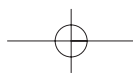
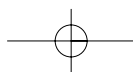
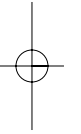
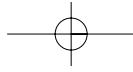
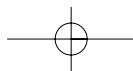


5

La prensa gráfica y el fotorreporterismo
(*Gaceta Ilustrada, La Actualidad Española...*)







La palabra escrita no es suficiente por sí sola para sugerir al espíritu la idea completa de verdad o de belleza.

Pedro CARLOS MANRIQUE
Director de *Revista Ilustrada*
Bogotá, 18 de junio de 1898

Para ver la vida, para ver el mundo, ser testigo de los grandes acontecimientos, observar los rostros de los pobres y los gestos de los orgullosos; ver cosas extrañas: máquinas, ejércitos, multitudes, sombras en la jungla y en la luna; ver cosas lejanas a miles de kilómetros, cosas ocultas detrás de las paredes y en las habitaciones, cosas que llegarán a ser peligrosas, mujeres, amadas por los hombres, y muchos niños; ver y tener el placer de ver, ver y asombrarse, ver y entregarse.

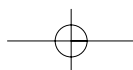
Henry R. LUCE
Editorial del primer número de *Life*

La photo est une petite arme pour changer le monde.

Henri CARTIER-BRESSON

Desde el fondo de la historia, desde los archivos felizmente rescatados, catalogados y digitalizados, frente a un inmenso material destruido, tirado a los basureros o enterrado por la ignorancia, llegan las imágenes en el blanco y negro de la realidad más cotidiana, la única a la que tiene acceso el periodista con su capacidad para elegir ese instante que, con distintos conceptos, ha dominado las teorías de la fotografía y su reproducción».

Marisa Flórez
«Los límites del reportaje», *Sobre España ayer y hoy*
Centro Virtual Cervantes
<http://cvc.cervantes.es>



«UNA IMAGEN vale mil palabras» es el tópico, dicen que chino, con el que suelen comulgar, entusiasmados, quienes trabajan con imágenes; en nuestro caso, los fotógrafos de prensa. Pero los más ilustrados, también los más prudentes, se conforman con que cada cosa ostente su categoría sin detrimento de la otra. Eso sí, siempre que *sin detrimento de la otra* signifique sin detrimento de la fotografía...

Pero, ¿a qué llamamos, aquí, prensa ilustrada o gráfica? Porque está claro que toda la prensa está y estuvo ilustrada siempre. En la transición española sólo el que puede llamarse diario con todos los títulos, *Nivel* —del que ya se ha contado sólo apareció un día, el 25 de diciembre de 1969, y como decimos siempre: s.e.u.o., y si exceptuamos los primeros balbuceos de la prensa económica—, cayó en el error de imitar al *Le Monde* francés que, por algún problema psicológico de sus editores y periodistas con la imagen¹, no desde luego por ninguna cuestión racional y ni siquiera debatible, rechazaba la publicación de fotografías, en algún momento incluso en los anuncios, y, no obstante, gozaba de un favor relativo de los compradores y el aplauso total y entusiasta de una intelectualidad *highbrown*, seguramente aquejada del mismo problema en las conexiones neuronales que los hacedores del diario.

Pero sí es cierto que en muchos medios de la transición española tampoco se apreciaba la imagen periodística en lo que valía y, como se contará más adelante, hasta la aparición de un mensual con ínfulas de *Playboy* sin chicas, *Gentleman*, en 1973, ningún medio decidió que un editor gráfico era tan necesario como un redactor jefe...

Otro inútil combate: como veremos a continuación, la escritura y la ilustración aparecen casi al mismo tiempo en la prensa y conviven en cuanto se ponen a punto nuevas técnicas de estampación de ilustraciones compatibles con las de la tipografía. Y definitivamente conforme se modernizan —de la xilografía a la litografía, de ésta a la xilografía a testa...—, lo que coincide con el final de la prensa de opinión del XVIII y el nacimiento de la prensa informativa, en el último tercio del siglo XIX.

