**

TELETIPOS

Abajo están los teletipos, en unas habitaciones grandes que tienen aire de quirófano o de laboratorios, muy semejantes a éstos en que el señor Jean Rostand, “inmortal” en Francia y biólogo universal, hace experiencias sobre la vida. En los teletipos está la vida, que lo mismo puede ser la boda de Margarita de Inglaterra que un nuevo seísmo en Agadir; igual la triste nueva de un niño que nace sin cerebro que una noticia alegre que nos cuenta de un zapatero siciliano a quien las quinielas futbolísticas le van a permitir comprarse un “palazzo” a la sombra de los canales de Venecia.

Abajo, los teletipos, y aquí arriba, con dos balcones o tres; sí, más bien creo que tres, sobre Ayala, frente por frente al Cristo de la Salud, el despacho de don Manuel Aznar —con el nombre basta y sobra—, director de la Efe.

Es grande, sin llegar a lo mussoliniano, el despacho, que tiene en un lado un tresillo para visitas de cumplido y en el otro extremo la mesa de trabajo, que está llena de papeles. Hay dos o tres cartones de invitaciones. Hay la carpeta esperando la firma y las hojas de lo que se acaba de cocer en el mundo, desde el mundo del baloncesto al de los demócratas cristianos, desde el de lo que van a llevar las señoras para los bailes al de “K” y sus muchachos.

Sobre la mesa hay también más llaves y un lápiz azul, y en otra pequeña, ¡pues no faltaría más!, dos teléfonos y un timbre que ahora, nada más sentarnos, don Manuel ha pulsado para que me traigan unas cuartillas.

Para empezar hubo la noticia del día que todavía casi no lo era, y luego mi pregunta de cómo fué él al periodismo. Pero antes de pasar más adelante, bueno es decir que de vez en vez nos escapamos de lección —la que él me daba al contestar— y nos íbamos a comentar lo del minuto, que llegaba por medio de las hojas o de lo que un señor de los bien informados le decía por teléfono.

Repetí la pregunta:

—La afición a las letras exclusivamente.

Y como de algo que se está orgulloso, unos es de que un hijo saca matrícula y otros de que su caballo gana copas, me añadió con voz en donde el tono joven y el del amor al oficio estaban por igual.

—Nunca escapé a esa afición.

Una chica de aire tímido y cabellos rubios viene a decir a don Manuel que ha llegado Antonio Cavada, que es periodista que sabe noticias antes que se produzcan. Se da por enterado y la chica se va, dejando tras de sí un perfume de colonia fresca. Y es don Manuel quien reinsiste sin pregunta mía en su afición amorosa al periodismo.

—Al cabo del tiempo, tras de la pasión, llega y permanece la afición. Pero está siempre la pasión por la noticia, tanto como ser, como su interpretación.

Y para que todo tenga su ejemplo, interpretamos una que acaba de producirse y que dentro de unas horas será plomo de linotipia.

CANTAR

No se trata, claro está, de cantar nada de “Aida”, ni mismamente de “La tabernera del puerto”, ni siquiera de una ranchera de ésas, que lo hacía a maravilla Pedro Infante. Se trata de “cantar”, así se dice en jerga periodística, una crónica de Pamplona a Madrid, pero... Sí, el pero está en su respuesta, cuando le pregunté a don Manuel por su primer periódico.

—En “La Tradición Navarra”, de Pamplona, empecé. Lo mismo hacía artículos firmados que “cantaba” una conferencia a Madrid, que recibía otra o escribía un reportaje sin firma.

Y uno siente, la verdad sea dicha, no tener a la mano una colección de aquel diario en que el joven Manuel escribe acaso de un tema humanístico o de un suceso en la Taconera. Siente, la verdad, no tener a la mano un ejemplar de este diario, que viene a la que es Villa y Corte y en el cual a buen seguro alguna vez firma también, y si no firma es su lector el señor don Juan Vázquez de Mella.

Ha tenido don Manuel otra vez —y me parece que van tres— una conferencia. A uno, la verdad, le dan unas ganas tremendas de preguntarle que de qué se trata, pero él insiste en aquello de la noticia.

—La pasión por la noticia absorbe todo. La noticia, créame, es las más hermosas “Moradas” interiores del periodismo.

Y don Manuel habló de aquéllas con tanto o más saber que su comentador, el padre Silveo de Santa Teresa. Habló dejando un poco en el olvido las noticias del minuto y de que tenía un par de personas esperando y que el reloj avanzaba de manera alarmante.

DE LO SUTIL Y DEL ESTILO

Una vez más la crónica se puso sobre el tapete, que en esta ocasión es el verde tapizado de la mesa. Y don Manuel, que se ha quitado las gafas y anda jugando con una plegadera, contesta rápido:

—La crónica tiene que tener dos cosas.

Se para un instante y deja la plegadera para ponerse de nuevo las gafas:

—Tiene que ser informativa, originalmente informativa y más fina y sutil en ésta que la noticia. Hay —dice ahora despacio— que castigar el estilo como si fuera un soneto.

—¿Y la de guerra?

—No tener más miedo que el imprescindible.

Y aquí don Manuel, que tiene buena zumba, recuerda algunos miedos suyos en las guerra por donde anduvo haciendo crónicas. Aquéllas de la que fuera guerra grande y aquéllas de la que fuera nuestra guerra. Unas crónicas que bien podrían ser libro de texto para si llega un día en que haya que escribirlas de nuevo —que Dios no lo quiera—, de texto también, para escribir un castellano, de primera.

—¿Qué hay que tener en el periodismo?

—Pasión e interés y estar revestido de antenas captadoras.

Y como sale el ayer y el hoy al aire quieto de este despacho, iluminado por la suave luz de la lámpara de su mesa y la que entra a través de los balcones, añade:

—No hay periodismo joven ni viejo, hay bueno y malo. Ahora el poder salir con un artículo es más fácil que antes. Sí, ayer era más difícil, bien que hubiera más periódicos.

Y echamos un repaso a los periódicos y un repaso con cariño a los amigos que él trajo, para bien de la Prensa, a los periódicos de nuestra tierra, a José María Alfaro, otra vez en lejanías bonaerenses, y a nuestro Pedro Mourlane Michelena, ya ido para no volver, y a Víctor de la Serna, que también se marchó con desconsuelo para los “papeles” y los amigos, y a Rafael Sánchez Mazas, primores y erudición de la prosa, a..., bueno, a tantos.

ESTE EDIFICIO

En esta misma Casa donde se vá a componer y a “tirar” luego esta conversación, estuvo en otro tiempo, que ya más bien va siendo lejano que otra cosa, “El Sol”, uno de los primeros —primerísimo— periódicos de este siglo aquí y fuera. Don Manuel dirige “El Sol” en los días en que brilla más, que son días en que escriben el mismo, muchos de los que luego vendrían a escribir este “Arriba” nuestro ya de veinticinco años de edad. Por eso y porque es como de reglamento en estas charlas le pregunté a Aznar por la tarea directorial.

—Es mejor que escriba el director, pero lo que tiene que hacer es leer. Sí, leer con cuidado. El es un director de Orquesta que tiene que estar pendiente del tono y del compás, de la afinación y del ritmo.

Y como antes habló de Santa Teresa, con el saber de un comentarista, ahora, pues, lo hizo de música como el mismo Bernard Gavoty.

—¿Ha cambiado mucho el ejercicio profesional de ayer a hoy?

—Sí, ha cambiado; en conjunto está mejor preparado.

—¿Las escuelas?

Vino la joven rubia para comunicar que un visitante estaba un tanto nervioso con la espera. Se la recomendó tranquilidad.

—Positivamente valen como los Institutos, como las Universidades. Si cumplen bien, valen mucho.

Aznar había traído consigo —uno llegó, cuando él lo hacía, con puntualidad británica a la cita— una carpeta azul de las sencillas, nada de pieles. La miré acaso con esa insistencia con que se mira a las chicas o las maduras en la calle, cuando llega la Primavera, es decir, con decoro. El lo advirtió —menudo lince es don Manuel para no advertir nada— y me dijo: “Es mi lección de hoy en la Escuela Diplomática, donde estoy dando un curso sobre “La información al servicio de la diplomacia.”

Y don Manuel me contó de las lecciones de este curso que a lo mejor un día se convierten en un libro.

Me dijo todo esto y me añadió:

—El periodismo en diplomacia es decisivo. Un diplomático sin información, nada.

ENTUSIASMO

—¿Tenían ustedes respeto a los mayores, don Manuel?

—Profundo. Debe existir. Ahora una cosa es el respeto y otra el enjuiciamiento de una obra, de una tarea.

Seguramente que a estas horas o que dentro de muy pocas, Aznar va como piloto de altura —usemos del barojiano título— a “La Vanguardia”, gran y universal diario. Por eso hay que preguntar cómo va a ella.

—Voy con lo mejor que tengo.

Y al decirlo se veía en los ojos de don Manuel, y en su voz se latía, esa pasión del periodismo que ha estado presente en esta charla a la sombra —bueno, esto es una figura— de los teletipos y de las fotografías, ya con vacas de siete cuernos, tierras que tiemblan y chicas en bikini, para la primera página y a tres columnas.—“Arriba”, 27-III-60, 37.

Un “diario” sin precedentes.—“El Mercurio”, de Santiago de Chile, bajo el título “Blanco y Negro” edita un “diario sonoro para don Germán Vergara”, publica una interesante información que dice así:

“Ha llegado a nuestro conocimiento la noticia de que la revista “Blanco y Negro” ha tenido el generoso y delicado gesto de concebir la redacción de un “diario hablado” que se confecciona diariamente y se envía a Barcelona en cinta magnética, con el objeto de informar de la actualidad mundial a don Germán Vergara Donoso, ministro de Relaciones de Chile, que convalece de una delicada intervención quirúrgica en esa ciudad, a que fué sometido por el doctor Barraquer.

Como una primicia, damos a conocer en seguida el editorial con que “Blanco y Negro” inició este original servicio:

“Señor ministro:

“Blanco y Negro”, que es la revista gráfica más antigua de España, y que por eso tiene agudizada su sensibilidad para todo lo periodísticamente importante, ha advertido la honrosa presencia de V. E. en España, en donde ha sido objeto de una intervención quirúrgica por un compatriota nuestro, que es quizás el más eminente oftalmólogo universal. Durante los cortos días que dure la convalecencia de V. E., en el curso de la cual no deberá, por prescripción facultativa, leer los periódicos, “Blanco y Negro” redactará un diario que, grabado en cinta magnetofónica, le dará en pocos minutos una visión panorámica de la actualidad internacional, con especial consideración de la vida política y cultural hispánica. Y como “Blanco y Negro” es una revista gráfica, tratará de insertar en este diario la imagen, incluso la imagen en colores. Para ello describirá los reportajes gráficos de mayor interés que se hayan publicado o que se hayan recibido en nuestra Redacción. También la información económica y bolsística internacional facilitada por el Banco Ex-

terior de España tendrá cabida en este periódico hablado, que en único ejemplar se destinará exclusivamente a V. E.

Le deseo, señor ministro, una convalecencia muy rápida y le prometo que el equipo de redacción de "Blanco y Negro" hará todo lo posible para quintaesenciar con la mayor sobriedad, para seleccionar con el más imparcial espíritu crítico y para glosar con brevedad e intención el inmenso material que de nuestros corresponsales llega diariamente a nuestra Redacción. Estoy seguro, señor ministro, de que mis colaboradores conseguirán el pequeño milagro de que V. E., en la oscuridad de su cuarto de reposo, pueda incluso ver nuestros reportajes fotográficos.

Con el mayor respeto se pone a su disposición y le saluda

El director de "Blanco y Negro".

Como recuerdo de esta afectuosa atención con que la revista española pretende hacer llegar al señor Vergara su saludo cariñoso, se le obsequiará el conjunto de las ediciones del "diario sonoro".

* * *

N. de la R.—"El Comercio", de Lima; "El Espectador", de Montevideo; "La Nación" y "La Prensa", de Buenos Aires, recogen también esta información, que fué publicada por primera vez en "La Vanguardia", de Barcelona, y retransmitida posteriormente por los corresponsales de los citados diarios en España.—"A B C", 4-V-1960.

Assía, Augusto.—**Lo que cuesta un periódico. "El exceso de circulación no es solución económica para un diario"**.—"Aunque con la excepción de un sólo país, en Europa las tiradas de los periódicos han subido extraordinariamente desde el año 1935, y siguen subiendo. Este hecho, en vez de facilitar, a dificultado más, paradójicamente, la vida de los periódicos, que en la lucha por el lector, han aumentado sus gastos en proporciones gigantescas, mientras los gastos les obligan, a su vez, a una lucha cada vez mayor por la publicidad." Refiere luego Augusto Assía la desaparición en el último año de varios diarios y revistas, todos ellos por escasez de tirada; esto es, porque la tirada no era suficiente para mantenerlos. Relata el caso de la revista "Picture Post", de Londres, que murió hace un año con una tirada de un millón ochocientos mil ejemplares, y el del periódico de Saint Louis, "The Globe-Democrat", que, con una tirada de 332.823 ejemplares, tuvo que fundirse con el famoso "Post-Dispatch".

"El periódico medio, europeo o americano —sigue diciendo el corresponsal de "Ya"—, cubre hoy con el producto de la venta sólo el 29 por 100 de sus gastos. El 71 por 100 es cubierto por los ingresos de la publicidad." Añade Augusto Assía que la publicidad es "un monstruo insaciable", ya que a mayor volumen de publicidad, más páginas se necesitan y, por consiguiente, más información, más redactores, más gastos administrativos, más papel, más tinta... Factores éstos que requieren un nuevo factor, la maquinaria, "Talón de Aquiles de las empresas periodísticas". Señala Assía que un periódico de corte europeo necesita unos 250 millones de pesetas en maquinaria, y otros 30 ó 40 en edificios. Y todo ello corriendo el riesgo, como ha ocurrido ahora en Cuba —aunque tal riesgo no existe en los grandes países europeos—, "de que surja una dictadura y se le quede a usted por las buenas, alegando cualquier frase heroica, con su periódico de usted, sin más ambages ni rodeos".—"Ya", 6-VI-1960.

Biografías

07(0):92

Calderón, Cipriano.—**Los periodistas del Vaticano**.—El nuevo director de "L'Osservatore Romano", Raimundo Manzini, ha tomado posesión de su cargo y con su presencia ha traído a la Dirección y a la Redacción del diario Vaticano un aire de novedad y de singular expectación. Dentro de los muros de la ciudad papal el órgano oficioso de la Santa Sede dispone de un pequeño palacio en la "Via del Pellegrino", donde está también la sala de los periodistas extranjeros. El primer día de su llegada a "L'Osservatore Romano", después de ser presentado a todos los redactores del periódico, el nuevo director

ha querido saludar también a los corresponsales que frecuentan la "Sala Stampa" del Vaticano. En los ambientes periodísticos de Roma, como en el gran mundo de la Prensa católica, la figura de Raimundo Manzini es de sobra conocida. El es el presidente de la Asociación de periodistas católicos italianos y los extranjeros han tenido ocasión de cruzarse con él en los Congresos internacionales de la Prensa católica.

LA FIGURA DE RAIMUNDO MANZINI

El nuevo director del diario Vaticano tiene cincuenta y nueve años y hasta ayer mismo ha batallado en las más avanzadas posiciones de la política cristiana y del periodismo moderno. Apenas estrenó Italia la democracia en 1946, Raimundo Manzini llegó al parlamento como miembro del partido demócrata cristiano. A partir de entonces en todas las elecciones que se han celebrado, Manzini ha sido elegido diputado por la circunscripción de Bolonia. Fué secretario de la Presidencia para la Prensa e información en el Gobierno de Scelba (1954-1955) y en la actualidad era dirigente del partido. Como político se ha distinguido siempre por su equilibrio centrista, en perfecta coherencia con su formación íntegramente cristiana y sus inquietudes sociales.

En el campo apostólico Manzini milita desde los años de su juventud. Hacía sus estudios universitarios en Milán cuando entró en la Compañía de San Pablo, la obra del cardenal Ferrari, que allá por el año 20 comenzaba, primero en Milán y luego en toda Italia, a realizar una difícil e intensa "acción católica" de vanguardia. Manzini en aquel distinguido grupo apostólico fué desde un principio el periodista, el joven decididamente avocado al apostolado de la pluma. Sus cualidades en este campo aparecieron en seguida tan sobresalientes, que a los veintiséis años fué nombrado director de "L'Avvenire d'Italia", el periódico que el cardenal Nasali Rocca, arzobispo de Bolonia, encomendó en 1926 al grupo de los "paulinos".

Desde el 8 de diciembre de 1927 hasta el 31 de marzo de 1960 —treinta y dos años— Raimundo Manzini ha sido director de un diario católico que él mismo, con su intuición periodística y esfuerzo personal, ha convertido en uno de los principales periódicos italianos. "L'Avvenire d'Italia", sobre todo en estos últimos años, con el respaldo y el apoyo decidido de la Comisión Episcopal, de la cual depende, ha adquirido una fisonomía nueva, que hace de él un gran diario moderno y uno de los "órganos de información católica" más influyentes de la Italia. Hasta ahora, casi diariamente, el periódico abría su primera página con un interesantísimo comentario de actualidad, artículo de fondo firmado por R. M.

La pluma de Raimundo Manzini, que Su Santidad Juan XXIII ha querido trasladar de Bolonia a la Ciudad del Vaticano, trae al diario pontificio todo el fogoso impulso propio de un director que procede de las filas del periodismo más activo, moderno y batallador. Por eso muchos se preguntan con curiosidad si este cambio de jefe en el timón de "L'Osservatore Romano" no traerá también, a la larga, un cambio de estilo y de técnica periodística en este diario tan original, que se dispone ahora a cumplir su primer centenario de vida.

LOS PERIODISTAS DEL PAPA

Juan XXIII conoce bien a Raimundo Manzini, con quien tuvo frecuentes contactos cuando Su Santidad estaba en Venecia. "L'Avvenire d'Italia", como periódico católico, cubre también la zona del patriarcado veneciano y precisamente el corresponsal del periódico en la "serenísima" ciudad de las aguas fué durante mucho tiempo el secretario particular de Juan XXIII, monseñor Capovilla. Este distinguido sacerdote, que se pasa el día trabajando junto al Papa, entre las ricas cualidades de su personalidad, tiene la de ser un gran periodista, ya que, además de colaborar desde Venecia para "L'Avvenire d'Italia", fué también director del semanario diocesano "La Voce de San Marco".

En Roma ha sido muy alabado el gesto de generosidad en el servicio de la Iglesia que ha hecho el diputado Manzini para venir a "L'Osservatore Romano". La nueva y delicada misión le ha impuesto una renuncia completa a

su prometedor carrera política y a todos los cargos públicos que antes ejercía en Italia.

Cesidio Lolli ha sido nombrado vicedirector de "L'Osservatore Romano" para la crónica oficial y religiosa. Es un experto "periodista vaticano" de sesenta y cuatro años de edad. Comenzó sus tareas de escritor trabajando en el semanario de la Confederación Obrera Católica, cuando era secretario de la misma el actual presidente de la República Italiana, Juan Gronchi. Pasó luego a la oficina de Prensa de la Acción Católica, de la que fué director hasta que, en 1926, ingresó en la Redacción del diario pontificio. Lolli es el periodista que aparece cerca del trono papal en todas las audiencias y ceremonias oficiales del Vaticano. Desde hace años es el encargado de redactar la crónica de dichos actos y de recoger y preparar para la imprenta el texto de los discursos pontificios. Ahora, con Juan XXIII, como en tiempos de Pío XI, Lolli tiene que redactar no pocas veces la referencia más o menos textual o resumida de las alocuciones, que con frecuencia el Papa pronuncia espontáneamente, sin texto preelaborado, en las audiencias generales o en otros actos. La pluma de este periodista tiene un tino especial para esto, tanto es así que Pío XI solía afirmar que los resúmenes de sus discursos, hechos por Lolli, constituían texto definitivo para el mismo Papa. Pío XII, como es sabido, no improvisaba nunca y quería siempre revisar personalmente las pruebas de imprenta de sus discursos. Para esta tarea Lolli era el enlace entre el Santo Padre y el periódico. Un periodista exclusivamente al servicio del Papa.

En cambio, al servicio más directo de la Secretaría de Estado ha trabajado, durante los últimos años, Federico Alessandrini, que ahora ha sido confirmado en su puesto como "vicedirector de "L'Osservatore Romano" para la Redacción", esto es, fundamentalmente, para la parte política. En el diario vaticano es ésta una sección delicadísima, no tanto por lo que el periódico dice, cuanto por la interpretación que los ambientes políticos y diplomáticos están siempre dispuestos a dar a cada una de las líneas dedicadas a narrar o comentar acontecimientos de carácter italiano o internacional. Para cuidar esta sección, así como otras que en algún caso puedan tener algún carácter oficioso, Alessandrini es muy capaz de interpretar inteligentemente el pensamiento de los dirigentes de la Secretaría de Estado. Ha tenido siempre contacto directo con el cardenal Tardini, con monseñor Dell'Acqua y monseñor Samorè y también con el cardenal Montini, cuando estaba en la Secretaría de Estado. Procede de las filas de la Acción Católica y fue durante varios años director de "Il Quotidiano", el diario católico de Roma.

EL CONDE DELLA TORRE

Manzini encuentra en la Redacción de "L'Osservatore Romano" un excepcional equipo de colaboradores, constituido por un numeroso grupo de periodistas, entre los que figuran dos sacerdotes. Pero, además, el nuevo director puede contar también por ahora con el consejo y la rica experiencia del conde Della Torre. Esta insigne "figura vaticana", que durante cuarenta años ha dirigido el diario pontificio, ha sido ahora nombrado por el Papa "director emérito", es decir, honorario del periódico, y, dentro de lo que su salud le consienta, quiere seguir aportando a "L'Osservatore Romano" su colaboración.

José della Torre, conde de Sanguinetto, fué llamado al Vaticano por Benedicto XV en 1920, cuando tenía treinta y cinco años, y había sido ya director del periódico "Libertad" y presidente general de la Acción Católica Italiana. Ha servido con íntegra fidelidad a cuatro Papas. Juan XXIII, que le honra con especial amistad, le distinguió al principio de su pontificado nombrándole "Latore de la Rosa de Oro", que es uno de los más altos cargos honoríficos de la Corte pontificia. Ahora, al cesar en la dirección de "L'Osservatore Romano", el cardenal secretario de Estado ha dirigido al conde Della Torre una carta tan expresiva y tan exquisitamente redactada, que ha llamado en Roma la atención y que puede considerarse el mejor monumento a este hombre, cuyo historial en el Vaticano hace época.

El primer número de "L'Osservatore Romano" salió el 1 de julio de 1861. El diario pontificio se prepara ya a celebrar su primer centenario de vida, que ha de señalar una fecha cumbre en la historia del periodismo católico.—"Ecclesia", 16-IV-60, 21-22.

Revolucionó la Prensa hace 150 años.—Casi nadie tiene plena conciencia de que el periódico que desdoblamos todas las mañanas es el resultado del trabajo intelectual intenso de un inventor durante decenas de años. Son casi desconocidos los nombres de los hombres a los que debemos el periódico moderno desde el punto de vista técnico. El nombre del tipógrafo alemán Friedrich Koenig no pasa los límites de la profesión designada frecuentemente como "arte negra". La vida de Friedrich Koenig, cuyo gran invento, la rotativa, fué patentada hace 150 años, es una novela todavía por escribir, lleno de periferias, de luchas por una idea genial, de éxitos y de reveses, de envidia y de traición, con episodios de un amor romántico y un fin triunfal.

Todavía aprendiz de tipógrafo en Leipzig, Koenig resolvió perfeccionar las imprentas manuales en uso en aquella época para imprimir no sólo libros, sino periódicos.

Después de haber fracasado todas las tentativas de encontrar en Alemania un tipógrafo o un capitalista interesado en su idea, Koenig pasó a Inglaterra, donde, en aquella época, la técnica evolucionaba más rápidamente. Allí trabó conocimiento con el mecánico alemán Bauer, su aliado y socio para el resto de su vida. Los dos alemanes hallaron finalmente un capitalista inglés. La empresa era de tal envergadura que se hacía indispensable que un periódico de renombre adoptase el nuevo sistema. John Walter, entonces propietario del "Times", se comprometió a ello a pesar de que sus tipógrafos se declararon en huelga.

El nuevo invento se presentó a los lectores del "Times" en el ejemplar de 29 de noviembre de 1814. Había sonado la hora de la rotativa Koenig y se abría el camino a muchos perfeccionamientos que condujeron finalmente a las rotativas automáticas de nuestros días.

A los cincuenta y un años Koenig se casó con Fanny Jacobsen, hija de su antiguo amor, Johanna Hofmann, ya viuda y cuya mano pidiera en vano.

Friedrich Koenig falleció a los cincuenta y nueve años, en 1833, después de una vida extraordinariamente agitada, como jefe y uno de los fundadores de la firma "Koenig & Bauer". Cerca de sesenta años más tarde se erigió en su ciudad natal, Eisleben, un monumento a su memoria. Hay motivo para preguntarse quién erigirá el monumento de mayor proyección escribiendo la novela de la vida del gran inventor Friedrich Koenig.—"Vida Mundial", 16-IV-60, 11.—A.

Prensa Extranjera

07(0)

Garriga-Marqués, Ramón.—**La Prensa finlandesa.**—Hace pocos días que en estas mismas columnas, Manuel del Arco, dando sucinta cuenta de su reciente viaje por tierras escandinavas, subrayaba el alto índice de lectores existentes en estos países nórdicos. En realidad, uno de los mayores índices conocidos.

En Finlandia, también país escandinavo (junto con Suecia, Noruega, Dinamarca e Islandia), se tiene además el prurito de que no existen prácticamente otros analfabetos que aquellas personas que por retraso mental u otro motivo físico son incapaces de aprender a leer y a escribir, de forma que la proporción de analfabetos no llega ni al uno por ciento. Abundamos en el criterio sustentado también por el señor del Arco de que aquí, en estos países, la gente lee más por aburrimiento "y por no pasar frío por las calles", que no por otras causas. Algo análogo ocurre con la tan trompeteada "civilización" de estos países, donde si se cumplen las leyes a rajatabla no es siempre por puro espíritu de ciudadanía, sino por exclusiva falta de imaginación. Falta loable, naturalmente, pero que no debe llevarnos a creer en la "superioridad" de estos pueblos nórdicos, que es una pura entelequia. Siguiendo la misma línea de razonamiento, podríamos ir analizando la enorme diferencia existente entre los habitantes de estos países tomados colectivamente y la valía personal de cada individuo. La diferencia es estremecedora.

Pero el tema se concreta hoy a la lectura y primordialmente a los lectores que tiene la Prensa de este país, de una proporción superior a la de cualquier otro país en Europa. Efectivamente, con una población de cuatro millones y medio de habitantes, Finlandia tiene nada menos que doscientos cuatro periódicos, con una circulación total de cerca dos millones de ejemplares, y de estas

cuentas se exceptúan todavía noventa y seis publicaciones municipales, cuya circulación exacta no es conocida. En lenguaje puramente periodístico, a esto habrá que llamarle "saturación".

La circulación de esas publicaciones varía, desde luego. Así los diez diarios más importantes de la capital tienen una circulación total de casi setecientos mil ejemplares para servir a una población de cuatrocientos cincuenta mil habitantes, y aunque muchos de esos ejemplares se distribuyan en provincias, parece obvio que la mayoría de finlandeses están suscritos a más de un periódico diario.

Los diarios más importantes son generalmente considerados órganos de los varios partidos políticos, con la excepción del que podríamos llamar el número uno, el "Helsingin Sanomat", que se denomina independiente, aunque mantiene una concreta oposición al partido agrario, actualmente en el poder. La circulación del "Helsingin Sanomat" es de doscientos cincuenta mil ejemplares, lo cual representa más de la mitad de la población de la capital. Se lee mucho en todo Finlandia.

Estas cifras no son sorprendentes en este país. También algunos diarios de provincias (y aun de las más remotas) tienen una circulación superior a la del número de habitantes de la ciudad donde se publican. Como ejemplo, valga el del "Lapin Kansa", que aparece en Róvaniemi, capital de la provincia de Laponia, con quince mil habitantes. Dicho periódico tiene una tirada regular de dieciséis mil ejemplares, como demostración clara de que no sólo en las ciudades se lee, sino que en los villorrios y en las aldeas también, y quizá aún en mayor proporción.

Cierto es que los sistemas de distribución son realmente magníficos. Algún periódico de la capital fleta aviones diariamente para hacer llegar sus ejemplares a los puntos más recónditos del país, y así el "Helsingin Sanomat" se lee a la hora del desayuno en Jyväskylä o en Kuopio, por ejemplo, distantes trescientos y quinientos kilómetros de la capital, y no tarda mucho más en estar en Oulu o en Róvaniemi, a setecientos y mil kilómetros, respectivamente, de Helsinki. Para lograr este excelente servicio, la primera edición de estos periódicos sale a la calle a las tres de la madrugada y la segunda lo hace a las cinco, de forma que en cada casa de Helsinki el periódico está debajo de la puerta entre seis y siete de la mañana. Los distribuidores son empleados de los mismos periódicos, los cuales tienen centros de distribución y recogida de suscripciones y anuncios en todos los barrios de la capital.

Los periódicos de la tarde están en la calle al mediodía y, siguiendo la costumbre de la gran Prensa americana y europea, tienen una tendencia sensacionalista. Son devorados simultáneamente a los intrascendentes "lunches" que se toman por estas latitudes. El "Ilta Sanomat", de lengua finlandesa, tira cincuenta y siete mil ejemplares, y el "Nya Pressen", editado en sueco, doce mil, mientras que el portavoz comercial, "Kauppalehti", otros tantos. Todo esto solamente en la capital.

De forma que aquí se lee la Prensa, como queda visto, a pesar de haber dejado para otro día el detalle de las revistas del país, con tiradas igualmente escalofriantes.—"La Vanguardia Española", 7-V-60, 20.

07(0)

F. del Campo, José Luis.—**La Prensa londinense continúa su masiva producción.**—Pese a todas las atractivas formas de información y reportaje que ofrecen la radio, la televisión y el cine, la Prensa sigue aumentando su volumen. Esta es una noticia, una gran noticia, para el escritor —que siempre intenta asomarse "por el papel" a la tribuna pública—, para el lector —que siempre está interesado en este país por esta forma de "nutrición" literaria— y para el anunciante, que tiene que tomar con tiempo el problema de expandir el nombre de su firma.

La mayoría de la Prensa inglesa está organizada en grupos que son controlados por una serie de magnates que lo son por pertenecer también a otras grandes industrias. Hay, sin embargo, diarios "independientes" (económicamente) sin conexión con otros periódicos de la categoría de "The Times", "Daily Telegraph" o el "Guardián", el cual, recientemente, dejó de llamarse "Manchester Guardián" para no tener ese tinte local que en nada le beneficiaba. Hay que convenir que la mayoría de la Prensa vive "en cadena" y sólo los aislados,

gracias a haber cambiado de nombre o de formato, han podido sobrevivir. Los periódicos, como los gatos, tienen muchas vidas.

Los principales grupos conocidos por su popularidad son: Prensa Kemsley, grupo "Daily Mail", Prensa Beaverbrook, "Periódicos Provinciales", "Prensa laborista", integrada por todos aquellos periódicos de estas ideas. La Prensa conservadora está integrada por gran número de diarios y dominicales, y es el "Daily Telegraph" —con una tirada de un millón y pico de copias— el que es considerado como portavoz gubernamental.

Los diarios más destacados por su sobriedad informativa, por el "tono de veracidad" normal en sus noticias, son el "Guardián", "The Times" (que imprime unos 300.000 ejemplares) y el "Daily Telegraph". El que es más modesto en su tirada es el "Anunciador de la Mañana", con sólo 30.000 copias.

A la cabeza de la producción marcha el "Daily Mirror" (cuatro millones y medio), periódicos abiertamente sensacional y muy dado a la noticia artificiosa, a la faramalla y al embuste. Es uno de los periódicos que más ha tenido que soportar querellas judiciales (y pagar fuertes sumas) por sus audaces libelos contra personajes políticos o cinematográficos.

El más poderoso diario de la Prensa Beaverbrook es el "Daily Express", con una tirada de 4.237.000 ejemplares. A este grupo pertenece también el "Sunday Express" y el "Evening Standard", ambos publicados en Londres, y el "Evening Citizen", en Glasgow. El núcleo financiero de esta Prensa radica en la capital citada y el control está en manos de lord Beaverbrook. Arthur Pearson fundó el "Daily Express" en 1900 y fué descrito por Churchill como el "campeón de la liga de reforma de tarifas". La habilidad de lord Beaverbrook ha hecho del "Daily" y "Sunday Express" los dos periódicos (diario y dominical) más leídos por la llamada "clase media" de tipo conservador.

El órgano del partido laborista es el "Daily Herald", el cual está ligado a "The People" (dominical) y "Sporting Life". El "Herald" imprime diariamente 2.145.000 ejemplares; "The People", 4.650.000, y "Sporting Life" (diario), 84.500.

"News of the World" es el dominical de mayor tirada en Gran Bretaña: ocho millones de copias. ¿Por qué? Se encarga de contar todo lo desagradable —con pelos y señales— de lo que pasa en el país. Su público es "barrio extremo" y desde 1843 no ha cesado de lanzar a la luz las más tremebundas historias de todos los matices. Por ende, es el dominical de mayor tirada del mundo.

"News Chronicle" es un portavoz de ideas liberales y forma parte del grupo al que también pertenece el vespertino "The Star". Su tirada es de millón y medio de ejemplares ("Star", 1.070.000 exactamente) y en tiempos de Charles Dicken se imprimía bajo el epígrafe de "Daily News", con una tirada de 4.000.

El más antiguo de los dominicales es "The Observer", fundado en 1791. Uno de sus propietarios (con anterioridad a 1905) fué Mr. Beer; su esposa retenía la propiedad del "Sunday Times", y debido a la discordia matrimonial ambos dominicales se asestaban editorialmente los más fuertes palos. Más tarde, lord Northcliffe, en 1906, compró el "Observer", y Herman Schmidt, un alemán naturalizado aquí, el "Sunday". Desde entonces ambas publicaciones, aunque opuestas en ideas, se llevan bastante bien.

La Prensa inglesa sigue manteniéndose en un elevado "standard" gracias a la pugna que existe entre todas las publicaciones. Hay periódicos, como el "News of the World", que ha pagado 30.000 libras (cinco millones de pesetas) por los derechos de publicación en exclusiva de la vida de la "estrella" inglesa Diana Dors. Un buen artículo político en un periódico como el "Daily Mail" supone para el escritor un ingreso de 5.000 pesetas. El periódico católico "Catholic Herald" paga por un artículo 400 pesetas.

Los 2.348 diarios y dominicales que se publican en el mundo totalizan 93.340.000 de ejemplares; 43 millones pertenecen a Gran Bretaña. Esto por lo que respecta a los de habla inglesa. En chino se publican 904; en alemán, 801; en español, 741 (que tiran 12.200.000 de copias); en francés, 309; en portugués, 263; en japonés, 195; en italiano, 126, y en holandés, 124.

La cuestión es que la Prensa sigue manteniendo en todo el mundo el peso de la información de lo que ocurre minuto a minuto, y que la radio y la televisión sólo ilustran con una "nota vivida" la noticia—"Heraldo de Aragón", 15-IV-60, 6.

07(0)

Echevarría, Adolfo.—Guerra de periódicos en Estados Unidos.—La lucha por

la supremacía periodística que en el curso de los últimos veinte años viene desarrollándose en este país, eliminando implacable o cambiando de manos viejos y prestigiosos órganos de información, ha envuelto también, naturalmente, a la Prensa dedicada a la mujer, esa poderosísima rama de revistas cuya circulación es de 19 millones de ejemplares, con un rendimiento anual de 80 millones de dólares, en concepto de anuncios solamente.

Hasta que se declaró la guerra sin cuartel, las revistas norteamericanas dedicadas a la mujer se desenvolvían plácidamente cultivando temas tan variados como la moda, la casa en general, muebles, la cocina, el jardín, intercalando con frecuencia biografías de damas famosas, y figurando durante muchos años a la cabeza de la serie "Ladies Home Journal" (La Revista del Hogar para las Damas), que a los setenta y seis años de vida había alcanzado una circulación de más de cinco millones de ejemplares, siguiéndola a muchos codos de distancia "McCall", "Good Housekeeping" (Buen Cuidado de la Casa), "Woman's Home Companion" (Compañero de la Mujer en el Hogar), "American Home" (Hogar Americano), "Holiday" y varias más.

Cansada, por lo visto, de su papel segundón, "McCall", decano de las revistas femeninas con ochenta y tres años de edad, se atrajo al director de "Good Housekeeping", hombre muy capacitado y de extensa experiencia, que recibía un cheque en blanco con órdenes de cercenar la cabeza del "Journal". Los resultados de la persecución no se han hecho esperar, porque en poco más de un año "McCall" ha aumentado la suscripción en un millón de ejemplares, batiendo a ese su mayor enemigo con una tirada total de ejemplares 6.320.000, contra 6.250.000 registrados por el "Ladies Home Journal", que en el mismo plazo aumentó la suscripción en 600.000 ejemplares.

Y conste que las hostilidades no fueron declaradas por odio ni amor a la guerra, sino por imperativos del negocio, por aquello de que a camarón que se duerme le lleva la corriente, una corriente ésta complicada con el aumento considerable de los gastos de producción y especialmente con la competencia terrible que ofrece la televisión con su capacidad enorme para llegar a los grandes públicos.

La prueba es que el anuncio de periódicos y revistas no aumenta ahora al ritmo de años anteriores, baja ésta que se trata de compensar aumentando las tarifas publicitarias, lo cual constituye un desequilibrio de consecuencias fatales si se prolongara.

EL CABALLO DE BATALLA

El ingenio, aguzado por la competencia, se manifiesta en forma agresiva y tan variada como aleccionadora. Dado que el anunciante se guía por la circulación, el aumento constante de ésta es el caballo de batalla de las publicaciones, valiéndose para conseguirlo de toda clase de habilidades.

Ahí está, por ejemplo, el semanario "The Saturday Evening Post", otro gran veterano, que acusa a "Life" de hinchar su tirada con 248.000 suscripciones gratis, lanzada que devuelve "Life" diciendo que el "Post" se ha adjudicado 490.000 suscripciones de otra revista que compró y falleció al poco tiempo. Como resulta además que el anunciante prefiere aquellas revistas que se venden por suscripción sobre las que se venden en la calle, todas ellas organizan periódicamente suscripciones especiales a precios inferiores al costo de la publicación, porque la pérdida así sufrida compensa con el aumento de los anuncios.

Claro que en el caso de "McCall", además de poner en práctica estos recursos, está animando considerablemente su contenido. Salvador Dalí ha ilustrado ahora dos páginas, recibiendo 6.000 dólares por su trabajo. Ahora también ha contratado las Memorias del ex primer ministro británico, Anthony Eden, por 300.000 dólares, y próximamente aparecerán las de la artista húngara Zsa Zsa Gabor, a quien ha pagado 100.000 dólares. Una página de "McCall" en blanco y negro cuesta 20.915 dólares, y ya advierte que desde mayo en adelante este anuncio valdrá 22.990 dólares. La edición de marzo, que consta de 228 páginas y se vende en la calle a 35 centavos (el dólar tiene 100 centavos), trae anuncios por valor de 3.160.000 dólares.

Y como en estos casos la acción va acompañada de la palabra, el intercambio de ironías es también muy propio del sexo. En alusión directa al propietario de "McCall", que lo es también de una Empresa californiana conservera de to-

mates, el director de cierta revista adversaria comentaba recientemente que se está anunciando como si fuera una hortaliza cualquiera. Su colega de "McCall" le replica que él está triunfando sin necesidad de recurrir a colaboraciones escabrosas, que son la especialidad del primero.

"Good Housekeeping", por su parte, que presencia desde la barrera la batalla entre el "Journal" y "McCall", ataca a los dos diciendo que ella prosperará "honradamente", sin tener que recurrir a suscripciones ficticias, a rebajas irreales ni a la herencia fúnebre de revistas difuntas.

Como es natural, el público sigue la pugna con entusiasmo, porque está repercutiendo en una gran mejoría de todas ellas.—"Informaciones", 12-IV-60, 6.

07(0)

La Prensa católica en Estados Unidos.—La Prensa católica norteamericana que publica periódicos y revistas de Estados Unidos y Canadá, celebra este año sus bodas de oro. En cerca de cincuenta años de intenso trabajo ha impreso unos 25 millones de ejemplares y las editoras católicas han publicado, en 1959, 771 libros.—"L'Osservatore Romano", 50, 29-II, 1-III-60, 4.—A.

07(0)

Mayne, Calvin.—**La vida en un diario francés.**—El autor, periodista americano, ha formado parte de la Redacción del diario "France-Ouest", de Rennes, durante un mes en el pasado año. En este artículo narra sus impresiones sobre la Prensa francesa y describe las notas características del periódico donde ha trabajado, así como diversas peculiaridades de la vida francesa (horas de trabajo, comidas demasiado copiosas, etc.).

"France-Ouest" es el único diario de Rennes; su notable importancia dimana de su preeminencia en una región tan grande, quizá un tercio del Estado de Nueva York, con una población de seis millones de habitantes. La tirada del periódico en cuestión ha aumentado mucho después de la guerra; ahora imprime más de 600.000 ejemplares diarios.

El periódico cuenta con 150 periodistas dedicados completamente a él (75 de estos redactores viven en Rennes); con un total de 1.000 empleados que, igualmente, trabajan sólo para este diario, y con unos 2.400 corresponsales.

El "France-Ouest" se publica todas las mañanas —excepto los domingos— y consta normalmente de 16 páginas. Ocasionalmente edita un extraordinario, con páginas impresas de antemano. A causa de los tipos pequeños que usa y de la no gran cantidad de publicidad, puede dar amplia información en sus 16 páginas.

En la ciudad de Rennes circulan únicamente 30.000 ejemplares; el resto, hasta los 600.000, se leen en la región. Aunque el periódico ha llegado a publicar 44 ediciones al día, viene a editar corrientemente 35. Incluye en estas ediciones para la región algunas páginas especiales sobre agricultura, deportes y noticias marítimas. También suelen introducirse cambios en la primera página. Los anuncios locales cambian también según las ediciones.

Para dirigir la circulación regional cuenta el diario con 32 oficinas en otros tantos lugares, con seis periodistas cada una y un equipo de teléfonos y teletipos en conexión con la oficina central de Rennes; con los citados 2.400 corresponsales y con un gran departamento de editores regionales en la capital. Esta labor editorial está admirablemente organizada para el complejo trabajo de imprimir y poner en circulación tantas ediciones.

Un factor clave es el pequeño formato del periódico. "France-Ouest" tiene tres grandes rotativas que tiran tres o cuatro ediciones al mismo tiempo. Si el diario tuviera más de 16 páginas no habría margen de tiempo suficiente en un día para imprimir tantas ediciones.

La primera página, a los ojos de un periodista americano, parece obra de un tipógrafo que ha bebido mucho y que ha desparramado los tipos de imprenta en un molde. A los lectores franceses les parece bien, o eso aseguran los periodistas franceses. En las páginas interiores la confección es un poco menos desordenada, pero no mucho.

"France-Ouest" cultiva mucho las fotografías de grupos de personas que ilustran largas crónicas de reuniones de interés relativo y también las empalagosas notas de sociedad, que creemos han desaparecido de los periódicos norteamericanos desde hace décadas.

Pero los periodistas de "France-Ouest" afirman que saben lo que hacen.

Dicen que cada uno de los 25 hombres cuyos rostros, casi no identificables, aparecen en la fotografía de uno de los grupos mencionados es capaz de comprar dos o tres ejemplares del diario.

Al francés le gusta la política, arguyen también los periodistas, y por eso deben contar con la información política exhaustivamente. Si esto les ha ayudado a contar con 600.000 lectores, ¿qué puede reprochárseles? "Cada uno tiene sus gustos", como dicen los franceses.

Pero hay otras cosas brillantes y que pueden leerse; hay mucho de iniciativa y de imaginación en "France-Ouest".

El señor Mayne repasa las diferencias, a favor y en contra, del periodismo americano y del francés y formula estas reflexiones.

El periodista americano puede estar orgulloso de la objetividad de su Prensa y de su capacidad para imaginar dónde pueden encontrarse las noticias.

Los periodistas franceses, en cambio, parecen estar hechos para no poder vez ningún acto de Gobierno, nacional o local, con objetividad y por medio de un análisis imparcial.

Hay muchos aspectos de la vida francesa que no se recogen en la Prensa con la profundidad en Norteamérica. Entre ellos los negocios y las cuestiones laborales, la personalidad de los que ejercen cargos públicos, los diferentes modos de vivir, las cuestiones sociales.

Existe una opinión dominante en Francia de que los americanos no están enterados ni interesados por los asuntos extranjeros. Pero cualquier periódico americano publica más noticias de Francia que el "France-Ouest" de América.

En cuanto a los artículos editoriales, los del "France-Ouest" son olímpicos discursos escritos casi en la estratosfera. El diario descuida los editoriales sobre temas de interés local y, también, las cartas al director. El resultado es que buena parte de los asuntos locales que merecen un artículo pasan a las informaciones locales, y ese no es su sitio.

Pero, por otra parte, "France-Ouest" tiene ventajas respecto al periodismo americano.

Una de ellas es la influencia que posee en la región, influencia que sería la envidia de cualquier editor americano. Aunque existen pequeños diarios que circulan más en varias poblaciones de la comarca, su supremacía es evidente en los grandes núcleos de población rural y, en conjunto, en toda la región. Esto proporciona a "France-Ouest" una tirada, una influencia política, una estabilidad y una prosperidad que supera incluso a los periódicos de París, dentro de su esfera.

También los redactores de "France-Ouest" pueden enseñar a los americanos algunas cosas en el arte de escribir. Muchas de las noticias recibidas por telégrafo u otros medios de comunicación vuelven a ser redactadas, para darles un gusto especial que las Agencias, lo mismo las francesas que las americanas, descuidan.

Pero tal vez lo más impresionante que el autor vió en Rennes es la devoción que los periodistas sienten por su profesión y por su periódico.

Aparentemente, los redactores de "France-Ouest" reciben un sueldo escaso, pero si se compara su retribución con la de otras profesiones en Francia, no es desfavorable. Todos los que trabajan en "France-Ouest" tienen asistencia sanitaria completa, veraneo para sus hijos, crédito personal y un gran interés por todos sus asuntos personales y profesionales. Entre los directores y el personal del periódico existe un verdadero afecto familiar.

Hay, también, una gran lealtad al diario, la misma que se experimenta en la sala de Redacción del "Times", de Nueva York, y que, desgraciadamente, es bastante poco frecuente en los periódicos americanos. Aunque las Asociaciones de Periodistas en Francia no reparan mucho, o nada, en la duración de la jornada de trabajo de sus miembros (y esto puede contribuir a que no se tome el tiempo tan en cuenta como en Norteamérica), se encuentra en "France-Ouest" el orgullo colectivo de crear un buen producto y un espíritu de camaradería en la empresa común que impele a algunos de los periodistas de este diario a trabajar, una semana entera durante doce horas diarias, solamente para que el periódico pueda salir cada día lo mejor posible. Aunque no todos los redactores sean capaces de ello, se advierte un espíritu de equipo que hace pensar, con tristeza, en un gran número de periodistas que existen en América y que sólo piensan que el periódico es un empleo, y no muy bueno—"Nieman Reports", volumen XIV, núm. 2, IV-60, 16-18.—J.

Allen, Dr. Charles L.—**La organización y los procedimientos de los semanarios locales en 1958 (Parte IV).**—Hemos dado ya cuenta de los artículos anteriores de esta serie, destinada a exponer los resultados de una encuesta realizada entre los semanarios locales de los Estados Unidos por don R. Bucknam. Este cuarto original recoge cifras y detalles que conciernen a la Prensa local que cuenta con tiradas de 3.001 a 4.000 ejemplares. En total son ocho los periódicos de este grupo que han respondido a los cuestionarios. En general, se publican en localidades que tienen de 2.000 a 5.000 habitantes. El 53 por 100 de estos semanarios se encuentran en ciudades de la indicada cifra demográfica. El jueves es también el día fijo en que suelen aparecer. Más del 83 por 100 tienen esta fecha de la semana. En casi todas las poblaciones donde hay un periódico de este grupo se ha registrado, de 1950 a 1959, un aumento de población.

SISTEMA DE DISTRIBUCION

La mayoría de los semanarios la efectúan por Correo. Un 28 por 100 de ellos reparten el 10 por 100 de sus suscripciones por medio de mensajeros. La distribución a través de puestos de periódicos es relativamente poco frecuente, aunque algo mayor que en el caso de los semanarios de tiradas más pequeñas. Más del 54 por 100 de estos periódicos envían menos del 10 por 100 a los puestos que venden Prensa. Lo mismo ocurre con las tiradas. Un 65 por 100 de estos semanarios envían menos del 10 por 100 de sus ediciones a los comercios. Otras formas de distribución son todavía más escasas. Casi el 28 por 100 de estos semanarios tienen las suscripciones de 3.000 ejemplares abonadas por anticipado. Un 40 por 100 distribuyen de 3.100 a 3.500 ejemplares por suscripción. En general, la suscripción a estas publicaciones se halla en un estado floreciente. Los ejemplares para la venta al público son muy escasos. El 37 por 100 de estos periódicos no cuenta con más de 100 ejemplares para este fin. Un 19 por 100 dedica a la venta libre 200 ejemplares, y un 14 por 100 unos 300. Un grupo de seis periódicos vende al público cerca de 1.000 ejemplares.

La mayor parte de las suscripciones proceden de la localidad y condado donde se publica el semanario. En la misma localidad un 40 por 100 de estos periódicos tiene más de 1.000 suscriptores; un 25 por 100, 2.000; un 17 por 100, unos 3.000.

En cada condado la proporción de suscripciones es casi la misma que en el lugar de edición.

También se ofrecen las cifras proporcionales de circulación de los "locales" según el número de condados, de carreteras rurales y asimismo la extensión territorial que alcanza esta clase de Prensa.

PERSONAL

El tipo medio de semanario local de esta categoría necesita un equipo de trabajo de diez personas, aproximadamente. Entre este personal suelen figurar seis hombres y tres mujeres, aunque el 45 por 100 de estos periódicos emplee siete hombre o más y cuatro o más mujeres.

Prácticamente, todo el personal de estos semanarios tiene un título de Enseñanza Media.

La edad de los directores de los semanarios de esta clase debería oscilar entre los cuarenta y uno y los cincuenta años, pero el 40 por 100 de ellos tienen de veintiuno a cuarenta años.

El editor debería tener también de cuarenta y uno a cincuenta años, pero la cuarta parte cuenta con cincuenta y uno a sesenta años y el 18 por 100 son mayores de sesenta años.

El gerente no es un cargo corriente; sólo cuatro periódicos lo tienen y la edad de esta persona es de treinta y uno a cuarenta años.

Los administradores se encuentran dentro de este grupo de edades.

ANUNCIOS

El volumen de publicidad está en proporción directa con el formato del periódico; la mayor parte de estos semanarios publican 16 páginas en cada número.

Los anuncios locales son la medula económica de esta clase de publicaciones; el 80 por 100 de esta publicidad constituye los mejores ingresos de tres cuartas partes de los semanarios.

Los anuncios no locales no tienen tanta importancia y no significan para la mitad de los semanarios más que el 10 por 100 menos del espacio dedicado a los anuncios. Pero es significativo que un 37 por 100 obtenga ya de 11 a un 20 por 100 de anuncios nacionales y un 15 por 100 consiga actualmente un 21 por 100 ó más.

Los anuncios se encuentran en este artículo clasificados por materias.

EDIFICIOS

Un 62 por 100 de los locales donde se publica esta clase de Prensa son propiedad de la Empresa.

IMPRESA

Ochenta periódicos de este grupo poseen, en total, 129 linotipias y máquinas de componer más modernas, llamadas "Intertypes". También se describen los procedimientos de impresión: prensas y offset.

Las tres cuartas partes de estos periódicos se imprimen en negro y un color. En negro y dos colores un 15 por 100, y en tricomía el mismo número.

El presupuesto anual medio de un semanario de este grupo es de 81.000 a 100.000 dólares al año. Un gran número de periódicos gasta 80.000 ó menos. Un 35 por 100 invierte más de 100.000 dólares al año en su edición.

Un promedio del 50 por 100 de este presupuesto procede de los anuncios locales. Una tercera parte de estos semanarios obtiene de esta fuente del 51 al 90 por 100 de su presupuesto. Los anuncios nacionales contribuyen también a los gastos de los periódicos; pero, como se ha dicho ya, en mucha menor escala.

Las suscripciones proporcionan un 70 por 100 de los "locales", un 10 por 100 ó menos de ingresos para cubrir su presupuesto.

También 62 de los 80 periódicos de este grupo consiguen ingresos por medio de trabajos comerciales realizados en sus respectivas imprentas, pero no es lo más aconsejable por varias razones.

También se valora, aproximadamente, el volumen económico de todo el negocio.

BENEFICIOS Y SUELDOS DEL PERSONAL

Termina el artículo con la enumeración del modelo de las distintas clases de personal que forma el equipo de trabajo de un "local" (incluyendo los impresores) y los seguros sociales y vacaciones pagadas a que tienen derecho. ("National Publiisher", vol. XL, núm. 2, II-60-, 13-16.—J.

Televisión

621.397

M. H.—La televisión en el hogar.—Uno de los inconvenientes que algunos padres de familia encuentran para la instalación de un receptor de televisión en su hogar es los supuestos perjuicios que puede irrogar a sus hijos, bien en el sentido de restarles tiempo de trabajo, si se encuentran en la edad escolar; bien en el de que puedan presenciar en la pantalla alguna cosa que no sea conveniente para ellos. Y digo "supuestos" inconvenientes, porque éstos no existen, o deben existir, cuando los padres saben dar a los suyos la debida formación. El mérito de los padres de familia está, precisamente, en enseñar y obligar a los hijos a cumplir con su deber y a sacrificar a éste sus gustos y caprichos cuando hay incompatibilidad. No se le educa a un niño o a un joven si no se le enseña a domar su voluntad.

Refiriéndonos al primer caso, el niño o el joven que tiene que realizar su trabajo escolar a las horas en que hay emisión, tendrá la tentación y el peligro

de abandonar sus quehaceres por el gusto de permanecer ante la pantalla televisora. ¿Constituye este hecho un problema? ¿Será razón suficiente para que el propio niño o joven y el resto de la familia se priven en absoluto del placer y los beneficios de la televisión? Si problema es, yo entiendo que hay dos caminos fáciles para su solución: educar al hijo, como antes decía, en la idea del cumplimiento del deber y él solo se abstendrá de permanecer ante la pantalla cuando le reclaman sus deberes, o limitando las horas de recepción para la familia a aquellas en que los escolares han terminado sus quehaceres. Se dirá que es más cómodo, porque se evitan tales inconvenientes, no adquiriendo el televisor. Pero no siempre lo más cómodo es lo más positivo y lo mejor. Ello supone privarse toda la familia de la distracción, de la cultura, de la información que la televisión ofrece. Es cosa, pues, de medir el pro y el contra.

En cuanto al caso segundo tenemos que reconocer que se presenta nuestra televisión con el mayor decoro para que tal inconveniente no exista, y si algo hay que puede considerarse no apto para menores, o se advierte, como ocurre con las películas televisadas, o se transmite a horas en que ya los menores no deben encontrarse ante las pantallas. En todo caso, la solución es la misma que antes dábamos: al menor bien formado le bastará con la indicación de que tal espacio no es apto y él se retirará del televisor, sin que para ello cueste a los demás ninguna violencia. Esto está sucediendo en las familias que saben educar debidamente a sus hijos. No se quiere más ni se les beneficia más a los hijos siendo excesivamente tolerantes o complacientes con ellos.—"El Norte de Castilla", 17-III-60, 5.

621.397

M. H.—**Cartas al director.**—De las interesantes y variadas secciones de que se nutre la revista "Tele-Radio", editada por Televisión Española, quizá la que más me gusta (al menos la que más me entretiene y divierte) es la que se titula "Cartas al director", en que se insertan cada semana algunas de las muchas que diariamente llegan a la Dirección de la misma. ¡Qué cosas, señor, qué cosas se leen en ella!

Cada uno tiene su criterio, claro está. Cada uno tiene su opinión, sus aficiones y sus preferencias, bueno está lo bueno. Pero es que hay cosas tan absurdas y disparatadas que le parece a uno mentira que haya personas que se atrevan a escribirlas, a firmarlas y a pretender poner una pica en Flandes con ellas. Tal sucede con la que hoy vamos a comentar y con ello corroboramos lo que decíamos en nuestro anterior "espacio", a propósito del contraste de pareceres en orden a la formación de criterio de los programadores.

El origen de la carta en cuestión es el siguiente: Un telespectador había escrito, quejándose de las pocas horas de emisión de la televisión española, o, al menos, pidiendo que se ampliaran. La revista le contestó, dándole las razones que motivaban esa limitación de horario: el estar la televisión en sus comienzos en España; la escasez de publicidad, que es la más saneada fuente de ingresos para la emisora, por no cubrir aún todo el territorio nacional y ser limitado el número de telespectadores; los considerables costes de cada emisión, etc. Pues bien, a propósito de esto, entra en escena el nuevo comunicante, enviando la carta que comentamos, fechada en Madrid, y cuya parte más sustanciosa y peregrina dice así:

"Por casualidad he leído... la contestación que dan a un abonado de nuestra capital sobre las horas de programación. Me permito señalarles que, por ejemplo, en Estados Unidos casi todas las ciudades importantes tienen bastantes canales (ocho, diez, trece) que retransmiten "simultáneamente" de diecinueve a veinte horas diarias. En la actualidad no tengo televisor, ya que con mi estancia en Norteamérica he salido "saturado". Pero, en honor de la verdad, creo, y me permito señalarles el error, al contestar al señor abonado que se queja con razón, de la poca duración en España de los programas, que no compensan el alto costo de los receptores..."

Como verá el lector, la carta no tiene desperdicio y el comentario huelga realmente. Este señor parece que viene "saturado", no sólo de televisión, sino también de Estados Unidos y no se hace cargo de nuestro nivel de vida y de nuestra modesta economía, por cuanto quiere medir nuestra televisión con la medida de la de Norteamérica. Ocho, diez, trece emisoras en Madrid transmitiendo simultáneamente. Y emisión continua casi de veinticuatro horas del día.

para que nos "saturemos" todos, como él. Por otra parte, según dicho comunicante, de comprar un aparato televisior ha de ser a condición de tener horas por delante para sacarle bien el jugo a los cuartos y al aparato, porque si no, no merece la pena. De otra forma, para qué se le compra, si no se puede luego estar todo el día repantingado en una butaca mira que te mira a la pantalla... ¡Le digo a usted, guardia!—"El Norte de Castilla", 12-III-60, 5.

621.397

Lippman, Walter.—**La Televisión y la Prensa.**—Recientemente, el presidente de la Columbia Broadcasting System, el señor Frank Stanton, pronunció un discurso arguyendo que, en principio, el Gobierno, que concede las licencias para los programas de televisión, no tenía en ninguna forma el derecho de erigirse en juez de las transmisiones. Llama a eso "libertad de la televisión", y afirma que todas las formas de reglamentación y contabilidad son erróneas. "Lo que este país debe tener es un sistema de televisión vigoroso y de libre competencia", agrega.

Es, probablemente, la primera vez que una persona que ocupa posición importante en la industria de la televisión pretende el derecho incondicional de establecer sus propias normas de conducta. Este no es, seguramente, el espíritu de la ley cuyas disposiciones rigen las operaciones del señor Stanton. El propósito de la ley, la cual fué adoptada por el Congreso norteamericano en febrero de 1927, fué enunciado, como lo hizo notar el señor George Sokolsky, por el ex presidente Herbert Hoover, secretario de Comercio en aquel entonces. El señor Hoover declaró que el "aire pertenece al dominio público y que su utilización ha de tener como fin el bien público".

Para justificar su opinión, el señor Stanton sostiene que las estaciones de televisión son como los periódicos, y que el Gobierno no tiene más derechos de inmiscuirse en los programas de transmisiones que en las actividades de la Prensa o de todo lo que pasa por la imprenta.

Este es un argumento completamente erróneo. Una estación de televisión no se puede comparar a un periódico. No es sino un medio mecánico de comunicación.

Ahora vamos a suponer que en una región determinada existen solamente tres imprentas que se encargan de imprimir todos los periódicos, todos los folletos, todos los libros. ¿Se puede imaginar el señor Stanton que bajo esa situación de virtual monopolio no existiría una reglamentación pública de las tres imprentas?

DIFERENCIA RADICAL

Hay una diferencia esencial y radical entre la televisión y la imprenta, y el señor Stanton no debería pretender que ambas instituciones habrían de ser tratadas en la misma forma. Puede ser cierto, como dice, que "en la mayoría de los centros urbanos de los Estados Unidos hay más estaciones de televisión competidoras que entre las masas de periódicos de circulación". Mas el señor Stanton se equivoca. Las tres o cuatro estaciones de televisión controlan virtualmente todo lo que los aparatos corrientes de televisión pueden captar de las ondas del aire. Pero fuera de la masa de los periódicos hay revistas, diarios de otras regiones y los libros. Si a una persona no le gusta su diario, puede leer uno de otra procedencia o esperar por una revista semanal de noticias. No es el ideal. Pero es una situación infinitamente mejor que la de la televisión. En cuanto a ésta, si a una persona no le gusta nada el programa, no tiene otro remedio que cerrar el aparato y escuchar música de un fonógrafo.

Los canales de la televisión, que son muy reducidos, tienen virtualmente el monopolio de todo el sistema de comunicación. Los diarios que se venden en masa no tienen el monopolio de la imprenta.

IDEA RECHAZADA

La idea de que, en conformidad del informe de la Comisión Harris, la televisión podría ser controlada por una Comisión pública encargada de la mi-

sión de proteger y promover el interés público, es, desde luego, rechazada por el señor Stanton. Yo no creo, por mi parte, que esa reglamentación pública tendría la virtud de corregir las profundas lagunas de la televisión. Pienso que provocaría más bien mayores trastornos.

Por esta razón, parece necesario profundizar más el problema. La raíz del mismo es que la industria de la televisión, tal como existe en los Estados Unidos, es gobernada por el principio que los programas, y su selección depende de la venta a los anunciadores comerciales. Las normas morales, intelectuales y estéticas son, por tanto, lo que atraen y conservan el auditorio más numeroso. Eso no solamente lleva a la corrupción, como sucedió recientemente con los programas de preguntas y respuestas, sino también, con muy pocas excepciones, a una falta más sería quizá, que es el defecto de la mediocridad y del mal gusto.

CONFLICTO

La organización económica de la industria de la televisión está en conflicto con el propósito de la ley, que es de usar ese monopolio esencial y valioso en interés y beneficio del público. Realizaríamos un gran progreso sobre el sistema existente si, a semejanza del británico, se pudiera vender a los anunciadores comerciales un tiempo determinado para usar las ondas del aire, y no los programas mismos. Pero no tengo mucha esperanza de que semejante reforma —aun deseable como lo es— tenga alguna posibilidad de imponerse debido a las varias implicaciones e intereses comerciales que prevalecen en la industria de la televisión. Por esa razón tendremos, por la fuerza de las circunstancias, según me parece, que establecer, paralelamente — y no en lugar de la televisión comercial— otro sistema fundado en el principio del interés y del bien público y dirigido por motivos ajenos a los de carácter estrictamente comercial. Un sistema semejante, que sería operado por ciudadanos desinteresados y competentes, llegaría a ser un poderoso competidor de los programas existentes, y mediante esa misma competencia, actuar a modo de vigoroso regulador de los sistemas actuales de televisión.—“Informaciones”, 17-III-60, 5.

621.396

Soligman, Adrián.—**La televisión auxiliar de la industria.**—Televisión sin utilizar cámara. Al enunciarlo escuetamente parece extrañar, por cierto, una contradicción que lógicamente abre una interrogante: ¿No disponiendo de cámaras cómo se obtienen las imágenes, y si no se cuenta con tales imágenes cómo se puede ver? Se desentraña de inmediato la incógnita escuchando al capitán de corbeta Anay Crookes, que fué el primero que pensó en este procedimiento, y del cual es naturalmente el principal protagonista.

Cuando le visité recientemente en su oficina de Londres me dió la impresión de ser una persona rebosante de entusiasmo, al extremo que arrancándose un mechón de su cabello lo arrojó a la pantalla transmisora. Inmediatamente y con toda fidelidad la imagen de dicho mechón se reproduce en todas las demás pantallas dispuestas alrededor del aposento, al extremo de que llegó un momento en que, visible desde la posición en que me encontraba, había cantidad suficiente de sedoso cabello rubio como para confeccionar una peluca para un artista de teatro. Esta descripción es meramente ilustrativa y he aquí una idea del verdadero funcionamiento de este sistema.

Supongamos, por ejemplo, que se desea proyectar imágenes, avisos, anuncios escritos o inclusive películas en diferentes sitios simultáneamente —quizá en varios sectores de un aeropuerto, estación de ferrocarriles, universidades o en todas las cafeterías de una ciudad grande—, el único medio de poder hacerlo al presente es tomar fotografías de lo que se requiere proyectar con una cámara de televisión y, seguidamente, transmitir las a una serie de pantallas de televisión.

Ahora bien, las pantallas de televisión son artículos comparativamente baratos; en cambio, las cámaras son relativamente costosas. Por consiguiente, si uno puede crear un medio que permita transmitir imágenes sin el empleo de tales cámaras, indudablemente se habrá obtenido una considerable economía. Esta es, pues, precisamente la idea de Anay Crookes, que ahora ha sido desarrollada y perfeccionada.

Consta el aparato de un mueble estilo escritorio dotado de un componente

que se asemeja a una pantalla ordinaria de televisión, en la cual se puede trazar con lápiz un gráfico o colocar una transparencia sobre ella. Cualquiera que sea el gráfico o transparencia se proyecta instantáneamente, por medio de un multiplicador fotoeléctrico —dispositivo simple y económico—, a todas las pantallas comprendidas dentro del circuito.

Estas otras pantallas pueden guardar entre sí una distancia de más de un kilómetro, pero, sin embargo, añadiendo simplemente al sistema una conexión de equipo amplificador, se puede transmitir a través de distancias considerables tanto el sonido como las imágenes. Es un método apropiado para transmitir y recibir, lo cual significa que, por ejemplo, si se emplea para importantes conferencias, no es necesario que los delegados se ausenten de sus oficinas, ya que pueden participar en dichas reuniones con sólo conectar sus aparatos y escuchar los discursos que se pronuncian u observar la proyección que se desarrolla, hasta que les corresponda intervenir en el debate dirigiendo la palabra —por el sistema en cuestión— a todos los demás representantes.

La trascendencia que este procedimiento encierra en términos de evitar las dificultades y ahorrar tiempo, se la puede apreciar en toda su magnitud citando su aplicación, sólo por razones ilustrativas, en los consejos del gabinete ministerial. En vez de que los ministros se trasladen de sus despachos a un edificio central para conferenciar con sus colegas, es posible convocar a una reunión simplemente haciendo funcionar los aparatos en sus respectivas oficinas. Toda esta ventaja con sólo la adquisición de unas cuantas pantallas televisoras equipadas con células fotoeléctricas. En mi opinión este procedimiento constituye una innovación de singular valía.

Todo el sistema funciona en un circuito cerrado y es tan simple que casi es imposible que se produzcan desperfectos, ofreciendo además la ventaja de que no es afectado, como sucede en la televisión ordinaria, por las condiciones atmosféricas locales o por los aviones o vehículos que pasan a través de la zona donde funciona.—“La Región”, 15-IV-60, 7.

621.396

Marquet, Jacqueline.—**Con su ingreso en la Eurovisión, la TV española alcanza su madurez.**—Participar en el concierto internacional o simplemente europeo parece que no les está permitido más que a los seres que han alcanzado la madurez. Es una distinción, una recompensa, que sólo se concede a los mayores... La TV española ¿había alcanzado la edad de la razón un 21 de diciembre a las 23,5 horas cuando la alta silueta de un Eisenhower madrileño apareció en las pantallas europeas? ¿Habría pasado el cabo de las realizaciones de base? ¿Tendría ahora un cierto porte? ¿Estaría madura? En verdad, tres años de existencia son muy poco para hacerse “mayor”, y como toda actividad nueva, la TVE posee energías y debilidades, de las que tiene perfecta conciencia y obra en consecuencia.

UN PLAN, EXTRAORDINARIOS ESFUERZOS Y REALIZACIONES

La partida de nacimiento de la TVE se rellenó un día de 1952 cuando se comenzaron a realizar experiencias para obtener las enseñanzas necesarias en el plano de la técnica, de los programas y de la realización. Pero hasta 1956 la TVE no ha dado sus primeros pasos con la instalación en Madrid de una emisora con radio de acción de 50 kilómetros y asegurada dieciocho horas de programa semanales. El engranaje se había puesto en marcha y no tardaría en aparecer un ambicioso plan nacional, según el cual en cuatro años, 1956-1960, la TVE cubriría el 50 por 100 del territorio y se gastaría en él 50.

La realización de semejante plan exigía medios financieros y técnicos que España no poseía. Tuvo, por ejemplo, que importar equipo eléctrico y grupos electrógenos de Holanda... y ha tenido que suplir, como ha podido, la falta de personal especializado.

A pesar de estos múltiples obstáculos, a los que hay que añadir las difíciles condiciones climáticas, la primera fase del plan se terminará en 1960, mientras se prepara la segunda etapa. Hoy la TVE dispone de las siguientes emisoras:

Emisora Central de Madrid: 2 kw-canal 3 (55,25 Mc/s video, 60,75 Mc/s audio).

Navacerrada: 200 kw-canal 2 (48,25 Mc/s video, 53,75 Mc/s audio).

Repetidor: 1 kw-canal 7 (189,25 Mc/s video, 194,75 Mc/s audio).

Zaragoza: 6 kw-canal 3.

Barcelona: 24 kw-canal 4 (62,25 Mc/s video, 67,75 Mc/s audio).

Este reparto a través de la Península responde a objetivos precisos; España se ha visto en la obligación de realizar una selección geográfica en función de imperativos financieros. Era necesario extender hasta el máximo la red de TV sin multiplicar demasiado el número de emisoras, cuyo coste es muy elevado. Se trataba de sacar el mejor partido al relieve español. Así la emisora de Navacerrada, izada a 2.270 metros sobre la Bola del Mundo, presenta la ventaja de servir a las dos llanuras castellanas hasta la Cordillera Cantábrica, por el Norte, y Sierra Morena, por el Sur. Los trabajos necesarios para ponerla en marcha duraron dieciocho meses; la emisora no ha alcanzado su pleno funcionamiento. En cuanto al enlace hertziano Madrid-Barcelona se imponía para utilizar en común la riqueza energética de las dos capitales y para superar el marco estrictamente nacional. El estado de los trabajos ha permitido la emisión de un programa combinado Madrid-Barcelona desde hace un año y ha hecho posible la inclusión de España en la red de la Eurovisión desde hace dos meses. Sin embargo, la obra no está todavía terminada y los equipos continúan su tarea. Actualmente, España procede a montar una emisora de 50 kilómetros en el Monte Sollube, en los alrededores de Bilbao, que alcanzará buena parte de la zona Norte.

La segunda fase del plan se pondrá en marcha este mismo año con la instalación de una emisora de 50 kilovatios de potencia en la Baja Andalucía. Están en estudio, a falta sólo de los fondos necesarios, los enlaces con las provincias insulares y africanas.

LA TV, OPERACION RENTABLE

¿Dónde encontrará España los fondos? Para llevar a buen fin la totalidad de este vasto plan, ¿qué sumas necesita? Las estadísticas sobre el pasado son más numerosas que sobre el futuro; nos indican, por ejemplo, que el coste de las instalaciones de la Bola del Mundo se elevó a 49 millones de pesetas, y el del total de las realizaciones actuales a 48.841.835,100 pesetas, cifras razonables si se tiene en cuenta que cubren todos los gastos, desde la compra de la emisora hasta los muebles del edificio. Se han hecho cálculos que prevén ingresos de más de 80 millones de pesetas correspondientes al impuesto que el Estado percibe sobre los receptores. A razón de 400 pesetas por aparato y de 200.000 compradores en el año próximo. El Estado piensa amortizar en un solo año los gastos de instalación y comenzar a hacer frente a los gastos de explotación en condiciones relativamente buenas. Se puede calcular que en 1959, 70 millones de pesetas han ido a engrosar la Hacienda pública en calidad de impuestos sobre los aparatos de TV. Los ingresos serán todavía más elevados si la venta del *televisor nacional* alcanza el éxito esperado. Los servicios técnicos de la Dirección General de Radiodifusión y TV han dado los últimos toques al esquema de un receptor que pueda venderse en condiciones de pago muy flexibles y ventajosos: de 10 a 12.000 pesetas en vez de 16.000.

¿Penetrará la TV en los hogares cuyos ingresos son inferiores a 100.000 pesetas anuales? ¿Se multiplicarán las antenas a ritmo más rápido?

175.000 ANTENAS SOBRE LOS TECHOS DE ESPAÑA

Es imposible hacer una estadística rigurosa sobre el número de receptores de TV que existen en España. Madrid contaba con 15.000 en 1.º de enero de 1958 y 50.000 en 1.º de enero de 1959. Para toda la Península el Ministerio de Información da la cifra probable de 175.000 aparatos a principios de 1960. Como el coeficiente de personas por pantalla se sitúa entre cuatro y cinco, el número de telespectadores españoles será aproximadamente de 800.000. En el actual estado de cosas la red permite servir a 10 millones de habitantes, es decir, a un tercio de la población del país. En términos de extensión geográfica, la TVE cubre

casi el 50 por 100 de la superficie de España. La penetración de la TV hasta los pueblos probablemente paliará el hastío y reducirá la tentación de emigrar. Pero será necesario que proporcione distracción suficiente al espectador.

CASI SESENTA Y CINCO HORAS DE PROGRAMA, DE LAS QUE UNAS SIETE SON DE PUBLICIDAD

En Villanueva del Pardillo, a 27 kilómetros de Madrid, toda la población se entrega a la llamada de la TV. El frío y la nieve no detienen la curiosidad natural de los hombres. Todo el pueblo, jóvenes y viejos, se reúnen ante el televisor. En efecto, Villanueva posee "su" aparato de TV, un receptor alemán que la señora Lodge, mujer del embajador de Estados Unidos en Madrid, ha ofrecido a los habitantes como regalo de Reyes. Si tienen tiempo y ganas, el zapatero y el alcalde, el dueño del bar o las muchachas del pueblo pueden asistir al espectáculo cerca de sesenta y cinco horas semanales. En 1956 no tenían derecho más que a dieciocho horas de programa, y en 1958 a treinta y cinco o a veces algunas más cuando se daban emisiones especiales.

Y es que en 1956 los medios eran muy limitados: la TVE tenía que trabajar con un número más que reducido de cámaras y tenía que realizar verdaderos juegos de habilidad.

Para ella no existía el problema de las retransmisiones exteriores porque no disponía del equipo técnico indispensable para este tipo de operaciones. Pero los tiempos han cambiado y en 1958 ha estado en condiciones de presentar la retransmisión de los Festivales de España y de todas las demás manifestaciones que se celebran al aire libre.

La TV cuenta ahora con las nuevas estaciones de Navacerrada, Barcelona y Zaragoza, y el enlace hertziano entre Madrid y Barcelona para mejorar la calidad de sus programas. Hasta ahora, y ella misma lo reconoce, la TVE no ofrece en realidad más que emisiones experimentales. Incluso el contenido de los programas se mejora poco a poco y la difusión de las noticias está ahora asegurada por tres ediciones del periódico televisado o "Telediario": la primera a las 15 horas, la segunda a las 21,30 y la tercera a las 23,45. Hay que añadir los complementos de información que proporcionan ediciones especiales. La innovación característica de estos últimos meses en materia de programas es el aumento de emisiones de "varietés": la "Gran Parada" en particular ha alcanzado un clarísimo éxito. Esta "Gran Parada" se presenta el domingo por la noche, de las 22,30 a las 23,45, y está patrocinada por Movierecord en colaboración con las principales agencias publicitarias. La publicidad comercial está permitida a la TV española y los ingresos que proporciona contribuyen a sostener los gastos de programación. Casi el 10 por 100 del tiempo total de emisión semanal está financiado por sociedades, firmas o almacenes. Así se dan a conocer los nombres de Centenario Terry, Peletería del Carmen, Dina, Perfumería Gal, Nescafé, Schweppes, Galerías Preciados, Martini, Nestlé. Estas marcas o estas casas patrocinan en general emisiones de tarde, porque son las más oídas.

Pero el factor susceptible de abrir más ampliamente el abanico de los programas es sin duda la entrada de España en la Eurovisión. El 18 de diciembre de 1959, un decreto del Consejo de Ministros disponía que la TVE formase parte del club europeo de TV. Tres días después la emisión inaugural coincidía con un gran acontecimiento: la visita del presidente de Estados Unidos. Las bandas filmadas se enviaron por avión de Barcelona a Marsella. España quedaba así incluida en el sistema de intercambios en materia televisada.

Incluso si el balance de la TVE en cuanto a su alcance, calidad y medios permite advertir la necesidad de múltiples mejoras, la progresión ha sido relativamente más rápida en España que en Francia, por ejemplo. Si se tiene en cuenta el público al que debe servir, el problema se plantea más en términos económicos que en términos psicológicos. La penetración de la TV en la Península Ibérica depende más del nivel de vida, de las posibilidades de los presupuestos familiares, que del grado de receptividad mental de los españoles. En el estado actual las cifras triunfan sobre el espíritu. Si pensamos ahora en la calidad y en los medios de la TVE, hay que destacar que España, gracias a su relativa "defasaje", tiene la posibilidad de aprovechar las experiencias

ajenas. No es inconcebible que la TVE ofrezca el color a la vez que sus hermanas europeas, ya que ésta es la próxima etapa a cubrir.

La adhesión de España a la Eurovisión le permite entrar en la ronda de los progresos técnicos, resultado de reflexiones, de estudios y de prácticas comunes, a la vez que le hace participar cada vez más ampliamente en las actividades de una Europa que se busca a sí misma siempre.—“Amitié Franco-Españole”, LVII, III-60, 18-21.—A.

521-397

La Televisión publicitaria en Inglaterra.—Al pensar en la TV comercial casi siempre se trata de la norteamericana. No obstante, tenemos un ejemplo más cercano: la “Independent Television” (I. T. V.) o Televisión comercial inglesa. Su éxito ha sido asombroso: en 1954, fecha de su creación, tenía 400.000 receptores; en 1959, siete millones. Para dar una idea exacta de su organización hay que tener en cuenta el nombre adoptado (Televisión Independiente, en vez de Televisión comercial). Como es sabido, la B. B. C. es un servicio público no publicitario, costado por los impuestos de los usuarios. Por medio de la “Television Act” (Ley votada en 1954) se estableció la I. T. V., que obtendría sus recursos de la publicidad y se creó la I. T. A. (“Independent Television Authority”), Comisión encargada de resolver los problemas de la I. T. V. y de hacer respetar la Ley que permitió su existencia. La I. T. A. está compuesta por miembros del Parlamento, por representantes de la B. B. C., por algunos eclesiásticos y por los delegados de cada una de las Compañías que forman la red televisiva comercial. Esta Comisión puede controlar todos los programas de la I. T. V. y orientarlos en el aspecto educativo y religioso. De la asociación de las Compañías que comparten la explotación de la red de la TV comercial nació la I. T. C. A. (“Independent Television Company Association”), que se ocupa de la coordinación de programas, horarios, publicidad, etc.

Existe en la TV comercial inglesa una total independencia entre los programas y la publicidad. El sistema es completamente distinto del norteamericano. En la I. T. V. los anuncios no tienen ninguna relación con los espacios televisivos que se ofrecen al público. Las Compañías de TV mantienen su independencia frente a los anunciantes y a las agencias de publicidad. Los programas que prepara cada Compañía deben ser aprobados por la I. T. A. Organismos especializados en sondear la opinión pública determinan la elección de programas y su horario. Del atractivo que los programas tengan para los telespectadores depende el éxito de la publicidad. La I. T. A. obliga a presentar programas educativos y religiosos al principio o al fin de las emisiones o el domingo por la mañana. También ordena que se proyecten espacios de calidad artística (teatro, “ballet”, etc.) y un mínimo del 15 por 100 de programas locales.

La audiencia de la I. T. V. (formada ésta por ocho emisoras) se extiende actualmente a cerca de ocho millones de hogares. A fines del presente año se calcula que superará los nueve millones: el 70 por 100 de las familias británicas. Los telespectadores de la Televisión comercial pertenecen a las clases populares en una proporción del 68 por 100.

De los 240 millones de libras que se gastaron durante 1958 en publicidad, en Inglaterra, la T. V. I. percibió el 20 por 100. La Prensa figura en cabeza, con 166 millones de libras, y el Cine en último lugar, con cuatro millones. Hay que recordar que la Radiodifusión británica, monopolio estatal que detenta la B. B. C., no admite anuncios.

La publicidad televisada es más barata, en igualdad de rendimiento, que la de los periódicos y revistas.

Como queda dicho, los programas de la I. T. V. son completamente independientes de los anuncios. Estos se hacen en forma breve (cuña o “clock-spot” de quince segundos como máximo cada uno) por medio de fotos fijas, “filmets” y “magazines” (durante el mismo tiempo) y presentados como documentales publicitarios (de quince minutos de duración, con guiones aprobados por las Compañías).

Se enumeran en esta crónica el coste y proporción de cada una de esta clase de publicidad, así como los productos que se anuncian y en qué medida.

La publicidad se presenta filmada en una proporción del 95 por 100. No se hace de modo directo más que en los “magazines”.

Las encuestas de control se realizan, a veces, mediante aparatos del tipo del audímetro, que indican cuándo un televisor está conectado con una emi-

sora determinada. Los resultados de la escucha se suministran semanalmente a los anunciantes, a las agencias y a las emisoras por los servicios especializados.—“Mercados”, 37, III-60, 8-10.—J.

Cinematografía

778.5

Sanchez, Alfonso.—**Sobre la condición de productor.**—Esto de que cualquiera pueda asumir la función de productor cinematográfico es una gran calamidad para el cine. Conozco pocas tareas que requieran la coincidencia en la misma persona de tantas difíciles cualidades. El vulgo entiende que el productor es el mero encargado de suministrar el capital necesario para la producción de una película. Y lo malo es que también lo entienden así muchos de los que se lanzan a producir películas porque disponen de dinero suficiente o de habilidad para encontrarlo. En todas las demás empresas este señor se limitaría a ser socio capitalista y al ejercicio de las funciones que en tal condición le corresponden. Sin embargo, en cine, a pesar de sus complejidades, se irroga la totalidad de las atribuciones. Actúa así como un auténtico “capitalista”, pero en el sentido taurino del vocablo. Y lo normal, claro, es que le pille el toro. Luego atribuye su fracaso al medio en que se produce y no a su particular incompetencia. La reiteración de este fenómeno ha creado una idea equivocada del medio cinematográfico. Supongan que a la tertulia del café llega la noticia de que un amigo se ha arruinado por meter su dinero en un negocio de barcos. El tal amigo desdeñó a los especialistas y se metió a diseñar los planos del barco y a dirigir su construcción. Y el barco se le hundió en cuanto tocó el agua. El comentario de la tertulia será unánime: “Bueno, este tío es idiota por meterse en lo que no sabe. Es lógico que se haya arruinado.” Lo mismo comentarán si la ruina se produce en otra actividad y por idénticos motivos de empeñarse en realizar lo que no sabe. Menos si se trata del cine. Entonces los de la tertulia comentarán: “Le está bien empleado. ¿A quién se le ocurre entrar en ese negocio!” Convendrán en que es una grave injusticia. ¿Por qué si se hunde el barco que el señor construyó sin ser ingeniero naval la culpa es del señor, mientras que si se hunde la película que el señor hizo sin ser productor la culpa es del cine? Lo lógico es que también sea del señor que se metió en camisa de once varas. Ocurre que nadie se mete a construir barcos o casas sin tener títulos para hacerlo, entre otras cosas porque hay una ley que lo impide, y en cambio puede hacer películas todo el que lo desea. El que se sucedan así los fracasos no es culpa del medio cinematográfico, sino de todos los que a él llegan con la más completa incompetencia. En todos los negocios hay fracasos, sin que eso suponga un desprestigio para ese negocio en general, sino más bien falta de capacidad de la persona responsable. Los que fracasan en el cine no son los auténticos productores con profesionalidad y condiciones para ejercer su tarea, sino toda la serie de los que van llegando sin el menor título que lo justifique. La culpa no es del medio, sino suyo. El medio, además, sufre las consecuencias.

Me refiero aquí al cinema en general, pues estas cosas suceden en todas partes y a los que obran de buena fe. Los que llegan al cine impulsados por alguna baja intención, que tampoco son tantos como la murmuración supone, no merecen la pena de comentarlo, sino el eliminarlos por una simple operación de sanidad. Pero duele que haya gentes bien dispuestas a colocar su dinero y su actividad en el cine y fracasen por creer en serio que para ser productor de cine basta una ciencia infusa derramada sobre sus cabezas al conjuero de méritos del interesado en la materia. Y es un asunto bastante más difícil.

Para producir una película hacen falta ideas y dinero. Las primeras son más importantes. El productor de cine puede no tener dinero, pero es imprescindible que tenga ideas y las condiciones que exige su función. Gabriel Pascal llegó un día a Inglaterra sin un penique, pero con buen bagaje de ideas y talento. En seguida tuvo detrás a Bernard Shaw y a la banca de la City. Ciertamente el productor asume la responsabilidad económica de la creación cinematográfica, pero el capital necesario a la empresa se lo puede suministrar cualquiera que lo tenga. Y lo notable es que en cine siempre acaba por apa-

recer el dinero necesario, que incluso se pone a disposición de quien no tiene la menor idea.

La biografía sobre el productor es una de las más extensas que existen en materia cinematográfica. José Lasky define así al productor: "Es la persona que tiene a su cargo la producción y gobierna y regula cada uno de los elementos que intervienen en una obra." La producción de una obra cinematográfica corresponde a una persona. No anda descaminada la legislación moderna al considerar al productor como "autor de la película". Yo le definiría como el hombre de negocios que cumple al mismo tiempo una actividad artística e industrial. Porque es el encargado de organizar el trabajo técnico, industrial y artístico concerniente a la realización material e intelectual de la obra. Tiene la más amplia y decisiva responsabilidad en todas las fases de la película. Debe ser avaro y derrochador, empresario y director artístico, ha de saber elegir cada uno de los elementos de la obra y gobernarlos, montar rama de la industria y en la del arte. Y repentizar soluciones si es preciso. El productor está formado por una larga coincidencia de sutiles condiciones. La historia de las grandes casas productoras está marcada por los aciertos de unos hombres que reunían las condiciones del productor. Han pasado muchas gentes por el cine, pero siempre fueron los mismos nombres los que firmaron sus grandes obras e incluso impulsaron sus avances técnicos, algunos tan trascendentales como el cine sonoro o los modernos sistemas panorámicos.

Incurrir en grave error el que suponga que la simple posesión de un capital improvisa las difíciles condiciones que forman la figura del productor. No importa que vengan al cine y hagan películas gentes sin dinero. Lo grave es que también intenten hacerlas gentes que no tienen ideas. Porque su fracaso repercute en toda la organización cinematográfica. Lo que se supone desprestigio de un medio suele ser tan sólo el reflejo del fracaso individual de una gente que, por vanidad, soberbia o ignorancia, no tenía más remedio que fracasar.

* * *

Del 17 al 24 de abril se celebrará en Valladolid la V Semana Internacional del Cine Religioso y de Valores Humanos. La trascendencia de esta manifestación, que ya ha logrado amplia resonancia internacional, queda bien expresada en el propósito que figuraba en el llamamiento del pasado año: "Queremos un cine que acierte a recoger cuanto de verdadero y de noble hay en los problemas, trabajos e ilusiones del ser, sin rehuir cómodamente las vicisitudes y dificultades de nuestro tiempo, sino abordándolas con valentía y seguridad para enfor-carlas y resolverlas con un sentido cristiano y una preocupación social inspirada en esos altos principios. Queremos un cine que armonizando lo bello y lo bueno, sea motivo de satisfacción espiritual y estética, sin falsos temores ni cerradas intransigencias, abierto al amor, la comprensión y la cordialidad entre las gentes impulsadas de buena voluntad."

Ya se han inscrito hasta ahora 21 películas en la sección de Valores Religiosos, 28 en la de Valores Humanos y más de 50 cortometrajes, que representan a diez países. Para la concesión de los correspondientes "Lábaros" se han constituido dos jurados internacionales. Componen el de largometraje Piero Gadda Conti, Gilberto Salachas, Ralph Forte, Herr Petterson, José María Podestá, Carlos F. Cuenca, Pascual Cebollada, Jesús Vasallo, P. Landáburu y P. Staehlin. El de cortometraje, Arnaldo Bascone, Amedeo Ayfre, abate Anton Koch, José López Clemente, Juan Munso Cabús, Luis Suárez, muy ilustre señor don Moisés Lafuente y padre Luis Fierro. Presididas por el doctor Floris Luigi Ammannati, se celebrarán durante la Semana las Primeras Conversaciones Católicas Internacionales de Cine, para las que ya se han redactado diversas ponencias. Un magnífico certamen que se aparta de los festivales al uso para abordar seriamente elevados problemas del cine actual. Hemos de volver más de una vez sobre un tema de tantos alicientes.—"Hoja del Lunes" (Madrid), 14-III-60, pág. 5.

778.5

Sánchez, Alfonso.—**La cultura cinematográfica.**—Los que tenemos cierta especialización en el tema de cine nos vemos solicitados con frecuencia para presentar alguna de las películas que se proyectan en cine-clubs, sesiones privadas o cursos monográficos. Son unas charlas previas para ilustrar sobre el autor, enfocar la obra y situarla dentro de su momento. Creo que es una tarea im-

portante, que se debe realizar con aplicación. Se trata de difundir cultura cinematográfica y de enseñar a ver cine, dos cosas que se echan bastante en falta pese a la trascendencia del cine en la vida de nuestro tiempo.

Es increíble la casi nula cultura cinematográfica que se advierte no sólo en esas gentes que constituyen la mayoría del público que asiste a la salas, sino de gentes que son cultas en todo lo demás. Gentes que saben muy bien quiénes son Mozart, Sisley o Leopardi, ignoran lo más mínimo sobre Griffith o Dreyer. Fuera de los nombres de las "estrellas", apenas se sabe nada de cine. Y es grave, porque el cine, con su poder impresionista y su difusión, tiene singular influencia entre un público que se cuenta por millones de seres. Gentes que pueden formular buen juicio sobre un cuadro, una obra de teatro o una novela, sólo aciertan a enjuiciar la película limitándose a decir que es "entretenida", que es "un rollo" o un "latazo". Y la disconformidad con la crítica especializada se suele atribuir a que los críticos son unos personajes extraños, dotados de particular afición por lo raro.

El cine es un fenómeno consustancial a nuestro tiempo. Ya son tenaz excepción los que le regatean su categoría de arte. Puede negársele a muchas películas, pero eso ocurre también en todas las demás artes. Y, sin embargo, no se enseña Cine todavía. Ciertamente en algún sitio ya existe cátedra de Cinema; que alguna Academia de Bellas Artes ha elegido miembro a un hombre de cine, y que ahora se lanza la candidatura de René Clair para la Academia Francesa. Pero son contadas excepciones. En la enseñanza primaria y el Bachillerato se incluye el estudio de las artes, que va en aumento a medida que se avanza hacia la Universidad; pero está excluido el cinema. Miles de gentes aprenden nociones de pintura o de música, sin que luego en su vida vayan a un museo o a un concierto. Sin embargo, asisten al cine casi a diario. El hecho de que el cine como arte sólo tenga una antigüedad de veinticinco o treinta años no es una justificación para este abandono. Es probable que dentro de cierto tiempo la Universidad abra una cátedra de Cinema. Cuanto más se retrase, más se retrasará el avance artístico del cinema. Porque ningún otro arte necesita tanto de su público. El escritor, el pintor o el músico genial pueden hacer una obra que se adelante a su tiempo, aunque permanezca muchos años desconocida. El autor desaparece, pero la obra queda para un futuro que la comprenda. En cine no se puede trabajar para el futuro, por muy genial que sea el hombre que conciba la obra. La propia naturaleza del cine impide que el autor se adelante revolucionariamente a su público. La calidad de un público influye sobre la calidad de la obra, que, a su vez, vuelve a influir sobre el público elevando su gusto y su exigencia. Es un fenómeno de ósmosis, que se produce de modo natural: a mayor sensibilidad y gusto del público, mejor es su cine; el continuo perfeccionamiento de este cine eleva la sensibilidad y el gusto de su público. Es probable que la llamada "nueva ola" francesa no habría podido manifestarse sin la existencia de un público propicio.