¹ Un problema con largas secuelas: una vez aceptada la fotografía en sus páginas, ante el poderoso argumento del descenso de las ventas, *Le Monde* se resistió a introducirla en sus portadas y en ello se encastilló hasta que no le quedó más remedio que rendirse, precisamente, *hélas*, dirían ellos, cuando planeó salir a Bolsa, en enero de 2002. Aunque tuvo, de vez en cuando, días de lucidez, como cuando metió en portada, ¡y a dos colores!, un grabado de Miró, quizá con motivo de su muerte, el 25 de diciembre de 1983.

Sostienen los semiólogos que la inclusión de la fotografía en la prensa responde a la exigencia del lector y a la necesidad del editor de escenificar la noticia, ilustrar el hecho y certificar su veracidad: la foto es una prueba de que el hecho sucedió, es una realidad. El cineasta suizo Jean Luc Godard lo dijo después de manera más sencilla: «La fotografía es la verdad» —aunque añadió un más que discutible «y el cine, la verdad 24 veces por segundo» (*Le petit soldat*, 1960)—, a lo que Susan Sontag añadió: «Fotografiar es conferir importancia» (*Sobre la fotografía*, Edhasa, Barcelona, 1980). Es decir, el informador gráfico no sólo contempla la realidad sino que pone de relieve sus aspectos más importantes y llamativos mediante la selección que realiza con sus imágenes.

Pero esta necesidad de receptores y emisores de información de certificar la realidad de lo que le cuenta el periodista literario con lo que le enseña el periodista gráfico, no venía sino a continuar el camino de una necesidad colectiva ancestral: representar y conservar signos visibles de la experiencia común. Las pinturas rupestres ya eran, en este sentido, tanto iconos para sus contemporáneos como informaciones para sus descendientes. Además del hecho obvio de que se cree lo que se ve, mientras que lo que se lee ha de contar con la confianza del lector para ser creído; de ahí que la credibilidad sea el mayor capital de periodistas y medios y el éxito, en este aspecto, de la cerrilidad de *Le Monde*: tengo tanto prestigio, parece decir con su cerrazón gráfica, que no necesito escenificar lo que cuento con fotografías...

Lo que no sólo no es el caso de la inmensa mayoría de los medios de comunicación —o mejor dicho: del resto de la prensa, excepto la económica cuyo relato abstracto no admite la concreción fotográfica— sino que el nacimiento de la prensa informativa se encontró que tenía que dirigirse a una sociedad con amplias capas iletradas, por lo que la imagen era fundamental para alcanzar sus propósitos. Tanto más cuanto que nacía de la mano de las élites de políticos adinerados que podían financiar la edición de los periódicos y que, a cambio, esperaban obtener réditos para sus intereses políticos. Por ello, en una primera etapa, antes de la utilización de la fotografía, las ilustraciones de la prensa tendieron a la sátira más que a la reproducción realista de los hechos.

Pero en todo caso, como señala el historiador mejicano Tomás Pérez Vejo, «las imágenes de la prensa ilustrada [ilustraciones y fotografías] son una de las herramientas más útiles para la reconstrucción de los imaginarios colectivos de las clases medias decimonónicas y de que la lucha por el control de los imaginarios es una de las claves de la vida política de la mo-

dernidad». En su interesantísimo trabajo «Imágenes de México en las revistas ilustradas españolas del siglo XIX: 1834-1874», Pérez Vejo, de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, dice:

El mundo que hoy conocemos ha sido construido, inventado, dotado de imágenes hasta convertirse en real. La invención es también una forma de conocimiento. En este proceso las revistas ilustradas decimonónicas tuvieron un lugar central al difundir entre un público amplio, el de las clases medias europeas, una imagen del mundo, de la que todavía somos en parte herederos. La representación del mundo no es neutra, determina una forma de ver, de imaginar, los diferentes espacios geográficos y de las relaciones que se deben de tener con los pueblos que los habitan. Mediante grabados y litografías las elites europeas del siglo XIX crearon y difundieron una visión del mundo, que permitía identificar y reconocer intereses nacionales de ámbito planetario. Sin duda tiene razón Brubaker [Mitos] cuando afirma, en otro contexto, que «la identificación y constitución de los intereses [...] es un proceso complejo que no puede reducirse a la manipulación de la elite, pero no parece demasiado arriesgado afirmar que, en este caso concreto, la identificación y reconocimiento de intereses nacionales por la prensa ilustrada estaban claramente mediatizados por las elites de cada país. Las imágenes difundidas por ella representaban una visión y división del mundo, a grandes rasgos la de la elite gobernante, que servía para justificar, explicar y legitimar las políticas exteriores que esta misma elite estaba llevando a cabo. Las imágenes de la prensa ilustrada, en general una preciosa guía para la reconstrucción de los imaginarios colectivos de los grupos alfabetizados decimonónicos, se convierten así en prácticamente imprescindibles para reconstrucción y explicación del proceso de «descubrimiento-invencción» del mundo llevado a cabo por los pueblos europeos a lo largo del siglo XIX; imprescindibles para la reconstrucción de los imaginarios colectivos que alentaron y justificaron, por ejemplo, el agresivo imperialismo europeo del siglo XIX.

[...] son los grabados de las revistas decimonónicas los primeros en hacer llegar en España, a un público amplio, imágenes de los territorios americanos. Por sorprendente que hoy pueda resultarnos, siglos de vida política común no habían ido acompañados de imágenes compartidas. Para la mayoría de los españoles peninsulares, América fue durante siglos un concepto abstracto, un mundo sin imágenes o, para un grupo muy reducido, el que tenía acceso a los libros de estampas, una vaga alegoría de matronas clásicas con plumas en la cabeza. Las revistas ilustradas fueron las primeras en llevar a un público amplio una imagen de América con voluntad de realidad, desnuda de ropajes alegóricos. Es posible que la primera imagen que tuvo una cierta difusión «popular» de México en Espa-

ña fuese un grabado aparecido ya casi a mediados de siglo, 1845, en El Laberinto, que representa una vista de la plaza de Armas de la Ciudad de México, actual Zocalo.

XIIIth Congress of the International Economic History Association (IEHA)
Buenos Aires, julio de 2002
www.eh.net/XIIICongress

La mítica Gisèle Freund (Berlín, 1908-París, 2000), la fotorreportera alemana de *Life* y *Paris Match*, que también dedicó atención a elaborar teóricamente su trabajo, lo expresa de manera esclarecedora, en este caso referida a la fotografía: «La introducción de la foto en la prensa es un fenómeno de importancia capital. Cambia la visión de las masas. Hasta entonces, el hombre ordinario sólo podía visualizar los acontecimientos que ocurrían justo ante él, en la calle, en su ciudad. Con la fotografía se abre una ventana sobre el mundo. Los rostros de los personajes públicos, los hechos que acontecen en el país o más allá de sus fronteras, devienen familiares. Con la ampliación de la mirada, el mundo se reduce. La palabra escrita es abstracta pero la imagen es el reflejo concreto de un mundo en el cual todo puede ser visto. La fotografía inaugura los *mass media* visuales cuando el retrato individual es reemplazado por el retrato colectivo» (*La fotografía como documento social*, Gustavo Gili, Barcelona, 1976).

Cuando en los años 30 del siglo XIX, Niepce y Daguerre inventan la fotografía —la técnica de captar y fijar una imagen en una superficie preparada con productos químicos— ya existe la prensa ilustrada. Desde que Thomas Bewick (1753-1828) descubre el sistema de xilografía a contrafibra o a testa, es decir, el grabado sobre tacos de madera cortados transversalmente al crecimiento del árbol, en vez de a su hilo, la estampación masiva comienza a ser una realidad y como los grabados a contrafibra se realizan, además, sobre maderas mucho más duras, como la de boj —lo que permite trazos más finos y precisos que enriquecen la ilustración—, se pueden realizar tiradas mucho mayores que las obtenidas para colecciones de naipes, tabularios y aucas u *Hojas sueltas* que vienen estampándose desde finales del siglo XIV, así como obras artísticas, con grabados a fibra. Posteriormente, el grabado de líneas en chapas de cobre que la sustituyó permitió una mayor definición y detalle de los grabados. Pero el maestro grabador londinense William Morris (1834-1896) recuperó la técnica de la xilografía a contrafibra, pero grabada con los buriles del grabado en metal, con lo que consiguió unas calidades que rápidamente adoptaron los ilustradores de la prensa.