La tarea, pues, de ir fomentando la preparación cinematográfica es importante y no debe estar sólo dirigida a los especialistas, sino a todo el público. Porque el espectador tiene una influencia en el cine. Por fortuna, la tarea se realiza entre nosotros de modo intenso. Cada vez son más los que se aplican a una oportuna formación cinematográfica, que irá influyendo en el cine a medida que se extiende entre especialistas y espectadores. No sólo hay que enseñar a hacer cine, sino a verlo y a enjuiciarlo.

* * *

Parece que los films históricos son buen éxito de taquilla todavía. La calificación de "film histórico" es mero eufemismo, naturalmente, pues no supone que la Historia sea respetada siempre. El hecho histórico y sus personajes se toman como pretexto para montar un espectáculo, donde los decorados suntuosos y la aglomeración de "extras" alcanzan primordial importancia. La Historia está tratada de modo superficial, salvo la excepción. Son películas con "receta", sujetas a unas reglas. Paul Giannoli ha formulado algunas. Lo hace en tono de humor, pero con certero sentido. Traduciré algunas: "Comenzar por una escena violenta (degollamiento de un esclavo, revuelta de gladiadores...)" "No ser tacaño al realizar incendios. Una embarcación en llamas vale más que no importa qué diálogo." Y así va enumerando consejos. Da uno que conviene destacar porque tiene pernicioso aplicación entre nosotros: "Para los personajes de

segundo plano, tomar actores de teatro; no exigen grandes sueldos y no hacen perder el tiempo." Es un consejo conveniente... para el productor, pero no creo que convenga nada a los actores de teatro. Y, sin embargo, aceptan este tipo de trabajo que no corresponde casi nunca a su prestigio.

El buen actor de teatro desdeña al cine. Vittorio Gassman no se lo calla: "Trabajo en cine para ganar dinero y poder perderlo en el teatro." El prestigio del actor está en el teatro, aunque muchos actores lo han logrado también en el cine. No parece una actitud acertada venir al cine para ir perdiendo el prestigio conseguido en el teatro. Porque estas cosas no se hacen impunemente. Que el actor que encarna ese breve papel o ridículo personaje es un buen actor de teatro se sabe, desde luego, pero sólo sabemos unos cuantos. La gran masa de público no tiene más noticia del actor que la de su actuación en esos personajes. Si forma un juicio falso, la culpa es del actor que aceptó un trabajo inadecuado. Le será útil el dinero del cine, pero su popularidad se le vuelve en contra. Sobre todo cuando la reitera. Y causa hasta indignación contemplar como actores con buen nombre en el teatro aceptan una y otra vez cometidos que sólo les ofrecen porque "no exigen grandes sueldos y no hacen perder el tiempo." Y a su costa, el galancito va ganando prestigio, popularidad y fortuna.

* * *

Ya nos han inventado la película "olorosa". Ahora llega otro invento: "el percepto". Es un medio para suministrar "emoción" a lo bruto. Lo pone en práctica la película "The tingle" ("El hormigueo"), que se proyecta en Nueva York. Cada vez que en la pantalla aparece alguna escena de miedo, el operador acciona en la cabina los botones de un centenar de motorcitos instalados en otras tantas butacas. El espectador que la ocupa recibe una sacudida que le hace vibrar o desmayarse. Según la noticia, alguna señora se ha desmayado al recibir la descarga. Tremendo cine. ¡Como para que hablemos de arte y la cultura del cinema! Pero ¿cuándo inventarán un buen argumento? Porque es lo mejor que se puede inventar en cine.—"Hoja del Lunes" (Madrid), 28-III-60, 5.

778.5

Sánchez, Alfonso.—**El Certamen Internacional de Valladolid.**—En su quinta edición, esta Semana de Valladolid, creada y sostenida por el inteligente esfuerzo de Antolín Santiago Juárez, ha logrado amplia resonancia internacional. Tiene el certamen un enunciado de gran aliciente siempre que se acentúa por su oportunidad en la confusa hora cinematográfica actual: Cine Religioso y de Valores Humanos. No es la Semana de Valladolid uno de esos festivales internacionales en el que el propósito de tomar la temperatura al cine en un momento determinado se desvirtúa pronto por los intereses comerciales y la feria de vanidad que provocan las "estrellas". En Valladolid se han discutido temas trascendentes y se han fijado normas orientadoras que, sin duda, llevarán su influencia a la preocupación que ahora se siente por elevar la dignidad del cine. No son "cosas de curas", como los maliciosos puedan pensar. Porque en estos días se discute en Francia una severa ley de censura que afecta incluso al guión antes de su rodaje. Y se ha previsto que el dictamen de esta fase se comunique a todos los organismos que puedan facilitar créditos para la financiación de la película, al objeto de que se atengan a los riesgos de un dictamen posterior que irá desde los "cortes" a la prohibición total o a la de su exportación. La tarea del momento tiene el mismo objetivo en todos los cinemas: dignificación del cine. Y sobre este temario han discurrido las Primeras Conversaciones Católicas Internacionales de Cine. Cada mañana, en el severo marco del palacio Santa Cruz, hombres llegados de Italia, Alemania, Bélgica, Francia, junto a los españoles, han desarrollado sus ponencias y comunicaciones presididos por Floris Luigi Ammannati, que ha dejado la dirección del festival veneciano para encargarse del Centro Experimental de Cinematografía de Roma. Ammannati prologó la reunión con unas palabras que habían de ser eficaz norma de las conversaciones: "Tanto hay que huir de las películas estúpidamente malas como de las estúpidamente buenas. Acometamos y desarrollemos un apostolado valiente, abierto, noble y leal, afianzando los valores humanos y aquellos religiosos que pueden encarnarse admirablemente en el cine, haciendo de él un instrumento al servicio del hombre para la gloria de Dios." Autores de las ponencias eran monseñor Amedés Ayfré, buen tratadista de cine—su libro "Dios en el cine"

tiene gran difusión—; Gilbert Roger Salachás, redactor-jefe y crítico de la revista francesa “Tele-Cine”; el dominico Leo Lunders, secretario general del Centro Católico de Acción Cinematográfica de Bélgica, que fué asesor religioso de la película “Historia de una monja”; el italiano padre Romeo Pancirolli”; el padre Carlos Staehlin, crítico de “Razón y Fe” y al que debemos una completa ponencia sobre el cine para niños; el jesuita padre Landaburu, que presentó una comunicación sobre la importante labor desarrollada en dos años por la Delegación Eclesiástica Nacional de Cinematografía. A lo largo de estas conversaciones fueron estudiadas las relaciones del cine con las personas humanas, la espiritualidad, la cultura, la juventud, el conocimiento de las diversas civilizaciones. Un esquema completo que no sólo se ocupó del contenido, sino también de la forma. “En el cine religioso es absolutamente necesaria la presencia del arte”, quedaba señalado en una conclusión.

La ponencia del padre Pancirolli—“Cine y conocimiento de las diversas civilizaciones”—motivó un coloquio sobre los convencionalismos y la rutina, que tanto traban el rigor expositivo de la verdad. Otras veces es la rutina de la industria, con su falso pintoresquismo o sus “fasillas”, las que estorban la sinceridad del cine. Y entre convencionalismos y rutinas rara vez el cine es expresión justa, fiel y veraz del espíritu de un pueblo.

“Es necesario crear y difundir en el público —decía Roger Salachás— una capacidad para que favorezca con su estímulo y apoyo las películas de calidad en el contenido y en la expresividad artística.” Es un viejo ideal que tiene su meta en esa aspiración de que cada espectador sea su mejor crítico. Tarea lenta, porque el cine es una manifestación de “hechos consumados” donde el espectador se le sitúa ante el dilema de aceptar o rechazar. El cine impone los llamados gustos del público y no al contrario. Pero el público, con sólo administrar su poder para aceptar o rechazar, puede contribuir a una dignificación del cine. Elevar la capacidad del público para juzgar por sí mismo quizá sea tarea difícil, pero, sin duda, eficaz. Es cine, ya lo hemos expuesto aquí, el artista no puede obrar con independencia del público, como ocurre en otras artes. Ni siquiera adelantarse a su tiempo en un rasgo de inspiración genial. Y si se eleva la calidad de uno de los dos elementos de la ecuación repercutirá inmediatamente en el otro.

Veinticinco películas han concurrido a la Semana. La mayor parte de los miembros del Jurado vió aliviada su misión por conocer muchos títulos, ya proyectados en distintos festivales. La gran película presentada en un festival va dando luego vueltas por los circuitos de estas manifestaciones internacionales. Por desgracia, el cine prodiga poco sus obras maestras. Entre las inéditas figuraba “El puente”—inédita para los que no han concurrido al Festival del Mar del Plata, donde fué galardonada con el primer premio. Realizada por Bernhard Wicki, el film alemán narra un hecho real de la última contienda: la defensa de un puente por muchachos en plena adolescencia, los mismos que hacía poco paseaban o jugaban en su trayecto y que al llegar la guerra derrochan heroísmo ante la barricada. Película tremenda, que expone con patética crudeza todos los horrores de la guerra. Han vuelto a proyectarse “Los 400 golpes”, “El niño y el puente” “Zafra”, “El séptimo sello”, ya vistas en Cannes y Venecia. También “El cantar de los cantares”, que Manuel Altolaguirre presentó en San Sebastián. Al regresar a Madrid halló la muerte en accidente de automóvil. El cine español presentaba “La encrucijada”, primera realización de Alfonso Balcázar, y “Los chicos”, la segunda película que aquí dirige Marco Ferreri.

Es también útil esta nueva visión de las películas en el tranquilo recinto de Valladolid. El festival internacional crea un clima especial donde no siempre hay la suficiente serenidad para juzgar los valores de la película. Cierta afán de canibalismo cinematográfico o la confusión que provocan directores o “estrellas” con sus declaraciones desenfocan a veces el ángulo de visión. Podría citar varios casos en que una revisión posterior o su estreno en una pantalla pública hizo rectificar algunas apreciaciones lanzadas desde el bullicioso marco del festival. Encuadradas bajo su oportuno enunciado, la pantalla de Valladolid sitúa a la película del modo más adecuado para decantar y estudiar sus valores.

Las jornadas de Valladolid han sido intensas. Pascual Cebollada organizó una documentada exposición de libros y fotografías de cine. Tema de cine a todas horas, sin esa lata de la recepción en honor de las “estrellas” o de la “melée” en torno a un canapé de anchoas con las que ya nos tuteamos a fuerza de coincidir en tantos sitios.

El certamen de Valladolid termina hoy lunes. Esta tarde se repartirán los premios. Sobre su índice de enseñanzas y orientaciones habrá que volver. No es la frase tópico, porque la lección de estas Conversaciones tiene larga actualidad. "Hoja del Lunes" (Madrid), 25-IV-60, 5.

778.5

Gómez Mesa, Luis.—**El cine de valores humanos.**—Se ha logrado reunir en esta V Semana Internacional de Cine Religioso y de Valores Humanos diversas películas de indudable calidad que constituyen muy importante programa. De manera primordial en lo que se refiere al segundo enunciado.

Todos los problemas, las diferentes graves cuestiones que inquietan hoy al mundo, son interesantes y merecen la atención del cine. Pero ninguna de tanta trascendencia como los temas de la infancia y de la juventud, acometidos y presentados con hondura.

Cuatro películas de esos asuntos se exhiben en este certamen: "Los cuatrocientos golpes", francesa; "El puente", alemana; "El muchacho y el puente", inglesa, y "Los chicos", española. Y cada una en su estilo pertenece a un concepto exacto de cómo tiene que comprenderse y cumplirse el cine. Veracidad en el argumento —en personajes y ambientes— y clara y justa expresividad en el estilo narrativo.

"Los cuatrocientos golpes", que fué la revelación de François Truffaut en el Festival de Cannes del pasado año de 1959 como gran director, es un profundo y certero estudio de psicología infantil. El protagonista Antoine Doinel, de doce años, no es feliz. Ni su padre, y menos su madre, le demuestran que le quieren. El ansía cariño. Su conducta y cuanto le ocurre se derivan de ese sentirse solo e incluso abandonado, como un extraño, en su casa. Se acoge a la amistad de un compañero de colegio... Que le atiende porque algo de lo que le sucede a él es igual... Se le impone un castigo, cuando lo que precisa es afecto... Los principales culpables de sus faltas son los propios progenitores y la exigencia, la frialdad de unos núcleos de la sociedad que aplican rigurosas reglas de modo rutinario, sin calar en lo auténticamente humano de los distintos casos... Truffaut basó este relato en la realidad y en su experiencia. Emocionan las amargas vicisitudes de Antoine por ser ciertas. Jean-Pierre Léaud interpreta, en extraordinaria matización, al personaje... Y ese tono de sinceridad se refleja en las calidades del trabajo directivo de Truffaut: predominio de la imagen, siempre natural y sencilla. Película que al descubrir aspectos de la vida en la mejor expresividad genuinamente cinematográfica conmueve y hace pensar.

"El puente" narra un hecho cierto ocurrido en un pueblo alemán en abril de 1945, en las postrimerías de la segunda guerra mundial. Los personajes principales son muchachos de dieciséis años, que movilizados, fieles a muy puros ideales, obedecen con excepcional valentía una orden del mando. Defienden con las mejores cualidades militares un puente. Y se oponen no sólo al avance de los tanques enemigos, sino a las actitudes cobardes o vacilantes de sus compatriotas. Paseaban días antes por ese puente como ciudadanos pacíficos dedicados a sus estudios. Y de pronto luchan en él como soldados, no en ingenuo juego de mozos, sino con bravura, con furia cegadora. Nunca había mostrado el cine los horrores bélicos con tal crudeza, que se acentúa por la edad de los personajes, como en esta película, dirigida por Bernhard Wicki, y con unos muchachos sin experiencia interpretativa en los papeles centrales. Es una obra maestra de un cine como el alemán en disposición —por su historial— y con capacidad de encontrar enfoques nuevos y trascendentes a temas muy conocidos, repetidísimos. Y no necesitó recurrir a lo imaginario. El hecho que se relata —en estremecedor dramatismo— es verídico.

"El muchacho y el puente" es como un cuento infantil que interesa por igual a los menores y a los mayores. El argumento es candoroso, con una desviación folletinesca. La psicología de Tommy está bien observada. Para huir de lo que su fantasía deformó se esconde en un dependencia de la famosa e histórica construcción londinense: "Tower Bridge". No es ya convincente que se ocupe y preocupe de cosas contrarias a su edad y a la misma situación en que se halla. La película, dirigida por Kevin McClory, es de extraordinaria calidad en el aspecto documental. Ida McLaine, de nueve años, expresa exactamente las emociones de su personaje de Tommy.

Y "Los chicos" es un documental de un grupo social de estos tiempos. Per-

tenece a un concepto sincero del cine, utilizado testimonialmente. Recoge una verdad, como es la de esas pandillas de chicos de familias modestas o de la clase media, sin inquietudes, sin gustos, sin preferencias, que se aburren hasta cuando pretenden divertirse. Y que viven en sus hogares como extraños, ajenos a los asuntos de sus padres. Se plantea —“se ve”— la cuestión: ¿y quiénes son los responsables de ello: éstos o aquéllos? No está acostumbrado nuestro público a que el cine español refleje problemas fundamentales, y menos con esa fidelidad. Dirigida con resaltables influencias del estilo realista italiano por Marco Ferreri —guionista, con Leonardo Martín, autor del argumento—, la segunda mitad supera a la primera. Por lo que significa de querer incorporarse a un cine que rehuye lo falso, lo embaucador, es digna esta película de elogio y de ayuda.—“Arriba”, 22-IV-60, 21.

778.5

Martín Abril, F. J.—**Valores religiosos en el cine.**—La primera conclusión de la Conversaciones Católicas Internacionales de Cine celebradas en Valladolid dice así: “Los valores religiosos, entendidos en el sentido más noble y cristiano, están ausentes de la mayor parte de la producción cinematográfica mundial.” Verdadera y tristemente que es así. Apenas se tocan los valores religiosos en el cine mundial. Se tocan, si se tocan, disimuladamente, como con miedo. Y la mayor parte de las veces, los valores religiosos brillan por su ausencia. Es posible que tal o cual película encierre una lección de ejemplaridad, pero una lección de ejemplaridad meramente humana, de tejas abajo, sin conexión ninguna con la trascendencia de la eternidad. El protagonista es un hombre bueno, se ha pasado la vida haciendo el bien, pero cuando llega el momento de morir, nadie se acuerda de Dios: ni el hombre ni las personas que le rodean. Entonces, ¿por qué y para qué el bien? ¿Qué justificación tienen esas buenas acciones? ¿Es que a estas alturas vamos a volver a la cantinela del bien estrictamente natural? Urge meter valores religiosos en el cine, si el cine ha de tener una misión de auténtica trascendencia. ¿Puede el hombre acaso escapar de Dios, de los problemas de la eternidad? Hay mucho que hacer en este aspecto. Algunas películas, sin especial tacha moral, tacha en las costumbres, nos dan la impresión de estar realizadas por hombres que ignoran la doctrina de Cristo. Y Cristo está ahí hace veinte siglos.

En la cuarta conclusión se afirma: “Como término del largo proceso de humanización que han tenido la temática, la realización y la interpretación del cine, estamos pasando, de un cine de superficie, a un cine de profundidad que, en adelante, debe enseñar a los hombres la fraternidad cristiana en su expresión concreta de ayuda al prójimo.” Sí, esto también es verdad. Junto a las películas de superficie —de mero pasatiempo, cuando no de tonta diversión— han aparecido las que pudiéramos llamar películas preocupadas. Mas en estas películas suele predominar la angustia, lo sombrío, el problema sin solución. Demos paso a un cine de profundidad, en el que se armonicen lo bello y lo bueno, a un cine divertido, humano y tonificante, a un cine con presencia de Dios, que necesariamente contribuirá cada día a que la Humanidad sea un poco mejor.—“La Gaceta del Norte”, 28-IV-60, 16.

778.5

Premios de la Semana del Cine Religioso de Valladolid.—Ha sido clausurada la V Semana Internacional de Cine Religioso y de Valores Humanos, en la que se han presentado veinticuatro películas largas, de once países, y buen número de documentales.

En la última sesión se dió a conocer el fallo del Jurado y se hizo entrega de premios para las siguientes producciones:

“Lábaro de Oro”, para la mejor de largo metraje, de tema religioso, a la cinta sueca “El séptimo sello”, de Ingmar Bergman.

“La Espiga de Oro”, para la mejor de largo metraje, correspondiente a la sección Valores Humanos, al film francés “Los cuatrocientos golpes”, de François Truffaut.

Premio Ciudad de Valladolid, establecido para la que mejor contribuya a exaltar las virtudes ciudadanas en la convivencia social de los pueblos, a la belga “Tokende”, de Paul Leleu.

“La Espiga de Plata”, a la alemana “El puente”, de Bernhard Wicki.

En cortometrajes, el "Lábaro de Oro" a la película italiana "La luz sobre el monte", y "La Espiga de Oro" para la española "La sangre".

El Jurado declaró desierto el "Lábaro de Plata", para largometrajes, y el "Lábaro" y "La Espiga de Plata" para cortometrajes.

Los premios no oficiales de la Federación Nacional de Cineclubs se otorgaron al "Séptimo sello", y el del Círculo de Escritores Cinematográficos de Madrid, para el mejor argumento, a "El puente".

Se dedicaron menciones especiales a la película italiana "El tiempo se ha parado"; al conjunto de películas presentadas por Alemania; a la inquietud artística del lote nacional y a "La mano izquierda de Dios", norteamericana, presentada fuera de concurso, y que ha sido proyectada en la sesión de clausura.—"Madrid", 26-IV-60, 18.

778.5:621.397

Guarda, Guido.—**El telefilm.**—Los fragmentos de película que se insertan en las tomas directas, son también, en rigor, telefilms cuando se ruedan expresamente. Frecuentemente se trata de un "exterior" en el significado que este término tiene en argot cinematográfico, es decir, una secuencia filmada al aire libre y ambientada en un lugar demasiado amplio para permitir la reproducción en el estudio; o bien se trata de un episodio "realista", como un incidente callejero, una carrera, una huída de ladrones a lo largo de una calle llena de gente, etc. Si no presenta referencias específicas de una determinada transmisión, sino que parece una secuencia genérica (un tren que pasa, una escollera con el mar aborascado, una carrera de automóviles, etc.), pasa a enriquecer el archivo de "repertorios". Este archivo es para cada red de TV un instrumento indispensable, especialmente en el campo de los noticieros y de las encuestas.

Desde el punto de vista de la duración, encontramos después los "shorts": tienen por tema canciones, números de variedades musicales, escenas cómicas. Hubo un momento en el que las redes televisivas europeas los compraban a quintales, convencidos de haber resuelto todos los problemas de producción. Después se advirtió que el público de la TV tolera el material filmado solamente cuando tiene por tema un verdadero y auténtico film. Y entonces los "shorts" aparecen a veces en algunos programas de verano.

Por último, tenemos los auténticos telefilms: películas filmadas con los mismos principios generales de un film comercial, pero destinadas de modo específico a los mercados de la TV. El tiempo medio de duración de un telefilm es de 15, 30, 45 y 60 minutos, con una neta preferencia por la media hora o la hora completa. La mayoría de los telefilms utilizados por las redes europeas poseen estas características: 27 ó 55 minutos de duración, y el resto hasta la media hora o los 60 minutos, reservado para los anuncios publicitarios.

Los telefilms de éxito son de argumento "Western", policíaco y de sucesos; otra categoría que tiene gran aceptación es la de los telefilms de carácter familiar, que se refieren a la vida y peripecias de una familia-tipo de la pequeña burguesía y equivalente a la interminable serie del tipo "I love Lucy".

Hasta el año 1957 aproximadamente, el género del telefilm no ha gozado de las simpatías del público europeo a causa de calidad media menos que mediana. Hacia 1954, en Alemania, en Francia, en Italia, en Gran Bretaña y en otros países europeos, algunos productores cinematográficos comenzaron a rodar telefilms, todavía no para el mercado europeo, sino para las redes del Canadá, Estados Unidos y especialmente para Sudamérica. Ahora hemos entrado en una nueva fase, gracias, bien a las reacciones del público que ha impuesto a los organismos de la TV una selección del repertorio, o bien por la iniciativa tomada en mayo de 1958 por la UER, de un "Gran Premio Eurovisión" para la producción de telefilms. El concurso se celebra anualmente en Cannes, durante el Festival International du Film y prevé la participación de "todos los productores de films de TV, con excepción, sin embargo, de los organismos de Radiodifusión-Televisión organizadores del concurso". El Jurado lo componen siete miembros: cuatro designados por la UER y tres por el Festival de Cannes. El "Grand Prix Eurovision" es el primer paso hacia una calificación de la producción cinematográfica destinada a la TV. Después de diez años de abusos perpetrados contra el público más numeroso que ningún espectáculo haya tenido, los productores de telefilms se encuentran ahora frente a las propias responsabilidades.

Por otra parte, las condiciones en las que se encuentran los productores europeos de telefilms no son animadoras. Ya he hablado de algunos aspectos del problema, pero de las desventajas que experimentan en relación con la competencia extranjera está la absoluta carencia de competencia de los propios mercados nacionales. Es asombroso que no exista todavía una legislación destinada a tutelar la producción de telefilms, por lo menos en el mismo plano que los films comerciales de argumento y de carácter documental. Digo por lo menos, porque es evidente que el público de la TV es mucho más vasto que el que frecuenta los cines.

Mientras la producción europea alimenta las redes del otro lado del Atlántico con serie de telefilms interpretados por Diana Dors, el mercado norteamericano renueva utilizando nombres de reclamo seguro. A fines de 1957, Orson Welles filmó en Méjico una serie de tres telefilms sobre la figura de Don Quijote. Alfred Hitchcock, en el bienio 1957-58, ha dedicado buena parte de su actividad a los programas filmados de la NBC: una serie que —son palabras suyas— “ha clavado a los telespectadores a la butaca”. Walt Disney, en el 57, ha destinado a la TV el 40 por 100 de la propia producción. Todas las grandes casas —de la Paramount a la Warner Brothers, e incluso la M.G.M., que se venía absteniendo de esta actividad— se han lanzado a una competencia despiadada. Esto no quiere decir que los juicios sobre los telefilms no sigan siendo severos por parte de algunos de los exponentes del mundo cinematográfico hollywoodiano. Clark Gable, por ejemplo, se ha negado siempre a figurar en telefilms: el conocido actor afirma que la TV es la excavadora del cine: “Todos mis colegas que han interpretado films para la TV se han desvalorizado. Actor de la TV significa para el público algo así como actor acabado”.—“L'Osservatore Romano”, 4-V-60, 3.—A.

778.5

Gómez Mesa, Luis.—**Veinte años de cine.**—Son muchos los libros dedicados al estudio del cine. Y de intenciones, tonos y estilos diferentes. Desde el de rigor estético, con afanes orientadores, al de comentarios críticos de una etapa, de un género o de un director.

Constituyen hoy estos temas uno de los más solicitados por los lectores, especialmente de los núcleos jóvenes. Quiere conocerse cuanto se refiere a la actividad filmica en todos sus aspectos: del técnico al artístico. Y como falta orden, sistematización, no se le aprende bien, sino de manera incompleta, fragmentaria.

¿Y no es el mejor modo de entender el cine contemplar películas, pero puntualizados sus valores y calidades, sus diversas facetas, y lo que se consiguió y lo que se quedó en el propósito?

La revisión de películas es precisa, como el único medio eficaz de adquirir una experta preparación para juzgarlas.

Esta es la finalidad principal de los cineclubs, que muy pocos —escasísimos, una minoría— comprenden y cumplen. Demasiadas veces se desvían estas entidades de sus tareas culturales para presentar programas que suscitan más la curiosidad que el interés del público, y no exactamente por su significado fílmico.

La Delegación Eclesiástica de Cinematografía del Secretariado Nacional de la Comisión Episcopal Española de Cine, Radio y Televisión ha publicado un extenso libro de título revelador: “Guía de películas estrenadas: 1939-1959”. Una importante obra de consulta, de adiestramiento.

El reverendo padre don Félix de Landaburu, en su “Carta-prólogo” señala con sencillez y claridad las características del volumen. He aquí algunas de sus palabras: “No ha de ver el espectador, sin más, cualquier cinta. Tampoco, para alimentarse como, sin más, cualquier manjar. Para formarse un “juicio práctico de conciencia” ante un título que se le ofrece, él tiene sobre sí una “norma universal” que la moral le dicta: “Es necesario precaverse del peligro. No es lícito, sin más, arrostrar ese peligro.” Como premisa menor de esa “norma universal”, la “Guía” viene a decir a cada uno lo que a juicio de quien tiene para ello autoridad delegada de la Iglesia, le resultará normalmente peligroso. La conclusión que de esas dos premisas se deriva será “el juicio práctico de conciencia”: asistencia o abstención... Si eres simple espectador, abre la “Guía”... y cerciórate de lo que vas a ver —ella te informará de toda suerte de datos, no sólo de su estimación moral—. De acuerdo con lo que se diga, es-

coge... Con criterio total de calidades, no al acaso o por capricho. Sólo entonces serás verdaderamente hombre —racional— a la hora de ir al cine.”

Se incluyen como textos fundamentales —documentación básica— las normas para la calificación moral dictadas por la Comisión Episcopal de Ortodoxia y Moralidad; la correspondiente legislación estatal, como artículos del Reglamento de Policía de Espectáculos Públicos, orden sobre visado y autorización de programas cinematográficos; Junta de Clasificación y Censura de películas cinematográficas y Comisión Superior de Censura Cinematográfica; asistencia de menores a los espectáculos públicos, Reglamento de relaciones comerciales entre Empresas distribuidoras y exhibidoras de películas y apertura de nuevos locales cinematográficos Y una relación de las casas españolas distribuidoras de películas de 35 mm. y 16 mm.

Los datos de cada película son: título, nacionalidad, productora, distribuidora, intérpretes, fecha de estreno y síntesis del argumento, con unas esclarecedoras anotaciones críticas.

Actualmente muy propagado en España el cine de paso reducido, las películas retiradas ya de la explotación en cines públicos pueden proyectarse en ese formato. Y así se efectúa en sesiones que se celebran en colegios, centros culturales, salas parroquiales y también en cineclubs.

Ha editado esta guía —un gran volumen de 600 páginas—, que resume veinte años de cine, 1939-1959, la Gestoría de Contratación y Programación “Fides”, dependiente de su Sección de Salas de Exhibición, de la Delegación Eclesiástica Nacional de Cinematografía de la Comisión Episcopal Española de Cine, Radio y Televisión.

Una obra ciertamente importante. En su sustanciosa concreción contiene lecciones muy útiles no sólo para los profesionales del cine, sino para el público, muy necesitado de esta labor de información y formación.—“Arriba”, 8-IV-60, 19.

778.5

Sánchez, Alfonso.—**Películas para niños.**—El tema del cine para niños es grave preocupación actual. Se le abre espacio en los periódicos, nos lo proponen muchas cartas de lectores y salta a menudo el diálogo con gentes de la calle. Se habla del tema seriamente, lo que es poco habitual en cine, con razonamientos dignos de consideración y hasta se insinúan posibles soluciones. La preocupación por el tema no es sólo entre nosotros. Apenas pasa semana sin que la veamos reflejada en la Prensa extranjera. A los comentarios de los padres de familia se añaden los de pedagogos, psicólogos y de cuantos tienen alguna responsabilidad directa sobre la infancia. Ya en estas columnas nos hemos ocupado del cine para niños. Su importancia y actualidad solicitan que tratemos nuevamente el problema.

Ofrece dos aspectos; el de un cine como mero recreo y el de aprovechar como arma didáctica el enorme ascendiente que la pantalla ejerce sobre la fantasía del niño. En realidad, es un problema único con una solución única también. El matiz diferencial lo impone la actualidad entre nosotros.

Cada jueves y cada domingo hay que enviar a los chicos al cine. El padre de familia ve con angustia la escasez de película “autorizadas” que le presenta la cartelera. Con frecuencia los niños deben repetir una película ya vista. Las películas “para todos los públicos” no llegan a un tercio de las que se proyectan. En 1958, de las 293 películas clasificadas sólo 75 fueron autorizadas para menores; en 1959, de 285, sólo 83. Número bastante bajo si se atiende al índice de asistencia. Todavía en las grandes ciudades el niño dispone para su recreo de espectáculos de teatro infantil o del circo. El problema se agrava a medida que decrece la importancia de la ciudad. Conviene distinguir también entre “apta” y “tolerada”, porque no todas las toleradas son “aptas”, ni mucho menos resuelven el problema de un cine para la infancia.

El empresario sabe que la película autorizada para todos los públicos supone un aumento de recaudación entre el 30 y el 40 por 100. Y sacrifica gustoso algunos metros de película para lograr la autorización. Se podan los besos y las exhibiciones anatómicas, y ya pueden verla los menores de dieciséis años. Pero quedan muchas cosas graves. He aquí lo que el padre Llanos escribe en una de sus recientes “cartas cristianas”: “Todos hemos lamentado el caso: nuestros chicos, tan aficionados al cine, no encuentran apenas otras cintas que no sean las que preconizan la violencia. A este cine de los tiros incesantes y de los desafíos y de los golpes se llama cine moral y blanco, porque no tiene

apenas besos y otras escenas que exciten la carne. Lo estoy experimentando en el suburbio y las consecuencias de esta alimentación psíquica de los peques son importantes. Lo de menos es lo más visible y lo más palpable. Esta chiquillería vive en el fervor de sus pequeñas violencias y no saben jugar si no es a pegarse y a golpearse unos a otros"... He aquí la queja de un lector: "He visto muchas, muchísimas películas con el cartel de "apta para menores" que evidentemente no son aptas para la infancia. En ellas se pinta, tan gráficamente como el cine es capaz de hacerlo, la violencia y las pasiones que suscitan en las despiertas imaginaciones juveniles. Creo que a ese cine se deberá una deformación muy peligrosa en futuras generaciones." Unos simples cortes no transforman el contenido de una película. A veces el corte de unos besos o de un "ballet" sólo serviría para que la película fuera "apta para mayores", porque a los niños les suelen aburrir esas escenas. Si todo el problema se redujera a suprimir planos o escenas, no podría hablarse de cine para la infancia, sino de un cine de mayores acompañados por niños. En la Alemania occidental han resuelto el problema de modo simple: prohíben la asistencia al cine a los niños menores de seis años y dejan en libertad a todos los demás, confiando en el criterio de los padres y maestros. Pero ésa no es solución, aun reconociendo que la educación cinematográfica debe comenzar en el hogar y en la escuela.

No se trata de que haya más películas "toleradas", sino de tener un auténtico cinema para niños. Un cinema que aproveche la potencia didáctica de la pantalla para formar, con su recreo, el espíritu y la cultura de los niños. Y a este cinema atienden hoy muchos países. Todos los datos de este cinema para niños fueron expuestos por el padre Staehlin en su admirable ponencia en las últimas Conversaciones de Cáceres. Creo que esa ponencia debiera ser editada para su mayor difusión.

Existe en varios países un cinema exclusivo para niños, realizado pensando en sus espectadores, con esquemas que atiendan a su formación y a su recreo. Nada como el cine puede realizar ese ideal de "educar jugando". Es un cinema con su legislación y protección adecuadas, que cuenta incluso con festivales internacionales propios, alguno de tanta categoría como el que todos los años se celebra en Venecia unas semanas antes del gran festival. En Inglaterra, por ejemplo, este cinema tiene incluso gran importancia industrial. Francia lo tenía descuidado, pero leo que su selección ha merecido en Hispanoamérica un premio especial. ¿Por qué no ir a la creación de ese cinema para niños? No veo grandes obstáculos.

En primer lugar, se dispone ahora, dado que rara vez llega una de esas películas a nuestras pantallas, de un buen número de cintas aptas para importar. Sólo hay que arbitrarles el régimen especial que requieren. Como es lógico, ese cine no puede ser sometido a los mismos gastos de explotación que el cinema corriente. Necesita un trato especial, que se refiere a su simple tramitación en materia de precios. Son muchos los países que dispensan al cine para niños estas excepciones de su canon de importación, aduanas y régimen de impuestos. No es una mercancía cualquiera, sino algo de trascendental importancia espiritual: el medio ideal para educar a la infancia de un país.

Debemos también aplicarnos a crear ese cine entre nosotros arbitrando los oportunos medios y protección. Un cine independiente de todo el resto, con su sistema propio y sus organismos adecuados dentro de la suprema autoridad de nuestro cine en los que formen cuantos tienen una responsabilidad natural sobre la infancia y una preparación de especialistas en el tema. Con un cinema para niños propio podríamos establecer acuerdos recíprocos con aquellos otros cinemas para niños al objeto de establecer los convenientes intercambios.

Nos dejaríamos así estas clasificaciones que nada solucionan. Los mayores tendrían su cine y los niños el suyo adecuado a su mentalidad. El cinema para niños tiene una trascendencia que rebasa la simple dificultad de elegir un espectáculo al que mandar a los chicos el domingo por la tarde. No incurro en prosopopeya al decir que este cinema es la clave de su futuro.—"Hoja del Lunes" (Madrid), 11-IV-60, 5.

778.5

El cine para niños.—Hemos recibido algunas quejas de padres de familia que lamentan la falta de películas adecuadas para los niños. En general, nuestros comunicantes expresan su preocupación por la carencia de espectáculos propios de la infancia. Pero ciñéndonos al tema concreto del cine, nos vamos a

permitir algunas consideraciones derivadas de las hechas por nuestros comunicantes, puesto que es asunto que exige la preocupación y la colaboración de todos.

La ausencia de películas apropiadas para niños, y llevadas a cabo pensando en ellos, se debe sencillamente a que las casas productoras de cine en general no lanzan al mercado sus producciones en cantidad proporcionada a la demanda. Solamente en Inglaterra existen más de cuatrocientos cine-clubs, con asociados que rebasan el medio millón. Los programas especiales para niños se desarrollan en la mañana de los sábados, y en su confección suelen intervenir ellos mismos. Creado el clima necesario, las consecuencias llegan en seguida y con eficacia: la producción cinematográfica aumenta en la proporción necesaria y las necesidades quedan cubiertas. Y en forma muy brillante, por cierto.

¿Cuál es la causa de que entre nosotros la ausencia de esta clase de películas se prolongue años y años? Muy sencilla. Su falta de rentabilidad. Las películas destinadas a niños reportan escasos beneficios y las productoras no se exponen a probables fracasos. Ante esta realidad no queda otra solución que la de habilitar para el público infantil películas destinadas a los adultos. Sin embargo, la conclusión es negativa: siguen siendo nocivas, porque si bien es cierto que desaparecen las tesis inmorales y tampoco en la forma se presentan peligros mayores, la ventajas para el niño no aparecen por ninguna parte. Veamos: en estas películas se rinde culto a la violencia extremada, se desprecia la vida constantemente, las cuestiones se dirimen a tiros y puñetazos porque la aplicación de la Ley reviste fórmulas primitivas y aún precarias; el lenguaje resulta duro, los conflictos fuertes, etc., etc. Falta, en una palabra, ambientación para la mente del niño, que necesita conocer valores espirituales con miras a su formación: delicadeza en el trato humano, respeto a la vida, formación de la conciencia...

Si damos un paso más en el análisis del tema, resulta que la falta de rentabilidad del cine infantil, nos dicen, es la consecuencia de la escasez de público que concurre a estas sesiones, generalmente dos veces por semana, jueves y domingos. De otra forma: que los padres quieren un cine especial para sus hijos, sin necesidad de acompañarles. Las consecuencias son inmediatas y lógicas: no hay cine infantil ni espectáculos de otra clase adecuados para la infancia.

Quedan, pues, dos caminos para resolver esta situación, que no debe prolongarse: de una parte, que los padres se den cuenta de la necesidad de acompañar a sus hijos a los espectáculos aptos. Por necesidad espiritual derivada de la convivencia en el propio espectáculo; por orientación personal, para estimar en toda su extensión las necesidades espirituales de sus hijos, formando su conciencia para el futuro, como espectadores de cine, y, en último extremo, para hacer materialmente posible la producción.

Otra medida podría ser la de que el Ministerio de Educación Nacional, teniendo en cuenta la extraordinaria influencia educativa del cine, además de proseguir su actuación a través de la Comisaría de Extensión Cultural, estimulara la producción privada, subvencionándola cuando vaya dirigida a los niños. De esta forma, aumentando el público en las sesiones infantiles y concediendo algunas compensaciones, puede ser que la actual abstención de las casas productoras desaparezca y que, al mismo tiempo, terminen también las legítimas preocupaciones de los padres de familia por facilitar a sus hijos espectáculos adecuados a su edad y psicología, sin que se produzca daño para nadie, sino con beneficio para todos.

Absurda sería la pretensión de resolver el problema evitando la asistencia del niño al cine. Además de ilógica, le privaría de un medio formativo que se le presentará en otra edad con la fuerza arrolladora del mundo moderno y sin la necesaria preparación. De las actitudes exclusivamente negativas nada puede esperarse.

Todo se concentra, pues, en que busquemos una acción conjunta para llenar esta laguna en sus diversos planos, con el esfuerzo de padres, niños, empresarios y productores.—"A B C", 14-IV-60, 38.

778.5

Parada, Manuel.—**Películas para niños.**—Creo recordar que no hace mucho tiempo aún alguien publicó, en este mismo periódico, un artículo acerca de las

películas infantiles. La memoria no me retuvo el nombre del autor de dicho trabajo, aunque, en líneas generales, me doy cuenta de lo que allí expuso para conocimiento del público y, en particular, para llamar la atención de las autoridades correspondientes, así como la de las empresas de distribución y proyección de películas cinematográficas.

Por mi parte, dado el profundo desconocimiento que reina sobre el particular, no me parece por demás volver sobre el mismo asunto, puesto que, con toda seguridad, será necesario machacar bastante esta cuestión antes de verla debidamente encauzada.

Las películas que suelen proyectarse exclusivamente para niños son tan inapropiadas y de efectos tan contraproducentes, que la mayoría de las veces se extraña uno el ver cómo se pasa por alto un deber tan sagrado y fundamental como es el de la educación infantil. Pues al margen de la valiosísima ayuda que el cine podría aportar a la instrucción de la niñez, de los adolescentes y a la juventud toda, en el aspecto educacional la mayoría de las películas son un verdadero desastre.

Debemos saber que los niños son antes en vías de formación, que van "naciendo" cada día a impulsos de toda una serie de transformaciones psíquicas (espirituales), que se modelan según la cadena de impresiones recibidas. Y como todo en él es incipiente y muy delicado, estas impresiones lo vulneran con tanta facilidad que, ante una reiterada insistencia, es posible que le queden grabadas para todo el resto de la vida, hasta el extremo de que, luego, se comporte siempre de acuerdo con las fuerzas impulsoras que le imprimen esos estigmas de conformación psico-física.

Toda la vida del niño está condicionada a una serie de intereses que deben ser interpretados como síntomas de una necesidad de crecimiento, tanto de cuerpo como de espíritu: intereses perceptivos, glósicos, intelectivos, éticos, de conservación, etc. Estimular estos intereses innatos, en beneficio de la perfecta formación del individuo humano, debiera ser obligación ineludible para cuantos intervienen, de un modo más o menos directo, en su desarrollo integral.

Este desarrollo, como es sabido, depende de dos categorías de factores: herencia y medio; formas que se reúnen misteriosamente para determinar la estructura y los caracteres genéricos de cada ser.

Pero el medio comprende también la educación, que tiene por finalidad modelar los llamados caracteres adquiridos, los cuales, junto con los hereditarios, perfilarán la silueta de conducta que luego regirá el destino de cada individuo.

Por lo tanto, podemos ahora darnos cuenta de la enorme influencia que pueden ejercer en los niños las películas de cine que se proyectan para ellos; apropiadas o no, buenas o malas, van dejando huellas, más o menos profundas, entre el delicado ramaje de los candorosos espíritus infantiles.

¿Qué se puede esperar del valor educativo de una película del Oeste, por ejemplo? Tiros, puñetazos, cuchilladas y cuadros de agonía, en ambientes de soeces tabernas entre los que se hace triunfar la heroicidad de un personaje central, es el impacto que hiere el alma de esos niños, que se están formando para ser hombres.

En el gran mundo en que vivimos se dan, por desgracia, bastantes escenas desagradables para todos. ¿Por qué dárselas a conocer al adolescente cuando todavía no cuenta con una sólida y reajustada capacidad de discernimiento?

¿Qué razón pueden aducir los interesados en defensa del escalofriante atrevimiento de poner al rojo, y ante los inocentes ojos de los niños, las máculas de la vida? ¿Qué nueva fórmula educativa se ha inventado para que a esa tierna edad ya se puedan ver tantos males encharcados de sangre?

Es bastante desagradable seguir haciendo consideraciones acerca de este particular; porque son tan desastrosas muchas de las escenas que se presentan con el candoroso anuncio "Sesión Infantil", que casi no se explica uno que haya tan poco sentimiento de responsabilidad.

Debiera tenerse presente, ante todo, que el niño es un ser en vías de formación para dejar de serlo. Cuanto hay en él es tan sutil y delicado, que debe tratarse con la máxima delicadeza también, para no correr el riesgo de perjudicar su progresivo desarrollo físico y mental. ¡Cuánto podía hacer el cine en este sentido!

Por eso quisiéramos llamar la atención de las personas mayores, que están relacionadas con esta clase de espectáculos, por si no les pareciese mal ir pensando en suprimir de cuajo, de una vez y para siempre, esa clase de películas

para los niños y en su lugar ofrecerles otras que contribuyan a desarrollar debidamente su formación instructiva y educacional.—“El Correo Gallego”, 22-IV-60, 3.

Teatro

792

Giro de la temporada 1959-60.—Verdaderamente, todavía no ha expirado la temporada; pero sí se nos ha ido en parte, y en parte importantísima, con los períodos de otoño e invierno, que —y esto es lo grato— se han portado espléndidamente, pese a los fallos; que los hubo, como los hubo siempre. Se han portado muy bien y han deparado cosas extraordinarias, ejemplares, que han de tenerse en cuenta; extraordinarias, como la de que hayan sido de público —que es al fin lo que “priva”—, la exhumación de “La loca de la casa”, de Galdós, llevada al María Guerrero por Claudio de la Torre, y la brillante refundición de “La Orestiada”, labor magnífica de Pemán y Sánchez Castañer, montada por Tamayo en el Español, como también la de “El avaro”, de Molière, servida irreprochablemente por Tamayo y López Rubio.

Aparte de esto, los estrenos, propios y ajenos —algunos sensacionales—, con la palma a favor de los de “casa”, como lo prueban —hasta ahora— “Maribel y la extraña familia”, de Mihura; “¿Dónde vas, triste de ti?”, de Luca de Tena; “Cena de matrimonios”, de Paso; “Cuidado con las personas formales”, de Paso; “Cartas credenciales”, de Calvo Sotelo; “El canto de la cigarra”, de Paso; “Las mujeres y yo”, de Tejedor, y —puede anticiparse, a pesar de que lleva días— “Cosas de papá y mamá”, también de Paso. Éxitos clamorosos, de positivo rendimiento, especialmente los dos primeros, contando sólo lo “contable”. Y éxitos buenos, también de rendimiento, los extranjeros, como “El comprador de horas”, “La gata sobre el tejado de zinc” y, últimamente, con superioridad a los anteriores, “Los años del bachillerato”, estrenos —aquellos y éstos— en los que se ha seguido, respecto a presentación e interpretación, una línea ascendente de buena escuela, nueva y soberbia.