Este mismo proceso, del arte a la ilustración, digamos protoperiodística, lo experimentará a continuación la fotografía, que, como le ocurrió al grabado, tiene que emerger del pictorialismo con que, en sus comienzos, trata de cobrar imagen pública, como arte sustitutivo de la pintura. De esa imitación pictórica se pasó al retrato personal, como democratización del retrato al óleo de los grandes personajes o de los personajillos con dinero; de aquí a la imagen única, o aislada, y estática que ilustra el acontecimiento que se relata, generalmente social, y, por fin, cuando «la imagen deviene en sí misma una historia es cuando aparece realmente el fotoperiodismo» (Eric Casáis, «Fotoperiodismo y Fotoarte», en *La noticia como producto*, www.comunicacionymedios.com). En otras palabras de otra estudiosa: «La independencia icónica y significativa de la fotografía se dio en un territorio nuevo, el de la prensa ilustrada. Ya fuera en las publicaciones de fotoperiodismo, en Europa y América, o en las revistas de dadaístas y surrealistas, por citar unos cuantos ejemplos centrales, la foto se hizo por fin autónoma» (Mercè Ibarz, «La herida y la curación. Fotografía, mirada documental y práctica artística», *Formats*, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, 2001).

El cine del siglo XIX

EN LOS capítulos dedicados a la historia de las revistas de humor y femeninas de la transición, se da noticia de sus antecedentes, que en buena parte, en la que se refiere a la ilustración satírica, resultan ser los mismos que para la prensa ilustrada; lo mismo puede decirse para los de las revistas llamadas del *corazón*, o de sociedad, y de temas femeninos, que también ocupan espacios importantes en la prensa ilustrada y gráfica. Pero ésta tiene, además, los propios, pues se diferencia de aquéllas en dos puntos fundamentales: en su vocación periodística —comienza a estar producida por empresas que lo que desean en primer lugar son beneficios económicos y no doctrinarios— y en su intención de reproducir la realidad tal cual es, no en caricaturizarla ni en dulcificarla. De modo que los primeros antecedentes de la prensa ilustradas son revistas cuyos contenidos son principalmente la lectura de ficción y donde la ilustración es una interpretación realista de lo irreal, la ficción. Pero, enseguida, esa ilustración reproduce la realidad, generalmente con acierto, y cuando se trata de acontecimientos en los

que el artista no ha estado presente —no es lo mismo un grabado a partir de un apunte al natural que de un dibujo hecho a partir de los datos que aporta el periodista—, se realiza con intención de reproducir el hecho con *objetividad*, lo que quiere decir que como se supone que pudo haberse producido...

Pero como ocurre a veces —a lo mejor, como suele ocurrir—, la represión autoritaria termina abriendo de par en par las puertas de la libertad. Así ocurrió a finales del XVIII en España: en 1791, el jefe de la Junta Suprema de Estado, José Moñino, conde de Floridablanca (Murcia, 1728-Sevilla, 1808), un ministro que había sido reformador con Carlos III y con Carlos IV había devenido en duro conservador por el miedo que le producían los hechos revolucionarios franceses de 1789, decretó el cierre de todos los periódicos que se publicaban en España, a fin de tratar de evitar que las noticias que llegaban de Francia inspiraran a los lectores españoles. Sólo exceptuó de la quema a *El Mercurio Histórico y Político*, *La Gaceta de Madrid*, ambos de carácter oficial, y al *Diario de Madrid*, al que prohibió expresamente ocuparse de cualquier tema político. Pero la bárbara medida, paradójicamente, abrió la puerta para que entrara como un torrente lo que se comenzó a llamar «*prensa ilustrada, cuya aspiración era divulgar los conocimientos útiles*» (Carlota del Amo, «El debate sobre la lengua vasca en los periódicos madrileños a comienzos del siglo XIX», *Espéculo. Revista de Estudios Literarios*, n.º 17, Universidad Complutense de Madrid, www.ucm.es). En 1792, ya con Floridablanca a punto de cesar en el gobierno, aparecen *El Correo Mercantil de España y sus Indias*, *El Diario de los nuevos descubrimientos de todas las ciencias físicas*, *El Memorial Literario*... Y durante la invasión napoleónica comenzaron a editarse las llamadas *Hojas sueltas*, verdaderos panfletos gráficos, realizados en xilografía, satíricos y anónimos, contra el invasor y titulados expresivamente: *El Arlequín de Europa*, *La salida del rey ambulante y su legión devota*, *Napoleón trabajando para la regeneración de España*, *Napoleón y Godoy*, *Fiesta de toros en España o Matador corso en peligro* (todas ellas ampliamente estudiadas en la obra de Manuel Gómez Imaz, *Los periódicos durante la Guerra de la Independencia (1808-1814)*, Revista de Archivos Bibliotecas y Museos, Madrid, 1910).