La comedia, el género de comedias, se nos impuso. El año ha sido para ella. No obstante, lo lírico se ha defendido, pese a lo poco que se nos dió nuevo, entre lo que resalta la comedia musical del Cómico, “Elena, te quiero”, de Vaszary, Ruiz Iriarte y el maestro Parada, que nos deparó una partitura deliciosa. Sobresale asimismo, por el hilván de su selección —trabajo de Quintero y Arozamena y muchos compositores, que aportaron cosas nuevas, como las de Padilla, Parada y Juan Quintero— y la realización brillante de Celia, “La estrella trae cola”. Y pelearon y no hicieron mal papel —pero sin novedades íntegras— los títulos de Muñoz Román en el Martín y los títulos de estreno, y casi estreno, de La Latina. Y alguno más. Pero... en verdad, de verdad, sin acercarse a los triunfos del “verso”, salvo el de Celia, porque “Bohemios”, cuya refundición ampliada satisfizo, tampoco “alborotó”. Concretamente, la música teatral, en todos sus aspectos, exige otro camino... Piensen en esto sus doctores.

También los grupos de “afición”, que se consideran renovadores, tuvieron sus aciertos, aunque sin “renovarnos” nada, que esto no es cosa fácil. Pero se consiguieron resultados notables. Estos grupos afinan. Y crean amor, que no es grano de anís. Hasta hubo su torneo, con la bandera de Teatro Nuevo, que nos puso en contacto con promesas, todas ellas simpáticas y estimables, y con algo más que “promesa” en uno de sus autores jóvenes, o sea en Gómez-Arcos, autor de una comedia conseguida: “Elecciones generales”.

En fin, que el teatro marcha, sin miedo a los defectos, que se corrigen, ni a los entorpecimientos, que se superan con ingenio, virtud que se acentúa en algunos o en casi todos los estrenos de primavera, dados ayer, y dados —con preferencia casi absoluta— por el género de comedia.—“Hoja del Lunes” (Madrid), 18-IV-60, 5.

792

Fabre, Eugène.—**Significación del teatro contemporáneo.**—Recensión de la obra de Pierre-Henri Simon, “Théâtre et destin”, recientemente editada en París por Armand Colin.

Algunos —dice Fabre— han reprochado al autor no haber dedicado mayor espacio a las técnicas y a los procedimientos de la escena, pero este reproche

es equivocado. La obra dramática puede ser juzgada fuera del teatro e incluso no es Bécquer el que sostenía que es en el libro donde se medían mejor las virtudes de un drama o de una comedia? Tal vez tenía respecto a ello razones de autor poco representado.

Simon debe escapar a este reproche porque su propósito es buscar en el teatro de estos cincuenta últimos años lo que contiene de revelación para el hombre y su concepción de la vida, extraer del juego escénico y de sus palabras su significación profunda. Lo que, por lo demás, no le aleja en absoluto de la esencia del teatro.

En efecto, el espectador se ve obligado por el autor a compararse con los personajes que se le presentan, escuchar lo que dicen, estar de acuerdo con ello o reaccionar y encolerizarse, después de echado el telón, contra los pensamientos que no conducen siempre a una conclusión, a una alternativa o a una decisión, pero que van a residir en él durante algún tiempo y se mezclarán con sus ideas y sus sentimientos. Pierre-Henri Simon ha visto bien que el teatro no tenía que ser una tribuna o un púlpito y no es a las obras de tesis a las que ha preguntado la significación del arte dramático contemporáneo. Demuestra, por el contrario, que el teatro ha vuelto a ser poesía y con él el espectador se embarca en una aventura donde todo lo que cree ser, todo lo que acepta o considera como adquirido, se pone y vuelve a poner en duda.

A través de Claudel, Girandoux, Mauriac, Montherland, Anouilh, Sartre y Camus ha realizado una investigación penetrante, exigente y libre de todo prejuicio universitario.

Que sea Claudel el que tiene toda su admiración no puede sorprender a un escritor católico. Pero se sorprende uno un poco de verle tan indulgente con un Girandoux —del que se reconoce, de buena gana, el cambio de clima que ha establecido en la escena con un golpe de su varita mágica—, pero en el que se comprueba hoy cómo se pulveriza ya una gran parte de sus sutiles y a veces demasiado frágiles variaciones. La admiración legítima que siente por Mauriac no le deja entrever todos los peligros de un teatro que es como la condenación de los amores humanos. En Montherland ha sabido reconocer, a través de las alternativas de nihilismo ateo y fe, el viejo fondo cristiano sobre el que, a pesar suyo, el dramaturgo don Martín de Santiago, adorador e iconoclasta alternativamente, ha edificado su obra. Su análisis del teatro de Salacrou, tan desigual, es de una laudable clarividencia: a través de tantas vulgaridades como le encubren, ha descubierto, bajo la insolente interrogación o la blasfemia escupida, la pesada angustia del autor. Frente a Jean Anouilh no ha estado menos acertado, sensible a la perpetua mirada hacia atrás, hacia la irrecuperable fuerza, de los despreciables héroes de un teatro que tiene todas las taras de nuestras pequeñas esperanzas y de nuestro tenaz pecado. Que condene a Sartre no es de asombrar: por lo menos reconoce que el autor de "Huis clos" no tendría tal violencia y tal frenesí si Dios no fuese más que un invento del miedo humano. En lo que se refiere a Camus, creo que Simon vendrá a hablarnos de ello a Ginebra y justificar no sólo la justa estimación que le merece, sino el espacio excesivamente amplio, a mi juicio, que le concede en el campo del pensamiento contemporáneo.

El libro de Pierre-Henri Simones un cuadro magistral del teatro contemporáneo, y el que no conociese del arte dramático de nuestra época más que esas páginas, sabría lo esencial de él: el estilo de cada obra se hace en él sensible y la misma materia es analizada en él con una honradez tanto más laudable cuanto que muy a menudo el autor se enfrenta allí con fuerzas elementales que van al encuentro de su pensamiento y de su sensibilidad.

Además las conclusiones de su investigación no deben ser tomadas a la ligera. Ese teatro que acaba de auscultar como moralista y como filósofo es el de la angustia y de la desesperanza. El, naturalmente, lo lamenta y se ve bien en ciertas obras que cita en su conclusión y donde se advierte que encuentra plena satisfacción, que ninguna de las que acaba de comentar, excepto Claudel, encuentra gracia ante sus exigencias espirituales.

No hay una sola palabra de estos diálogos que no tenga en las tablas su calor vital, que no surja de seres de carne y hueso que, más allá de las candilejas, a pesar del artificio, están tan próximos y son tan parecidos a nosotros mismos. Esos gritos, esas inquietudes, esos llamamientos y esos abandonos, esas injurias que exigen, esas abjuraciones que provocan, es en su conjunto un examen de conciencia que persiguen el pensamiento y la sensibilidad de nuestro tiempo.

El balance que ofrece es, en lo esencial, irrefutable, y si lo leemos bien veremos que el autor no ha cesado de recordar las múltiples aportaciones y divergencias de las obras que ha estudiado, en la unidad de una fe que conforta su lucidez.—“Journal de Genève”, 28-IV-60, 1.—A.

Turismo

796.5

Apertura al público del Parador de la Arruzafa en Córdoba.—Se ha abierto al público el Parador de la Arruzafa, en Córdoba. El Parador se encuentra a dos kilómetros de la capital, en la carretera de las Ermitas y en la falda de la sierra. El edificio, de nueva planta, orientado al Mediodía y con una vista soberbia sobre la ciudad, ha sido levantado según proyecto del arquitecto del Ministerio de Información y Turismo don Manuel Sainz de Vicuña.

El Parador tiene cincuenta y seis habitaciones dobles con baño y teléfono, distribuidas en cuatro plantas. Cada habitación tiene su terraza particular, que actúa de toldo protector para el sol durante los meses de verano. En la planta noble, donde están instalados el comedor, bar y salones de recepción, avanza una terraza amplia que domina el paisaje. Todas las habitaciones y dependencias del Parador están dotadas de aire acondicionado, frío y caliente.

El Parador está clasificado en categoría de primera A y su teléfono es el 491 de Villa Azul (Córdoba).—“Arriba”, 27-III-60, 27.

796.5

Assía, Augusto.—**Descripción de Galicia en “Die Welt”.**—“Tierra de suevos de gaita y de vino” llama a Galicia el periódico “Die Welt”, uno de los más importantes de Alemania, en un artículo firmado por una mujer, Elisabeth Boetticher, donde dice que en Galicia “los chicos llevan la vaca a la escuela”.

La autora describe, no sin encanto, nuestra pobreza, la de los gallegos, nuestra humildad y nuestro ruralismo para presentarnos resignados a nuestra suerte y hace uso de su ternura y su ignorancia histórica o lingüística con la misma indiferencia.

Nos compadece mucho, dice que en la bahía de Rade están intentando sacar los galeones que llevaban el oro de la Armada Invencible y le llama a la peseta “pesete”. Pero Frau Boetticher tiene ojos abiertos para las bellezas de Santiago, la alegría de La Coruña o las playas de la ría de Vigo, en las que todo lo ve espléndido. La arena, el mar, el paisaje, y en su optimismo lo envuelve todo en “un sol resplandeciente”.

Bayona y Panjon la arrebatan y dice a los alemanes que es tiempo ya de que descubran esta otra España sin castañuelas, sin políglotas, sin flamenco y sin gitanas, donde los niños son “rubios como la paja del trigo” y el sistema de transporte es la cabeza de las mujeres, que lo mismo llevan una canasta de pescado que un baúl mundo.—“Ya”, 17-IV-60, 5.

796.5

Horizontes de Turismo.—Una cifra transmitida desde Palma de Mallorca nos pone sutilmente sobre la pista de un hecho que es fiel trasunto de la renovada confianza con que el mundo se acerca a nuestro país y acoge las realidades españolas. Se trata, en suma, de un dato sencillo: un establecimiento bancario de la bella capital balear ha cambiado divisas, durante el primer trimestre de este año, por valor de setenta millones de pesetas. Los números pierden, empero, su frialdad, sobre todo para quienes no tienen el hábito de su manejo, si tenemos en cuenta que sólo tres millones de pesetas ingresaron en dicho Banco, por el mismo concepto, durante los tres primeros meses de 1959.

No se habla, téngase bien en cuenta, de previsiones más o menos fundadas, sino de realidades tajantes. Realidad tan fuerte, tan alborozada para el español, como es la constituida por la presencia en Mallorca de una masa de turistas insospechada en esta época tan temprana. Se nos dijo algunas veces que el Turismo había quebrado su línea ascendente a finales del 59, y ello, desde algunos ángulos de vista, se atribuía a expectación ante las directrices de la nueva situación económica. Puede que así fuera. Pero si realmente se dió tal expectación, ahí están ya esos visitantes tempraneros que van a Mallorca a buscar un sol

aún no maduro, aunque se apunte claro y cálido. Hoteles, salas de fiestas, calles, lugares típicos se han poblado, en Mallorca, de un Turismo que, sin disputa, es el signo de la confianza hacia España.

Señalemos por último que Mallorca se prepara para corresponder a esta adhesión con el propósito de mejorarse en todos los aspectos. Porque bien cierto es que la época se nos ofrece como de un trabajo duro, forjado con la sana vara de medir de tantas competencias. Y así, Mallorca habilita para aeropuerto civil la base militar de Son San Juan; dispone noventa millones para su adaptación; construye 25 nuevos hoteles que se incorporan a los hoy existentes con 13.000 empleados; afianza su propaganda. Todo para superar esos seiscientos mil visitantes que llegaron a la tierra balear por la mar o por el aire durante el pasado año. De aquellas 300 habitaciones que la isla dorada tenía para el Turismo en 1914 —seis pesetas la pensión completa, valga el recuerdo entre tierno y sorprendente, según la edad del lector— a las millares y millares de la actualidad de hoy va un abismo de cantidad y calidad. Sobre todo de calidad, para responder a la hermosa prueba de confianza del turismo internacional.

Mallorca sabe que la confianza, obliga. Como deben saberlo todas las tierras españolas a las que Dios hizo el regalo de su paisaje y de sus condiciones naturales, y que sólo esperan la acción decidida del hombre para completar de cara al visitante unos incentivos claros y terminantes. Urge intensificar las tareas en este aspecto, porque las economías de muchos países y en especial las de los latinos tienen, en lo que los economistas llaman partidas invisibles, una gran fuente de riqueza. En primera línea, el Turismo, que es también un insustituible medio de conocimiento y relación internacionales. Por nuestra parte sólo nos resta registrar con íntima satisfacción el esfuerzo constante realizado por Cataluña en este aspecto, del que es muestra —por no recurrir sino al clisé más popular— esa Costa Brava, donde la iniciativa parece tener su asiento, y el progreso turístico quiere enriquecer constantemente su lección.—“La Vanguardia”, 7-IV-60, 1.

796.5

Almendares, Carlos.—**Turismo interior.**—Como seguimos a la espera del buen tiempo no es extraño que se nos vaya la imaginación tras los ensueños auténticamente primaverales y las aventuras magníficas del veraneo. Con todo lo cual se junta, aunque no queramos, esa otra gran aventura del Turismo, apenas conocido antes en España, donde, por fin, está adquiriendo carta de naturaleza.

El Turismo es un concepto que cuando lo utilizamos se sobreentiende aplicado a los extranjeros, esos tan esperados porque tras ellos viene no sólo el placer de la admiración despertada por nuestras cosas, sino también el dinero en divisas amontonadas para beneficio de nuestra economía.

Pero hay un Turismo importante, hasta ahora casi inexistente y que, por fortuna, comienza a practicarse. Es el Turismo de los indígenas. Asusta un poco comprobar lo mal que conocemos en general nuestro propio país. Aun más, la propia provincia.

Sería difícil explicar el porqué de este retraimiento. Puede haber obedecido a motivos económicos, porque un viaje siempre cuesta mucho dinero, mas también, acaso, a indiferencia, una indiferencia tradicional basada en el quietismo de generaciones sucesivas carentes de interés por las zonas un poco alejadas de aquella en que se vive. Cosa extraña en un país habitado por gentes que no tienen miedo a la aventura del viaje, pues pocos como los gallegos son más dados a lanzarse por los caminos del mundo en busca de la aventura, según unos; del dinero, según otros, pues ésta es cosa no aclarada todavía, quizá porque ambos incentivos han determinado y continúan determinando el éxodo de nuestros paisanos.

Ahora parece haberse iniciado una época en que la curiosidad se encuentra despierta y el afán de viajar se manifiesta de modo claro. Y uno, cercado todavía por los horizontes hostiles de una invernía implacable, se deja llevar por la fantasía, adelantando el placer de los días estivales, cuando, empujado por el placer de las excursiones, va descubriendo los parajes recónditos, llenos de belleza, que hasta hace muy poco tiempo permanecieron inéditos para la mayoría de los orensanos.

Turismo interior, que si no deja dinero a los pueblos o lo deja en menor cuantía, sirve para desarrollar el amor a lo propio a través del conocimiento. En cuya actividad cabe no poco a “Posío, Arte y Letras”, sociedad patrocini-

nadora de varias expediciones culturales del mejor estilo, que han abierto a muchos orensanos las puertas de la contemplación de gran parte de los más bellos parajes y de las más admirables joyas monumentales de la provincia orensana.—“La Región”, 29-III-60, 3.

796.5

J. B.—**Colaboración entre Suiza y Turquía en el campo turístico.**—Eric Kessler, embajador de Suiza en Ankara, se ha convertido desde su llegada a Turquía con tacto y paciencia en el promotor de una colaboración entre los dos países para el desarrollo del Turismo turco.

Y así, M. Krapf, presidente de la Federación Suiza de Turismo, y M. Michel, director de la Sección Económica de Hostelería, acaban de hacer un viaje a Turquía de dos semanas con vistas a una asistencia bilateral.

Han visitado varias regiones del país ricas en monumentos de interés históricos y aptas para el desarrollo del Turismo. En Ankara, los técnicos suizos han celebrado una reunión con las autoridades turcas en el Ministerio de Asuntos Exteriores. Se decidió que a su regreso a Suiza emitirían un informe que se sometería al Gobierno Federal y al Gobierno turco.

Esta colaboración llevará a la creación de una primera cadena de unos 15 ó 20 hoteles de 50 a 60 habitaciones cada uno, en las principales regiones de interés turístico. En Ankara han comprendido que el Turismo es la única industria que puede en breve espacio de tiempo asegurar a Turquía una renta importante en divisas y que permite a los turcos superar el déficit crónico de su balanza de pagos.

Si el Gobierno demócrata ha puesto especial cuidado en mejorar su red nacional de carreteras, hay todavía mucho que hacer en este terreno, pues los lugares de Asia Menor, que encierran las más bellas obras de la civilización antigua, son de difícil acceso a los automovilistas.

Menderes, presidente del Consejo, no ha dudado en elevar este año el presupuesto de la Dirección de Carreteras a mil millones de libras turcas. Los servicios competentes elaboran en este momento los planos de una gran vía llamada de Alejandro el Grande, que, desde Issus a Halicarnaso, atravesaría aquellas treinta ciudades del Asia Menor, que vieron desfilar al macedonio.

Por otra parte, se comprueba la total ausencia de hoteles que respondan a las necesidades de un movimiento turístico de alguna envergadura. Durante estos últimos años el Gobierno demócrata se ha tomado gran trabajo en remediar la penuria de habitaciones que reina en Ankara y en Estambul. En Izmir, segunda gran ciudad de Turquía y punto de partida de las grandes excursiones arqueológicas, la crisis hotelera aparece bajo su forma más aguda, hasta el punto que los viajeros turcos y extranjeros tienen a menudo que pasar la noche a bordo de barcos amarrados en su puerto.

Igualmente se comprueba una carencia de organización. Antalya, lugar encantador, tiene un hotel aceptable con vistas al mar. Construido por la municipalidad hace tres años, permanece herméticamente cerrado, faltar de personal que lo explote. ¿Cómo explicar, por otra parte, la aparición en Eskisehir, ciudad que no ofrece ningún atractivo turístico, de un gran hotel de 200 habitaciones, que ha costado ocho millones de libras turcas proporcionadas por un organismo del Estado, cuando esta importante suma habría permitido resolver la crisis hotelera que sufren centros como Izmir y Pérgamo y muchas otras?

Para que la corriente turística se dirija hacia Turquía, el movimiento de los viajeros extranjeros debe orientarse más allá de Estambul, hacia las ciudades antiguas en que subsisten los vestigios de gloriosas civilizaciones.

La visita de los técnicos suizos es igual al viaje que realiza actualmente por las mismas regiones que ellos han visitado el profesor Bade, especialista alemán, delegado de la O. E. C. E. en Turquía, para fijar la dirección que deberán tomar en el futuro las inversiones en el país. Bade ha repetido a los turcos su “slogan” favorito: “Sólo el Turismo os salvará.”

Por ello, se desea en Ankara que la misión Krapf y Michel produzca su bienhechor efecto lo más rápidamente posible.—“Journal de Genève”, 21-IV-60, 1.—A.

Publicidad

Técnica Publicitaria

659

Meylán, F.—**Las carreras de la publicidad.**—La publicidad comprende el conjunto de técnicas y medios utilizados por una empresa industrial o comercial, organismo de toda naturaleza, para adquirir, desarrollar y conservar una clientela. Ha llegado a ser el lazo indispensable del mundo moderno entre el productor y el consumidor.

La publicidad se presenta bajo múltiples aspectos y se vale de varios medios:

- Prensa, radio, cine, cartel.
- Objetos diversos pueden ser distribuidos en un lugar público o enviados a domicilio, tales como octavillas, prospectos, catálogos, circulares, muestras, etc.
- Ferias, exposiciones.
- Finalmente lo que los americanos llaman “la publicidad en el lugar de la venta”, las vitrinas y las demostraciones.

De esto se deduce que la publicidad debe recurrir a nuevas técnicas que pertenecen a especialidades diversas, pero unidas por un fin común: el lanzamiento de una “campana publicitaria”, tomando como hilo conductor esta “campana publicitaria” el estudio sucinto de las diversas partes de esa realización nos va a permitir destacar los principales aspectos de la profesión publicitaria.

Cuando un anunciante, que tiene algo que vender u ofrecer y que desea informar al público, quiere lanzar una “campana” no puede, por su sola intuición, destacar las cualidades más importantes sin riesgo de graves errores. Tiene que informarse exactamente del estado del mercado, de su producto, es decir, conocer algunas salidas que se le ofrecen para la venta con respecto a la competencia y a la demanda de los consumidores. Es el especialista del estudio de los mercados quien, después de encuestas, sondeos y otros métodos modernos de investigación, le suministrará los datos estadísticos necesarios.

Reconocida la oportunidad de la campana publicitaria, el anunciante orientará su acción en dos direcciones.

Deberá estudiar los problemas propios de la publicidad misma y especialmente sus formas: carteles, películas, anuncios radiofónicos, etc., en función de la publicidad que desea emprender.

De otra parte, debe intensificar su producción y establecer un circuito de distribución que, llegado el momento, le permita satisfacer una demanda de 10, 20 ó 100 veces más fuerte. Es al servicio de la publicidad de la empresa a quien incumbe el estudio de estos diversos problemas, o si la empresa no tiene servicio especializado, al Consejo al agente consejero de publicidad.

De estos estudios preliminares bien realizados convendrá pasar a la realización de la campana publicitaria. Esta generalmente será obra de especialistas exteriores a la empresa. Los agentes de publicidad, que aseguran igualmente la difusión con los medios requeridos por la forma de publicidad acordada (radio, cine, etc.).

Después de haber estudiado sucintamente el mecanismo de una campana publicitaria, examinaremos sucesivamente las actividades del servicio del anunciante de publicidad, de agencias de publicidad y de medios de publicidad. Entre los técnicos de la publicidad que mencionaremos en el curso de este estudio, está el jefe de publicidad, que ocupa en la profesión un lugar de primer orden y cuya carrera es accesible para estudiantes de Facultades o grandes escuelas a quienes interesa la publicidad.

Diremos una palabra sobre el certificado publicitario, diploma que sanciona una formación de publicitario técnico capaz de asumir las funciones de jefe de publicidad, así como de la Escuela Técnica de la Publicidad, que concede la preparación para estos diplomas.

LOS SERVICIOS DE PUBLICIDAD DEL ANUNCIANTE

El servicio de publicidad es más o menos importante, según la empresa, y el jefe de publicidad que asume la tarea puede ser asistido de colaboradores más o menos numerosos.

Este servicio tiene por misión estudiar para una empresa determinada, en función de una producción igualmente determinada, los medios propios para dar a conocer el producto, iniciar o incrementar la venta sin rebasar los límites del presupuesto asignado.

Para lograr esto, establece relaciones estrechas con otros servicios especializados de la empresa, el servicio de relaciones públicas, especialmente el servicio de ventas.

El servicio de ventas, que controla los circuitos de distribución, armoniza la acción de los representantes y se informa del estado de la competencia, es un colaborador indispensable del servicio de publicidad.

Los servicios que dependen de la dirección comercial de una empresa son, pues, solidarios, y el servicio de publicidad no puede ignorar el servicio de venta, como el servicio de relaciones públicas no puede prescindir del de publicidad. El jefe de publicidad debe igualmente estrechar las relaciones con la dirección técnica que controla la fabricación, a fin de intensificar eventualmente la producción en el momento de una campaña publicitaria.

El servicio de publicidad debe igualmente resolver los problemas técnicos que plantea la realización de la campaña publicitaria. Para lograrlo, el jefe de publicidad estudia, en estrecha relación con los publicitarios exteriores a la empresa, la forma que ha de darse a la campaña prevista y vigilar su ejecución dentro de los límites del presupuesto acordado.

Por lo que antecede, el jefe de publicidad, que dirige el servicio, debe ser a la vez un publicitario, sin duda; un administrador del presupuesto, un diplomático para convencer al director comercial, al director técnico y al mismo tiempo al director financiero, a fin de obtener de este último los créditos suplementarios, si son precisos.

Ocupa un lugar importante en la empresa y puede llegar a desempeñar funciones de director comercial.

LOS AGENTES DE PUBLICIDAD

El agente de publicidad tiene por misión asegurar en todo o en parte, por cuenta y en nombre de los clientes anunciantes, la concepción, la realización y difusión de la publicidad bajo todas sus formas.

El agente de publicidad completo actúa a la vez como consejero, como intermediario y como editor. En una agencia de este tipo todas las operaciones que concurren al lanzamiento de una campaña publicitaria son llevadas a cabo después del estudio del mercado hasta la realización material de todas las formas de publicidad (cartel, películas, emisión radiofónica). Estas agencias actualmente se ocupan de las relaciones públicas, de promoción de ventas y de todo lo relacionado con la publicidad. Las agencias pueden igualmente especializarse en una rama particular de la publicidad: radio, cine, ediciones, Prensa, etc.

Los agentes de publicidad, y especialmente los agentes de servicio completo, recurren a numerosos técnicos asalariados exteriores a la gente. Entre estos especialistas hay que citar: dibujantes, fotógrafos, redactores publicitarios, cartelistas, decoradores, creadores de publicidad radiofónica o cinematográfica, escapatistas, así como estadísticos y psicólogos.

El realizador, el jefe de la agencia que tiene por misión organizar, coordinar y armonizar el trabajo de todos los especialistas, es el jefe de publicidad, homónimo del que nosotros hemos encontrado al servicio del anunciante. Más adelante precisaremos las cualidades y aptitudes que debe tener para llevar a feliz término su pesada tarea.

LOS MEDIOS DE PUBLICIDAD

El medio es el elemento material que permite difundir la publicidad y por el cual el público será impresionado; es el muro para el cartel, la pantalla para la película, la emisora para la radio, el periódico para el anuncio. Los medios son tan numerosos como variados y ofrecen una misma característica: la de vender o alquilar el espacio a un anunciante o a una agencia de publicidad.

La venta de espacios constituye, especialmente para la Prensa, una fuente importantes de ingresos.

Para la venta se recurre a representantes o corredores que ofrecen a la clientela los espacios apetecidos. Estos representantes perciben un salario y están adscritos a los diferentes medios; los corredores son por cuenta propia y son remunerados con una comisión.

EL JEFE DE PUBLICIDAD

El jefe de publicidad ocupa en la profesión publicitaria un primer plano. Es, en efecto, quien, con un anunciante o una agencia, tiene por misión estudiar, dirigir, ejecutar o hacer ejecutar en todos los detalles las campañas de publicidad de la empresa (si es un anunciador) o de los clientes de la agencia, de los que es responsable.

Es un puesto del cuadro que tiene importantes responsabilidades. Ya con un anunciante o con una agencia, el jefe de publicidad es el director del trabajo, sobre el que —como hemos dicho anteriormente— reposa el éxito de la campaña publicitaria, y para cumplir su misión debe dar pruebas de cualidades y de aptitudes bastante excepcionales.

Para ilustrar esta aseveración copiamos las siguientes líneas del presidente honorario del Sindicato Nacional del Jefe de Publicidad, M. Ollagnier: "No es casualmente por lo que los grandes comerciantes americanos buscan como jefe de publicidad hombres de primer plano, que son colaboradores directos del jefe de empresa con el mismo título que el director técnico, el director financiero y el director comercial."

"El jefe de publicidad, en efecto, debe poseer un conjunto de conocimientos y de cualidades que se encuentran reunidas solamente en individuos particularmente bien dotados:

"Una cultura general extensa (literaria, artística y científica), porque un rico capital intelectual es siempre la fuente de inspiraciones fecundas;

"Imaginación, es decir, facultad de asociar ideas y de sopesar constantemente los problemas comerciales aportando a ellos cada vez nuevas soluciones;

"Gusto en la selección y utilización de medios, en la busca y dirección de colaboraciones artísticas;

"Un sentido psicológico refinado que le permita prever y contrastar con el mínimo de errores las reacciones del público, lo que no impide de ninguna manera el empleo de métodos modernos de información;

"Dinamismo y entusiasmo, porque es necesario ser ardiente y convencido para arrastrar y convencer a los demás;

"Orden y método;

"Sólidos conocimientos profesionales (artes gráficas, imprenta, exposiciones, carteles, cine, radio, etc.). Sin olvidar, naturalmente, el don de la palabra y el arte de escribir bien;

"Aptitud para el mando, elección de los colaboradores, sentido de la organización y del trabajo de equipo."

Tales son las principales cualidades del jefe de publicidad de anunciante o de agencia.

La formación de base, esta cultura general extensa de la que habla M. Ollagnier, puede ser adquirida en nuestras Facultades o grandes Escuelas. Un jurista, un economista, un diplomado de H. E. C. o de una Escuela Superior de Comercio, incluso un ingeniero, pueden dirigirse, si se sienten con las necesarias aptitudes, hacia la carrera apasionante. Se especializan obteniendo el certificado de publicidad, cuya preparación ha sido estudiada con el fin de formar jóvenes capaces de asumir, después de algunos años de práctica, las funciones del jefe de publicidad.

Más tarde, podrán ejercer la profesión de consejero de publicidad y aun abrir ellos mismos una agencia si poseen el capital necesario y extensas relaciones.

EL CERTIFICADO DE PUBLICIDAD. LA ESCUELA TECNICA DE PUBLICIDAD

El certificado profesional publicitario, como hemos señalado ya, tiene por objeto sancionar una formación que permita a los que los preparan ocuparse de las funciones de jefe de publicidad.

La evolución de la publicidad en estos últimos años ha hecho necesaria la modificación del programa de enseñanza del certificado publicitario en función de las exigencias actuales de la profesión.

El nuevo programa de este certificado ha comenzado a ser aplicado desde el año escolar 1958-59, en primer año de la Escuela Técnica de Publicidad, de la que hablaremos más adelante.

El Reglamento de examen no ha sido publicado aún oficialmente. Según el proyecto sometido al Ministerio de Educación Nacional, las pruebas serían las siguientes:

Pruebas de examen.

Pruebas escritas:

- Una prueba sobre el concepto publicitario o la redacción publicitaria;
- Una prueba sobre la adquisición de espacio o la fabricación.

Pruebas orales:

- Encuestas-tests;
- Crítica de documentos.

Pruebas de certificado.

Pruebas prácticas:

— El plan de ventas y de publicidad.

- a) Exposición teórica justificando la elección de la política publicitaria y de la argumentación;
- b) Ejecución concreta de la campaña publicitaria definida en la parte y realización de uno o varios puntos particulares.

Prueba escrita:

- Composición escrita sobre: la economía, la venta, los mercados, la organización comercial de empresas.

Pruebas orales:

— Interrogación oral sobre las diferentes materias que figuran en el programa.

La escuela Técnica de Publicidad fué fundada en 1927 por la Agrupación de Jefes de Publicidad de Francia.

El ingreso se hace por concurso en el que pueden tomar parte los jóvenes de dieciocho años, por lo menos, que prosiguen o han terminado sus estudios o que trabajan en la publicidad.

Los cursos se dan al final de la jornada en los locales del Colegio Técnico de Artes Aplicadas a la Industria, 24 rue Superré, Paris 9e.

Los cursos por proyecciones son seguidos de una serie de visitas fomentadas en las casas que trabajan para la publicidad.

La duración de los estudios que era anteriormente de dos años, se extiende a tres desde octubre de 1958, para asegurar la preparación del nuevo programa de certificado publicitario. El primer año permite a los alumnos familiarizarse con la publicidad: su papel, su contexto económico, sus funciones y sus técnicas.

El segundo año está consagrado a profundizar en el estudio de las vías y medios de la publicidad.

Señalemos que la Escuela técnica de Publicidad ha organizado cursos por correspondencia, de acuerdo con el Centro Nacional de Enseñanza por Correspondencia Radio-Televisión, 60 boulevard du Lycée à Vanves (Seine). (Las inscripciones se reciben en esta dirección.) Los cursos son reservados para alumnos domiciliados fuera del Departamento del Sena que no pueden seguir la enseñanza oral (Tomado de la revista "Avenirs", núm. 107, noviembre 1959).—"Revista de Educación", II-60.

659:170

Pourcel-Broutschert, Simone.—**Por fin, un código de la publicidad destinado al niño.**—Una comisión de técnicos, que comprende agentes de publicidad, anunciantes, editores, educadores y psicólogos acaba de promulgar un código de la publicidad destinada a la infancia, y cuyos fines han sido expuestos durante una conferencia de Prensa por M. Touzery, jefe del servicio jurídico y técnico de información; M. Guignatd, secretario general del Centro Internacional de Estudios Pedagógicos de Sèvres; M. Finkelstein, miembro de la Comisión de vigilancia y de control de las publicaciones destinadas a la juventud, y Mme. Gerin, consejero de adaptación profesional.

La publicidad se ha convertido en un "hecho económico", a pesar de la coacción que ejerce sobre los espíritus, por lo que se hacía urgente interesarse por este fenómeno a fin de limitar los efectos nocivos de la acción psicológica

que ejerce sobre los niños. Los educadores y los representantes de las familias se han puesto de acuerdo con los agentes publicitarios para imponer un cierto número de reglas a la Prensa infantil, ya que la Ley del 16 de julio de 1949 sobre saneamiento ha resultado insuficiente.

Esta iniciativa es muy loable, pero dudamos de su eficacia en razón de la misma perfección de sus exigencias morales.

El principio de este código exige que la publicidad destinada a los niños debe tener en cuenta su estado particular de "ser en desarrollo", y, por consiguiente respetar su personalidad y facilitar su expansión. Seis puntos precisan el género de artículos que pueden ser objeto de publicidad destinada a la infancia, las reglas en que esta publicidad debe inspirarse, las diferentes funciones que debe llenar. Para luchar contra cierta publicidad del niño por el niño, indica en qué casos la publicidad puede o no puede movilizar la actividad del niño en provecho suyo.

Este código puede convertirse en una regla de la profesión; pero es importante tanto a los educadores y profesores como a los padres hacerla respetar; las asociaciones familiares deben asociarse al Comité creado para la difusión de esta finalidad.

Si se sabe que los niños disponen de unos diez billones de dinero para gastos menudos, se comprende la tentación de los espíritus mercantiles.

El argumento de los psicólogos "el niño que se convierte en un interlocutor válido es un comprador en potencia", falsea, por otra parte, el problema; corresponderá a los educadores y a las familias, la vigilancia de que esta carta sea observada por los agentes publicitarios si desean.—"Combat", 6-V-60, 10.

Bibliografía

Escuela Oficial Periodismo.—Programas de primer [segundo y tercer] curso.—Madrid [Gráf. Aragón] 1959-[60]. 3 vol.-B. P. Foll. C. 12-12-16.—Con objeto de unificar sus enseñanzas, la Escuela Oficial de Periodismo de Madrid ha editado los programas de sus cursos.

En el del curso primero se integran los de las siguientes asignaturas: "Estructura política, social y económica", que explica don José Bugeda Sanchez; "Mundo actual", profesora doña Carmen Llorca; "Teoría de la noticia", asignatura al cuidado de don Bartolomé Mostaza; "Estilo periodístico", profesor don Pedro de Lorenzo; "Francés", profesor don Claudio Martín; "Doxografía", profesor don Rafael F. Chillón.

En el segundo curso, corresponde la enseñanza de "Organización de la empresa periodística" a don Fernando Martín-Sánchez Juliá; "Teoría y técnica de la publicidad" es la asignatura encomendada a don Luis Benítez; explica don Francisco García Ruescas "Organización publicitaria y dirección de campañas", y la "Técnica de las Artes Gráficas" corresponde a los profesores don Epiñanes, y don Luis Arranz; esta asignatura, en lo relativo a "Titulación y confección", está encomendada a don Luis Fernando Bandín Ramos y don Julio Fuertes; explica "Sociología" doña María Teresa de Diego Ayala, y "Dogma y moral católicos" fray Mauricio de Begoña. Las enseñanzas de "Francés" e "Inglés" corresponden, respectivamente, a don Claudio Martín y don Alvaro Bertrán de Lis.

Se inician los programas del tercer curso con el de "Historia general del Periodismo", de la que es profesor don Pedro Gómez Aparicio; "Doctrina de la información", es la asignatura a cargo de don Valentín Gutiérrez Durán, y don Aquilino Morello es el encargado de explicar "Régimen periódico y económico de la información". Corresponde al profesor don Alberto Carles Blat la enseñanza de la "Teoría y técnica de la ilustración, y explica don José Altabella "Historia del Periodismo gráfico". "Teoría de la radioinformación" es la materia a explicar por don Francisco Ruiz de Elvira, y el P. Andrés Avelino Esteban informa sobre "Deontología y Criteriología católicas del Periodismo". El curso de "Cultura española contemporánea" es explicado por don Emiliano Aguado. La asignatura que completan las enseñanzas de la profesora doña Carmen Llorca. Como en el curso anterior, la enseñanza del inglés está a cargo del profesor don Alvaro Bertrán de Lis.

En la edición aparte se nos ofrecen los programas de "Redacción y titula-

ción", asignatura que corresponde al segundo curso de la Escuela y cuya enseñanza está encomendada a los profesores don Enrique de Aguinaga y don Victoriano Fernández-Asís, y el de "Régimen jurídico y económico de la información", que, como integrante del tercer curso, explica el profesor don Pedro M. González Quijano.—A.

Ministerio de Información y Turismo. **Textos legales: Prensa.** 2.—Contiene disposiciones publicadas en el "B. O. del Estado" hasta 31 de diciembre de 1959. Madrid [Sucesores de Rivadeneyra], 1960.—En esta publicación de la Secretaría General Técnica del Ministerio de Información y Turismo se recopilan las nuevas disposiciones legales sobre materia de Prensa que deben intercalarse en el texto de las dadas anteriormente.

Las últimas son las siguientes: Pensión de larga enfermedad y subsidios en favor de familiares (O. 17-VII-59); Tasa de derechos de matrícula, de examen y de expedición de títulos a los alumnos de la Escuela Oficial de Periodismo (D. 18-VIII-59); Tasa de derechos de expedición o renovación de la tarjeta de lector de la Hemeroteca Nacional (D. 18-VIII-59); Tasa de exacción sobre publicación, venta y cupos de papel (D. 18-VIII-59); Tasa por servicios de microfilmación, ampliación y fotocopias de la Hemeroteca Nacional (D. 18-VIII-59); Nuevas tarifas postales para periódicos y revistas (Instr. 24-IX-59); Crédito para primer precio Papel-Prensa (O. 24-VII-59); Censura de Prensa (O. 23-III-46); Censura en estado de excepción (L. 30-VII-59); Estatuto de divulgación social del Ministerio de Trabajo (O. 25-III-59); Registro de Empresa periodísticas (Res. 6-XII-58); Composición del Consejo Nacional de Prensa (O. 17-III-59); Comisión de relación con la Episcopal de Prensa (O. 15-X-59).

Cada disposición lleva la signatura que permite su interpolación en el texto con facilidad y exactitud. También se indica cuando una disposición sustituye a otra.

Los índices sistemático, cronológico y alfabético (el primero y tercero añulan los de la anterior edición y el segundo completa el cronológico ya existente), han sido confeccionados con gran cuidado.

Esta importante publicación supone la puesta al día y la rápida consulta de todos los textos legales vigentes en materia de Prensa y es indispensable para las Empresas periodísticas.—J.

II Certamen Internacional de Cine Documental Ibero-Americano y Filipino.—Reglamento. [Gráf. Ellacuría]. (S. a.: 1960). 3 hoj. B. P. Foll. C.ª 12-11.—Organizado por el Instituto Vascongado de Cultura Hispánica, que tiene su sede en Bilbao, se celebrará del 1 al 7 de octubre del año actual y abarcará tres secciones: "Premio Internacional", "Hispano-Luso, Americana y Filipinas" y "Europa".

La sección Hispano-Luso Americana y Filipina comprenderá dos apartados: "Concurso entre naciones" (al que los países participantes podrán presentar un cortometraje, un documental y un noticiario. Todos ellos tienen que haber sido terminados después del 1 de enero de 1958, ser presentados en versión española o portuguesa o con títulos en estos idiomas y no haber participado en el Certamen de Bilbao anterior) y "Concurso a la producción cinematográfica" al que podrán concurrir documentales, cortometrajes y noticiarios.

La Sección Europea comprende los mismos apartados, que deberán ajustarse a idénticas normas, pero los films pueden ser presentados en cualquier idioma.

Al Premio Internacional pueden concurrir todos los films presentados a las dos secciones anteriores o los inscritos exclusivamente para este premio.

Se debe anunciar la participación en el Certamen antes del 1 de agosto de 1960, remitir la ficha técnica y artística de los films y sinopsis del asunto a la Dirección del Certamen antes del 1 de septiembre de 1960 y una copia de los films presentados a la misma Dirección, antes del 20 de septiembre.

El Comité Ejecutivo del Certamen puede solicitar la presentación de algunos films excepcionales en calidad de invitados. Este Comité seleccionará las películas y eliminará las que a su juicio no deban exhibirse.

Para otorgar los premios, el Comité Ejecutivo designará un Jurado de diez miembros y un presidente.

En la sección del Premio Internacional se otorgarán los "Miqueldis" de oro, plata y bronce, respectivamente, al mejor documental, cortometraje y noticiario.

En la sección "Hispano-Luso, Americana y Filipina se concederán medalla de oro (Premio de las Naciones) y de plata (a la producción cinematográfica) y cuatro medallas de plata más al mejor documental de tema folklórico iberoamericano y filipino sobre una ciudad iberoamericana o filipina, de tema religioso o misionero, y Premio Conde de Foxá de exaltación de los valores españoles en un documental iberoamericano o filipino.

La sección Europea concede medalla de oro (Premio de las Naciones) y de plata (a la producción cinematográfica).

Firman el Reglamento, que se ofrece, además de en español, en portugués, inglés, francés, alemán e italiano, el presidente del Comité Ejecutivo del Certamen, Pedro de Ibarra y Mac-Mahón, barón de Güell; el vicepresidente, José Belmonte Díaz, y el secretario general, Jesús Ugalde Fernández.—A.

The World Almanac, 1969 and Book of facts. 75th year. Published by the "New York World-Telegram" and "The Sun". Edited by Harry Hansen. New York, A. Scripps-Howard Newspaper, 1960. 896 págs. (B. P. 1.339).—Setenta y cinco años cumple en este de 1960 el excelente almanaque que reseñamos. Dando, como es lógico, preponderancia a los acontecimientos y datos de Norteamérica, se recopilan en este volumen multitud de noticias y referencias, ordenadas con buen criterio, que hacen su consulta utilísima para el periodista.

Las secciones dedicadas a la Prensa, Radio y Televisión, Cine y Teatro, son interesantes.

En la primera están contenidos los títulos, periodicidad y tirada de las publicaciones más importantes de la Prensa de los Estados Unidos. En la página que trata de Radio y TV se hace un resumen de los acontecimientos técnicos y jurídicos más importantes de la TV norteamericana en 1959. Y se calcula que existen en todo el mundo 384.900.000 receptores de radio, de los cuales 171.900.000 pertenecen a los Estados Unidos.

La información del pasado año relativa a Teatro y Cine atiende casi exclusivamente a la escena y la pantalla de Norteamérica. Se alude a las películas francesas, inglesas y rusas que se han proyectado en la nación durante el último año.

Los datos históricos, políticos, sociales y económicos de los países extranjeros forman un copioso y, en conjunto, exacto acervo que orienta y facilita el conocimiento de la realidad actual. También la O. N. U. y sus organismos tienen una adecuada repercusión en este anuario.—J.

Comisión Episcopal Española de Cine, Radio y Televisión. Secretariado Nacional. **Guía de películas estrenadas.**—[Madrid]. Delegación Eclesiástica Nacional de Cinematografía Fides Nacional [Art. Gráf. Helénica] [1960]. XVI + 585 páginas + hoj. B. P. 1.343.—Importante obra de consulta para cuantos se preocupan por el cine y sus problemas en relación con la doctrina católica. Se han reunido en ellas las fichas técnicas de las películas estrenadas en España en el período 1954-1959, ordenadas por años y alfabéticamente, en cada uno de ellos, por títulos.

A cada ficha acompaña una síntesis argumental, con la calificación de la censura oficial y la calificación moral más la fecha de estreno en nuestras pantallas.

Completa la obra la relación de distribuidoras de películas de 16 mm. y las listas alfabéticas de los films estrenados en el período 1939-1953, con calificación moral e indicación del año de estreno, en sus modalidades de 16 y 35 mm.

Una carta-prólogo del delegado eclesiástico nacional de Cinematografía, padre Félix de Laudaburu, las normas de calificación moral de espectáculos aprobadas por la Comisión Episcopal de Ortodoxia y Moralidad, un extracto de la legislación vigente relativa a las salas de exhibición de películas y la relación de las empresas distribuidoras de films de 35 mm., preceden al texto.—A.

S. Br.—**Un libro de Alfred Grosser, "La Prensa e Hitler"**.—"Nosotros, comunistas de Francia, luchamos y llamamos a los trabajadores de nuestro país a la lucha por la anulación del Tratado de Versalles, por la supresión definitiva y sin condiciones de las reparaciones. Ni un céntimo del pueblo alemán, tal es nuestra consigna, por la evacuación inmediata del Sarre, por la libre determinación del pueblo de Alsacia-Lorena, incluso la separación de Francia, por el derecho de todos los pueblos de lengua alemana a unirse libremente..."

Estas fuertes palabras que Kruchev olvidó cuando su viaje a Francia, fueron pronunciadas por Maurice Thorez en Berlín, en enero de 1933, en el mismo momento en que Hitler iba a convertirse en canciller del Reich, palabras reproducidas en el libro de Grosser: "Hitler, la Prensa y el nacimiento de un dictador".

El autor ha tratado a la vez de reconstruir los acontecimientos de la época (1932-1933) a través de los textos publicados en un determinado número de periódicos y de hacer ley sobre la actividad de éstos frente a los acontecimientos.

Entre las conclusiones a las que llega A. Grosser después de este paciente trabajo, se debe destacar ésta:

"Hemos comprobado con sorpresa hasta qué punto la simple yuxtaposición de extractos de Prensa podría bastar para reconstruir la trama de los acontecimientos."

Y añade: "Los periodistas han sentido, en cada caso, lo que iba a suceder; la mayoría de las veces han hallado lo verdadero partiendo de lo verosímil." Así la Prensa se ha elevado a la categoría de archivo necesario y casi suficiente para el historiador.

El autor comprueba, por otra parte, que la Prensa de su tiempo apenas dudó en condenar los métodos de Hitler. Sin embargo, en su conjunto, la Prensa francesa no alcanza la calidad de información de la Prensa inglesa.

Pero si la Prensa informó bien, no parece que previó bien las consecuencias de los sucesos que refería. En el fondo, nada dispensa al lector de ser inteligente. Esto es sin duda lo que piensa Grosser y lo que le ha llevado a presentar los resultados de sus investigaciones en bruto. No sabemos si lamentar que los textos de enlace y los comentarios no sean más abundantes, porque esto sería reconocer la debilidad de nuestro espíritu crítico. Pero también sería manifestar al autor el interés que sentimos por su prosa.—"La Croix", 2-V-60, 4.—A.

Revistas Extranjeras

The Catholic Journalist.—New York, vol. 11, núm. 2, February 1960, 8 págs.—En varios lugares de este número se trata de las bodas de oro de la "Catholic Press Association" (C. P. A.), que se celebrarán en Washington del 10 al 13 de mayo con varios solemnes actos.

También dentro de la actualidad encontramos interesantes datos sobre los progresos realizados por la Prensa católica de los Estados Unidos en el año actual durante el llamado "Mes de la Prensa" y que han superado a los de 1959.

El "Mes de la Prensa" consiste en reparto de propaganda de la C. P. A. y en un concurso cuyos resultados se habrán dado a conocer el 25 de febrero.

Una severa crítica de un programa de TV, "El drama de la semana", ha aparecido en el boletín quincenal del Arzobispado de Newark. El citado espacio es presentado por la estación Wnta. En general, ha sido bien recibido por los críticos de la citada archidiócesis. La censura de éstos ha recaído sobre "Burning Bright", "una representación dramática de dos horas que glorifica y justifica el adulterio". También produjo una gran controversia la adaptación teatral de la famosa novela "The Power and the Glory", de Graham Greene. El programa en cuestión se televisa diariamente a las ocho de la noche y los domingos a las tres de la tarde. En estas horas muchos de los telespectadores son niños o muchachos menores de veinte años.

David Quinn, de la Editorial P. J. Kenedy and Sons, publica un notable artículo sobre la atención que merecen los libros católicos por parte de los periódicos católicos. "Los libros (escribe) pueden ser noticia, lo mismo que las personas."

Por último, haremos constar que aparece en este número la alocución completa de monseñor Albert R. Zuroweste, presidente honorario de la C. P. A., sobre el agradecimiento que la Prensa católica debe a S. S. Juan XXIII por su interés por los problemas periodísticos y donde se recuerdan, asimismo, las enseñanzas de Pío XII en esta materia.—J.

The Catholic Journalist.—New York, vol 11, núm. 3, March 1960, 12 págs.—Se incluye en este número el programa completo de los actos que la Asociación de la Prensa Católica norteamericana va a celebrar, del 10 al 13 de mayo, en

Washington, con motivo de sus bodas de oro. En la misa jubilar oficiará el reverendísimo monseñor Egidio Vagnozzi, delegado apostólico, y predicará el reverendísimo monseñor Patrick O'Boyle, arzobispo de Washington. Ofrecerá el banquete el presidente de la Asociación, señor John J. Daly, caballero de la Orden de San Gregorio, y pronunciará un discurso el eminentísimo y reverendísimo Gregorio Pedro XV, cardenal Agagianian, pro-prefecto de la Sagrada Congregación de la Propagación de la Fe. Durante esta reunión de la Prensa católica tendrán lugar, a diario, sesiones de estudio.—J.

Journalism Quarterly.—University of Minnesota, Minneápolis 14, vol. 37, número 1, Winter 1960, 169 págs.—El primer artículo de este número se encuentra dedicado a una Editorial americana, la Anaconda Company, que en el pasado año vendió ocho diarios de gran circulación en Montana a un grupo financiero del mismo Estado. El autor del trabajo, Richard T. Ruetten, estima que es un hecho sintomático para la Prensa norteamericana.

Raymond B. Nixon, director de la Revista, dedica un interesante ensayo a los factores relacionados con la libertad de Prensa, en los terrenos económico-social y cultural, en 85 países, entre ellos España.

Sobre el poder y la responsabilidad de la Prensa escribe J. R. Wiggins, presidente de la Asociación Americana de Editores de Periódicos.

Un estudio acerca de los lectores de la Prensa infantil se debe a Wilburn Schramm, Jack Lyle y Edwin B. Parker. Se refieren los autores únicamente a los niños norteamericanos.

Los recientes problemas jurídicos que se han planteado en los Estados Unidos en torno a la obtención de noticias son analizados por Jacob Scher.

El doctor Israel Light, especialista en cuestiones médicas, revisa el aumento de los escritos, dedicados al gran público, que tratan de ciencia y técnica, y propone un plan para que se redacten con más exactitud y claridad.

La información gráfica o, mejor, el modo de seleccionarla, es el tema del artículo de William Stephenson.

La Prensa regional de los Estados Unidos es objeto de un análisis minucioso por parte de Robert J. Cranford.

Los periódicos mejicanos son estudiados por Marvin Alisky en un documentado original, que incluye una relación de algunos de ellos.

Albert G. Pickerell dedica su atención a las publicaciones periódicas de Tailandia.

Otros originales y las secciones de noticias y bibliografía, muy copiosas, completan el número.—J.

National Publisher.—New York, vol. XL, núm. 2, February 1960, 28 págs.—El mensaje del presidente de la N. E. A. se refiere a la publicidad que insertan los periódicos locales norteamericanos. Mr. Edgar W. Schergens declara que, en 1960, la tarifa de publicidad es la misma para anuncios locales y nacionales en 117 periódicos de los 259 preguntados acerca de este asunto. El año anterior, los periódicos que pudieron establecer esta tarifa única fueron nada más que 108. Otro artículo, firmado por Charles P. Helfenstein, trata asimismo de las tarifas de anuncios de esta clase de Prensa. Un reportaje de Caryl Krouser describe algunos aspectos económicos de Argentina, Uruguay, Brasil y Venezuela y ofrece una semblanza, escrita con simpatía, de la situación actual de Cuba y del Gobierno de Fidel Castro.—J.

National Publisher.—Washington, vol. XL, núm. 3, March 1960, 28 págs.—El trabajo más importante publicado en este número es el de Charles P. Helfenstein sobre la tarifa que los semanarios locales americanos aplican a los anuncios llamados "nacionales" y que se piensa es, quizá, demasiado elevado. Se ofrecen bastantes noticias relativas a progresos tipográficos.

También aparece muy nutrida la sección dedicada a las actividades profesionales de los miembros de la N. E. A., organismo editor de esta revista.

El doctor Charles Z. Allen prosigue su relación de datos estadísticos de los periódicos locales. En este artículo, quinto de la serie, se ocupa de aquéllos que cuentan con una tirada habitual de 4.000 a 5.000 ejemplares.

Por último, se trata extensamente de la Convención que va a tener lugar en Atlanta (Georgia) del 4 al 7 de mayo y en la que se celebrará el 75 aniversario de la N. E. A.—J.

Nieman Reports.—Cambridge (Mass.), vol XIV, núm. 2, April 1960. 33 págs.—En el presente número de esta revista, publicada por el Consejo de los Antiguos Alumnos de la Fundación Nieman, que representa a 250 periodistas que estudiaron en la Universidad de Harvard, se exponen y discuten interesantes temas profesionales.

Douglass Cater trata del papel que tiene la Prensa como primer historiador de los sucesos contemporáneos; Marvin Alisky publica una crónica sobre la actual situación de confusión en Cuba; Calvin Mayne aporta datos de interés relacionados con un periódico francés donde ha colaborado; Frank K. Kelly se ocupa de los problemas de la TV en relación con el Estado y el interés o bien público. V. V. Eswaran examina el caso del régimen comunista en Kerala; Hillier Krieghbaum examina el tema, debatido en todos los países cultos, de la misión y límites de los llamados "escritores científicos", es decir, de los periodistas que divulgan, con más o menos aciertos, los descubrimientos de la ciencia. Se comentan, asimismo, en una sección fija, libros relacionados con las cuestiones periodísticas y se resumen artículos de revista de la misma materia. También se incluye una sección dedicada a dar cuenta de las actividades de los "Nieman Fellowships".—J.

The American Abroad.—Ginebra, vol. 3, núm. 6, Spring 1960. 60 págs.—En esta publicación, dedicada a los norteamericanos que viven en el extranjero, encontramos varias noticias relativas a España. En esta primavera, en Europa, pueden verse en España muchas corridas de toros. La temporada taurina comienza ahora y termina a mediados de otoño. En Madrid y Barcelona hay corridas los domingos y días festivos, "si el tiempo no lo impide". Pero las mejores corridas madrileñas se celebran los jueves, generalmente. En Valencia y en Sevilla suele haber fiestas taurinas los domingos.

La temporada de pesca del salmón también se inaugura en primavera y se cierra a fines de julio. Para practicar este deporte es necesario un permiso especial de la Dirección General de Turismo, además de la licencia ordinaria.

En la provincia de Cádiz tiene lugar la feria de primavera y un festival en Jerez de la Frontera durante la primera decena de mayo. Se bailan danzas españolas y se canta flamenco por las calles, se organizan desfiles con trajes andaluces y hay corridas de toros.

En Madrid, del 8 al 18 de mayo, se celebran fiestas, desfiles, bailes y una feria taurina especial para conmemorar la festividad de San Isidro, Patrono de Madrid.

Una crónica, firmada por Bill Greene e ilustrada con fotografías, está dedicada a una academia de baile flamenco, para hijos de norteamericanos, que funciona en el "Youth Center" americano de Madrid. En dicho Centro hay otras enseñanzas recreativas, pero las preferidas por los asistentes son los bailes regionales españoles (flamenco, jotas, danzas valencianas, etc.).

Las clases están organizadas por el señor Edward Morris y son dadas por la señorita Amparito Velasco, una inteligente muchacha andaluza, que ha sido profesora de muchos otros extranjeros. La señorita Velasco encuentra que los norteamericanos tienen una extraordinaria facilidad para aprender los bailes españoles, sobre todo el flamenco. Dos niños, de cuatro años de edad, han causado sensación en una fiesta bailando sevillanas.

Para conocer el estilo y la psicología del turista americano son notables los trabajos de W. J. Collins, "Viaje con una tienda" ("camping" en Europa por una familia compuesta del matrimonio y cuatro hijos que preparan una excursión a España) y "Ese extraño ser", reportaje gráfico, con breves y elocuentes epígrafes de Buchwald.

De interés general para el Turismo son los artículos dedicados a los Juegos Olímpicos que van a celebrarse en Roma y a Grecia, como paraíso del turista, firmado por Melton S. Davis y Helen Barnes. Jules B. Farber escribe también sobre el anverso del paraíso griego y, en tono humorístico, describe los apuros de una joven ama de casa americana en una idílica pequeña isla griega.—J.

The American Press.—Stanton (N. J.), vol. 78, núm. 6, April 1960. 60 págs.—El editorial de este número está dedicado a problemas de política interior de los Estados Unidos. Los editores de los periódicos locales de esta nación condensan en diez puntos sus opiniones sobre las cuestiones discutidas actualmente en el Congreso norteamericano. Insisten, especialmente, los editores en que se vote

una ley que haga aplicar las leyes contra los "trusts" a los sindicatos. Aparte de este problema laboral, el editorial dedica gran atención a que no se preste ayuda federal a las escuelas, ni para la construcción de nuevos edificios ni para aumentar la retribución de los profesores. Se incluyen en este artículo editorial los resultados de una encuesta llevada a cabo entre los editores locales.

Otro artículo, firmado por Harold Pomeranz, abogado, especialista en impuestos públicos, contiene advertencias para ayudar a resolver las dificultades que en esta materia se presentan a los periódicos de pequeñas localidades.

En una crónica vemos cómo el presidente del Consejo de Publicidad, señor Theodor S. Repplier, recomienda el poder de los anuncios para "reforzar la débil moralidad americana". Según el mismo, los americanos tienen una actitud ética y moral blanda desde hace demasiado tiempo. Esta época comenzó después de la guerra y ha recibido el nombre de "The Age of Shoddy", que, en realidad, quiere decir la de "todo a medio hacer". Si la industria se resiente de falta de ética y las huelgas se suceden, en la educación la calidad ha sido sacrificada a la cantidad y la disciplina social es insuficiente, según George F. Kennan, ex embajador de los Estados Unidos en Rusia. Otro de los juicios citados por el señor Repplier es el del obispo Emrich, de Michigan: "Donde quiera que voy escucho argumentos, pero nunca he oído argumentos morales." Para competir favorablemente con los rusos es necesario que termine la "Age of Shoddy". El tono del presidente del Consejo de Publicidad es, no obstante, optimista respecto al futuro de la gran nación americana, que sabrá vencer esta crisis moral.

Otro original recoge las manifestaciones del presidente de la "Zenith Radio Corporation", una de las primeras que organizaron servicio de Televisión en Norteamérica. La "Zenith" va a solicitar de la Comisión Federal de Comunicaciones una Delegación que controle, con un criterio amplio, la TV comercial americana.—J.

MOVIMIENTO DE REVISTAS

Nuevas publicaciones

Boletín de información extranjera.—Enero-febrero, 1960.—Instituto de Estudios Agro-Sociales.—Interesante revista de información agrícola extranjera ésta que edita el Instituto de Estudios Agro-Sociales del Ministerio de Agricultura. Del contenido de este primer número da una idea clara su sumario: "La política agraria común de los seis países"; "El plan verde italiano"; "Diez años de colonización agrícola en Alemania occidental"; "Medidas tomadas en Francia para contener el alza de precios de los medios de producción agrícola". Completan el número una sección de noticias breves de actualidad, cuyo conocimiento es del mayor interés para quienes tratan de estar al día en estas cuestiones.—T.

Boletín de información para funcionarios del Ministerio de Hacienda.—Número 1.—Ministerio de Hacienda.—Madrid.—Es interesante esta experiencia realizada por la Secretaría General Técnica del Ministerio de Hacienda, a través del Servicio de Estudios y en colaboración con el Servicio Central de Información. Se trata, en realidad, de perfeccionar técnicamente a los funcionarios del Departamento, facilitándoles información y comentarios en torno a las cuestiones que afectan a los distintos organismos en que realizan su tarea diaria. Se compone este número de artículos divulgadores, como los dedicados a la renta nacional y a la integración económica europea. Noticias: liquidación de los presupuestos generales del Estado para 1959 y nuevos presupuestos. Completan la revista las secciones consagradas al comentario de una sentencia; las cartas de iniciativas, sugerencias, críticas o aplausos, y el resumen legislativo del mes.—T.

China.—Año I, núm. 1.—Enero-febrero, 1960.—Apartado 156, Valladolid.—Esta revista, de carácter religioso, se dedica especialmente a los temas misioneros y está dirigida por los PP. Redentoristas. Reportajes, informaciones y noticias contribuyen a traer al espíritu de los cristianos la preocupación por los problemas que plantea la extensión de la Iglesia de Cristo.—T.

Documentos cinematográficos.—Año I, núm. 1.—5-V-60.—Paseo de Gracia, 25, Barcelona.—Con objeto de facilitar la formación de archivos por quienes están interesados en los temas cinematográficos. Para ello la revista está concebida de modo que cada una de sus páginas, previamente horadadas, pueda ser conservada en su correspondiente carpeta. Los temas abordados son de gran interés, girando principalmente en torno de los problemas de la cinematografía nacional, aunque también se dediquen algunos estudios a las principales producciones extranjeras, concretamente en este caso a “Guerra y paz” y “La hora final”. Edita la revista el Instituto barcelonés de Información.—T.

Enfoque.—Núm. 1.—Febrero, 1960.—Alcalá, 57, Madrid.—Nueva y modesta publicación sobre cine que se llama a sí misma revista joven para un arte joven. La preocupación principal de sus editores es conseguir que el público se interese por el cine, no por tratarse de un entretenimiento, una diversión, sino por su contenido artístico, por los valores humanos, morales y sociales que encierra. En este primer número aparecen estudios sobre el cine inglés, sobre Orson Welles, sobre la censura cinematográfica y páginas informativas y de crítica de películas. Para la edición de este número han prestado ayuda económica don Juan S. Ibáñez y don Carlos Ollero.—T.

Kikelin.—Año 1.º, núm. 1.—Santa Lucía, 5, Gijón.—Este semanario infantil está patrocinado por la firma comercial Chocolates Kike. Publica aventuras gráficas ilustradas del Oeste y policíacas y breves historietas.—T.

Manila.—Año I, núm. 1.—28-III- a 3-IV-1960.—Jacometrezo, 1, Madrid.—Pequeña publicación, editada por las cafeterías “Manila”, cuyo contenido la convierte en una interesante guía no sólo para los extranjeros, sino también para los españoles, que encontrarán en ella una cartelera semanal de espectáculos, unas breves referencias acerca del Madrid monumental y artístico, horario de ferrocarriles, distancias por carretera de Madrid a las capitales españolas, etcétera.—T.

Mundo negro.—Año I, núm. 1.—Abril, 1960.—Arturo Soria, 103, Madrid.—Esta revista, de carácter misionero, está consagrada casi exclusivamente al África negra, el gran continente abierto al apostolado. Diversas cuestiones se estudian en este primer número, de cómodo formato e interesante contenido. Abundan las fotografías, que hacen más agradable la lectura de sus páginas.—T.

Noesis.—Núm. 1.—Enero-marzo, 1960.—Apartado 9.004, Madrid.—Se substituye esta publicación “Revista de Filosofía y Arte”, y a tenor de ello es su contenido denso, riguroso, de honda penetración intelectual. Jean Wahl escribe sobre la posibilidad de una renovación de la Metafísica, y F. Trujillo Marín sobre el primer análisis de lo real. Colaboran también en este primer número Perelman, Sciacca, Cimadevilla y Puente O'Connor, abordando distintos e interesantes temas. Completa la publicación una interesante sección bibliográfica.—T.

Nuestra casa.—Año I, núm. 1.—Diciembre, 1959.—Almagro, 36, Madrid.—Para ser portavoz del Montepío Nacional del Servicio Doméstico aparece esta publicación mensual de agradable lectura, especialmente pensada para el público lector a que se destina. Giran todos los temas tratados en torno a la casa: la cocina, higiene y limpieza, funcionamiento del Montepío, etc. Completan el número reportajes con ejemplares servidoras, copiosa información gráfica, un breve cuento y páginas de humor.—T.

Revista Agustiniana de Espiritualidad.—Vol I, núm. 1.—Enero-marzo, 1960.—Avenida de la Estación, 11, Calahorra (Logroño).—En el editorial se señalan los fines perseguidos con esta nueva revista: “Pretende conocer y dar a conocer, estudiar y poder llegar a definir un espíritu: el espíritu de San Agustín. Y precisamente en su singularidad más propia y acusada, a la vez que más olvidada y preterida; su dimensión religiosa.” En sus páginas encontramos un artículo del P. Félix García: “San Agustín, maestro”; otro del P. Angel Custodio Vega, que considera al Santo como Padre de la espiritualidad de Occidente. El P. Lope Cilleruelo escribe sobre “Adaptación de San Agustín a nuestros días”. Completan el número una cuidada selección de textos y glosas, una de

tallada información sobre el II Congreso Agustiniiano de España y una sección de crítica de libros.—T.

Sucesos.—Año I (Segunda época), núm. 1.—6-IV-1960.—Espejo, 6, Madrid.—Reaparece, con una amplia información gráfica sobre los sucesos de la semana, esta publicación, que, por primera vez, apareció en 1954. Los lectores de este tipo de revista encontrarán en "Sucesos" copiosa lectura, no sólo sobre acontecimientos de actualidad, sino también interesantes reportajes retrospectivos.—T.

Vida Sana.—Año I, núm. 1.—Abril, 1960.—Fuencarral, 113, Madrid.—Con un carácter eminentemente popular aparece esta revista ilustrada de higiene y sanidad, que dirige el doctor Fernán Pérez. Por sus páginas desfilan las más conocidas firmas del mundo médico actual, encabezadas por la del por muchos conceptos ilustres doctor Marañón. Figuran entre los colaboradores el doctor Luque, el profesor Teófilo Hernando, el doctor Blanco Soler, el doctor Bosch Marín, el doctor Jiménez Díaz, el doctor Poyales, el doctor Garrido-Lestache y el doctor Falla. En sus artículos abordan temas propio de sus distintas especialidades con notable interés divulgador.—T.

De próxima aparición:

<i>Título</i>	<i>Localidad</i>	<i>Dirección</i>
"Arco Iris".	Bilbao.	Alameda de Urquijo, 4.
"Avance Quinielista".	Lérida.	Eduardo Aunós, 19.
"Boletín de la Agrupación Fotográfica de Tenerife".	Santa Cruz de Tenerife.	Carmen Monteverde, 60.
"Boletín Colegio Oficial de Agentes Comerciales".	Gijón.	Alvarez Garaya, 1.
"Boletín Informativo del Club Deportivo Vitoria".	Vitoria.	San Francisco, 26.
"Boletín Informativo Colegio Oficial Auxiliares Sanitarios".	Burgos	Colegio Provincial.
"Boletín Informativo Cooperativa La Cúpula".	Madrid.	Batalla de Brunete, 38.
"Boletín Informativo Cooperativa de Transportes de Trabajadores de Siero y Noreña".	Pola de Siero.	Pola de Siero (Oviedo).
"Boletín Mutualidad Benéfica de Funcionarios Auxiliares de la Administración de Justicia".	Madrid.	Goya, 99, primero derecha, escalera D.
"Boletín de Noticias Turísticas".	Bilbao.	Paz, 5.
"Boletín Sanders".	Madrid.	Plaza de Salamanca, 11, quinto.
"Capitel".	Barcelona.	Mallorca, 227.
"Carta de España".	Madrid.	Carrera de San Jerónimo, 36.
"Cross".	Sevilla.	Av. Eduardo Dato, 25.
"Cuenca".	Cuenca.	Severo Catalina, 25.
"Electro-Diesel".	Madrid.	Instituto Americano.
"Energía".	Málaga.	El Egido.
"Gardenia Azul".	Madrid.	Silva, 30.
"Información Profesional del Colegio Oficial de Agentes Comerciales".	Jaén.	Colegio O. Agent. Com.
"Informaciones y Estadísticas Sobre la Aceituna".	Sevilla.	Santuario de la Casera, 31.
"La Legión".	Madrid.	Alberto Aguilera, 1.

Título	Localidad	Dirección
"Maniquí".	Barcelona.	Marqués del Duero, 88.
"Nalón".	La Felguera.	Lucio Villegas, 15.
"Noticiero Turro".	Barcelona.	Carretera de Sarriá, 15.
"Noticiero Domecq".	Madrid.	Fernán González, 37.
"Orbe Nostro".	Sevilla.	Pza. de Ponce de León, número 11.
"Orcóven".	Murcia.	Cigarral, 34.
"Paladín".	Barcelona.	Bailén, 232 bis, 1.º A.
"Quehacer de la Obra Sindical de Educación y Descanso".	Valencia.	Cirilo Amorós, 55.
"Relevo".	Lérida.	Escuelas del Magisterio.
"Revista Española de Neuropsiquiatría Infantil".	Sevilla.	Boteros, 53.
"La Técnica Ortopédica".	Gijón.	Paseo del Prado, 18.
"Tigre".	Barcelona.	Unión, 28.
"Tobera".	Madrid.	Ciudad Universitaria (Edificio E. T. S.).
"Torg, Hijo de León".	Sevilla.	Escoberos, 12.
"Ventas".	Barcelona.	Av. Rep. Argentina, 49.

Dejaron de publicarse:

Título	Localidad	Número	Fecha
"Africa Deportiva".	Tetuán.	541	Junio 1959.
"Bill Kraker".	Barcelona.	24	Octubre 1959.
"Colección Lino".	Valencia.	19	Abril 1957.
"Galatea".	Alicante.	6	Agosto 1958.
"Gran Madrid".	Madrid.	32	Febrero 1957.
"Juperina".	Barcelona.	25	Diciembre 1958.
"Puño de Hierro".	Valencia.	35	Abril 1958.

Actividades de la Hemeroteca Nacional

SERVICIOS

Servicios de Sala	8.960.
Horario de Sala de Lectura	De 9 a 24. Domingos y días festivos de 10,30 a 14.
Horario de Secretaría	De 10 a 14 y de 16 a 19.
Tarjetas nuevas	108. Último número: 9.553.
Tarjetas renovadas	122.
Horas de servicio	771.
Comunicaciones enviadas	482.
Comunicaciones recibidas	22.
Fichas confeccionadas	1.782.
Microfilm	78 negativos y 114 ampliaciones. Total: 192.
Encuadernación	1.000 volúmenes.

FONDOS

Serie folio	12.260 volúmenes.
Serie cuarto	22.071 "
Folletos varios	1.154 "
Biblioteca Técnica de Prensa	1.343 "
Folletos sobre Prensa	274 "
Total	37.102 "

JOSE SANZ Y DIAZ

I

EN TORNO AL PERIODISMO FILIPINO

Falta por hacer, al menos que nosotros sepamos, la historia del periodismo filipino en lengua castellana, si bien desde los tiempos de don Wenceslao E. Retana a los estudios de don Armando J. Malay, profesor de periodismo en la Universidad de Manila, que es un gran periodista cuarentón, y de un aditamento sobre el papel de los periódicos tagalos en la Prensa filipina, por Paraluman S. Aspillera, directora del Instituto de Lenguas Filipinas en la Universidad de Mujeres de Manila, especializada en la enseñanza del tagalo, se han venido haciendo algunos estudios parciales interesantes, si bien los dos últimos a que nos referimos fueron escritos en inglés y publicados en el folleto "Philippine Life Press", editado por la Cultural Foundation of the Philippines, en el pasado año de 1959.

Estos últimos textos me fueron facilitados amablemente por una señorita filipina, licenciada en Historia, María Lourdes se llama, la cual se encuentra en España escribiendo una tesis doctoral de un libro sobre la secesión del archipiélago malayo. Al saber que yo había escrito la biografía de don Miguel López de Legazpi, conquistador de Filipinas, vino a verme y yo le rogué los datos que presento aquí. Dicha señorita es sobrina de un ilustre periodista filipino, don Vicente Arenas, que ha estado en España varias veces y es director, y creo que propietario también, de los periódicos "El Tiempo", vespertino; "Manila Chronicle", de Manila, y "The Times", de Ilo-Ilo, en las Visallas.

Por Madrid han pasado periodistas filipinos tan destacados como don Ramón Bardony Paredes, que trabajó en la agencia Associated Press durante dieciséis años y al cesar en la misma pasó a prestar sus servicios en la International News Service; don Bienvenido de la Paz, director de "La Voz de Manila", un gran hispanista enamorado de España; don José Lauchengoo y Celis, académico correspondiente de la Real Española de la Lengua y ardiente defensor de España en la Prensa filipina, el cual fué condecorado con la Encomienda de la Orden de Alfonso el Sabio; don Norberto Romuáldez, periodista y miembro de la Academia Nacional Filipina, muerto desgraciadamente hace unos años; don Emeterio Barcelón Barceló, manilés, biznieto de un coronel de Caballería madrileño, abogado, catedrático de la Universidad Pontificia de Santo Tomás y profesor de la Escuela de Derecho de Manila, laureado en 1937 en un Congreso Cervantino Internacional, miembro de diversas academias nacionales y extranjeras y colaborador frecuente de la Prensa de su país; igualmente don Claro M. Recto, figura cumbre de la literatura filipina en castellano y poeta de renombre universal; don Teodoro M. Kalaw, que fué director de la Biblioteca Nacional de Manila y colaborador de periódicos, ya fallecido; don Manuel Bernabé, patriarca y laureado poeta nacional de Filipinas, hispanista cien por cien y figura ilustre en su país; don Fernando Blumentritt, que aunque nació en Praga llegó a escribir el castellano correctamente, se puso al lado de la causa de Rizal en Madrid y en Manila, colaborando asiduamente en periódicos como "La Solidaridad", "Filipinas ante Europa", "El Filipino" y otros, figura romántica que, como es natural, pertenece al pasado; la fallecida poetisa Evangelina Guerrero de Zacarías, que falleció a 11 de abril de 1949, como su padre, el gran lírico filipino don Fernando María Guerrero, era colaboradora frecuente de los periódicos del archipiélago y estaba casada con otro periodista ilustre, don Antonio A. Zacarías, que fué secretario del Senado; don Fernando María Guerrero fué director del diario "La Opinión" y obtuvo en 1935 el "Premio Zobel"

por su colección de trabajos publicados en castellano en la revista "Excelsior", y más tarde, en 1947, fué elegido miembro correspondiente de la Real Academia de la Lengua Española y de número de la de Filipinas; en Madrid murió el distinguido escritor y periodista don Isidro Marfori, en el mes de mayo de 1949, siendo asimismo un poeta notable, reposando sus restos en la Sacramental de San Justo, primero, y después fueron trasladados por avión a Filipinas.

Cuenta el cronista Tato de Ordoño en su breve historial de las asociaciones hispanistas en Filipinas, que se distinguieron en las mismas por sus trabajos y conferencias en castellano los periodistas Eliseo Hervás, Filimeno Maravillas, Luis Improgo Salcedo, Enrique Laygo, José Teotico, doctor Francisco Villanueva, José G. Reyes, Anastasio R. Teodoro, Vicente Alindada y otros más ya citados más arriba, recordando otros nombres ilustres en la defensa del castellano, más o menos cultivadores del periodismo, como E. Ordóñez, Molina Martel, Remigio S. Jocson, Francisco Villanueva, Zoilo Hilario, Florencio Barbaza, Vicente Legarda, Servando de los Angeles, Inés Villa, Vicente T. Fernández, el senador Vicente Soto, Fernando López, Enrique Magalona, Manuel Briones, Francisco Palisoc, Juan B. Cabarrús, José P. Bantug (un gran hispanista que ha residido en Madrid algún tiempo) y el autor de "Siete días en el infierno", don Benigno del Río, fundador, en 1950, de la Academia Hispánica de Filipinas.

También han pasado por Madrid el director de "Noticias" y el de "Phillippines Press", don Teodoro Roger, Enrique Muñoz y José Evangelistas fueron también buenos periodistas del archipiélago, y en Madrid reside desde hace mucho tiempo la excelente escritora Adelina Burrea, cuyo nombre aparece de vez en cuando en la Prensa.

El gran historiografo de las Islas Filipinas fué don Wenceslao E. Retana, en cuyas obras hay trabajos dispersos sobre la Prensa del archipiélago y un volumen rotulado "Noticias para la Historia del periodismo filipino".

En la actualidad, según Malay, 23 diarios y medio millar de revistas y semanarios se publican para tener a cerca de siete millones de filipinos bien informados de los acontecimientos de actualidad, sin contar con los noticiarios cinematográficos, la televisión y la radio.

Digamos algo en panorámico de la Prensa filipina que empezó el 8 de agosto de 1811 con el primer periódico, titulado "Avisos del Superior Gobierno", semanario editado por el gobernador general de las Islas, que entonces formaban parte de las provincias del Imperio español. Bien es verdad que había tenido un antecedente en hojas volanderas que salieron en Manila y otras ciudades del archipiélago hacia el 27 de febrero de 1799, cuando se daba oficialmente noticia de informaciones de interés excepcional para la colonia o reportajes sobre luchas con los piratas, como aquellos famosos que capturó en Zulú don José Gómez, jefe de la guarnición militar de Cavite. Estos pseudos periódicos o impresos volantes fueron saliendo hasta enlazar con los "Avisos del Superior Gobierno". Este semanario nació, como vemos, en los avatares de nuestra guerra de la Independencia y para tener informados a los españoles de nuestro Imperio ultramarino. Su fuente de información, a través del Gobierno general de Manila, eran las gacetas inglesas, país entonces aliado nuestro en la guerra contra Napoleón. El periódico se hacía en la imprenta que poseían los Padres Dominicos. Duró su publicación hasta el 7 de febrero de 1912. Muchas de las noticias que insertó este pionero del periodismo filipino procedían del virrey de Nueva España, que las enviaba desde 1809 en los bergantines que hacían su ruta marítima desde el puerto de Acapulco a los del archipiélago; partes oficiales que recibían el gobernador general de las Islas Filipinas, don Mariano Fernández de las Folgueras, partidario como todos los países de ultramar de Fernando VII.

El primer diario de Filipinas apareció el primero de diciembre de 1846 —siempre según Malay—. Se titulaba "La Esperanza", siendo sus propietarios y directores don Felipe Lacorte, ingeniero e historiador, y don Evaristo Calderón. Fué un ensayo de periodismo diario, un tanto barroco y recargado de trabajos históricos, científicos, literarios y religiosos. Debí durar un par de años.

Mucho mejor fué "Diario de Manila", que empezó a publicarse en 1848 y suspendió su publicación en 1852 para dar paso o convertirse en un Boletín Oficial, pero después volvió a ser diario de información general y duró hasta 1899, cuando "la situación se hizo tan turbulenta que el prudente director decidió cerrar los talleres editores". Constituían la plantilla de "Diario de Manila" el director, don Felipe del Pan, calificado como el "periodista más capacitado de sus tiempos", y otros muchos también notables, y a partir de 1895 hasta

tuvo corresponsales propios en España. Su rival fué otro diario, titulado "El Comercio".

Siguieron a éstos "El Porvenir Filipino", "El Católico Filipino", "Revista Mercantil", "Diario de Avisos", "Correo de Manila", "La Oceanía Española" y "Diario de Filipinas", sin olvidar otros como "La Ilustración", "El Filántropo", "La Unión Católica", "Registro Mercantil", "Ilustración Filipina", "Gaceta de Manila" y los boletines en tagalo.

Dice Malay que en abril de 1887 empezó la publicación de un diario que marca el principio del periodismo político en Filipinas. Se trata de "La Opinión", de Manila, que fundaron en la referida fecha Julián del Pozo y Jesús Polanco, habiendo durado casi hasta nuestros días, pues en 1952 lo dirigía don Manuel López Flores, que organizó en sus columnas un concurso mensual para escritores en castellano. El primer filipino que se metió de lleno en el periodismo fué Pascual Poblete, que, con Baldomero Hazañas, fundó "El Resumen", a primeros de julio de 1890.

Casi simultáneamente fueron surgiendo semanarios ilustrados, con versos humorísticos y caricaturas, como "La Semana Elegante", "Manila Alegre", "Manililla", "El Caneco" y "El Domingo". Claro es que hubo también periódicos y revistas profesionales, abundando los dedicados a las ciencias y al comercio.

El primer periódico digno de este nombre que sacaron los patriotas filipinos, contradictores de la Administración española, fué "La Solidaridad", órgano de los residentes filipinos en España. Primero estuvo dirigido por Graciano López Jaena, luego por Marcelo H. del Pilar, escritor y periodista que solía usar el pseudónimo de "Bulacán". Allí colaboraban Rizal, Del Pilar, Jaena, Mariano Ponce y otros secesionistas. Era un periódico para intelectuales y pronto pensaron los revolucionarios hacer un periódico para el pueblo en lengua nativa. Entonces el guerrillero Bonifacio y su pequeño grupo del Katipunan sacaron el rotulado "Kulayaan". Fué fundado, con Bonifacio, por el doctor Pío Valenzuela y lo dirigía Emilio Jacinto, pero no se publicó más que un número, quizá porque fué prohibido por las autoridades.

Al extenderse la rebelión en Filipinas fueron surgiendo periodiquillos panfletarios de acalorada propaganda. Entre éstos recordamos "República Filipina", dirigido por Pedro A. Paterno; "La Revolución", por Jaro, en Ilo-Ilo, y "El Heraldo de la Revolución", sin contar "La Independencia", dirigido por Antonio Luna, portavoz de los insurrectos en guerra. En sus columnas colaboraron Rafael y José Palma, León y Fernando María Guerrero, Epifanio de los Santos y Cecilio Apóstol. Históricamente es un periódico muy importante, por ser de los tiempos de la revolución independentista y que supo avivar el orgullo nacional en las guerras contra España y los Estados Unidos.

Digamos como paréntesis que antes de esta época había habido algunos semanarios como "El Filántropo", aparecido en 1822; "Estrellas", en 1846; "Registro Mercantil", de la Real Sociedad Económica de Amigos del País, redactado por José Nicolás Irastorza, José Azcárraga, Luis Barreto, Tiburcio Gorostiza y Domingo Rojas, entre otros. En 1849 salieron dos semanarios, "El Instructor" y "El Despertador", que debieron desaparecer en seguida, como los titulados en 1850 "Diario de Avisos y Noticias", "El Observador Filipino", "Boletín Oficial de Filipinas" y algunos más.

Las autoridades militares norteamericanas de ocupación, que habían sucedido al mando español en Filipinas, suprimieron de un golpe todos los periódicos y publicaciones hechas en castellano y lenguas nativas. Sin embargo, los indígenas no se callaron, y al ver que les era arrebatada su independencia, se incrementó de nuevo el fuego del nacionalismo y fundaron "El Renacimiento", combatiendo al comisario Worcester. Estaba financiado por Martín Ocampo y dirigido por Teodoro M. Kalaw. En este período de ocupación americana fueron surgiendo periódicos en inglés, como "Manila Times", "The Manila Daily Bulletin", "The American" y "Cable News". El primer diario en inglés fué "Manila Times", fundado el 11 de octubre de 1898, y en 1930 lo compró el filipino don Alejandro Roces, primero de una dinastía de periodistas.

Realmente aquí no nos interesa el periodismo editado en lengua inglesa, ya que nuestro propósito es referirnos a las publicaciones escritas en castellano. Durante la ocupación japonesa salieron periódicos filipinos editados en lenguas orientales extranjeras, utilizadas como armas de propaganda.

De todas formas conviene anotar, que como los primeros periódicos norteamericanos en Manila no eran simpatizantes de la aspiración a la independen-

cia de los nativos, don Manuel L. Quezón, denodado dirigente y gran estadista filipino, decidió publicar un periódico nacional con Juan B. Alegre, Manuel y Tomás Earnshaw, Ramón J. Fernández, María Carmen Roxas, Antonio R. Roxas, Vicente Madrigal, Mauro Prieto y Teodoro R. Yangco. Este periódico se llamó "Philippines Herald", cuyo primer número apareció el 8 de agosto de 1920 y fué subdirector Conrado Benítez, al que sucedió Arsenio N. Luz, teniendo como adjunto a Carlos P. Rómulo, que llegó también a dirigirlo, como antes había dirigido "Tribune".

Alejandro Rocas quiso sumar —escribe Malay— un periódico inglés a su cadena de "La Vanguardia", diario que hace en español, y "Taliba", que hacía en tagalo. Ambos periódicos habían sido comprados por Rocas a Ocampo. Todos estos periódicos fueron incautados por las autoridades militares japonesas y no volvieron a aparecer, entre ellos "La Vanguardia", hasta la liberación de Manila en 1945.

Digamos también que a partir de esa fecha y mucho antes, hubo periódicos como "El Ideal", "Consolidación Nacional", "La Nación", "La Opinión" —no sólo en Manila, sino también en provincias—, "El Debate", que se sigue publicando en español y los números que se editan en inglés. Desde luego, la Prensa filipina, editada en castellano, está en desigualdad de condiciones con respecto a la editada en inglés, puesto que el comercio y la industria vuelcan su publicidad sobre esta última, con notoria desventaja para los diarios como "La Voz de Manila", "El Tiempo", "El Debate" y otros semanarios.

La profesora Paraluman S. Aspillera, al referirse al papel de los periódicos tagalos en el periodismo filipino, dice que desde 1862 se han hecho tenaces esfuerzos para publicar periódicos en tagalo, uno de los cincuenta y tantos dialectos que se hablan en el archipiélago malayo, sin conseguir un éxito esperanzador. El primer periódico tagalo fué "El Pasig", nombre del río que bordea Manila; le siguió "Diariang Talagóg", en 1882; "Patnvaing Católico", en 1890; "Pliegong Pilipino"; "Dimasalang", en 1900; "Katabusan", en 1905; "Ang Mithi", en 1910 y otros muchos. Todos tuvieron una vida breve, salvo el "Muling Pagsilang", que duró desde el año 1903 a 1916. Los precursores de esta clase de Prensa tagala fueron españoles, contándose entre ellos Francisco Calco Muñoz y Francisco Bueno; Pascual Poblete, que dirigió la "Revista Popular", y Emilio Jacinto, "La Independencia". La nueva era del periodismo filipino la inauguró en 1915 don Alejandro Rocas, al publicar el diario tagalo "Taliba", del que ya hemos hablado y que duró hasta 1943, fecha de la ocupación japonesa. En esta clase de Prensa se han especializado los periodistas Iñigo Regalado, Mabini Centeno, Catalino Flores, Amado V. Hernández, Manuel Car Santiago, Domingo Karasig, Teófilo Souco, Eduardo Gregorio y muchos más.

II

GALEON DE INDIAS O CORREO DE ULTRAMAR

ARGENTINA.—La revista "Biblos" ha dedicado, como publicación de la Cámara Argentina del Libro, su número 102 a los textos escolares de toda clase editados en la Argentina y en España, entre otros países del extranjero.

La Junta directiva de la Sociedad Interamericana de Prensa, que se reunió en Montego Bay, Jamaica, anunció que entre las siete becas concedidas a periodistas de América se encuentra Ignacio Ezcurra, de Buenos Aires.

Ha celebrado el cincuenta y seis aniversario de su fundación "La Voz del Interior", de Córdoba. Poco después murió el doctor don Silvestre Raúl Remonda, director de dicho diario hasta finales de febrero último, y el cual era muy querido en los medios profesionales argentinos.

La dirección del diario "El Pueblo" informaba hacia mitad de abril que iba a volver a editarse, así como la revista "Pro Familia", suplemento dominical del mismo dedicado a todas las parroquias del país. "El Pueblo" es un gran diario argentino de abolengo católico.

En marzo celebró el cincuenta y cinco aniversario de su fundación el periódico "La Razón", fundado en Buenos Aires en 1905 por don José A. Cortejarena.

En la ciudad de Alta Gracia murió en el mes de marzo pasado don Carlos M. Múscari, un veterano periodista que figuró en la plantilla de "La Nación".

cuando este diario estaba dirigido por don Emilio Mitre. Hizo durante muchos años la crónica parlamentaria con singular agudeza.

En el pasado año fueron otorgados los premios Municipales a la Labor Literaria a los conocidos escritores y periodistas argentinos C. Córdova Iturburu, Leo Sala, Susana Tasca, María Elena Groussac, Juan Carlos Lamadrid, Alfredo Martínez Joward, Héctor Yanover y César Magrini.

Sigue saliendo "Clarín" con sus secciones de costumbre, siendo su corresponsal en Madrid nuestro querido amigo José Vicente Puente.

Para comienzos del verano tiene anunciada su visita a España don Roberto O. del Valle, director de la Escuela de Periodismo "Domingo F. Sarmiento, sita en la calle Moreno, 3.324, de la ciudad Mar del Plata. Es decir, después de la realización del Congreso de Escuelas de Periodismo, que tuvo lugar en el mes de abril de 1960, en el que se trataron planes de estudio, valor profesional e internacional de títulos, Federación Internacional de Escuelas de Periodismo, intercambio de material bibliográfico, conferencias y congresos de Prensa, formación de personal docente, viajes de estudios y perfeccionamiento.

De la Academia de Ciencias Económicas de Buenos Aires hemos recibido el folleto "Democracia, Demagogía y Liberalismo Económico", que es el texto de la conferencia pronunciada por el académico de número, don Alfredo L. Palacios.

BOLIVIA.—Como el señor Cowles, director de "The Spokane Review", en nombre de la S. I. B., se dirigiera a distintos países sobre materia de Prensa, el ministro del Interior de Bolivia, don Carlos Morales Guillén, le contestó que en La Paz, lo mismo que en el resto del país, había completa libertad de Prensa y que invitaba al presidente de la Sociedad Interamericana de Prensa a ir a Bolivia como invitado del Gobierno y para que comprobara por sí mismo cuanto le decía.

COLOMBIA.—Entre los becarios de la Sociedad Interamericana de Prensa, ganadores de las siete becas para estudiar periodismo —cada una es de dos mil quinientos dólares—, se encuentra la señorita Nelly Vivas, que trabaja en "El Espectador", de Bogotá, y tiene veintiséis años de edad. Se ha especializado en crónicas sobre arte, teatro y música.

Hemos recibido de la gran revista ilustrada de Bogotá "Cromos", los números que van del 2.217 al 2.226, siendo el último de finales de febrero del año actual. Publica unas ochenta páginas habitualmente, con interesantes reportajes, ilustrada en negro y a todo color. Fue fundada en 1916 y actualmente la dirige don Jaime Restrepo, apartado nacional 442. Inserta en exclusiva "La difícil amistad de ingleses y franceses", "Hemingway guarda en un banco varias novelas inéditas", "Cómo injertaron su propia pierna a un amputado", "Los bandidos adolescentes atemorizan a Nueva York", "Las francesas y el amor", "Los paraísos artificiales", "Le Corbusier critica el desarrollo de Bogotá", "Manizales, la ciudad de la alegría", "Los ídolos también mueren", etc. Con estos detalles el lector puede darse idea de esta revista, que además dispone de secciones fijas muy bien hechas.

"Boletín de Historia y Antigüedades" es el órgano de la Academia Colombiana de la Historia y está dirigido por don Mario Germán Romero, ayudado por los redactores don Alberto Miramón y don Roberto Liébana. Los números 540-542, hechos como todos los demás en Bogotá, publican un sumario por demás interesante en el aspecto documental e histórico, insertando discursos de los académicos, entre ellos uno de don Manuel José Forero sobre "España y el Derecho Público en América"; otros de Germán Arciniegas, sobre Bolívar; de Luis López de Mesa, en torno a Juan de Dios Uribe Restrepo; otro más de Juan Friede, sobre la fecha y lugar del nacimiento de Gonzalo Jiménez de Quesada, ítem más los de Carlos José Romero, Enrique Ortega Ricaurte y Oswaldo Díaz Díaz.

De las ediciones de la revista "Caballo de Fuego", de Bogotá, hemos recibido dos libros en verso: uno de Antonio de Undurraga, "Hay levaduras en las columnas", que son testimonio de poesía convivencial escrita entre los años 1946 y 1951; y el otro de José Miguel Vicuña, titulado "El hombre de Cro-Magnon se despereza".