La proclamación de las libertades de prensa y expresión por la Constitución de Cádiz de 1812, así como las progresivas innovaciones técnicas en la impresión facilitan el gran crecimiento de la prensa periódica, que se inicia en el segundo tercio del siglo XIX y se extiende hasta la llegada de la Segunda República Española, cuando comienza una

época de transición que trunca violentamente la sublevación militar. Su catálogo, incluso a los solos efectos de este capítulo, es prácticamente interminable².



² Sólo un breve paseo por los fondos de la Biblioteca Nacional de España proporciona una frondosa lista de títulos, desde 1850 a 1930, cuyas manchetas contienen las palabras ilustración o ilustrada relacionadas: *La Ilustración* (semanal, Madrid, 1849-1857), *El Museo Universal* (semanal, Madrid, 1857-1869, continuada por: *La Ilustración Española y Americana*, semanal, 1869-1921), *La Ilustración Popular Económica* (Valencia, 1869-1879), *Cartagena Ilustrada* (bimensual, Cartagena, 1871), *La Ilustración Republicana Federal* (Madrid, 1871-1872), *La Ilustración Popular*, 1873), *La Ilustración Universal* (Madrid, 1874), *La Ilustración de la Mujer* (Madrid, 1875), *La Ilustración Católica* (Madrid, 1877), *La Ilustración de la Infancia* (Madrid, 1877), *Crónica de la Guerra* (semanal, 1877, continuada por *Crónica Universal Ilustrada*, semanal, 1877), *La Ilustración Católica* (semanal, 1877-1897, continuada por *Ilustración Católica de España*, 1897-1899), *La Ilustración Popular* (Alicante, 1878), *La Ilustración Venatoria* (Madrid, 1878-1885), *La Ilustración de Madrid* (quincenal, Madrid, 1870-1871), *La Ilustración de Galicia y Asturias* (quincenal, Madrid, 1878, continuada por *La Ilustración Gallega y Asturiana*, 1879-1881 y por *La Ilustración Cantábrica*, 1882), *El Mundo Ilustrado* (semanal, Barcelona, 1879-1983), *La Ilustración Popular Económica de Valencia* (Valencia, 1880-1882), *Revista Ilustrada* (Madrid, 1881), *La Ilustración* (semanal (Barcelona, 1880-1883), *Las Noticias ilustradas* (semanal, 1883, Madrid), *La Ilustración Militar* (decenal, Madrid, 1883-1884, que cambia su título por *La Ilustración Nacional*), *La Ilustración Ibérica* (Barcelona, 1883-1898), *La Ilustración de la Mujer* (Barcelona, 1883), *La Hormiga de Oro. Ilustración Católica* (semanal, Barcelona, 1884-1936), *La Ilustración de España* (Madrid, 1884-1887), *La Ilustración Burocrática* (Madrid, 1887), *Semanario Ilustrado* (Zaragoza, 1893, continuada por *España Ilustrada* (Mensual, 1894, Zaragoza), *La Música Ilustrada Hispano-Americana* (quincenal, Barcelona, 1898), *La Ilustración Obrera* (Barcelona, 1904), *Ilustración Manchega* (mensual, Alcázar de San Juan, Ciudad Real, 1904-1916), *La Ilustración Católica* (Madrid, 1908), *La Ilustración Financiera* (Madrid, 1908), *Mundo Gráfico* (semanal (Madrid, 1911-1938), *La Ilustración Universal* (Madrid, 1923), *Buenos días, Revista semanal ilustrada* (Zaragoza, 1925), *La Ilustración Moderna Ibero-Americana* (mensual, Madrid, 1927-1928), continuada por *La Ilustración Moderna de Economía y Finanzas* (15 de febrero a agosto de 1928) y por *La Ilustración Moderna de Economía y Finanzas*, 1928-1939), *La Ilustración Ibero Americana* (Barcelona, 1929), *Menorca Ilustrada* (mensual, 1929), *La Semana Gráfica* (Valencia, 1931)... Y decenas más...