COSTA RICA.—En los periódicos de San José, lo mismo que algunas publicaciones especializadas de España, se dice que en los círculos culturales

costarricenses se viene notando, desde hace algún tiempo, una gran preocupación por el enorme retraso con que llegan al país las revistas y los libros importados de España; retraso que, en algunos casos, llega a ser de varios meses, con el consiguiente perjuicio para lectores y editores. Esta dificultad estriba, al parecer, en que los barcos apenas hacen escala en Costa Rica, por lo que las expediciones de libros tienen que hacer varios transbordos, con la correspondiente pérdida de tiempo.

Hemos recibido el número 99 de la revista literaria "Zenith", publicada por don Amando Céspedes Marín, en Heredia, ciudad de Costa Rica, con un sumario en el que figuran las firmas de Gumersindo Díaz, Nicolás Fontanillas, Héctor Rodolfo Peña, Amelia Ceide, Oscar Ponce de León, Gloria Prieto, Félix B. Villalac, Rafaela Ezquerra, Amparo Baluarte, Emma Bargas Flores, Miguel Moreno, Mirley Avalis, Donato de Plácido, Benito Correa, Charito Martínez, Jesús Ruiz Villamartín, Abel Tirado López, Dora Magistrelli, Elena Lucía, Cristina Montero y Paquita Díaz de Sáez.

CUBA.—Los periódicos argentinos y sudamericanos informaron que había tenido que pedir asilo en la embajada de la República Argentina en La Habana el gran periodista de Prensa, Radio y Televisión, Luis Ponce Agüero.

La Sociedad Interamericana de Prensa se dirigió al presidente Dórticos, de Cuba, para que cesara la situación penosa del periodismo en dicho país. Pedía la SIP "que se suspendieran los violentos ataques de los funcionarios del Gobierno cubano contra los periódicos independientes", que ha culminado en la incautación del "Diario de la Marina", el periódico más serio de Cuba y el tener que buscar los Rivero refugio diplomático.

Una subcomisión especial de nueve miembros, todos de la América Española, de la Sociedad Interamericana de Prensa, se reunió en Montego Bay (Jamaica) para iniciar un informe de la situación de la Prensa en Cuba con el Gobierno revolucionario de Fidel Castro, la comisión estuvo presidida por Ricardo Castro Beeche, de "La Nación", de San José de Costa Rica; figurando como vocales: Luis Miró Quesada, de "El Comercio", de Lima; "Rómulo O'Farril, de "Novedades", de Méjico; monseñor Jesús M. Pellín, de "La Rêligión", de Caracas; Daniel Morales, de "La Mañana", de Méjico; Julio Mezquita, de "El Estado", de San Pablo; Francisco Rizzuto, de "Veritas", de Buenos Aires y Agustín Edwards, de "El Mercurio", de Santiago de Chile.

Los periódicos americanos se hacen eco de la situación en Cuba. Por ejemplo, "La Prensa", de Buenos Aires escribe: "Los diarios de Cuba han perdido su libertad o la conservan precariamente a costa de grandes sacrificios. Algunos periódicos han dejado de pertenecer a sus propietarios en los últimos tiempos por la agresión oficial, interviniéndose directamente otros por las autoridades. lo mismo que una estación de Televisión."

CHILE.—Entre las siete becas de 2.500 dólares otorgadas a periodistas americanos, figura un ganador chileno, la señorita Baltra, Lidia de nombre, estudiante distinguida de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Santiago de Chile, la cual ha trabajado en la agencia Reuter y en varios periódicos chilenos.

ECUADOR.—Hemos recibido "Anales de la Universidad de Cuenca", tomo XV, números 3 y 4. El sumario está constituido por los siguientes trabajos: "Impacto en la Luna y unidad del mundo", por Francisco Alvarez González; "El 10 de agosto y nosotros", por Gabriel Ceballos García; "La novela psicológica", por Isabel Moscoso Dávila; "Teresa de la Parra, claridad de América", por Rigoberto Cordero y León, y "Señal de Galápagos", por Rubén Astudillo.

Crónica universitaria y un suplemento, el núm. 23, recogiendo la poesía total de César Andrade y Cordero.

Entre las siete becas concedidas a periodistas de América por la Sociedad Interamericana de Prensa, se encuentra Pedro E. Zembrano, de Manabí (Ecuador), muchacho de veintiún años, hijo del director de "Diario Manabita", y al mismo tiempo es corresponsal de "La Acción", de Guayaquil.

A finales de marzo y primeros de abril se inició un Seminario de las escuelas de periodismo en Quito, organizado por el Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para la América latina. Asistieron destacadas figuras del periodismo continental, entre las que figuraban con Héctor Múgica.

director de la Escuela de Periodismo de la Universidad Central, de Caracas, don Ricardo Trigueros de León, director de la Escuela de Periodismo de El Salvador; don Pablo Camargo, jefe de Redacción del diario "Excelsior"; don Ricardo Castro Beeche, director de "La Nación", de San José de Costa Rica; don Alejandro Miró Quesada, subdirector del diario "El Comercio", de Lima; don Luis Gil Montoya, director de la Escuela de Periodismo de Buenos Aires; don Ramón Cortez, director de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile; don Andrés García, director de la Escuela de Periodismo de la Universidad Mayor de San Marcos, del Perú; don Mario Clérico, delegado de la Escuela de Periodismo del Uruguay, de Montevideo; don Dantón Jobín, director de "El Colombiano", de Río de Janeiro y el Padre Valtierra, fundador de la Escuela de Periodismo de Bogotá.

EL SALVADOR.—Los periódicos del continente americano y no pocos de Europa, publicaron la noticia de que el diario "La Prensa Gráfica", uno de los periódicos de mayor circulación de San Salvador, publicó en su edición del 5 de abril un editorial denunciando que la agencia comunista "Prensa Latina", con sede en La Habana, está constantemente inventándose golpes de Estado en diversas repúblicas hispanoamericanas.

La revista del Ministerio de Cultura, titulado asimismo "Cultura", nos envía su número 15, dirigido, como los anteriores, por don Ricardo Martell Caminos. Se edita en San Salvador y tiene su redacción en la 3.^a Avenida Norte, número 534. Consta de 220 páginas en cuarto mayor y su índice de trabajos—algunos de ellos ilustrados—es altamente interesante. Los firman Napoleón Viera Altamirano, Alejandro Escalante Dimas, padre Francisco Pecorini, S. J., Santiago de Anitua, Carlos Sandoval, Moisés Vicenzi, Alfredo Martínez Moreno, Franck Dautte, José Arrón, Jorge Lardé Larín, Carlos Samayoa Chinchilla, Benjamín Guzmán (éste firma un artículo sobre periodismo en general con una nota referida a Centroamérica, diciendo que en Guatemala, capital, hay seis diarios; en Tegucigalpa, tres, y otro en San Pedro Sula, en Honduras; en San Salvador, cinco, y en Managua otros cinco), Víctor Agostini, padre Alfonso María Landarech, S. J., Dora Isella Rusell, Salvador Cañas, Claudia Lars, Ricardo Bogránd, Rafael Paredes, Alfredo Beirabé, Rolando Velázquez y Luis Gallegos Valdés, aparte de las secciones fijas acostumbradas. De estos colaboradores, Napoleón Viera Altamirano, director y propietario de "El Diario de Hoy", de San Salvador, y casi todos los demás, colaboran con frecuencia en la Prensa Centroamericana.

Del jefe del Departamento Editorial del Ministerio de Cultura, don Ricardo Trigueros de León, hemos recibido las siguientes obras: "El dinero maldito", por Alberto Masferrer; "Puros cuentos", por Manuel Aguilar Chaves; "Tres novelas", por Joaquín García Monje; "Fábula de una verdad", por Claudia Lara, y "Presencia de humo", por Raúl Contreras. Este último título lleva un prólogo de Juan Guzmán Cruchada.

Del Boletín "Guión Literario", hemos recibido los números 45, 46, 47 y 48. En ellos, Alfonso Orantes se ocupa del cuarto aniversario de la muerte del maestro Gaviria; Claudia Lars, de un libro de Irina Darlae, y Trigueros de León, de una obra de permanente interés, cual es "Dinero maldito". En el pasado mes de abril la exposición continental del periodismo americano, organizada por el Ministerio de Cultura, convocó asimismo un concurso sobre historia del periodismo salvadoreño, de cuyo resultado final todavía no tenemos noticias.

FILIPINAS.—Don Bautista Rosada, de la Embajada de Filipinas, nos envía con frecuencia números de "El Debate", de Manila, periódico que va ya por los cuarenta años de su publicación y que es un valiente paladín de la defensa del castellano en las Islas Filipinas.

Recientemente se convocó un concurso internacional de pintura, escultura y grabado que lleva por título "Premios José Rizal", teniendo una fecha límite de entrega de originales hasta junio de 1960.

GUATEMALA.—Tenemos a la vista la revista "Universidad de San Carlos", tomo XLVIII. Muestra un interesantísimo sumario, con trabajos de ciencias jurídicas y sociales, ciencias económicas, ciencias químicas y farmacia y humanidades.

HONDURAS.—Por el ilustre escritor y prestigioso médico don José Antonio Peraza, ex embajador de Honduras en Madrid, donde se le recuerda con cariño,

hemos recibido "El Herald", editado en San Pedro Sura, periódico miembro de la Sociedad Iberoamericana de Prensa y partidario de la unión de todas las Repúblicas Centroamericanas, idea por la que dió su vida el General Morazán.

MEJICO.—Los números de "La Gaceta", publicación del Fondo de Cultura Económica, que hemos recibido últimamente son el 64 y el 65. El primero con un trabajo de Alfonso Reyes, titulado "Historia documental de mis libros desde 1924 a 1925". Más trabajos de distintos autores, bien ilustrados, y el número 75 se dedica por entero a rendir homenaje al polígrafo mejicano don Alfonso Reyes, que falleció a finales de 1959. Hay trabajos de "Azorín", Marcel Baillón, Chacón y Calvo, José Gaos, Werner Jaeger, Ramón Menéndez Pidal, Francisco Monterde, Federico de Onís, Emilio Oribe, Octavio Paz, Mario Picón Salas, Darío Puccini, Francisco Romero y varios más.

Esta publicación mensual tiene su Redacción en la avenida de la Universidad, número 975, de Méjico, 12. La dirige A. Orfila Reynal, teniendo como jefe de redacción a E. Carballo.

"Boletín de Viajes Pemex", avenida de Juárez, 89, es una revista de información turística mejicana, profusamente ilustrada y con trabajos de todos los departamentos de la antigua Nueva España.

"Armas y Letras" es la revista de la Universidad de Nueva León, en cuyo número 3 del año II inserta trabajos de Pierre Sipriot, Gustavo Correa ("El simbolismo religioso en la poesía de Federico García Lorca"), Oracio Salazar Ortiz, Sergio Fernández, Charly Clerc, Serge P. Darmón, Juanita Soriano, Roberto Bravo, Lydia Nogales y Slawomir Mrozek. La dirección es Washington y Colegio Civil, Monterrey, N.L. (Méjico).

La revista "Lectura" se ocupa de libros e ideas en Méjico, bajo la dirección del doctor Jesús Guisa y Acevedo. Los últimos números que hemos recibido publican artículos del director y de José María Gallegos Rocafull, Manuel González Montesinos, Carlos Arauz de Robles, José Vasconcelos, Ramón de Ertze Garamendi, Angel Rubio, Ramón J. Sender, Clemente de Jesús Munguía, Félix Vertiz, Pablo Castellanos y Juan Antonio Cabezas.

"América Indígena" y "Boletín Indigenista" son publicaciones del Instituto Interamericano Indigenista, establecido en Méjico. Dirigen estas revistas Manuel Gamio y Miguel León Portilla. El sumario de ambas es sumamente interesante, con trabajos de Darcy Ribeiro, Lloyd, Juan Natalicio González, Alvaro Jara, Juan Friede, Alberto Estrada Quevedo, Manuel Velasco Núñez y José R. Sabogal, entre otros.

La revista guadalupana "Juan Diego", dirigida por el presbítero Lauro Lopes Beltrán, sigue apareciendo en Cuernavaca, en el Estado de Morelos, apartado 63. El número de febrero viene tan interesante como todos los anteriores.

Estuvo a mitad de mayo, en Madrid, el ilustre periodista y buen amigo de España, don Enrique Castro Farias, director de "El Universal", de Méjico. Iba camino del Oriente Medio.

NICARAGUA.—En el parque central de Managua, y en los últimos días del mes de abril, se ha instalado la Feria del Libro, que fué organizada por el secretario de Información y Prensa de la Presidencia de la República, señor Urcu-yu Rodríguez, en colaboración con un grupo de distinguidos intelectuales del país. Muchas casas editoriales españolas tomaron parte en el certamen.

El "Boletín de la Sociedad Interoamericana de Prensa" informó hace tiempo de que don Pedro Joaquín Chamorro, director de "La Prensa", de Managua, que fué condenado a primeros de año a ocho años de prisión, se encontraba bastante delicado de salud en un hospital de la capital nicaragüense.

Contestando a todas estas cosas, don Orlando Buitrago Méndez, Secretario del Presidente don Luis Somoza le respondió al S. I. P. que el citado periodista don Pedro Joaquín Chamorro "fué exceptuado de un perdón general en favor de los hombres que participaron en la revuelta del verano pasado contra el Gobierno y condenado a ocho años de prisión, por libérrima disposición de los jueces que le juzgaron".

PANAMA.—Meses atrás fué destinado como director de la agencia de información de las Naciones Unidas en Buenos Aires, el periodista panameño don Marco A. Gandásegui. Este ilustre colega fué codirector del diario "La Estrella", de Panamá, desde 1939 hasta 1941, y más tarde director de la gran emisora de

radio, asimismo rotulada "La Estrella de Panamá", que radia especialmente en español y en inglés. Ya había estado el periodista Gandásegui en la Argentina en años anteriores, desde 1951 a 1954, teniendo su oficina en la calle Charcas, número 684, como director de la oficina de la O. N. U. en Buenos Aires.

Nos es muy grato consignar que el Gobierno panameño concedió el premio nacional de literatura al distinguido autor, escritor, periodista y actor panameño don Miguel Moreno, por su obra dramática titulada "Ayara Ysayanai". Miguel Moreno se encuentra actualmente en Madrid, donde ha cursado estudios universitarios y de periodismo, habiendo tomado parte destacada como actor en la compañía titular del teatro Lara, de Madrid, encarnando uno de los personajes de la famosa obra "El comprador de horas". Ya había obtenido antes el premio literario de la Sociedad Cervantina de Panamá, por su ensayo "Nombres del Quijote". Nuestra felicitación cordial a tan distinguido amigo.

PARAGUAY.—El embajador del Paraguay en Madrid, don Federico Chavez, es un gran escritor y colaborador de periódicos, a pesar de la dedicación que siempre prestó a la política, puesto que llegó a ser jefe de Estado en su país. Su segundo apellido es vasco, Careaga, habiendo sido anteriormente al alto cargo diplomático que aquí desempeña y durante cuatro años embajador del Paraguay en París. A veces colabora en el diario "Patria", de Asunción.

PERU.—El periodista José González Málaga, director del suplemento dominical "La Prensa", de Lima, ha hecho un viaje por América del Sur, siguiendo órdenes profesionales de su director, don Pedro G. Beltrán, que actualmente ocupa una cartera de ministro. Los periódicos de Lima dedicaron una feliz acogida a don Manuel Cisneros, que durante año y medio fué embajador del Perú en España, ganándose en esos dieciocho meses el corazón de los madrileños.

PUERTO RICO.—El número 1 del año 1959, la revista literaria "Asómate", de San Juan, publica los siguientes trabajos: "La sala", por René Marqués; "Eugene O'Neill", por Harriet de Onís; "Poesía y hombre", por Plá y Beltrán; "Dios es inocente", por José Luis Castillo Puche; "España 1952, la generación de 1936", por Ricardo Gullón; "Carta de Londres", por Esteban Salazar Chapela, y "Carta de París", por Damián Carlos Bayón.

Algún periódico de Puerto Rico ha recordado a aquel gran escritor y periodista que fué don Salvador Brau, nacido el 11 de enero de 1942 y redactor de "El agente", "El Fomento", "El buscapié", "El asimilista", "Don Domingo" y "El Eco de Cabo Rojo", entre muchos periódicos más de las Antillas. Fué también director durante muchos años del titulado "El Clamor del País" y autor de muchos libros interesantes.

REPUBLICA DOMINICANA.—No hemos recibido ninguna publicación últimamente de Ciudad Trujillo ni del resto de las ciudades dominicanas.

URUGUAY.—La revista "Anales", publicada por el Consejo Nacional de Enseñanza de Montevideo, en sus números del 7 al 9, muestra abundante colaboración seleccionada.

Hace unos meses, el rector de la Universidad de Montevideo, doctor don Mario Cassinoni, interpuso querrela por delito grave de imprenta contra el redactor del diario "El País", doctor Martín Aguirre, en virtud de una información inserta en sus columnas. Este periódico tomó pie para dicho trabajo en una manifestación estudiantil que permitió el referido profesor.

El periódico "El Día" es uno de los mejores de Montevideo, publicando varios suplementos dominicales, bien ilustrados en colores y en negro. El suplemento dominical fué fundado por don Lorenzo Batlle Pacheco el 2 de octubre de 1932, publicando en sus 16 páginas abundantes trabajos literarios de todas partes, firmados por escritores conocidos.

El otro suplemento de "El Día", ilustrado en colores, es de tipo familiar, dedicando sus páginas a Modas, alimentos, a las frutas cítricas que se producen en el Uruguay, a las danzas, espectáculos, fiestas y demás temas más o menos relacionados con el hogar y con la mujer.

VENEZUELA.—Hemos recibido "Revista de la Universidad del Zulia", año II, número 8, editada en Maracaibo, bajo la dirección del doctor José A. Borja

Sánchez. Cuaderno de 172 páginas, consagradas a la vida y a la obra de don Rafael María Baralt.

Varios periódicos de Caracas publicaron trabajos pidiendo el premio Nobel para Rómulo Gallegos, pues en primer término dicen: "Sería un homenaje a Hispanoamérica en su figura más representativa." Recuerdan los diarios caraqueños que Venezuela ha tenido otros aspirantes al premio Nobel, destacándose entre los que más se esforzaron por obtenerlo, don Rufino Blanco Fombona.

El diario "El Universal" sigue publicando su revista "Estampas", donde la parte gráfica prima sobre los textos, si bien hay buenos trabajos literarios en las páginas centrales, algunos de ellos firmados por Rafael Lozano, Oton Chirinos, Alejandro Casona, Pedro Sotillo, César Dávila Andrade, Juan Antonio Gaya Nuño, Rafael Delgado y Alejo Santamaría.

Aparte de esta revista, "El Nacional" publica un suplemento dominical de temas muy variados: reportajes, amenidades y especialmente cuanto se relaciona con los espectáculos.

Hemos recibido el número 1.785 de "Elite", revista venezolana que se hace en Caracas, del tipo "Epoque" y "Times". Más de un centenar de páginas profusamente ilustradas, con buenos reportajes sobre asuntos venezolanos y del exterior. Se publica semanalmente y tiene su redacción en el edificio "La Estera", esquina de Puente Trinidad, apartado de correos 2.976, en Caracas.

"El Farol", número 186, enero-febrero de 1960, muestra un contenido interesantísimo: "Paisaje y atmósfera de Caracas", por Felipe Orlando; "La Caracas de fin de siglo", por José Antonio Calcaño; "Los recuerdos de la ciudad", por José de Oviedo y Baños; "La Caracas vegetal", por Leandro Aristeguieta; "Tres años de la fundación Creole", por Alfredo Anzola. Buen material fotográfico y una portada a todo color sobre motivos de Caracas, por Ladislao Racz.

ALEMANIA (REPUBLICA FEDERAL)

Se conmemora el CL aniversario de la invención de la rotativa de Federico Koenig.—En Alemania, al parecer también en la oriental, están conmemorando con diversos actos el CL aniversario de la invención de la rotativa, por el impresor germano Federico Koenig, quien realizó su empresa con el concurso del mecánico Bauer, amigo y colaborador suyo, especializado también en el arte de imprimir.

Tanto ha interesado a los alemanes lo que los periódicos y las revistas especializadas han dicho sobre la invención de la rotativa y el siglo y medio de su existencia, que ha brotado la idea de realizar una película, que resultaría muy atrayente, porque la vida de Federico Koenig estuvo llena de episodios novelescos, sobre todo en el curso de la durísima carrera que culminó en el éxito final, cuando hace ciento cincuenta años logró patentar la primera rotativa del mundo.

Koenig pasó inconcebibles penalidades, sufrió muchísimo en todos los órdenes, luchó y fracasó, se enfrentó con la envidia, la traición y también —ya entonces— con los famosos “intereses creados” que obstaculizan o frenan tantas empresas noblemente ambiciosas. Incluso existió en su vida una romántica historia de amor. En una palabra, que el inventor de la rotativa puede constituir un tema maravilloso para una película educativa, emocionante y grata en alto grado.

Cuando Federico Koenig se enzarzó en el estudio y los experimentos para construir la rotativa que había ideado, tan sólo existían prensas de madera dura para la edición de libros y periódicos y a nadie se le había ocurrido construir una prensa mecánica ni se creía en la posibilidad de su realización. Por eso Koenig decidió pasar a Inglaterra, donde encontró ayuda, fe en su invento y el auxilio de su compatriota, el modesto pero inteligentísimo mecánico Bauer.

La primera rotativa del mundo la instaló hace ciento cincuenta años el entonces propietario del “Times”, de Londres, John Walter, de origen tudesco, quien tuvo que enfrentarse con la huelga del personal como protesta contra aquella “máquina del diablo”, que luego acogieron los mismos obreros como una verdadera bendición.

BELGICA

Aparición de “Euromedia”.—En marzo último ha aparecido el primer número de “Euromedia”, revista mensual de técnicas de difusión y de comunicación.

Dicha revista se publica bajo la égida de E. Bouchez, presidente de la Federación belga de la Publicidad, y de la mayoría de las personalidades importantes de la publicidad en Bélgica.

Es redactor-jefe de la revista Louis Darms, que desempeñó esta misma función en “Crieur Public”, publicación que ha vuelto a convertirse, después de la aparición de “Euromedia”, en un simple boletín reservado a los adeptos del Club de la Publicidad de Bruselas.

“Euromedia” está lujosamente presentado, en papel “couché”, con excelente tipografía, en color y reproducciones fotográficas muy bien logradas.

CUBA

Castro amordaza a la Prensa de oposición.—Los atentados contra la libertad de la Prensa son cada vez más graves en Cuba. Hace algunas semanas, el

Gobierno cubano confiscó el diario "Avance". "El Mundo", también diario, acaba de correr la misma suerte.

"Avance" y "El Mundo" eran dos de los principales órganos de la Prensa de oposición; su desaparición supone para ésta un golpe sensible.

También ha clausurado el "Diario de la Marina", uno de los más antiguos periódicos de habla castellana y órgano de opinión de los más solventes y responsables en el mundo periodístico civilizado.

ESTADOS UNIDOS

"La Prensa", de Nueva York, pasó a ser propiedad del millonario italiano Fortune Pope.—El diario "La Prensa", decano de los periódicos neoyorquinos, editado en lengua española, anunció que su propiedad fué adquirida por el millonario de origen italiano Fortune Pope, dueño también del rotativo neoyorquino en lengua italiana "Il Progreso" y de la emisora de radio "Whom", igualmente en lengua italiana.

La familia Pope inmigró aquí muy pobre, hace tres generaciones, pero amasaron diversos negocios y gran fortuna y han contribuido mucho a italianizar Nueva York, sobre todo, organizando el gran desfile de ciudadanos el 12 de octubre, bajo el lema "Cristóbal Colón, italiano". "La Prensa" informa que se va a convertir en un diario netamente puertorriqueño, pues, a lo que parece, el partido demócrata aquí, donde muchos de sus jefes son de origen italiano, tiene gran interés en organizar y adjudicarse el voto de la colonia llamada de España.

Ultimamente, el diario "La Prensa" ha sufrido graves crisis económicas por la enorme disminución de su tirada, y la familia Camprubí, de origen catalán, que lo poseía, tuvo que enajenar la empresa. El periódico, fundado en 1912 por el ingeniero español José Camprubí, tuvo hasta hace algunos años una gran tradición hispánica, y a él estuvo muy vinculado por el matrimonio con una de las hijas del propietario el famoso poeta español, ya fallecido, Juan Ramón Jiménez, premio Nobel de Literatura.

En Nueva York se publica otro rotativo en lengua española con empresa de origen venezolano, "El Diario", que hoy tiene una tirada varias veces superior a "La Prensa".

* * *

La "International Advertising Association" va a lanzar una nueva revista.—El día 1.º de junio, la "International Advertising Association" lanzará una nueva publicación titulada "International Advertiser". Dicha publicación será editada por Gotham Editors Service, Madison Avenue 342, Nueva York 17.

* * *

Los editores americanos de Prensa han designado los diez diarios más representativos de los Estados Unidos.—Los editores americanos de Prensa han designado los diez cotidianos que consideran como más representativos de los Estados Unidos. Dicha selección, difundida por Edward L. Bernay, abogado consultor de relaciones públicas de Nueva York, es como sigue (por orden de importancia): "The New York Times", "Saint-Louis Post Dispatch", "Christian Science Monitor", "Washington Post and Times Herald", "Louisville Courier Journal", "Milwaukee Journal", "Kansas City Star", "Chicago Daily News", "Los Angeles Times" y "New York Herald Tribune".

Estos diez periódicos tienen una difusión total de 4.000.000 de ejemplares semanales, y 4.500.000 en las ediciones dominicales. Su difusión cubre, aproximadamente, la extensión del territorio americano, aunque, en general, en los Estados Unidos, los diarios, incluso los que se consideran importantes, no cubren más que la superficie de uno o dos Estados.

Edward L. Bernay ha obtenido esta clasificación como consecuencia de una encuesta realizada por el envío de un cuestionario a los 1.753 diarios y 564 publicaciones dominicales existentes en los Estados Unidos, cuya difusión total

brepasa los 106.000.000 de ejemplares. Aproximadamente un 25 por 100 de ellos han respondido.

Bernay ya había realizado un estudio similar en 1952. Los mismos títulos salieron ya a la cabeza de ese estudio. Sin embargo, "Baltimore Sun", que iba en noveno lugar en 1952, ha sido reemplazado por "Los Angeles Times", en 1960, con lo cual ha quedado eliminado de la lista de los diez ganadores.

* * *

Sólo las revistas dedicadas a la mujer tiran 19 millones de ejemplares y rinden 80 millones de dólares en publicidad.—Adolfo Echevarría, corresponsal español en Norteamérica, ha escrito una crónica sobre la "Guerra de periódicos en Estados Unidos". Dice así:

"La lucha por la supremacía periodística que en el curso de los últimos veinte años viene desarrollándose en este país, eliminando implacable o cambiando de manos viejos y prestigiosos órganos de información, ha envuelto también, naturalmente, a la Prensa dedicada a la mujer, esa poderosísima rama de revistas cuya circulación es de 19 millones de ejemplares, con un rendimiento anual de 80 millones de dólares, en concepto de anuncios solamente.

Hasta que se declaró la guerra sin cuartel, las revistas norteamericanas dedicadas a la mujer se desenvolvían plácidamente cultivando temas tan variados como la moda, la casa en general, muebles, la cocina, el jardín, intercambiando con frecuencia biografías de damas famosas, y figurando muchos años a la cabeza de "Ladies Home Journal" (La Revista del Hogar para las Damas), que a los setenta y seis años de vida había alcanzado una circulación de más de cinco millones de ejemplares, siguiéndola a muchos codos de distancia "McCall", "Good Housekeeping" (Buen Cuidado de la Casa), "Woman's Home Companion" (Compañero de la Mujer en el Hogar), "American Home" (Hogar Americano), "Holiday" y varias más.

Cansada, por lo visto, de su papel secundón, "McCall", decano de las revistas femeninas con ochenta y tres años de edad, se atrajo al director de "Good Housekeeping", hombre muy capacitado y de extensa experiencia, que recibía un cheque en blanco con órdenes de cercenar la cabeza del "Journal". Los resultados de la persecución no se han hecho esperar, porque en poco más de un año "McCall" ha aumentado la suscripción en un millón de ejemplares, batiendo a ese su mayor enemigo con una tirada total de 6.320.000 ejemplares, contra 6.250.000 registrados por el "Ladies Home Journal", que en el mismo plazo aumentó la suscripción en 600.000 ejemplares.

Y conste que las hostilidades no fueron declaradas por odio ni amor a la guerra, sino por imperativos del negocio, por aquello de que a camarón que se duerme le lleva la corriente, una corriente ésta complicada con el aumento considerable de los gastos de producción y especialmente con la competencia terrible que ofrece la televisión con su capacidad enorme para llegar a los grandes públicos.

La prueba es que el anuncio de periódicos y revistas no aumenta ahora al ritmo de años anteriores, baja ésta que se trata de compensar aumentando las tarifas publicitarias, lo cual constituye un desequilibrio de consecuencias fatales si se prolongara.

El ingenio, aguzado por la competencia, se manifiesta en forma agresiva y tan variada como aleccionadora. Dado que el anunciante se guía por la circulación, el aumento constante de ésta es el caballo de batalla de las publicaciones, valiéndose para conseguirlo de toda clase de habilidades.

Ahí está, por ejemplo, el semanario "The Saturday Evening Post", otro gran veterano, que acusa a "Life" de hinchar su tirada con 248.000 suscripciones gratis, lanzada que devuelve "Life" diciendo que el "Post" se ha adjudicado 490.000 suscripciones de otra revista que compró y falleció al poco tiempo. Como resulta además que el anunciante prefiere aquellas revistas que se venden por suscripción sobre las que se venden en la calle, todas ellas organizan periódicamente suscripciones especiales a precios inferiores al costo de la publicación, porque la pérdida así sufrida compensa con el aumento de los anuncios.

Claro que el caso de "McCall", además de poner en práctica estos recursos, está animando considerablemente su contenido. Salvador Dalí ha ilustrado ahora dos páginas, recibiendo 6.000 dólares por su trabajo. Ahora también ha contratado las Memorias del ex primer ministro británico, Anthony Eden, por 300.000 dólares, y próximamente aparecerán las de la artista húngara Zsa Zsa Gabor, a quien ha pagado 100.000 dólares. Una página de "McCall" en blanco y negro cuesta 20.915 dólares, y se advierte que desde mayo en adelante este anuncio valdrá 22.990 dólares. La edición de marzo, que consta de 228 páginas y se vende en la calle a 35 centavos (el dólar tiene 100 centavos), trae anuncios por valor de 3.160.000 dólares.

Y como en estos casos la acción va acompañada de la palabra, el intercambio de ironías es también muy propio del sexo. En alusión directa al propietario de "McCall", que lo es también de una empresa californiana conservadora de tomates, el director de cierta revista adversaria comentaba recientemente que se está anunciando como si fuera una hortaliza cualquiera. Su colega de "McCall" le replica que él está triunfando sin necesidad de recurrir a colaboraciones escabrosas, que son la especialidad del primero.

"Good Housekeeping", por su parte, que presencia desde la barrera la batalla entre el "Journal" y "McCall", ataca a los dos diciendo que ella prosperará "honradamente", sin tener que recurrir a suscripciones ficticias, a rebajas irreales ni a la herencia fúnebre de revistas difuntas.

Como es natural, el público sigue la pugna con entusiasmo, porque está repercutiendo en una gran mejoría de todas ellas.

* * *

La revista "Newsweek" habla de los corresponsales rusos en los Estados Unidos.—Todas las informaciones que aparecen en la Prensa soviética no tienen en general más que una sola fuente de origen: la agencia Tass.

¿Quiénes son los corresponsales de los periódicos rusos en el extranjero, cómo trabajan, principalmente en los Estados Unidos?

Esto es lo que nos dice "Newsweek" sobre ello:

"Boris Strelnikov es un moscovita de treinta y seis años que viste muy bien, lleva camisas de seda a medida y habla inglés con fuerte acento. Es ciertamente uno de los periodistas soviéticos mejor pagados: cerca de doce mil dólares al año, más los gastos.

"El corresponsal de "Izvestia", Nicolás Karev, ha salido de la Universidad de Periodismo de Moscú. Es el más viejo de los periodistas soviéticos en los Estados Unidos. Habita en Nueva York, en un departamento de Park Avenue.

"Vladimir Bogatchev, de la agencia Tass, es un joven rubio y atlético de treinta y cuatro años. Hace siete meses que está en Nueva York y pasa todo su tiempo libre en visitar América.

"Vladimir Paramakov, otro corresponsal de la agencia Tass, también, pero en Washington, es hijo de uno de los jefes del partido. Tiene treinta y cuatro años y se ha adaptado perfectamente a la vida americana, aunque repite frecuentemente que echa de menos Moscú. Sin embargo, ha comprado tres abrigos de piel americanos a su esposa."

* * *

La actividad de Víctor Riesel, el periodista cegado por una mano criminal, es más intensa ahora que antes de su accidente.—A las ocho de la mañana, Víctor Riesel, periodista especializado en asuntos laborales, acompañado por un guardaespaldas, llega a su oficina, en el piso 15 de un edificio de Manhattan, para empezar un nuevo día de trabajo. Sin duda, abre varias puertas y se dirige a su mesa de trabajo. En la soledad medita sobre el tema de su crónica y, conforme las ideas acuden, las escribe a mano, en forma casi ilegible.

Marca un número de teléfono. "Léame el "Times", dice, y durante quince minutos escucha atentamente. Riesel, de cuarenta y cinco años, no puede leer por sí mismo el "Times", porque está casi ciego desde que un maleante le lanzó vitriolo a la cara hace cuatro años.

Cuando Riesel cuelga el teléfono, ya llegaron sus secretarías; una de ellas le lee las noticias que llegan por teletipo y selecciona lo más importante de varios periódicos. Más tarde, la otra secretaria se encarga de leerle las notas que el mismo Riesel ha ido tomando. Repasado este material, él dicta su crónica, interrumpiéndola a veces para pedir: "Léame la cita del informe Kefauver... Necesito los precios de terreno en el Valle del Sol." En escribir el artículo invierte aproximadamente una hora.

Por la tarde, cuando las chicas se han ido, Riesel llama a uno de los diez lectores que paga para horas extraordinarias y escucha hasta las once y media de la noche. Lector voraz cuando tenía vista, Riesel es ahora un oyente incansable. Han llegado a turnarse varios lectores para totalizar quince horas seguidas.

Riesel no considera su falta de vista como un inconveniente. Permaneció en la cama durante seis semanas después de la noche de 1956 en que un criminal, pagado por cabecillas sindicales contra los que Riesel había escrito, le lanzó seis onzas de ácido a los ojos. Pero ya entonces decía a sus enemigos: "Me han puesto fuera de combate durante seis semanas. Y esto es todo."

Si antes del criminal ataque era un decidido enemigo de los que especulan con los problemas laborales, ahora lo es más. Y sus lectores han aumentado considerablemente: ahora escribe para sindicatos de Prensa que agrupan 287 periódicos, casi cien más de los que servía cuando le dejaron ciego.

Esto ayuda a su decisión de no doblegarse ante su desgracia: una decisión que no siempre es fácil de mantener. "A veces —dice— cuando voy a salir de la oficina es cuando me doy cuenta de que no veo. Pero es gracioso: sueño con los ojos abiertos. Y para mí siempre es una sorpresa despertar por la mañana y encontrarme con que no veo."

* * *

Stevenson, Kennedy y Humphrey niegan públicamente la objetividad de la Prensa U. S. A.—El corresponsal del diario "Pueblo", Manuel Blanco Tobio, publicó una crónica sobre la Convención de la Sociedad Americana de Editores de Periódicos.

"Ha venido celebrándose estos días en Washington una convención de la Sociedad Americana de Editores de Periódicos. En ella participaron, como invitados, notorios oradores de muy diversa procedencia política y profesional. Varios de estos oradores —y entre ellos Stevenson— aprovecharon la oportunidad para poner a la Prensa americana como no digan dueñas. El doctor Stanton, presidente de la C. B. S. (televisión), acusó a la Prensa, o por lo menos a "ciertos sectores" de la Prensa, de redomados hipócritas, cuando censuraron a la TV por el cultivo de la violencia: "Alguna de la más exaltada indignación por la violencia en la TV, por ejemplo, ha venido de periódicos que asignan equipos completos de "reporters" a informar sobre uxoricidios de suficientes calidades "termales", mientras se desembarazan sumariamente de la última propuesta sobre desarme."

El doctor Stanton, sin duda, ha querido sacarse la espina del fuego de barrera que la Prensa abrió sobre la TV cuando los famosos escándalos de los concursos televisados, exponiéndolos a una inmisericorde disección diaria. Desde entonces existe una "guerra fría" entre Prensa y TV, que nadie ha pensado todavía en abolir en una "conferencia en la cumbre". Según los magnates de la TV, la Prensa obró entonces, como lo hizo, resentida por el enflaquecimiento de su cartera de publicidad, en beneficio de la "pantalla doméstica", lo cual creo yo que no es cierto, pues los ingresos publicitarios de la Prensa vienen describiendo, desde hace años, una curva ascendente cada vez más pronunciada.

Stevenson estuvo todavía más duro: "Si el público se despreocupa por la salud de nuestro sistema político, como hace, la Prensa debe compartir la culpa... Cuando estuve en Sudamérica, saqué tiempo, en algún sitio, para leer una colección de periódicos americanos de la semana del 15 de febrero. Kruschef estaba en la India. Mikoyan estaba en Cuba. Los franceses explotaron su primera bomba atómica. Se publicaron las últimas cifras de la producción en China. Un decrepito edificio escolar de Nueva York se derrumbó. Las con-

versaciones de Ginebra sobre pruebas nucleares estaban haciendo algún progreso. Si los generales que estaban testificando en Washington tenían razón, nuestro país ocupa un segundo puesto, militarmente. Eisenhower dijo que estaba sorprendido porque alguna gente demostrase preocupación... Todos estos acontecimientos eran importantes para nosotros y para nuestros hijos. Pero la gran noticia, en la mayor parte de los periódicos americanos, aquella semana, era: "¿Cuándo Jack Paar adoptará una decisión?" Y cuando esa candente cuestión finalmente se resolvió, el proceso del doctor Finch ocupó su puesto en las primeras páginas."

Jack Paar es un personaje de la TV que había decidido abandonar su diario programa nocturno. El doctor Finch había matado a su mujer, en colaboración con una bonita enfermera.

Quizá para responder a estos ataques, el "New York Times" publicó el otro día un editorial cantando las glorias de la Prensa americana. En uno de los párrafos decía que si los periódicos no pudiesen sostenerse por sus propios medios, "tendrían que recibir subsidios del Gobierno, o de algún interés privado, tales como un partido político u otro grupo de hombres de negocios".

Dejando a un lado lo de los "subsidios", que es materia delicada, el mismo Stevenson, en su aludido discurso, había dicho: "No me preocupa el partidismo republicano de la Prensa, pero me preocupa profundamente su respeto por el sistema de partidos y su obligación de ayudarle a que trabaje con eficacia."

¿Lo hace? Prescindiendo del hecho, bien conocido, de que la inmensa mayoría de los periódicos son republicanos y de que la inmensa mayoría de sus redactores son demócratas, según me consta personalmente, es el caso que últimamente tanto Kennedy como Humphrey —ambos demócratas— se han quejado con amargura de la ocultación de hechos, por la Prensa —hechos relacionados con sus respectivas campañas—, y de la deliberada desfiguración de otros. Si ustedes recuerdan la crónica que enviamos el otro día sobre el discurso de Kennedy sobre la "cuestión religiosa", verán que el senador se quejaba del énfasis que los periódicos ponían en esta cuestión, con olvido casi total de las demás cuestiones. El mismo día, el senador Humphrey, en otro discurso, después de enumerar una serie de hechos que él mismo había comprobado en West Virginia, dijo a sus oyentes, que eran, casualmente, los editores de periódicos: "Ahora, hagan una pausa, por un momento, y formúlense a ustedes mismos estas preguntas: ¿Han visto ustedes alguna de estas buenas noticias en los recientes informes de algunos de nuestros escritores políticos...? En verdad, muchos conscientes observadores se sienten confusos, y profundamente preocupados, por el papel que la Prensa ha jugado en la explosiva cuestión de la política y la religión..."

Quizá, a pesar de todo esto, la Prensa americana, en general, sea una gran institución, y yo no dudo que lo sea, siempre que no se pretenda hacernos comulgar con ruedas de molino. Tal vez no haya subsidios de partidos políticos, ni de grupos de hombres de negocios, aunque sean grupos de hombres de negocios los que forman el Consejo de Administración de los periódicos, lo cual no puede extrañar a nadie. Pero sugerir, como se nos sugiere, que esto basta para garantizar su independencia de criterio y su objetividad en el tratamiento de las cuestiones políticas, procedan del campo que procedan, es excesivo. Yo puedo nombrar, por lo menos, a tres grandes figuras políticas americanas que han negado públicamente esa objetividad: Stevenson, Kennedy y Humphrey."

* * *

Sólo dos diarios en Cleveland.—Resulta sintomático comprobar que en Estados Unidos se intenta limitar la competencia de los periódicos. En la ciudad de Cleveland (Ohio) no existen ya en lo sucesivo más que dos periódicos diarios, uno de la mañana y otro de la tarde, para una población de más de un millón de habitantes. El periódico de la tarde tira 425.000 ejemplares, y el de la mañana 310.000, por término medio, con 506.000 ejemplares en domingo.

Ya no hay más que trece ciudades americanas que posean tres periódicos: o más, repartidos como sigue: Nueva York, siete títulos y seis propietarios;

Chicago, cuatro y dos propietarios; Filadelfia, tres periódicos y dos propietarios; Boston, siete y cuatro propietarios; Los Angeles, cuatro y dos propietarios; Pittsburg, tres y dos propietarios; Indianápolis, tres títulos y dos propietarios; San Francisco, tres periódicos y dos propietarios; Washington, tres y tres; Baltimore, tres y dos; Houston, tres y tres; Detroit, tres y tres, y San Antonio, tres y dos.

* * *

Los beneficios de "Time" en 1959: más de nueve millones de dólares.—En el curso de la última reunión de accionistas celebrada en Londres, Roy E. Larsen, presidente de la Sociedad de Prensa Time Inc., que edita los periódicos "Time", "Life" (cada uno de éstos cuenta seis ediciones internacionales), "Fortune", "Sports Illustrated", "Architectural Forum" y "House and Home", ha revelado que los beneficios netos de la sociedad durante el ejercicio 1959 se han elevado a 9.004.000 dólares. Los beneficios en 1958 fueron de 8.737.000 dólares.

El conjunto de las publicaciones del grupo alcanza una difusión media total de 11.276.000 ejemplares, o sea 430.000 más que en 1958. El volumen de la publicidad ha ascendido igualmente de manera muy notable: ha alcanzado la suma de 174.000.000 de dólares, deducidas todas las comisiones, o sea 17.000.000 más que en 1958.

* * *

Los diez periódicos más importantes de Estados Unidos.—A continuación damos la lista de los diez periódicos más importantes de Estados Unidos, con sus tiradas respectivas:

"New York News" (periódico de la mañana)	2.026.850 ejemplares
"Chicago Tribune" (de la mañana)	883.213 "
"New York Mirror" (de la mañana)	847.979 "
"Philadelphia Bulletin" (de la noche)	695.830 "
"Philadelphia Enquirer" (de la mañana)	618.557 "
"New York Times" (de la mañana)	614.169 "
"New York Journal American" (de la noche)	571.705 "
"Chicago Sun-Times" (de la mañana)	546.862 "
"Chicago Daily News" (de la noche)	535.978 "
"Detroit Free Press" (de la mañana)	498.912 "

En cuanto a los periódicos dominicales, se clasifican como sigue: "New York News", 3.332.879; "New York Mirror", 1.275.193; "New York Times", 1.254.635; "Chicago Tribune", 1.199.862; "Philadelphia Enquirer", 1.033.048.

FINLANDIA

La Prensa finlandesa tiene doscientos cuatro periódicos para cuatro millones y medio de habitantes.—El corresponsal español Ramón Garriga-Marqués, ha escrito en "La Vanguardia", desde Helsinki:

"Hace pocos días que en estas mismas columnas, Manuel del Arco, dando sucinta cuenta de su reciente viaje por tierras escandinavas, subrayaba el alto índice de lectores existente en estos países nórdicos. En realidad, uno de los mayores índices conocidos.

En Finlandia, también país escandinavo (junto con Suecia, Noruega, Dinamarca e Islandia), se tiene además el prurito de que no existen prácticamente otros analfabetos que aquellas personas que por retraso mental u otro motivo físico son incapaces de aprender a leer y a escribir, de forma que la proporción de analfabetos no llega ni al uno por ciento. Abundamos en el criterio sustentado también por el señor del Arco de que aquí, en estos países, la gente lee más por aburrimiento "y por no pasar frío por las calles", que no por otras

causas. Algo análogo ocurre con la tan trompeteada "civilización" de estos países, donde si se cumplen las leyes a rajatabla no es siempre por puro espíritu de ciudadanía, sino por exclusiva falta de imaginación. Falta loable, naturalmente, pero que no debe llevarnos a creer en la "superioridad" de estos pueblos nórdicos, que es una pura entelequia. Siguiendo la misma línea de razonamiento, podríamos ir analizando la enorme diferencia existente entre los habitantes de estos países tomados colectivamente y la valía personal de cada individuo. La diferencia es estremecedora.

Pero el tema se concreta hoy a la lectura y primordialmente a los lectores que tiene la Prensa de este país, de una proporción superior a la de cualquier otro país en Europa. Efectivamente, con una población de cuatro millones y medio de habitantes, Finlandia tiene nada menos que doscientos cuatro periódicos, con una circulación total de cerca dos millones de ejemplares, y de estas cuentas se exceptúan todavía noventa y seis publicaciones municipales, cuya circulación exacta no es conocida. En lenguaje puramente periodístico, a esto habrá que llamarle "saturación".

La circulación de esas publicaciones varía, desde luego. Así los diez diarios más importantes de la capital tienen una circulación total de casi setecientos mil ejemplares para servir a una población de cuatrocientos cincuenta mil habitantes, y aunque muchos de esos ejemplares se distribuyan en provincias, aparece obvio que la mayoría de finlandeses están suscritos a más de un periódico diario.

Los diarios más importantes son generalmente considerados órganos de los varios partidos políticos, con la excepción del que podríamos llamar el número uno, el "Helsingin Sanomat", que se denomina independiente, aunque mantiene una concreta oposición al partido agrario, actualmente en el poder. La circulación del "Helsingin Sanomat" es de doscientos cincuenta mil ejemplares, lo cual representa más de la mitad de la población de la capital. Se lee mucho en todo Finlandia.

Estas cifras no son sorprendentes en este país. También algunos diarios de provincias (y aun de las más remotas) tienen una circulación superior a la del número de habitantes de la ciudad donde se publican. Como ejemplo, valga el del "Lapin Kansa", que aparece en Róvaniemi, capital de la provincia de Laponia, con quince mil habitantes. Dicho periódico tiene una tirada regular de dieciséis mil ejemplares, como demostración clara de que no sólo en las ciudades se lee, sino que en los villorrios y en las aldeas también, y quizá aún en mayor proporción.

Cierto es que los sistemas de distribución son realmente magníficos. Algún periódico de la capital fleta aviones diariamente para hacer llegar sus ejemplares a los puntos más recónditos del país, y así el "Helsingin Sanomat" se lee a la hora del desayuno en Jyväskylä o en Kuopio, por ejemplo, distantes trescientos y quinientos kilómetros de la capital, y no tarda mucho más en estar en Oulu o en Róvaniemi, a setecientos y mil kilómetros, respectivamente, de Helsinki. Para lograr este excelente servicio, la primera edición de estos periódicos sale a la calle a las tres de la madrugada y la segunda lo hace a las cinco, de forma que en cada casa de Helsinki el periódico está debajo de la puerta entre seis y siete de la mañana. Los distribuidores son empleados de los mismos periódicos, los cuales tienen centros de distribución y recogida de suscripciones y anuncios en todos los barrios de la capital.

Los periódicos de la tarde están en la calle al mediodía y, siguiendo la costumbre de la gran Prensa americana y europea, tienen una tendencia sensacionalista. Son devorados simultáneamente a los intrascendentes "lunches" que se toman por estas latitudes. El "Ilta Sanomat", de lengua finlandesa, tira cincuenta y siete mil ejemplares, y el "Nya Pressen", editado en sueco, doce mil, mientras que el portavoz comercial, "Kauppalehti", otros tantos. Todo esto solamente en la capital.

De forma que aquí se lee la Prensa, como queda visto, a pesar de haber dejado para otro día el detalle de las revistas del país, con tiradas igualmente escalofriantes."

GRAN BRETAÑA

Una nueva revista semanal, "Orbit", que aparecerá a principios de septiembre.—Un riquísimo industrial textil británico, Michael Lewis, se dispone a lanzar en el mes de septiembre una nueva revista semanal ilustrada. Se titulará "Orbit" y aparecerá con 80 páginas, 20 de ellas dedicadas a publicidad, y se venderá al precio de un chelín. Para empezar, se ha previsto una tirada de 250.000 ejemplares. Sin embargo, pudiera ser que dicha tirada inicial sea aumentada, si pueden cumplirse ciertas condiciones de impresión. El precio de la página de publicidad en blanco y negro será de unas 500 libras, y el de la página en colores, 700 libras.

Michael Lewis cuenta ya con el concurso de varios periodistas y técnicos eminentes de la Prensa británica. Así, Len Spooner, que fué redactor-jefe de "Illustrated" durante catorce años (1940-1954), y Lionel Birch, que ha pertenecido durante diecisiete años a la Redacción del "Picture Post", forman parte de su Redacción.

* * *

Éxito del periodista español Andrés Revesz, en Londres.—El periodista español Andrés Revesz intervino con éxito en el debate internacional acerca del porvenir de los blancos en Africa (al sur del Sahara), que se ha celebrado en el famoso castillo de Wilton Park. Participaron en estos interesantes coloquios representantes de una docena de países.

* * *

Londres tiene un nuevo periódico diario: "The News Daily".—El corresponsal español en Londres, Tristán La Rosa, ha publicado una crónica sobre este nuevo órgano de la Prensa británica:

"Londres cuenta con un nuevo periódico. Se llama "The News Daily" y comparece como el único diario británico independiente de grupos y sindicatos.

En su presentación afirma que "será leal a la Corona, defenderá la Comunidad Británica de Naciones y sostendrá firmemente la creencia de que no ha caducado el derecho británico a la hegemonía mundial". "The News Daily" defenderá los principios cristianos, apoyará la integridad pública y privada y condenará el oportunismo.

El nuevo periódico se declara anticomunista, antifascista y antisocialista, en tanto que el partido laborista no abandone completamente su programa de nacionalizaciones y su sistema de controles gubernamentales. Y en seguida, para subrayar su independencia política, manifiesta que estará tan lejos de los partidos conservadores como de los liberales.

"The News Daily" abogará por la igualdad de oportunidades, se opondrá a los excesos de la burocracia, luchará contra los impuestos elevados y procurará que la asistencia social sea únicamente dispensada a quienes realmente están necesitados de ella.

Parece ser que el único propósito político definido del "News Daily" va a ser su lucha contra lo que él llama la tiranía de los sindicatos. El periódico no combatirá las organizaciones sindicales, a cuya labor pasada dedica un discreto elogio, sino sus abusos, sus coacciones y su desmesurado poder.

"The News Daily" propondrá una serie de reformas para imposibilitar las imposiciones de los sindicatos y anuncia que está dispuesto a probar el apoyo que el país prestaría a las mismas mediante la celebración de un referéndum nacional, cuya votación debería ser secreta.

El desafío a los sindicatos es tan manifiesto que, antes de formularlo, "The News Daily" ha tenido buen cuidado de asegurarse contra cualquier intento de represalia. El periódico está preparado para hacer funcionar sus linotipias y rotativas en caso de huelga y ha hecho lo necesario para asegurar en un momento dado el suministro de tinta y de papel del extranjero.

Todos los periódicos publicados en Londres se llaman nacionales, pero "The News Daily" es el más nacional de todos por cuanto es el que menos atención

presta a las noticias del extranjero. Aparte de un comentario sobre los sindicatos y una noticia acerca de la reina, en su primera página publica hoy un artículo poniendo en duda el impacto soviético a la Luna y tres noticias referentes al ex presidente Truman, al primer ministro de Australia y al nombramiento de dos nuevos arzobispos negros. En las páginas 2 y 3 aparecen solamente once noticias del extranjero. "The News Daily" ignora hasta el encuentro de De Gaulle y Eisenhower, el plebiscito de Ghana, la agitación en Sudáfrica y la advertencia de Túnez a Francia, sucesos a los que los demás periódicos dedican extensos comentarios.

Comparado con los demás nacionales, "The News Daily" es un periódico modesto. Competir en cuanto a altura con el "Times", el "Guardian" y el "Telegraph" será una empresa difícil, y competir en cuanto a tirada con el "Daily Express" y el "Daily Mirror", cada uno de los cuales pone cada mañana cerca de cinco millones de ejemplares en la calle, va a ser un quehacer jupiterino. "The Times" continuará siendo el periódico de la clase elevada y "The News Daily" será el de la gente ocupada, decía hoy la nueva publicación.

* * *

Dos periódicos de Bristol cambian de propietario.—Dos periódicos de Bristol —el diario matutino "Western Daily Press" y el semanario "Bristol Observer"—acaban de cambiar de propietario. A punto de cesar su publicación por causa de dificultades de explotación, los dos periódicos, propiedad de la Sociedad Walter Reid and Son Ltd., han sido vendidos a la Bristol United Press Ltd., filial de la Bristol Evening Post Ltd.

La Bristol Evening Post es un negocio muy próspero; su apoyo, según esperan los nuevos propietarios, pondrá a flote los dos periódicos deficitarios.

* * *

Tres periódicos británicos son objeto de amonestación por haber publicado unas confesiones de ciertos actores cinematográficos.—El Consejo de la Prensa, organización creada por los propietarios de periódicos para velar por el buen comportamiento de la Prensa inglesa, acaba de declarar que tres periódicos británicos han descendido a un nivel "que constituye una vergüenza para el periodismo de su país..."

Las publicaciones censuradas son "News of the World", "Sunday Pictorial" y "People", que recientemente cubrieron sus columnas con "confesiones" de varios actores del cinema.

Dichos artículos, en los cuales abundaban los detalles "apetitosos" sobre las costumbres de Diana Dors, Dennis Hamilton y el difunto Errol Flynn, especialmente, han sido juzgados "groseramente libidinosos" y han atraído sobre las direcciones respectivas de las tres publicaciones severas amonestaciones por parte del Consejo.

GRECIA

Reaparecen los diarios de Atenas.—Los diarios de Atenas, que cesaron de publicarse a principios del mes de marzo como consecuencia de un conflicto surgido entre los propietarios de los periódicos y los obreros tipógrafos, en relación con una cuestión de reparto de ingresos de la publicidad, han reaparecido el 1.º de abril.

Sin embargo, salen con cuatro páginas en lugar de ocho, porque la huelga no ha terminado.

Se puede añadir que la Cámara acaba de votar una ley que permite a los patronos despedir a los obreros tipógrafos dándoles una indemnización muy inferior a la que estaba en vigor hasta el presente.

* * *

Nicos Sampson publicará un nuevo periódico.—El periodista chipriota griego Nicos Sampson, que fué condenado a muerte por sus actividades antigubernamentales,

mentales y más tarde puesto en libertad como consecuencia de los acuerdos de Londres, ha decidido la publicación de un nuevo periódico. Este se titulará "Kypriakon Phos" (La Luz de Chipre).

INDIA

Un gran diario católico en la India.—Nagpur, marzo.—El arzobispo de Nagpur, monseñor De Souza, ha recibido, procedentes de América del Norte, tres grandes rotativas destinadas a realizar un gran proyecto de excepcional importancia para la Iglesia católica en la India: un diario católico nacional que se imprimirá en catorce lenguas distintas y hará conocer el criterio de la Iglesia católica sobre los grandes problemas de la vida y del país. (Ofim.)—"L'Os-servatore Romano", 60, 12-III-1960, 1.—T.

ITALIA

El IX Congreso Internacional de la Prensa tendrá lugar en Italia en 1960.—Conjuntamente organizado por el Sindicato de iniciativa de la ciudad de Riccione y la Federación Nacional de la Prensa Italiana, el IX Congreso Internacional de la Prensa tendrá lugar del 6 al 12 de junio próximo en el Palacio de Turismo de Riccione.

El tema de este Congreso, al cual están invitados numerosos representantes de la Prensa de varios países, será el siguiente: "La protección de los valores artísticos, históricos y naturales, como defensa de un patrimonio común de civilización y de atracción turística".

Se proyectan varias ceremonias oficiales y visitas turísticas en las poblaciones de Riccione, Bertinoro, Urbino, Ravena y San Leo, paralelamente a las tareas de los congresistas.

JAPON

La electrónica en el Periodismo.—T. A. ha publicado en el "Diario de Barcelona" el siguiente artículo sobre tan interesante tema:

"En el Occidente se sabe mucho del Japón, pero como hay tanto y de tanto interés en el ex Imperio del Sol Naciente, a diario se entera uno de novedades sorprendentes de dicho país, como ahora ha ocurrido con motivo de la difusión de curiosas noticias sobre la intervención de la electrónica en el Periodismo nipón.

El gran rotativo de Tokio "Asahi Shimbun" se está repartiendo a sus lectores distantes hasta 800 kilómetros de la capital del Japón, al mismo tiempo que en las calles de ésta. Antes tardaban en llegar dos días los periódicos, desde Tokio hasta la ciudad de Sapporo, en la isla norteña de Hokkaido, mientras ahora se realiza el prodigio de que salgan los ejemplares a la calle en Sapporo y en Tokio, simultáneamente y con las mismas noticias, artículos y anuncios.

Tan sorprendente resultado es la consecuencia del empleo de un invento británico, aplicado por vez primera por el "Manchester Guardian", para la impresión simultánea de este periódico en Manchester y en Londres. Los técnicos viajeros del "Asahi Shimbun" vieron dicho prototipo en funcionamiento, se entusiasmaron con él, efectuaron la pertinente consulta con Tokio y el gran periódico japonés adquirió un equipo consistente en seis transmisores y ocho receptores. El citado invento británico se denomina "transmisor electrónico de facsimil Muirhead".

Los transmisores del "Asahi Shimbun" vienen funcionando por parejas durante diecisiete horas diarias, produciendo cinco ediciones de periódico en Tokio y otras cinco en Sapporo. A los setenta y cinco minutos de imprimir el diario en Tokio, se reciben en Sapporo, automáticamente, facsímiles en negativo del periódico entero, o sea con artículos, noticias, ilustraciones y anuncios. Van impresos en planchas de lito-huecograbado, haciéndose la tirada en tambores de rotativa, al modo normal en la Prensa diaria.

El nuevo sistema electrónico de edición simultánea en imprentas diferentes,

además de ahorrar mucho tiempo, proporciona considerable ahorro. Las planchas de imprimir se obtienen directamente de la copia facsímil, recibida por micro-ondas, sin necesidad de tener que pasar de nuevo por el proceso inicial de composición. Lo maravilloso es que este sistema tenga aplicación con los variadísimos símbolos gráficos japoneses, muchos de los cuales tienen trazos auténticamente capilares, por su delgadez. Un segundo grupo de periódicos nipones implantará esta misma técnica en septiembre próximo.

* * *

En Instituto Internacional de Prensa celebra en Tokio su 9.^a asamblea general. Acaba de celebrarse en Tokio la 9.^a asamblea general del Instituto Internacional de Prensa. Al término de los trabajos, en los cuales han participado 168 delegados representantes de 24 países, se han adoptado diversas resoluciones:

- 1) El comité nacional del I. I. P. en Indonesia queda disuelto, para protestar contra los atentados a la libertad de la Prensa llevados a cabo en este país.
- 2) Se estudiarán las condiciones que permitan admitir a los periodistas de la radio y la televisión en el seno del I. I. P.
- 3) El I. I. P. aportará todo su apoyo al periodista turco Ahmed Emin Yalman, encarcelado por haber escrito artículos cuyo espíritu ha sido considerado contrario a las leyes turcas.

Se han estudiado, aparte de esto, las condiciones bajo las cuales podría admitirse en el seno del I. I. P. a los periodistas de Formosa, así como el reconocimiento de un comité nacional en Corea del Sur.

La asamblea del I. I. P. fué abierta por el primer ministro del Japón, señor Nobusuke Kishi, quien hubo de subrayar los notables desarrollos logrados por la Prensa japonesa desde la última guerra: los diarios de la mañana y de la noche, por sí solos, tienen una difusión total de 36.000.000 de ejemplares, para una población de 93.000.000 habitantes.

—Pocos países he visto —ha hecho notar Nobusuke Kishi— donde la Prensa tenga tanta libertad como en el Japón.

KENIA

Una agencia fotográfica en Nairobi.—Davis, redactor-jefe adjunto del ilustrado "African Life", de Nairobi, y Dillon, reportero-gráfico de periódicos londinenses, especialmente del *Observer*, se han asociado para fundar la primera agencia fotográfica internacional con domicilio social en Kenya.

LIBANO

El diario "Es Sahafa" se convierte en semanario.—El diario de Beirut "Es Sahafa", periódico del partido socialista árabe del Renacimiento, acaba de cesar su publicación como diario, para convertirse en semanario.

Se cree que este cambio de periodicidad es debido a dificultades financieras. **En Beirut se ha creado la primera sociedad anónima de Prensa.**—Bajo el nombre de Casa Libanesa de la Prensa, acaba de crearse en Beirut la primera sociedad anónima de Prensa. El representante del Sindicato de la Prensa libanesa en las reuniones de la F. I. J., Robert Abela, ha ayudado particularmente a dicha creación.

La Casa libanesa de Prensa, cuyo capital de cuatro millones de libras libanesas (aproximadamente, 300.000 dólares), ha permitido la adquisición de un material ultra-moderno de imprenta, pretende cumplir tres finalidades:

— La publicación de un diario en lengua inglesa, susceptible de alcanzar a los lectores de esta lengua en todo el Oriente Medio (desde Turquía al Golfo Pérsico).

— La publicación de un diario árabe de gran difusión.

— La publicación de un semanario no político en lengua árabe. Dicha publicación estaría únicamente dedicada a la ciencia, a las artes y a la literatura. Impreso en offset, este periódico irá abundantemente ilustrado.

La sociedad cuenta con el concurso de numerosos periodistas ingleses de clase internacional para el diario en lengua árabe. El señor Abela, por otra parte, estará secundado por un personal calificado para la redacción del diario en lengua árabe.

MARRUECOS

Nuevo ministro de Información y Turismo.—Mulay Ahmed Alauí, director del Servicio de Prensa del Palacio Real, ha recibido la cartera de Información y Turismo en el nuevo Gobierno constituido bajo la presidencia de Su Majestad.

Al presentar al nuevo ministro, el príncipe heredero Mulay Hassan declaró especialmente:

"Mulay Ahmed Alauí continúa en el Palacio Real. Siempre ha sido un militante de la causa nacional, ya que no ha hecho diferencia entre la causa de su familia y la de su país.

Su Majestad ha querido recompensar su fidelidad —ha continuado el príncipe— dándole una responsabilidad ministerial. Formulo votos personales por Mulay Ahmed Alauí a fin de que justifique —lo que no dudo— la confianza que Su Majestad y yo mismo hemos puesto en él."

El nuevo ministro de Información y Turismo desempeñaba la jefatura de los Servicios de Prensa del monarca.

Dos directores de periódicos, perseguidos por "difusión de noticias falsas".— El director general del "Petit Marocain", Jonca, así como el director de "La Vigie Marocaine", Guichard, han sido convocados por el director de la Seguridad Nacional, quien les ha significado que se les sigue una acción judicial como consecuencia de la publicación por dichos periódicos de informaciones "inexactas" relativas al asunto del super-caíd Bachir.

NORUEGA

El "Aftenposten" celebra el 14 de mayo su centenario.—"Aftenposten", el diario más importante de Noruega, celebró su centenario el 14 de mayo. Como preliminar de dicha manifestación, se ha publicado un estudio que da interesantes detalles acerca de la vida del periódico: En 1958, la difusión media se elevó a 154.600 ejemplares semanales, y a 172.100 ejemplares en la edición dominical. Dicha difusión es superior en un 79 por 100 semanal a la del segundo diario del país, por orden de importancia, y en un 36 por 100 a la edición dominical del mismo.

REPUBLICA ARABE UNIDA

Nacionalización de la Prensa en la R. A. U.—En virtud de un decreto presidencial aparecido el día 24 de mayo, ha sido nacionalizada la Prensa de la República Árabe Unida. La propiedad de todos los periódicos egipcios ha sido transferida al partido único "Unión Nacional", creado por el presidente Nasser.

El decreto presidencial nacionalizando la Prensa egipcia estipula que ningún periódico podrá ser publicado en la RAU sin una autorización concedida por la "Unión Nacional", y que ningún periodista podrá trabajar en un periódico sin haber sido previamente autorizado por dicho partido. El decreto agrega que todos los periodistas que actualmente escriben los diarios egipcios deberán obtener la citada autorización antes de cuarenta días.

El decreto transfiere a la "Unión Nacional" la propiedad de los cuatro grandes diarios egipcios: "Al Ahram", "Ajbar El Yom", "Dar El Hilal" y "Dar Rose El Yusef", así como las imprentas y todo el material que poseen. Las indemnizaciones que serán abonadas a los propietarios de estos periódicos serán fijadas por un comité de tres miembros, presidido por el presidente del Alto Tribunal de Apelación. Actualmente, todas las publicaciones que apare-

cen en la R. A. U., excepto las pertenecientes al Estado, eran propiedad de estos cuatro grandes diarios.

Las indemnizaciones que serán concedidas a los actuales propietarios de los diarios nacionalizados corresponderán a sus locales, sus maquinarias y sus organizaciones publicitarias. Estas indemnizaciones serán pagadas con obligaciones abonables en veinte años, con un interés del 3 por 100.

Cualquier violación del decreto de nacionalización de la Prensa será sancionada con pena de un año de cárcel y multa de 500 libras egipcias.

El decreto señala los motivos de esta medida, diciendo que uno de los principios de la revolución es impedir que el capital privado ejerza influencia sobre el Gobierno, y agrega que es lógico, por consiguiente, impedir que el capital ejerza influencia sobre los medios que sirven para guiar a la opinión. Estos medios —precisa el decreto— deben ser confiados en manos del propio pueblo.

Sólo quedan dispensadas de la aplicación de este decreto las publicaciones de las instituciones científicas y de las organizaciones sindicales.

Protesta de la Federación Internacional de Editores.—La Federación Internacional de editores de periódicos que celebra un Congreso en Nueva York, condenó hoy por unanimidad la decisión del Gobierno egipcio de nacionalizar la Prensa egipcia y de colocarla bajo el control del partido político único.

La decisión del coronel Nasser fué comunicada al Congreso, que inmediatamente adoptó una moción de protesta, condenando este "atentado intolerable a la libertad de Prensa" y pidiendo que se dé cuenta de este asunto a la Organización de las Naciones Unidas, a la que está afiliada la F. I. E. J. con carácter consultivo.

La resolución dice que el Congreso ha tenido conocimiento con emoción de la decisión que acaba de adoptar el Gobierno egipcio de confiscar trece de los diarios y semanarios más importantes que se publican en Egipto en beneficio del partido político único que controla el Gobierno.

La moción recuerda que al subir al poder el coronel Nasser se adoptó una medida idéntica contra el senador Mahmoud Abulfath, miembro fundador de la F. I. E. J. y propietario de varios periódicos, entre ellos "Al Misri".

UNION SUDAFRICANA

Repercusión de los recientes acontecimientos en la Prensa.—Los disturbios raciales que han ensangrentado Africa del Sur tienen una repercusión en la Prensa.

El periódico nacionalista "Vaderland", de Johannesburg, ha indicado que era posible que el Gobierno sudafricano impusiera pronto la censura para los telegramas de los corresponsales de Prensa extranjeros, dado que los artículos y las fotos enviados al extranjero acaban siempre por ser vistos por la población local.

En virtud del estado de urgencia, se han tomado ya algunas medidas de restricción de las informaciones, por lo que se refiere a los artículos publicados en la Prensa local. Los periódicos en lengua inglesa de Johannesburg, incluso, se han visto en la precisión de informar a sus lectores que ciertas noticias y comentarios sobre la situación no habían podido publicarse por razón de dicho estado de urgencia.

Algunos periódicos de la oposición han sido objeto de amenazas, y las fuerzas de la Policía protegen, especialmente, el inmueble del "Rand Daily Mail", en Johannesburg, porque los partidarios del Gobierno proyectaban incendiarlo.

Finalmente, la agencia de Prensa "South African Press Association", anuncia que Norman Philips, jefe del Servicio de Extranjero del periódico canadiense "Toronto Star", ha sido detenido en Durban para ser sometido a interrogatorio. El Gobierno canadiense ha elevado una protesta y ha pedido la libertad de su súbdito.

El periódico italiano "Il Popolo" acaba de anunciar, por otra parte, que a tres periodistas italianos se les ha negado el visado que habían solicitado para Africa del Sur.

Consejos de Su Santidad el Papa a los periodistas deportivos.—El corresponsal A. Díez de la Hera ha glosado, en una de sus crónicas deportivas, la atención del Santo Padre por la labor de los periodistas deportivos. El hecho de que Su Santidad el Papa haya recibido a los periodistas deportivos y haya tenido la bondad de demostrar que conoce sus problemas de darles algunos paternos consejos, no puede por menos de halagar, no nuestra vanidad que creemos superada con los años, pero sí nuestra conciencia de haber ejercido —y seguir ejerciendo— una profesión por lo menos útil, ya que ha merecido tan elevada atención.

Otras actividades periodísticas nos habían concedido el honor de conocer y frecuentar a monseñor Angelo Roncalli durante los años en que asumió la Nunciatura Apostólica en París, y de apreciar sus altas dotes humanas. El deporte y su periodismo no habían de serle indiferentes.

A los delegados de la Asociación Internacional de la Prensa Deportiva les ha dado una norma de conducta que nos hará meditar a todos: "Debéis dar a los acontecimientos deportivos el lugar exacto en las actividades humanas: ni menor a lo que merecen, ni demasiado grande". Los escritores deportivos tienen la responsabilidad de pensar lo que escriben, según el Pontífice, que les exhortó a que se guarden "de crear mitos peligrosos, de fomentar entusiasmos desproporcionados, de prestar atención sólo a los valores físicos". Y ante los Juegos Olímpicos que se desarrollarán en Roma este verano, les ha dicho: "Tener la fuerza de corazón de ser veraces y de no ofender a nadie."

En esta audiencia, el Pontífice ha hablado también de la práctica dominical de los deportes.

"El deporte —ha dicho— es una distracción sana, y nos satisface que las gentes la disfruten en domingo, sin faltar a sus deberes religiosos. Es conforme a la Ley divina, que, después de dar a Dios lo que es de Dios, el hombre conceda el domingo un legítimo solaz a su cuerpo y a su espíritu."

El Papa se ha dirigido en un discurso a los directores de los diarios católicos de Italia.—Su Santidad el Papa ha recibido en audiencia especial a los directores y redactores de los diarios católicos de Italia, que le fueron presentados por el director de "L'Osservatore Romano", Manzini.

El Padre Santo, refiriéndose a los altos oficios de divulgación que serán encomendados a la Prensa con motivo del futuro Concilio Ecuménico, se mostró satisfecho al comprobar que la preparación marcha de la manera más lisonjera y que son muy conciliadoras las respuestas que llegan de pastores y personalidades católicas esparcidas por todo el mundo.

Recordando a San Juan Ante Portam Latinam, el Romano Pontífice dijo finalmente que los pensamientos de paz, de investigación y de defensa de la verdad del apóstol y evangelista puede constituir un programa de eficaz actividad periodística.

"L'Osservatore Romano" cambia de dirección.—Después de haber dirigido durante cuarenta años el diario del Vaticano "L'Osservatore Romano" el conde Della Torre, que actualmente cuenta setenta y cuatro años, dejó la dirección del mismo. Según parece, Su Santidad Juan XXIII, que tiene a la aristocracia italiana en muy alta estimación, tiene intención de dedicar al conde Della Torre a funciones menos absorbentes.

Sucede al conde Della Torre, Raimondo Manzini, periodista y político que ha desempeñado durante veinticinco años la dirección del periódico católico de Bolonia "L'Avenir d'Italie".

Manzini ha formado parte del Parlamento desde 1946 como diputado demócrata cristiano, y ha sido subsecretario de Estado de la presidencia con el gabinete Scelba, en 1954; pero dado que nunca ha ostentado cargo alguno en un organismo dependiente de la Santa Sede, habrá de rescindir su cometido parlamentario, pues sus nuevas funciones llevan de consuno para el titular la nacionalidad vaticana.

EL ESPAÑOL

SEMANARIO DE LOS ESPAÑOLES PARA TODOS LOS ESPAÑOLES



64 páginas

(IMPRESO EN HUECOGRABADO)

Precio del ejemplar: 3,00 pesetas

SUSCRIPCIONES:

Por un trimestre	38 pesetas
Por un semestre	75 »
Por un año	150 »

Dirección y Administración:

Zurbano, 55

MADRID

Distribuidor exclusivo en la Argentina:

QUEROMON EDITORES, S. R. L.

Oro, 2.455

BUENOS AIRES

Distribuidor exclusivo en Méjico:

QUEROMON EDITORES, S. A.

Revillagigedo, 25

MEJICO D. F.

GACETA DE LA PRENSA ESPAÑOLA

INFORMACION PROFESIONAL ESPAÑOLA

XVIII ASAMBLEA DE LA FEDERACION DE ASOCIACIONES DE LA PRENSA EN BARCELONA

ENTRE los días 19 y 24 de mayo desarrolló en Barcelona sus tareas la XVIII Asamblea Nacional de la Federación de Asociaciones de la Prensa, con asistencia de representaciones profesionales de todo el país.

Se iniciaron los actos con una misa del Espíritu Santo en la parroquia mayor de Santa Ana, recepción de los asambleístas en los locales de la Asociación de la Prensa barcelonesa y un homenaje a la memoria del gran periodista catalán Miguel de Los Santos Oliver.

La sesión de apertura se verificó en el Salón de las Crónicas del Palacio Municipal y estuvo presidida por el Ministro de Información y Turismo, señor Arias Salgado. En ella pronunciaron discursos el presidente de la Asociación de Barcelona, señor Martínez Tomás; el director de "La Vanguardia Española" y presidente de la Federación, señor Aznar, y el gobernador civil de Barcelona, señor Acedo Colunga. Durante los días siguientes se celebraron las sesiones de trabajo de la Asamblea, una de ellas en S'Agaró, debatiéndose importantes problemas de la clase periodística española, y en la última se confirmó en sus puestos a los miembros de la Junta Directiva que reglamentariamente terminaban su mandato.

La clausura, en el Salón de Ciento de la Municipalidad, fué presidida por el director general de Prensa, señor Muñoz Alonso. Hicieron uso de la palabra el secretario de la Federación, señor Casares, que leyó las conclusiones de la Asamblea; el señor Aznar, en nombre de los asambleístas, expresó la gratitud a las autoridades y Corporaciones que tanto contribuyeron a la brillantez de la Asamblea; y después, el alcalde de la ciudad, señor Porcioles, saludó a los reunidos con gratas expresiones para los periodistas y su misión. Por último, el director general de Prensa glosó la tarea de los profesionales del Periodismo, congratulándose de los resultados prácticos de esta XVIII Asamblea, y la declaró clausurada.

Los asambleístas acordaron que la próxima reunión tenga lugar en Huelva.

BODAS DE ORO DE "EL PUEBLO VASCO"

EL gran diario bilbaíno "El Pueblo Vasco", unido desde 1936 a "El Correo Español", ha celebrado el domingo 19 de junio las bodas de oro de su fundación. Para conmemorar la fecha ha editado un número extraordinario, de 80 páginas a gran formato y cubierta a todo color, cuyo contenido ofrece una visión completísima de la vida bilbaína y vizcaitarra en general a lo largo de estos cincuenta últimos años.

Celebróse con tan gozoso motivo varios actos en Bilbao, que adquirieron

señalado relieve social, avalados por la presencia del ministro secretario general del Movimiento, director general de Prensa y diversas autoridades y representaciones del periodismo nacional.

VIGESIMO ANIVERSARIO DE LA FUNDACION DE "PUEBLO"

AL cumplirse los veinte años de la aparición del diario madrileño "Pueblo", el 17 de junio, se ha celebrado la efemérides con un acto de homenaje en la Casa Sindical, durante el cual se impusieron condecoraciones diversas al personal fundador y una comida de hermandad, a la que asistieron más de trescientos comensales.

CICLO SOBRE PERIODISMO ESPAÑOL CONTEMPORANEO

EL Instituto de Cultura Hispánica organizó, como fase final de su IX Curso de Documentación Española para Periodistas Hispanoamericanos, un ciclo de conferencias sobre "Periodismo español contemporáneo", en el que intervinieron los señores Salazar Soto, redactor jefe de "Ya"; Eliseo de Pablo, redactor jefe de "ABC"; Jesús de la Serna, redactor jefe de "Pueblo"; Waldo de Mier, subdirector de la Agencia "Efe"; Ceferino L. Maestú, director de la Agencia "Fiel"; Pablo de Irazazábal, jefe de información de "El Alcázar", y Enrique de Aguinaga, redactor jefe de "Arriba".

NUEVOS DIRECTOR Y SUBDIRECTOR DE LA "HOJA DEL LUNES", DE VALLADOLID

EN los locales de la Asociación de la Prensa vallisoletana ha tomado posesión de su cargo el nuevo director de la "Hoja del Lunes" de aquella capital, don Carlos Sanz Alonso.

Ha sido nombrado subdirector de la misma publicación don Andrés Romero Rubio.

LOS DIRECTORES DE "GACETA DEL NORTE" Y DE "PRENSA ASOCIADA" RECIBIDOS POR S. S. JUAN XXIII

DON Antonio González, director de "Gaceta del Norte", y don Angel Orbe-gozo, director de "Prensa Asociada", después de realizar varias gestiones acerca de las autoridades vaticanas a propósito del próximo Congreso Mundial de la Prensa Católica, que se celebrará en Santander, han sido recibidos en audiencia privada por Su Santidad Juan XXIII, de quien recibieron una bendición especial por el buen éxito de su labor.

DON ANTONIO BARRENA, DIRECTOR DE "EL CORREO ESPAÑOL-EL PUEBLO VASCO"

HA sido nombrado director del importante diario bilbaíno "El Correo Español-El Pueblo Vasco", don Antonio Barrena Ballarín.

"LA GACETA DEL NORTE" ESTRENO NUEVA ROTATIVA

LA "Gaceta del Norte" ha puesto en marcha su nueva rotativa, construida por una Casa alemana y montada en sus nuevos locales de la calle de Henao. La instalación se compone de dos máquinas de imprimir acopladas, cada una, con sus correspondientes cilindros.

Su capacidad de impresión es de 40.000 ejemplares a la hora. Puede tirar hasta 32 páginas de formato grande y 64 del tamaño tabloide.

La máquina pesa 100 toneladas. La rotativa tiene tres pisos, con una altura total de siete metros.

El periódico bilbaíno, fundado en 1901, ha aparecido con un nuevo formato a ocho columnas.

LA "HOJA DEL LUNES" DE ZARAGOZA Y EL SEMANARIO "TOLEDO", PREMIADOS

EL jurado de los premios bimestrales de periodismo, creados por la Dirección General de Prensa para recompensar la labor realizada por las hojas de los lunes y los semanarios de información general, ha acordado adjudicar un premio de 2.000 pesetas a la "Hoja del Lunes" de Zaragoza y otro de 1.500 al semanario "Toledo", de Toledo.

CONFERENCIA DE ALONSO-FUEYO EN VALENCIA

EN el Colegio Rey Don Jaime, del Frente de Juventudes, de Valencia, don Sabino Alonso-Fueyo, director del diario "Levante" y profesor de la Universidad, pronunció una conferencia sobre "El periodismo, oficio y teoría".

"El periodismo —afirmó— es una profesión alegre, sugestiva e incómoda". Dijo luego que tiene una triple misión: informar, formar y recrear. Hay, por supuesto, unas técnicas para informar, orientar y testificar, pero antes se plantea al buen periodista la cuestión de la verdad o de la falsedad de la información a la formación o valoración del suceso o del dato y es cuando el periodista orienta, interpreta, hace historia. Todo lo cual no sería posible sin una seria y vasta preparación cultural."

CONFERENCIAS SOBRE "PRENSA"

CON el tema ha organizado el Colegio Mayor "Moncloa", de Madrid, un ciclo de conferencias durante seis jueves consecutivos. Los oradores fueron don Jesús Arellano, catedrático de Filosofía, que disertó sobre "Naturaleza de la opinión pública"; don Gonzalo Fernández de la Mora, secretario de Embajada y Premio "Mariano de Cavia 1959", habló acerca de "Opinión pública, Sociedad y Estado"; don Jesús María Zuloaga, director del diario "El Alcázar", trató de "Los órganos de la opinión pública: el Periódico"; don José Luis Cebrían, subdirector de "La Actualidad Española", se ocupó de "Los órganos de la opinión pública: la Radio y la TV"; don Pedro Gómez Aparicio, director de la "Hoja del Lunes" de Madrid y profesor de la Escuela Oficial de Periodismo, examinó "Los órganos de la opinión pública: La Agencia de Prensa", y don Antonio Fontán, director del Instituto de Periodismo del Estudio General de Navarra, analizó la "Situación actual de estos medios en España".—J.

ALMUERZO EN HONOR DE LOS PERIODISTAS MADRILEÑOS PREMIADOS

LA Asociación de la Prensa de Madrid ha ofrecido un almuerzo en honor de los periodistas que obtuvieron premios en los años 1959 y 1960.

Presidió el acto, en nombre del ministro de Información, el subsecretario, señor Villar Palasi, acompañado del subdirector de Prensa, don Valentín Gutiérrez Durán, que representaba al director, señor Muñoz Alonso, y el presidente en funciones de la Asociación, don Emilio Romero, el cual, en brillantes palabras, ofreció el acto e hizo una semblanza de todos los premiados.

En nombre de éstos hablaron los señores Aguinaga y Fernández de la Mora, agradeciendo la atención de la Asociación de la Prensa.

Cerró el acto el subsecretario, señor Villar Palasi, quien manifestó que tanto el ministro, señor Arias Salgado, como el director general, no podían asistir por tener ocupaciones inaplazables. Glosó en magníficas palabras la gran labor que viene realizando la Prensa, y dedicó brillantes párrafos a todos y cada uno de los homenajeados.

Al acto asistieron todos los miembros de la Junta Directiva de la Asociación de la Prensa y los periodistas premiados, que son, en 1959, don Enrique de Aguinaga, Premio Nacional de Periodismo "Francisco Franco"; don Fernando Cañellas, Premio Nacional "Primo de Rivera"; don Vicente Cebrián, Premio Nacional de la Secretaría General del Movimiento "29 de Octubre"; don Dámaso Santos, Premio Nacional de la Secretaría General del Movimiento "Primero de Octubre", y don Jaime Murillo Ribera, Premio Nacional "Manuel Tercero". No pudo asistir don Juan Pujol Martínez, Premio Nacional de Periodismo "Jaime Balmes", 1959.

Los periodistas que han obtenido este año premios nacionales de periodismo y que asistieron al almuerzo, son: don Diego Jalón y don Ismael Medina, Premios "Rodríguez Santa María"; don Julio Trenas, Premio "Luca de Tena"; don Gonzalo Fernández de la Mora, Premio "Mariano de Cavia", y don Alfredo Marquerie y don Antonio Valencia, Premios de Crítica Teatral. No pudo asistir don Ramón Pérez de Ayala, Premio "Juan Palomo".

CONFERENCIA DEL DIRECTOR DE "YA" EN MADRID

EN la Sala Nebli disertó sobre el tema "Opinión pública y convivencia nacional" don Aquilino Morcillo Herrera, ilustre periodista y director de "Ya".

El conferenciante planteó el problema objeto de su disertación en los siguientes términos: ¿Hasta qué punto beneficia o perjudica la expresión de la opinión pública el pacífico desarrollo de la convivencia nacional?

Este es el punto clave—añadió—; el problema que en cada país ha de ser resuelto con modelo propio, atendida su propia idiosincrasia nacional. Balmes distinguía entre opinión pública y conciencia nacional. Pío XII descubre en la opinión pública el eco natural, la resonancia de los hechos y de sus circunstancias en el espíritu y en los juicios de las personas que se sienten responsables y estrechamente ligadas a la suerte de su comunidad. De ahí, dice, la dificultad con que se expresa y se forma. De la misma fuente es la distinción clarísima entre pueblo y masas. Estas están compuestas por el conjunto de personas carentes de aquellas altas cualidades que caracterizan al "pueblo".

Siendo necesaria la expresión de la opinión pública, todo el problema consiste en conjugar, atendidas las circunstancias nacionales, los derechos de Dios, los derechos de la autoridad y del Estado y la libertad del hombre.

CONFERENCIA DE DON ANTONIO FONTAN EN PAMPLONA

EL director de la Escuela de Periodismo del Estudio General de Navarra, profesor don Antonio Fontán, ha pronunciado una conferencia, en el Centro Internacional de Estudios, sobre el tema "Los primeros cristianos".

Partió de la consideración histórica y cultural del mundo antiguo, cuando se produjo el encuentro entre los dos mundos: el cristiano y el helénico.

PERIODISTAS ESPAÑOLES EN LA O. E. C. E.

INVITADOS por el jefe de Prensa de la O. E. C. E., señor Donald Mallet, se trasladaron a París un grupo de periodistas españoles, en el que figuraban: don Trinidad Nieto, de "Pueblo"; don Ismael Medina, de "Arriba"; el conde de Montarco, de "ABC"; don Justo Iriondo, de "Actualidad Económica Española"; don Ignacio Alonso Villalobos, de "Ya"; don Fabián Estapé, de "La Vanguardia"; don Félix San José, de "El Economista", y don Carlos Manzano, de la Oficina de Información Diplomática.

ELECCION DE JUNTA DIRECTIVA EN LA AGRUPACION DE CORRESPONSALES EXTRANJEROS

EN la Junta general de la Agrupación de Corresponsales Extranjeros en España ha sido reelegida la Directiva saliente, a la que se han incorporado dos nuevos vocales, quedando constituida por los señores Cesare A. Gullino

(italiano), William Stuttard (inglés), Karl Tichmann (alemán) Ekkehard Tertsch (austriaco), Marcel Guevers (belga), Benjamín Welles (norteamericano) y Jacqueline Dawicarrere (francesa).

NUMERO EXTRAORDINARIO DE "LA VERDAD"

CON ocasión de la Semana Santa y las Fiestas de Primavera, "La Verdad", Murcia, ha publicado un número extraordinario con un suplemento en huecograbado y color. Entre otras, aparecen en las bien confeccionadas páginas las firmas de Jesús Iribarren, Juan Torres Fontes, director del Museo Salzillo; Manuel González Hoyos, José Azuar, José María de Llanos, S. J., Raimundo de los Reyes, José Ballester, Francisco Capote, etc. Interesan al lector los temas cuidadosamente seleccionados y las numerosas ilustraciones gráficas prestan variedad a los artículos y reportajes.—T.

HA SIDO CONSTITUIDA LA ASOCIACION DE ESCRITORES CINEMATOGRAFICOS VALLISOLETANOS

HA quedado constituida en Valladolid la Asociación de Escritores Cinematográficos Vallisoletanos (A. E. C. V.), que contará con el patrocinio de la Delegación Provincial de Información y Turismo para la concesión de un determinado número de premios. Se otorgarán éstos a la mejor labor literaria realizada fuera de Valladolid en relación con la Semana Internacional de Cine Religioso y de Valores Humanos, así como a las mejores películas que se proyecten comercialmente en esta ciudad durante el año cinematográfico.

También fomentará la Asociación las manifestaciones filmicas importantes, con el patrocinio de sesiones especiales. En principio se ha fijado la fecha del 15 de octubre, festividad de Santa Teresa, para la entrega de galardones, que se denominarán "Castillos", de oro y plata.

La Junta Directiva de la Asociación de Escritores Cinematográficos Vallisoletanos quedó formada así: Presidente, don Jesús Vasallo; vicepresidente, don Félix González Ferrández; secretario, don Antonio Hernández Higuera; tesoroero, don Miguel Angel Pastor, y vocales, don Javier Pérez Pellón, señorita Mercedes de la Viña y don Tomás Santos Corchero.

DISTINCIONES Y HOMENAJES

Con motivo del Día de la Victoria han sido concedidas condecoraciones a diversos periodistas y personalidades relacionadas con la Prensa española. Son los siguientes: la Gran Cruz de Isabel la Católica, a don José Sinués y Urbiola y don Jesús Pabón y Suárez de Urbina; Encomienda con Placa de Cisneros, a don Vicente Cebrián Carabias y don Dionisio Porres Gil; Encomienda sencilla de la misma Orden, a don Carlos Rivas Villar y don Enrique Aguinaga López; Encomienda sencilla del Yugo y las Flechas, a don Julio Fuerte Pérez, don José Luis Gómez Tello y don Acisclo Plaza Martínez.

* * *

En el domicilio de la Asociación de la Prensa de Zaragoza ha sido impuesta a su presidente, don José Blasco Ijazo, la Medalla de Plata al Mérito en el Trabajo, que le fué recientemente concedida en reconocimiento a su laboriosa vida profesional.

* * *

La Delegación Nacional de Educación Física y Deportes ha concedido premios por la labor realizada en 1959, a los siguientes periodistas: don Manuel Tourón Martínez, de Vigo; don Pedro Escamilla, de Madrid; don Manuel Vázquez Martín, "Porriño", de San Sebastián; don Miguel Ors Candela, de Madrid; don Casimiro Hurlé Martínez, de Oviedo; don Enemérito Antolín Alonso, de Palencia; don Alfonso Tutor Larrea, de Galdácano, y don Benito Sanz de la Rica, de Valladolid.

* * *

A propuesta del ministro de Información y Turismo, S. E. el Jefe del Estado ha concedido la encomienda de la Orden del Mérito Civil al delegado provincial del Departamento en La Coruña, don Francisco Serrano Castilla.

* * *

El ministro secretario general del Movimiento ha concedido la Encomienda de la Orden de Cisneros al redactor gráfico de "Arriba", de Madrid, don Gerardo Contreras.

* * *

El ministro de Asuntos Exteriores ha entregado la Cruz de Caballero de Isabel la Católica al secretario de los Cursos de Periodismo de Santander y jefe de servicios de la Escuela Oficial de Periodismo, don Félix-Alejandro Alarcón Díaz.

* * *

El director general de la Oficina de Información Diplomática del Ministerio de Asuntos Exteriores ha hecho entrega de la Cruz de Caballero de la Orden de Isabel la Católica a nuestros compañeros de Prensa don Eliseo de Pablo, redactor jefe del diario "ABC"; don Jesús de la Serna, redactor jefe del periódico "Pueblo", y don Félix Dorado de la Cruz, redactor jefe de noche del Servicio de "Efe" en la Agencia "Efe".

* * *

Por Su Excelencia el Jefe del Estado le ha sido concedida la Cruz de Caballero de Isabel la Católica a nuestro camarada en las tareas de "Arriba", José Lacalle Alonso.

* * *

El ministro de Asuntos Exteriores ha impuesto las insignias de la Orden del Mérito Civil a don Manuel Marañón y Grande, redactor jefe de la Agencia "Efe" y directivo de la Asociación de la Prensa.

* * *

Con la medalla "Dunnat", fundador de la Cruz Roja, han sido condecorados los periodistas don Domingo Medrano Valda, director de "Diario Español", de Tarragona, y don José María Tarrasa Alvira, director de Radio Tarragona. Les impuso las condecoraciones el presidente de la Asamblea Provincial de la Cruz Roja, don Vicente Martí Crespo.