Otra lista interminable es la de títulos que, sin llevar ninguna palabra referida a lo gráfico, por su contenido y puesta en página, hay que considerar como prensa ilustrada. Sólo unos ejemplos: *El Bazar* (Madrid, 1884-1885), *La Vida alegre* (semanal, 1885), *Vida Galante* (Barcelona, 1889-1905), *La Chispa* (semanal, Barcelona, 1890, continuada por *La Pandereta*, 1891, y continuada por *La Vida moderna*, 1892), *La Gran Vía* (Madrid, 1893-1904), *Revista política ibero-americana* (bimensual, Madrid, 1895-1897), *Pan y toros*, Pinto (Madrid (semanal, 1896-1997), *España artística* (semanal, 1897-1901 (Madrid), *Alrededor del mundo* (semanal, Madrid, 1899-Barcelona, 1930), *La Esfera* (semanal (Madrid, 1914-1931).

MARISA FLÓREZ, redactora jefa de Fotografía del diario *El País* en las décadas a caballo entre siglos (XX y XXI), establece el primer antecedente de imagen periodística en la prensa española en el daguerrotipo de Pérez Rodríguez publicado en 1852 en *El Diario Mercantil* de Valencia, y entre los primeros reporteros gráficos cita a Enrique Facio, que fotografió la guerra con Marruecos en 1859, Luciano Carrouche, Otero y Aguirre y Mauro Ibáñez, que lo hicieron con las guerras carlistas; Monney también fotografió el sitio de Bilbao a principios de 1874; Amadeo Courbón, los acontecimientos revolucionarios de 1868 en Santander y Manuel Company, la campaña de Marruecos de 1893 («Los límites del reportaje», *Sobre España ayer y hoy*, Centro Virtual Cervantes, <http://cvc.cervantes.es>).

Casi al mismo tiempo, pues, que aparece la fotografía en la prensa diaria internacional, Eric Casáis sitúa la aparición de una «imagen copiada manualmente desde una fotografía» en la edición del 15 de abril de 1848 del *Illustrated London News*, que la publica dos años antes de que *The New York Daily Graphic* imprima, el 4 de marzo de 1880, la fotografía de Stephen H. Horgan *A scene in Shanty Town* (*Una escena en los suburbios*). Semanarios y revistas mensuales, que disponen de más tiempo para los largos procesos de la impresión fotográfica, publican regularmente fotografías desde 1885, lo que hará el diario británico *The Daily Mail* a finales del siglo. En 1904 se funda la primera agencia, la Illustrated Journals Photographic Supply Company, el mismo año que *The Daily Mirror* comienza a publicar exclusivamente imágenes fotográficas en sus páginas, lo que al otro lado del océano imitará el neoyorkino *The Daily News* en 1919 («Fotoperiodismo y Fotoarte», en *La noticia como producto, Comunicación & Medios*, www.comunicacionymedios.com). Roger Fenton, que fotografió la guerra de Crimea en 1855, y Matthew B. Brady y sus colaboradores, que lo hicieron con la guerra civil norteamericana, 1861-1865, son nombres pioneros de la fotografía de prensa: sustituyen, dice Gisèle Freund, «el re-

De modo que los lectores especialmente interesados harían muy bien en consultar algunos trabajos admirables, como el de José Enrique Peláez-Malagón, *La ilustración gráfica y la caricatura en la prensa valenciana del siglo XIX* (Servei de Publicacions de la Universitat de València, 2000), los textos de Javier Viar (comisario de la exposición *Bilbao en las revistas ilustradas (1843-1900)*, Museo de Bellas Artes de Bilbao, abril, 2003), la tesis doctoral de Manuel Barrero, *Prensa satírica, humor gráfico e historia en Sevilla, 1864-2000* (Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla) y tantos otros trabajos de investigación especializados en la materia y época que nos ocupa.