* * *

Con motivo del XX aniversario de la fundación del diario madrileño "Pueblo", han sido condecorados con la Encomienda de la Orden de Cisneros los redactores que pertenecen a aquella Casa desde los primeros momentos, que son los señores Ardila, Bellón, Fernández Asís, Herraiz, Lebrón, Ortega Lissón y Verdugo.

NECROLOGICAS

Ha fallecido repentinamente en La Coruña, a los setenta y ocho años de edad, el sacerdote don José Toubes Pego, párroco de San Pedro de Mezanzo, y capellán de la Asociación de la Prensa de La Coruña.

El señor Toubes Pego había fundado y dirigido el periódico corués "El Ideal Gallego", del que actualmente era también capellán. Además de una intensa labor sacerdotal, y en el periodismo, había dedicado su vida a empresas de carácter social, cultural y caritativo.

— En Sevilla dejó de existir don Luis Claudio Mariani y Piazza, redactor de "La Hoja del Lunes" de aquella capital. El fraterno compañero nació en Dos Hermanas, cursó estudios de Medicina en Sevilla y desde muy joven se entregó de lleno a la profesión periodística. Desde el diario "Fíguro" pasó a "La Unión", al que llegó a dirigir hasta la desaparición del periódico.

— A la edad de treinta y siete años ha fallecido en Madrid el redactor de "Digame", doctor don Ricardo García Amandi, facultativo de la Asociación de la Prensa y de la Cruz Roja Española. El finado era hijo del popular periodista y dibujante don Ricardo García "K-Hito", director del semanario "Digame".

El acto del entierro fué presidido por los deudos; el presidente de la Diputación; don Javier y don Alberto Martín Artajo; el secretario de la Asociación de la Prensa; el director de "Ya", y otras personalidades.

— A la avanzada edad de ochenta años falleció, en su domicilio de Madrid, el periodista don Ernest Grimaud, que ha residido en España durante casi medio siglo. El señor Grimaud, que fué corresponsal de "The Times" de Londres en Madrid durante muchos años, hasta que se retiró en 1939, estaba en posesión de diversas condecoraciones.

MOVIMIENTO DE PERSONAL

DESDE el día 6 de abril al 18 de mayo de 1960, se han producido las siguientes variaciones en la plantilla de la Prensa Nacional.

A L T A S

Don Laurentino Moreno Munguía, redactor de segunda de la "Hoja del Lunes" (Madrid); don Diego Vélez Muñoz, redactor de segunda de "La Prensa" (Barcelona); don Ignacio Puche Garrido, redactor de segunda de "Imperio" (Zamora); don José Luis Ferrer Casains, redactor de "Amanecer" (Zaragoza).

B A J A S

Don José Luis Ferrer Casains, redactor de segunda de "La Gaceta Regional" (Salamanca); don Leopoldo Ayuso Vicente, redactor de segunda de "Línea" (Murcia), jubilado.

MUTUALIDAD NACIONAL DE PERIODISTAS

MATRIMONIO

Don José A. Barber Moriones, de Pamplona, y don José R. Orio Alvarez, de Bilbao.

NATALIDAD

Don Juan J. Tomás Blanco, don Adolfo Prego de Oliver, don Enrique Ribas Sánchez, don Ismael Medina Cruz, don Elías Gómez Picazo, don Enrique Hernández Muñoz y don Antonio Herrero Losada, de Madrid; don Marcelo J. Castillo Bielsa y don Rafael L. Gómez Raya, de Barcelona; don Fidel Carazo Hernández, de Soria; don Francisco Montero Galvache, de Jerez; don César Escribano García, don Fernando Barrena Ballarín y don Francisco Echeverría Zaldivia, de Bilbao; don Ricardo Gavilánez Cubero, de León; don Antonio Gallardo Sánchez, de Málaga; don Antonio Hernández Higuera, de Valladolid; don Joaquín Moreno-Ventas Calles, de Cádiz; don Fulgencio Miñano Ros, de Girona, y don Alberto Claverías Donazar, de San Sebastián.

VIUDEDAD

Doña Amparo Lorenzo Barallobre, de La Coruña.

DEFUNCION

Doña María Mercedes Carmona Mingo, de Madrid; doña Amparo Lorenzo Barallobre, de La Coruña, y doña Angeles Abellán Serrano, de Barcelona.

ORFANDAD

Doña Amparo Lorenzo Barallobre, de La Coruña.

JUBILACION

Don Manuel Barbeito Herrera y don Vicente Lastanao Arregui, de Madrid.

INVALIDEZ

Don Valentín Bleye Jiménez, de Palencia.

EXTRARREGLAMENTARIAS

Don Alejandro Fernández Pombo, don Juan Blanco Ortega, don Manuel Tejero Medina, don Manuel Cabello Jiménez, don Luis Fernández Martínez y don Marino Rubiera, de Madrid; don Juan María Gallego Tato, de Lugo; don Angel Padín Panizo, de Santiago de Compostela; don Nicolás Retana Iza, de La Coruña; don Antonio de Ancos Miranda, de Toledo; don Julio Vázquez Jimeno, de Orense, y don José Martínez de Maricorta, de Vitoria.

CONCURSOS RESUELTOS

PERIODISMO

La Asociación Española de Escritores de Turismo ha concedido los premios literarios y de fotografías artísticas y de turismo que habian de dar efectividad a la donación hecha con tal objeto por el doctor don Avelino González.

El premio para el mejor artículo sobre temas turisticos fué concedido al redactor de "Ya", don Lucas González Herrero. Se acordó citar como dignos de elogio los artículos y reportajes presentados por don Luis Fernández Fuster, doña Isabel Calvo de Aguilar, el marqués de Santa María del Villar, don Alberto Durán, don José María Cruz Román, don Joaquín Aroca y don Baldomero García Jiménez.

Se otorgó el premio a la mejor fotografía al marqués de Santa María del Villar. Y asimismo fué acuerdo del jurado dejar constancia del mérito de las fotografías remitidas al concurso por don Gonzalo Miguel Ojeda, don Daniel Augones y la señorita Rosario Ballester.

El concurso sobre la gesta del Santuario de la Virgen de la Cabeza convocado por el Ministerio de Ejército, ha sido resuelto en la forma siguiente:

El Jurado clasificó los 45 trabajos presentados, acordando conceder los tres premios ofrecidos, el primero, de 10.000 pesetas, a don Manuel Mingo, jefe del Ejército y abogado; el segundo, de 5.000 pesetas, a don Eduardo Munnilla Gómez, también jefe del Ejército y del Servicio de Estado Mayor, y el tercero, de 2.500 pesetas, a don José María Ortiz Muriel, oficial de Infantería.

El concurso periodístico Bernardo de la Torre Rojas, instituido por la Dirección General de Montes, Caza y Pesca Fluvial y dotado con dos premios de 10.000

y 5.000 pesetas, respectivamente, ha sido adjudicado dividiendo los dos premios del modo siguiente:

Tres mil pesetas para cada uno de los artículos presentados por los señores don José Corral Maurell, don Ginés de Gea y don Ataúlfo García Asenjo.

Dos mil pesetas a los trabajos firmados por los señores don Alberto Vela Palacio y don Alfredo Santos Tuda y don Pedro Pascual Martínez.

Presidió el Jurado el presidente del Consejo Superior de Montes, actuando como vocales don Ricardo Martínez Ojinaga y don Cristóbal Páez.

El concurso 1959-60 sobre "La técnica agronómica en la actual transformación de España", convocado por el Consejo Superior de Colegios Oficiales de Ingenieros Agrónomos, ha sido fallado conforme al resultado siguiente:

El primer premio, dotado con 10.000 pesetas, ha sido concedido a Julio de Urrutia Echániz, por su artículo publicado en el diario "Madrid" del día 1 de abril de 1960.

Segundo premio, dotado con 3.000 pesetas, a don Mariano Luis Domínguez y otro segundo premio, dotado con 3.000 pesetas, a don Federico Povedano Alonso.

El premio nacional de Prensa del Montepío de la Divina Pastora a "El Noticiero". "El Noticiero" ha recibido el premio nacional de Prensa instituido por el Montepío de la Divina Pastora para el servicio doméstico.

El director de Cáritas, don Mariano Horno, pronunció unas cordialísimas palabras, diciendo que siguiendo su antigua y gloriosa trayectoria al servicio de la Iglesia había obtenido el premio nacional de Prensa del Montepío de la Divina Pastora. Añadió que Cáritas Diocesana sentía un gran placer en poner el premio en manos del señor arzobispo para que éste lo entregara a "El Noticiero".

A continuación el prelado, doctor Morcillo González, pronunció unas breves y elocuentes palabras llenas de emoción, diciendo que era para él un motivo de gran satisfacción hacer entrega a "El Noticiero" de este premio nacional porque éste es uno de los periódicos que desde su fundación había mantenido y mantenía una integridad absoluta en defensa de los principios fundamentales, colaborando siempre con la Jerarquía al servicio de la Iglesia y de los ideales patrios.

Seguidamente hizo entrega del premio de veinte mil pesetas al presidente del Consejo, doctor Guallart y López de Goicoechea, que expresó la profunda gratitud de "El Noticiero".

Dámaso Santos, premio "Alcoy". Un Jurado presidido por el secretario técnico de la Secretaría General del Movimiento, Luis Gómez de Aranda, ha concedido el Premio Nacional de Prensa "Ciudad de Alcoy" 1960 al artículo titulado "Al paso de las filas", original de Dámaso Santos y publicado en el diario "Arriba", de Madrid.

Formaban también parte del Jurado don Emilio Romero, don Vicente Carradano, don Bartolomé Mostaza, don Rafael Coloma Payá, don Enrique García Albors y don Luis Matarredonda Ferrándiz.

VARIOS

El Premio "Concilios Euménicos", dotado con dos mil pesetas y convocado por la Delegación Provincial de Información y Turismo de La Coruña, ha sido concedido a don Francisco José Alcántara, por su trabajo "Los Concilios Euménicos en las encrucijadas de la Historia".

El premio de poesía "Juan Boscan" patrocinado por el Instituto de Estudios Hispánicos, en su doceava edición, ha sido otorgado a Carlos Sahagún. El premio estaba dedicado a escritores españoles e hispanoamericanos y de las 112 obras presentadas fueron seleccionadas 49.

Venció en la última votación, celebrada en Barcelona, por tres votos "Como si hubiera muerto un niño", original de Carlos Sahagún. Quedó finalista con dos votos "Nuevos poemas", de Fernando Gutiérrez.

El jurado de los II Juegos Florales Eucarísticos Hispanoamericanos, integrado por los señores Dámaso Alonso, de la Real Academia; José María Souvirón,

del Instituto de Cultura Hispánica, y reverendo padre Jorge Blajot, S. J. ha concedido los siguientes premios:

Treinta mil pesetas al trabajo "La Eucaristía sobre los Andes". Lema: "Jiménez de Quesada".

Veinte mil pesetas a "Corpus en Toledo". Lema: "El Agua dulce de esta clara fuente".

Diez mil pesetas a "Santo Grial". Lema: "No sabía que los pliegues de tu mano estaban ruborizados de perdón", y

Diez mil pesetas a "Luna de dulce trigo". Lema: "Veneremur cernui".

Abiertas las plicas, resultaron ser autores don Eduardo Carranza, de Bogotá (Colombia); don José García Nieto, Madrid; doña Felisa Sanz Moreno, Madrid, y don Manuel Alonso Alcalde, Ceuta.

El premio "Eugenio d'Ors" de cuentos sociales, establecido por el Departamento de Actividades Culturales del S. E. U., de la Escuela Social de Madrid, se ha otorgado al titulado "Lance del negro John y la gaviota". Su autor es Julio Muñoz García-Vaso, estudiante de Filosofía y Letras y periodista en ejercicio, perteneciente a la promoción de 1959 de la Escuela de Periodismo y colaborador de numerosas publicaciones nacionales y extranjeras.

El premio de cuentos "Blanco y Negro", convocado por este semanario y dotado con 10.000 pesetas, ha sido concedido a don Angel Lera de Blas, corresponsal en Madrid de "El Norte de Castilla", el importante diario vallisoletano.

Ha sido fallado el certamen literario de la II Semana Cervantina, con el resultado siguiente:

Premio de 2.000 pesetas, para don José Joaquín Llopis y don Jorge Mila González, guionistas de Radio Barcelona, por su trabajo "El retablo de maese Pedro"; de 1.000 pesetas, a don Antonio Alamo Salazar, por su artículo, publicado en el "Diario Palentino", titulado "Y Don Quijote pagó la cena"; de 500 pesetas, para el alumno de Preuniversitario del Instituto de Palma de Mallorca, don Carlos García Gual; de 500 pesetas a don Javier Hernández, del Preuniversitario de Palencia, y de 250 pesetas y mención honorífica, al alumno del mismo Instituto don Luis Alberto Timón.

En Madrid se ha hecho público el fallo Sésamo del V Concurso de Novelas Cortas, convocado anualmente para ser resuelto durante las fiestas de San Isidro. Se presentaron a la convocatoria de este año 181 originales de los que 73 estaban firmados por mujeres. Predominaron entre los concursantes los de Barcelona y Madrid con elevado número de escritores noveles. También se presentaban algunos escritores conocidos por haber triunfado en concursos anteriores nacionales. El jurado fué presidido por el académico don Melchor Fernández Almagro. Las votaciones fueron muy reñidas y resultó triunfadora la novela "Ha caído una piedra en el estanque", de Manuel Alonso Alcalde, comandante del Cuerpo Jurídico domiciliado en Ceuta. Fué finalista la obra "Lázaro", de don José María Prat, abogado del Estado, de Madrid.

La Real Academia Española ha concedido el primer premio de 30.000 pesetas, del concurso de la Fundación Rivadeneira, abierto en 15 de noviembre de 1956, a don Antonio Gallego Morell, por su trabajo titulado "Garcilaso y sus comentaristas con otros estudios garcilasianos", y el segundo, dotado con 20.000 pesetas, a don Fernando González Ollé, por su obra titulada "Un aspecto de léxico medieval castellano: los diminutivos".

Ricardo Domenech ha recibido el premio "Biblioteca Gabriel miró", de cuentos, convocado por la Caja de Ahorros del Sudeste de España, dotado con 5.000 pesetas. Se habían presentado al certamen 182 originales, procedentes de toda España, e incluso de españoles residentes en el extranjero.

Ricardo Domenech es un joven escritor alcoyano, residente en Madrid, adonde llegó para cursar estudios en la Escuela de Periodismo. En diversos diarios y revistas de toda España han aparecido con frecuencia sus artículos y colaboraciones literarias. Cultivador del difícil género literario del cuento, Ricardo Doménech obtuvo recientemente el primer premio del concurso organizado con motivo de la Semana de la Juventud, y ha sido varias veces

finalista de otros certámenes nacionales. Como ensayista teatral, son varias las revistas que publican sus trabajos.

Los premios "Valencia" de Literatura, instituidos por la Diputación, han sido otorgados del siguiente modo:

El de Novela, dotado con 20.000 pesetas, a don Vicente Ventura Beltrán, por la titulada "Los don Nadie"; en poesía escrita en castellano, dotado con 10.000 pesetas, a don Carlos Sentís Estévez, autor de "Dos rompientes", y el de Poesía en valenciano, también dotado con 10.000 pesetas, a doña Matilde Lloria, por su trabajo poético "Altissim Regne".

Los señores Ventura y Sentís son periodistas, perteneciendo a los diarios locales "Jornada" y "Levante", respectivamente, y ambos a la emisora de Radio Nacional de España en Valencia.

Doña Matilde Lloria, que reside en Orense, obtuvo ya, en el año 1952, el premio "Valencia" de Poesía en castellano.

CONCURSOS CONVOCADOS

PERIODISMO

PREMIO "FRATERNIDAD HISPÁNICA", CON 50.000 PESETAS.—Don José Fernández Martínez, residente en Méjico, creador de los premios "Gibraltar español" y "Fraternidad Hispánica", ha puesto a disposición del diario "A B C", a través del Instituto Español de Moneda Extranjera, los dólares equivalentes a las 50.000 pesetas del premio "Fraternidad Hispánica", cuyas bases damos a continuación:

Primera. Pueden aspirar al premio "Fraternidad Hispánica" los conjuntos de trabajos publicados durante el año 1959 en diarios o revistas de España o Hispanoamérica en forma de artículos, con firma o sin firma, que tuvieren por objeto divulgar, exaltar y fomentar la fraternidad hispánica.

Segunda. Los trabajos —sin límite de número ni de extensión— se enviarán al director de "A B C" hasta el día 31 de agosto próximo, acompañados de una cuartilla en la que conste el domicilio del autor. Si estuvieran firmados con seudónimo, se hará constar también el nombre y apellidos reales. Por cada trabajo se incluirá un ejemplar del periódico que haya aparecido, acompañado de cuatro copias a máquina del artículo. Puede excusarse el envío de ejemplar completo del periódico y remitir solamente el artículo si en ellas figuran impresos la fecha, la localidad y el título de la publicación. Para los envíos desde el extranjero o desde las provincias españolas se considerará como fecha de presentación la que figure en el matasellos de Correos.

Tercera. Será adjudicado un premio único de cincuenta mil pesetas, que no

podrá dividirse ni declararse desierto. El fallo se hará público en "A B C".

Según la idea que ha presidido esta fundación, el Jurado debe adjudicar el premio a la labor conjunta de carácter periodístico —no a un artículo— que, además de acreditar las condiciones de buen escritor, haya podido contribuir con más eficacia a estrechar las relaciones entre los países del mundo hispánico.

Por razones que deberá exponer públicamente, también puede el Jurado atribuir el premio a un escritor o periodista español o hispanoamericano que no lo haya solicitado.

Cuarta. Como requisito de la concesión del premio, "A B C" exige y se reserva el derecho de reproducir total o parcialmente los trabajos premiados. El autor premiado justificará debidamente su personalidad si "A B C" lo considera necesario. Si el premio se adjudicase a un autor fallecido, "A B C" entregará el importe del premio libremente, sin intervención alguna judicial, a la persona o personas de su familia a quienes considere con mejor derecho.

Quinta. El mero hecho de participar en este concurso equivale a la total conformidad con las presentes bases.

CONCURSO DE ARTICULOS SOBRE EL DUERO.—El Ayuntamiento de Aranda de Duero convoca un concurso de artículos periodísticos sobre "Motivos literarios del Duero" con arreglo a las siguientes bases:

Primera. Se establecen tres premios: primero, de 5.000 pesetas; segundo, de

3.000 pesetas, y tercero, de 2.000 pesetas.

Segunda. Los artículos que opten a estos premios deberán ser publicados en periódicos de España o Portugal antes del 20 de agosto de 1960.

Tercera. Los concursantes deberán remitir dos ejemplares del artículo publicado al Ayuntamiento de Aranda de Duero, señalando: Para el concurso "Motivos literarios del Duero". El plazo de admisión terminará el día 25 de agosto.

Cuarta. El Jurado Calificador estará constituido por el director general de Prensa (o persona en que delegue), los directores que se designen de los diarios de Burgos, Soria, Zamora, Valladolid y Oporto, y el delegado de Cultura del Ayuntamiento de Aranda, que actuará como secretario.

Quinta. La adjudicación de los premios se verificará en Aranda de Duero en la Fiesta Mayor de la Virgen de las Viñas el día 11 de septiembre próximo, coincidiendo con la final del Festival de la Canción del Duero.

CONCURSO DE LA ASOCIACION DE HIDALGOS.—Bajo la denominación de Premio Zenón de Somodevilla, primer marqués de la Ensenada, la Asociación de Hidalgos establece un concurso anual dotado de 10.000 pesetas para galardonar trabajos periodísticos publicados en diarios, semanarios o revistas españolas, cuyo tema variará anualmente.

Dicho trabajo versará este año sobre la función social y cultural de la hidalguía en el pasado y en el presente y podrán concurrir los autores que hayan publicado con su nombre o anónimamente, artículos desde el 1 de enero al 31 de octubre.

Los artículos en doble ejemplar deberán remitirse a la Asociación, apartado de Correos 12.205, Madrid, antes del 1 de noviembre.

El premio será indivisible y no podrá declararse desierto.

PREMIO PERIODISTICO "JUAN DE LA CIERVA".—La Asociación Española para el Progreso de las Ciencias, bajo los auspicios del Patronato "Juan de la Cierva" de Investigación Técnica y de la División de Ciencias del Consejo Superior de Investigaciones Científicas, convoca concursos semestrales para premiar la colección de artículos, en número no inferior a tres, que reflejen la proyección en la sociedad de la investigación o difundan el

conocimiento de la ciencia. Habrá un premio de 5.000 pesetas.

Al primero de los concursos pueden concurrir artículos publicados en diarios españoles entre el 1 de julio y el 31 de diciembre de 1960. Los artículos se enviarán hasta el 10 de enero de 1961 al secretario de la Asociación Española para el Progreso de las Ciencias (Valverde, 22, Madrid).

PREMIOS ORTEGA Y MUNILLA.—La Sociedad Mutua de Agentes Comerciales de España, con motivo de celebrar sus bodas de plata, ha querido rendir homenaje a la memoria del eximio periodista don José Ortega y Munilla, que supo recoger en un artículo lleno de humanidad, "El hombre del baúl", el espíritu que animaba en sus penosos recorridos por España a los viajeros de comercio. El homenaje consiste en un concurso periodístico centrado en la figura del agente comercial, y puede referirse a los diversos aspectos de la misión que realiza como colaborador de la vida económica del país.

Podrán optar a los premios los autores de crónicas, firmadas o anónimas, que basándose en el citado tema se publiquen en cualquier periódico revista o boletín profesional desde la fecha actual al 31 de julio próximo. Los artículos pueden remitirse a M. A. C. E. (Preciados, 39), indicando la dirección del autor. Se establece un premio de 15.000 pesetas, otro de 10.000 y otro de 5.000. También se concederán premios a los trabajos de agentes comerciales que desarrollen el mismo tema, dotados con 4.000 y 3.000 pesetas, y tres de 1.000.

Los premios serán adjudicados por un Jurado, y la entrega se efectuará en el mes de octubre, con motivo de los actos que se organicen para celebrar las bodas de plata de la entidad.

CONCURSO PERIODISTICO Y RADIOFONICO DE LA F. E. C. I. T.—

La Federación Española de Centros de Iniciativas y Turismo, con motivo de la celebración de su XXV Asamblea en Tarragona, los días 11 al 17 de septiembre de este año, abre un concurso para artículos periodísticos y radiofónicos sobre temas de turismo nacional. Todos los periodistas españoles podrán concurrir con sus trabajos publicados en periódicos y revistas de Madrid o provincias entre los días 1 de julio a 31 de agosto próximos. Asimismo, los guiones radiofónicos de los concursantes

tes tendrán que haber sido radiados por emisoras de Madrid o de provincias, dentro de las mismas fechas. Se crea un premio de 2.000 pesetas para el mejor trabajo, publicado en revistas o periódicos, a juicio del Jurado que se nombrará al efecto. Y un segundo premio de 1.000 pesetas para el trabajo periodístico que siga en mérito al anterior; un primer premio de 2.000 pesetas para el mejor guión retransmitido por radio, y un segundo premio de 1.000 pesetas. El Jurado examinará los artículos y guiones y hará público su fallo dentro de la celebración de la Asamblea.

Los concursantes deberán enviar sus trabajos a la secretaria de la Federación Española de Centros de Iniciativa y Turismo, plaza Mayor, 3, antes del día 5 del mes de septiembre próximo, consignando en el sobre: "Para el Concurso de artículos periodísticos y radiados convocado por la F. E. C. I. T." Los autores de artículos periodísticos deberán enviar los periódicos en que fueron publicados, y los autores de los guiones radiofónicos copia de los mismos con el sello oficial de la emisora y la fecha en que fueron radiados.

PREMIOS PERIODISTICOS Y POETICOS DE LUGO. — La Delegación Provincial del Ministerio de Información y Turismo convoca el X Certamen Literario Nacional. Un premio de dos mil pesetas y medalla del Ayuntamiento se concederán al mejor trabajo periodístico sobre el tema "Lugo, ciudad eucarística en las rutas turísticas de España". Un segundo premio, de mil pesetas, se concede por el diario local "El Progreso" para el mejor trabajo que destaque los valores de todo orden en Lugo y su provincia.

PREMIOS DE POESIA SOBRE EXALTACION DE VALORES RIOJANOS. — Bajo el patrocinio de la Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Zaragoza, Aragón y Rioja, la Junta Provincial de Información, Turismo y Educación Popular de Logroño ha organizado el VI Certamen de Exaltación de Valores Riojanos, con la convocatoria de varios premios de poesía dotados con un total de 22.500 pesetas. Los trabajos deberán enviarse antes del 31 de julio a la Secretaría de la Junta Provincial de Información, Turismo y Educación Popular, Logroño, donde

El Circulo de Bellas Artes concede un premio de mil pesetas a la mejor poesía inédita, de metro y extensión libres, y la Comisión de Fiestas otorga otro premio de quinientas pesetas al mejor soneto inédito sobre el tema del Santísimo Sacramento. La emisora Radio Lugo concede otro premio de quinientas pesetas para un guión radiofónico radiado por cualquier emisora española, también de exaltación de la indicada fecha.

PREMIO "VIAJES MARSANS, SOCIEDAD ANONIMA", SOBRE "IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LA ECONOMIA". — Pueden aspirar al premio "Viajes Marsans, S. A." los artículos publicados por primera vez, con firma o seudónimo habitual, desde el 15 de mayo al 31 de agosto de 1960, en idioma español, por autores españoles, en periódicos o revistas de cualquier localidad española, que traten del tema. "Importancia del Turismo en la Economía".

Los trabajos, que no excederán de tres por firma, se enviarán a la Secretaría del Consejo de Administración de "Viajes Marsans, S. A.", Carrera de San Jerónimo, número 19, Madrid, antes del día 15 de septiembre de 1960, recortados y pegados en hojas de 27 centímetros de largo por 21 de ancho, acompañados de otra hoja en que conste el domicilio del autor y el título y fecha del periódico en que hayan aparecido. De cada trabajo se incluirán seis ejemplares o un ejemplar (recortado como queda dicho), acompañado de cinco copias.

El premio, de 25.000 pesetas, no será dividido en ningún caso, ni el concurso podrá declararse desierto.

V A R I O S

proporcionarán los datos complementarios.

PREMIOS NACIONALES DE RADIODIFUSION Y TELEVISION. — El ministro de Información y Turismo acaba de crear estos importantes premios a través de una Orden ministerial cuya parte dispositiva dice así:

"Artículo 1.º Se crean los Premios Nacionales de Radiodifusión y Televisión, que se concederán anualmente en la forma y cuantía determinadas en la presente Orden.

Art. 2.º Dichos Premios Nacionales,

que estarán dotados con la cantidad de 20.000 pesetas cada uno, serán diez y se concederán por la labor más destacada efectuada durante el año:

a) En la confección de guiones originales para programas realizados en emisoras de radiodifusión.

b) En la confección de guiones originales para programas realizados en emisoras de televisión.

c) En la confección de guiones de adaptación de obras literarias de positivo valor cultural y social, para programas realizados en emisoras de radiodifusión o televisión.

d) En la confección de guiones para emisiones infantiles realizadas en emisoras de radiodifusión o televisión.

e) En el montaje y realización de programas de radiodifusión.

f) En el montaje y realización de programas de televisión.

g) Como locutor o presentador de emisiones de radiodifusión o televisión.

h) En actividades informativas realizadas a través de emisoras de radiodifusión o televisión sobre temas de actualidad nacional o internacional.

i) En actividades de estudio, información o crítica sobre la radiodifusión o televisión realizadas a través de publicaciones periódicas o no periódicas o de cualquier medio de expresión de pensamiento.

j) En actividades profesionales relacionadas con la radiodifusión o la televisión, no comprendidas en alguno de los grupos anteriores.

Art. 3.º Solamente podrán concederse los premios establecidos en el artículo anterior a quienes posean la nacionalidad española, filipina o de cualquiera de las Repúblicas americanas de habla española, debiendo entenderse, en cuanto a los supuestos comprendidos en los apartados a) a h), que ha de tratarse en todo caso de actividades realizadas a través de emisoras oficiales o privadas españolas.

Art. 4.º Los premios serán discernidos por un Jurado, cuya composición se hará pública en el momento de la convocatoria, y que, bajo la presidencia del ministro de Información y Turismo, estará constituido por el director general de Radiodifusión y Televisión; como vicepresidente, el director de Programas de Radio Nacional de España; el director de Programas de Televisión Española, tres representantes de las emisoras privadas y cuatro miembros más designados libremente por el ministro del Departamento entre personas de reconocido prestigio literario, artístico o cultural.

Art. 5.º Los premios serán convocados el día 1 de enero del año siguiente que correspondan las actividades o trabajos que hayan de ser objeto de los mismos; durante el mes de febrero, el Jurado recogerá la información necesaria para concederlos, y serán hechos público el 24 de marzo, festividad de San Gabriel Arcángel, Patrono de la Radiodifusión y Televisión Española.

Art 6.º Los premios podrán ser otorgados a propuesta de cualquier emisora española de radiodifusión y televisión, a petición de los interesados o por iniciativa del Jurado o de la mitad más uno de sus miembros.

Quienes hayan sido premiados en una convocatoria, no podrán obtener de nuevo el mismo premio en las cuatro convocatorias siguientes.

Lo que comunico a V. I. para su conocimiento y efectos.

Dios guarde a V. I. muchos años.
Madrid, 26 de abril de 1960.

ARIAS-SALGADO

Ilmo. Sr. Subsecretario de este Departamento.
("Boletín Oficial del Estado", 5-V-60, 5.792.)

PREMIO "LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA COMO INVERSIÓN RENTABLE".—El Patronato "Juan de la Cierva" convoca un concurso dotado con 25.000 pesetas, al trabajo que estudie "La investigación científica como inversión rentable". Su extensión será de 100 a 150 holandesas. Los originales pueden entregarse hasta el día 31 de octubre en la Secretaría del Patronato "Juan de la Cierva" (Serrano, 150).

PREMIOS DE LA XIII FIESTA DE LA VENDIMIA JEREZANA.—Los premios literarios de la XIII Fiesta de la Vendimia Jerezana han sido convocados por el Ayuntamiento de Jerez de la Frontera.

Se concederán 10.000 pesetas a una poesía inédita de metro y extensión libre dedicada al vino de Jerez.

Se concederán 25.000 pesetas a un estudio sobre los orígenes y particularidades de la canción andaluza, no del cantante flamenco. La extensión no será inferior a 50 cuartillas.

Los autores de estos dos premios enviarán sus trabajos sin firma y con pluma, antes del 10 de agosto, al Ayuntamiento de Jerez.

Se concederán 3.000 pesetas a un artículo periodístico relacionado con el vino de Jerez, publicado antes del 10

de agosto. Los trabajos se enviarán antes del 15 del mismo mes al Ayuntamiento de Jerez de la Frontera.

SETECIENTAS CINCUENTA MIL PESETAS PARA UNA OBRA DE DIVULGACION, CON OTROS PREMIOS DE 450.000 Y 300.000 PESETAS.—Ha sido convocado el Concurso "Econ" para obras de divulgación ("Non fiction books"), en el que pueden participar autores de todos los países del mundo. El original debe estar redactado en inglés, francés o alemán. Los autores que escriban en español, italiano, holandés, danés, noruego, finlandés o sueco pueden enviar su original a la editorial de su país que participe en el Concurso, la que se encargará de la traducción a una de las tres lenguas antes expresadas, caso de que el original interese para proponer al premio. El original debe estar escrito a máquina y tener 250 páginas como mínimo y 500 como máximo, de 30 líneas cada página y 60 pulsaciones por línea.

La elección de tema se deja al criterio del autor, pero se establece que la obra deberá tratar un asunto científico, técnico, económico o cultural en forma tal que interese a un amplio círculo de lectores.

El autor conservará la posesión de todos sus derechos y se comprometerá a no ofrecer su original a ninguna otra editorial hasta que el Jurado de los Premios "Econ" haya emitido su fallo.

El Jurado del Concurso está integrado por las siguientes personas: Mr. Attenborough, de Hodder & Stoughton, Londres; señora doña Dalai, de Garzanti, Milán; M. Gruénais, de Hachette, París; señor Helms, de Forum, Estocolmo; Mr. Ed Kuhn Jr., de McGraw-Hill, Nueva York, y los señores doctor Vogel y Barth von Wehrenalp, Econ, Düsseldorf.

Se establecen tres premios: el primero de 50.000 DM (750.000 pesetas aproximadamente), el segundo de DM 30.000 (450.000 pesetas aproximadamente) y el tercero de 20.000 DM (pesetas 300.000, aproximadamente). En el caso de que el Jurado no llegara a ponerse de acuerdo sobre la concesión del primer premio, queda autorizado para reunir las sumas fijadas para el primero y el segundo premios y otorgar dos segundos premios de DM 40.000 (600.000 pesetas aproximadamente) cada uno. En tal caso, las editoriales participantes podrán decidir acerca de cuál de las dos obras premiadas quieren adquirir para publicar en su país.

Los originales, a ser posible por cuadruplicado ejemplar, deberán enviarse con el lema "Econ-Sach-buch-Praisuschreiben" a Econ Verlag GmbH, Düsseldorf, Presshaus. También pueden los autores de cada país remitir los originales con el lema "Para los Premios Econ" a las siguientes editoriales participantes: Dinamarca: Gyldental Danmark Ltd., 3 Klareboderne, Copenhagen; España: Editorial Noguer, S. A., Paseo de Gracia, 98, Barcelona (8); Estados Unidos: McGraw-Hill Book Co. Inc., 330 West Forty-Second St., New York, 36; Finlandia: Kustannusosakeyhtiö Otava, Udenmaankatu 8-12, Helsinki; Francia: Hachette, 79 Bd. St.-Germain, París, 4^e; Holanda: Uitgeverij W. Gaade, Grote Marktstraat 39, La Haya; Italia: Aldo Garzanti, Via della Spiga, 30, Milán; Noruega: Gyldental Norsk Forlag Universitetsgaten, 16, Oslo, Suecia: Bokförlaget Forum AB, Kaptensgatan, 13, Estocolmo, 14; Inglaterra: Hodder & Stoughton Ltd., St. Pauli's House, Warwick Sq., Londres E. C. 4.

Las editoriales participantes realizarán la preselección para las obras de su ámbito lingüístico, y enviarán al Jurado tres obras —en caso excepcional cinco como máximo— para que éste proceda a la elección definitiva. Las editoriales participantes se han comprometido a dar a conocer entre sí, en forma de informes breves, todas las obras que tomen en consideración para su publicación.

El plazo para la recepción de los originales finalizará el 31 de octubre de 1961; la adjudicación de los premios tendrá efecto no más tarde de principios de enero de 1962.

Los originales en lengua española deben ser remitidos o entregados a Editorial Noguer, S. A., Paseo de Gracia, número 98, Barcelona (8), España, donde se facilitarán todos los detalles de este concurso.

CREACION DE DOS PREMIOS LITERARIOS DE DIEZ MIL DOLARES. En el coloquio internacional de novela que se está celebrando en Formentor, se ha facilitado una nota a la Prensa en la que se dice que para favorecer la expansión de la literatura narrativa de imaginación y al mismo tiempo fomentar el intercambio de corrientes estéticas entre las distintas literaturas contemporáneas, editores de las principales capitales del mundo, reunidos con ocasión de este coloquio, han decidido fundar el "Prix International de Editeur", dotado con diez mil dólares y la

publicación de la obra premiada en cada uno de los países representados por los fundadores del premio. Será otorgado todos los años a primeros de mayo en Formentor.

También se acordó instituir el premio "Formentor", que será otorgado a una obra inédita escrita en cualquier lengua y estará dotado, asimismo, con diez mil dólares. Ambos premios se otorgarán por primera vez en 1961.

Los editores reunidos en Formentor y que decidieron fundar el "Prix International de Editeur", han sido: Galmard, de París; Enandi, de Turín; Weidenfel, de Londres; Rowohlt, de Hamburgo; Rosset, de Nueva York, y Victor Seix y Carlos Barral, de Barcelona.

La obra "Premio Formentor", también dotada con 10.000 dólares, será traducida en España, Italia, Francia, Estados Unidos, Inglaterra y Alemania.

CONCURSO LITERARIO MARIANO.—Un concurso literario convoca la Junta para la Coronación de la Santísima Virgen del Rosario y el Congreso Mariano de La Coruña, que preside el cardenal Quiroga Palacios, arzobispo de Santiago de Compostela. Un premio de cinco mil pesetas y otro de tres mil se concederán a los mejores trabajos que se publiquen en periódicos o revistas españoles sobre la Virgen del Rosario, Patrona de La Coruña, con motivo de la coronación y del Congreso citados. Los artículos deberán ser publicados entre el 1 de mayo y el 1 de agosto del corriente año, y el plazo de presentación terminará el 15 de agosto. El fallo del Jurado se hará público el 1 de septiembre próximo.

PREMIO DE POESIA DE LA EDITORIAL SUARRO.—La Editorial Suarro tiene en preparación la primera "Antología de Poetas Anónimos", que se confeccionará seleccionando las mejores 500 poesías que se presenten al concurso que esta Editorial convoca. Se establecen dos premios, dotados con 5.000 y 2.500 pesetas, y cinco menciones honoríficas. El plazo de admisión de originales termina el día 31 de julio de 1960, y se enviarán al Apartado de Correos 121, Madrid.

CONCURSO DEL PLAN "PARAMO LEONES", CON UN PREMIO DE PESETAS 150.000 Y UN ACCESIT DE 50.000.—La Diputación de León convoca un concurso para premiar el mejor estudio que se presente acerca de las posibilidades de transformación econó-

mica y social de las zonas regable y regada del pantano de Barrios de Luna, con excepción del sector denominado "aguas sobrantes", de cuyas zonas constituye núcleo importante el páramo leonés.

Los trabajos que concurren a este certamen se sujetarán, como mínimo, al siguiente temario:

- Obras hidráulicas.
- Comunicaciones.
- Concentración parcelaria.
- Nivelación.
- Enseñanza agraria.
- Orientación agraria.
- Orientación económica.
- Organización social.

Se concederá un premio de 150.000 pesetas al mejor trabajo. Se podrá otorgar un accésit dotado con 50.000 pesetas.

El plazo para la presentación de trabajos terminará el 25 de diciembre de 1960.

PREMIO "CAJAS DE AHORRO."—La Confederación Española de Cajas de Ahorros ha convocado un concurso dotado con 50.000 pesetas para el mejor trabajo monográfico que se presente sobre el siguiente tema: "Influencia en la economía nacional de la labor de las Cajas Generales de Ahorro, con especial examen de su cooperación al desarrollo económico y a la estabilidad monetaria".

Deberán ser remitidos los trabajos a la Confederación Española de Cajas de Ahorro, Alcalá, 27, Madrid (14), cerrándose el plazo de admisión a las doce horas del 31 de octubre de 1960.

Las monografías serán inéditas, se presentarán por triplicado y con una extensión mínima de 150 folios.

JUEGOS FLORALES DE TARIFA.—Al cumplirse el milenario del castillo de Tarifa, el Ayuntamiento de la ciudad convoca los siguientes premios:
A un canto en verso libre sobre el castillo de Tarifa, flor natural y 8.000 pesetas.

A un artículo sobre Tarifa, publicado en la Prensa, 5.000 pesetas.

A un estudio histórico sobre el tema "Los mil años del castillo de Tarifa", con un máximo de 100 cuartillas, pesetas 12.000.

El plazo de admisión de trabajos termina el día 5 de agosto. Se enviarán al secretario del Ayuntamiento de la ciudad.

PREMIO DE NOVELA "JUVENIL CADETE", DOTADO CON 70.000 PE-

SETAS.—Con el fin de estimular hacia este género literario el interés de los escritores españoles e hispanoamericanos, y para enriquecer con un nuevo título inédito su Colección Juvenil Cadete, Editorial Mateu convoca el Premio de Novela "Juvenil Cadete".

Podrán optar al Premio las novelas inéditas escritas en lengua castellana. La extensión de las obras no será inferior a la de 200 folios (tamaño 32 por 22), mecanografiados a doble espacio y a una sola cara.

La cuantía del Premio será de 70.000 pesetas (setenta mil). La obra premiada quedará de propiedad de Editorial Mateu. El Premio será otorgado, por votación, por un Jurado de siete miembros nombrados por Editorial Mateu. Para la concesión del Premio "Juvenil Cadete" será utilizado el procedimiento de eliminación a base de siete votaciones secretas.

En ningún caso el Premio podrá ser distribuido entre dos o más novelas, debiendo ser concedido íntegro a una sola obra. Editorial Mateu tendrá op-

ción preferente para la adquisición de los derechos de las obras presentadas no premiadas que considere de interés para su publicación en la Colección Juvenil Cadete.

Los originales deberán ser presentados mecanografiados por duplicado perfectamente legibles, y en ellos constará el nombre del autor y su domicilio. En caso de seudónimo literario, el autor lo hará seguir de un paréntesis con el nombre y apellidos. El plazo de admisión terminará el día 12 de octubre (Fiesta de la Raza), y el Premio se otorgará el 13 de noviembre siguiente a la convocatoria (aniversario del nacimiento de Roberto L. Stevenson), autor de "La isla del tesoro". Los originales se enviarán a nombre de Editorial Mateu, calle de San Gervasio, número 84, Barcelona (6), con la indicación "Para el Premio Juvenil Cadete". Se extenderá recibo de recepción si el autor lo solicita.

El Premio "Juvenil Cadete" 1960 será adjudicado el 13 de noviembre del corriente año.

ANUARIO

DE LA

PRENSA ESPAÑOLA

Todos los datos más interesantes y curiosos relativos a los Periódicos, Hojas del Lunes, Revistas y Boletines

Informaciones complementarias sobre Agencias informativas y de publicidad. Emisoras de radio, No-Do, Corresponsales, Fábricas de papel-prensa, etc.

LEGISLACION DE LA PRENSA

Indispensable para cualquier actividad en que sea necesario relacionarse con la Prensa de España

DE VENTA EN LIBRERIAS

Pedidos a la Administración de Publicaciones de la Dirección General de Prensa

Monte Esquinza, 2

MADRID

La Papeleta

Española

SOCIEDAD ANONIMA

Bilbao

Fábrica de Pastas Mecánicas y Químicas
de todas clases.

Primera fábrica de pasta de esparto en España.

Fabricantes de papeles, cartones y cartoncillos
de todas clases y para todos los usos.

Fábricas en:

**VIZCAYA, GUIPUZCOA, NAVARRA,
CATALUÑA, CASTILLA y VALENCIA**

ARGOS

SERVICIOS DE PRENSA

CONDE DE ARANDA, 4

—:

APARTADO 661

TELEFONOS 36 62 68 y 36 18 47

M A D R I D

Director: **José Luis de Castro Vázquez de Prada**

Asesor literario: **Alfredo Marquerie**

Redactor Jefe: **Valentín Bleye**

Secretario de Redacción: **D. Fresno Rico**

y un nutrido cuadro de redactores y colaboradores

CRONICA DIARIA sobre la actualidad madrileña.

CRONICAS SEMANALES sobre Agricultura, Economía y Finanzas, Legislación, Toros, Deportes, Teatros, Modas, etc., etc.

CRONICAS Y REPORTAJES DEL EXTRANJERO

SERVICIOS ESPECIALES a petición de cada periódico.

ARGOS

SERVICIOS DE PRENSA

actúa como Redacción delegada en Madrid
de los periódicos de provincias

EDITORS PRESS SERVICE, INC.

345 Madison Avenue - New York 17, N. Y.

Agencias en las 27 capitales más importantes del mundo

DEPARTAMENTO DE PRENSA

- "Hoy y Mañana", por W. Lippmann (tres artículos por semana).
"El Carrousel de Washington", por D. Pearson (tres artículos por semana).
"North American Newspaper Alliance" (N. A. N. A.) (trece crónicas desde todo el mundo por semana).
"Maravillas del Universo", por I. M. Levitt (un artículo ilustrado por semana).
"Tópicos Médicos", por el doctor W. Brady (dos artículos por semana).
"Novelas de misterio que escribió la realidad" (una novela por semana).
"Rincón del Abuelo" (tres artículos ilustrados por semana).
"Tres por Uno" (Sección de amenidades) (servicio semanal).
"Pasatiempos" (una página semanal).
"Reflector Deportivo", por J. Cannon (tres artículos por semana).
"Consejos Sentimentales", por D. Dix (tres artículos por semana).
"Su horóscopo", por C. Righter (seis veces por semana).
"Figuras del Retablo", por S. Robles (tres caricaturas semanales, con pies biográficos de unas 200 palabras).
"Desde Hollywood", por L. Lane (un artículo ilustrado por semana).
"Decorado interior", por B. Lenahan, (un artículo ilustrado por semana).
"Sea usted bella" (Consejos de belleza) (tres artículos por semana).
"Consejos útiles" (para el hogar) (seis veces por semana).
"En la Cocina" (Consejos y recetas) (seis veces por semana).
"Crucigramas" (en español) (seis veces por semana, en matrices a dos columnas).
"Explore su mente", por A. E. Wiggam (tres artículos por semana).
Páginas cómicas y de aventuras, en español, en matrices de estereotipia.
Tiras diarias, cómicas y de aventuras, en español, en matrices de estereotipia.
Servicios exclusivos de chistes de los mejores caricaturistas norteamericanos.
Libros de aventuras para la juventud.
Seriales de firmas de prestigio internacional.
Columnas en inglés sobre Política, Negocios, Medicina, Deportes, Artes, Hollywood, Cuidado de los niños, Entretenimientos, Moda, Belleza, Hogar, Cocina, Decoración, etc., etc.

DEPARTAMENTO DE PUBLICIDAD

- Fotografías inéditas y exclusivas realizadas con las mejores modelos profesionales de los Estados Unidos.
Temas: Perfumería, cosmética, modas, bustos femeninos y masculinos, bebés, negocios, venta al público, juegos, seguros, productos farmacéuticos, chocolates, bebidas, desayunos, comidas, animales, deportes, joyas, relojes, peinados, accidentes, paisajes, composiciones artísticas, etc., etc.

Consulte presupuestos y solicite muestras a

JAIME ZARDOYA LLEO

REPRESENTANTE GENERAL PARA ESPAÑA Y PORTUGAL

Diputación, 202, 1.º

Teléfono 24-11-23

Dirección telegráfica: EDISERVICE

B A R C E L O N A