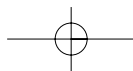
trato individual por el retrato colectivo», la imitación artística por la fotografía de la realidad. A principios del siglo xx, lo son los norteamericanos Edward Steichen, Paul Strand y Alfred Stieglitz, fotógrafo —y también inquieto galerista: expuso la pintura de Picasso por primera vez en América, en 1911, en su sala de arte de Nueva York— que editó entre 1903 y 1917 la revista trimestral *Camera Work*, dedicada al reportaje fotográfico.



AUNQUE ENTRE los primeros fotógrafos que se establecen profesionalmente en España abundan nombres europeos, en cuanto la fotografía abandona el estudio para retratar la vida, la proporción crece a favor de los españoles, observa el estudioso de la fotografía Manuel Santos, que levanta acta de los primeros fotógrafos que pueden titularse periodistas gráficos, al dedicar la mayor parte de su trabajo y su tiempo a la prensa ilustrada, que con la fotografía comienza a llamarse *prensa gráfica*:

Entre los pioneros del reportaje moderno en España figura Alfonso Sánchez García (1880-1953), que colabora con *Nuevo Mundo*, *El Heraldo*, *El Sol* y *El Imparcial*; pero sobre todo a su hijo Alfonso Sánchez Portela (1902-1990), que empieza a fotografiar profesionalmente a los dieciséis años, publicando una sección de tipos populares en *El Heraldo* y *El Liberal*, habiendo recogido la imagen pública de los principales personajes de la época (Antonio Machado, Miguel de Unamuno, Valle Inclán), así como algunos de los mejores reportajes: la entrevista a Abd-el Krim (líder de la guerrilla marroquí contra España) o los efectos de la Guerra Civil sobre Madrid.

Otros reporteros gráficos a reseñar son Baldomero, Campúa, Claret, Collado, Company, González Ragel, Irigoyen, Rivero y Serrano. Goñi, muerto en la guerra civil y revalorizado recientemente al encontrarse parte de su archivo, muestra a la familia real en actividades cotidianas, captadas con espontaneidad y sentido del movimiento. Luis Escobar (1887-1963) abre estudio en Albacete, es ambulante y también colaborador de revistas ilustradas. Posee un estilo similar al primer Cartier-Bresson, con gran sentido humor y facilidad para introducir al espectador en todo tipo de grupos sociales. En la revista *Blanco y Negro* se publican reproducciones de autocromos tomados por Fungairiño de señoritas con atuendos populares. El reportero gráfico empieza a ser un profesional respetado a medias; por ejemplo, todavía en 1930 sólo Alfonso aparece como redactor gráfico con contrato en la prensa madrileña, en *La Libertad*.



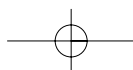
Progresivamente se extiende su uso en aplicaciones científicas (por ejemplo, en arqueología se fotografía la famosa escultura ibérica de una Dama de Elche al día siguiente de descubrirse en 1897) y para reportajes industriales, entre ellos el extenso de Francisco Fernández Trujillo de los *Astilleros de Matagorda* (Cádiz), desde 1915 a 1962. La creciente industria de la fotografía permitió también a los burgueses españoles aficionarse a la cámara. Aunque falta investigación, ya se han estudiado varios fotógrafos interesantes: Amós Salvador, industrial y político con extensa obra de retrato y escenas informales similares a las del francés J. H. Lartigue. Otros combinan la fotografía con otras aficiones como el alpinismo en el caso de Frederic Bordas; o incluso se lanzan al reportaje cuando encuentran la ocasión, como el accidente ferroviario recogido por Enrique Isla, médico del rey Alfonso XIII.

*Historia de la Fotografía en España.
Los orígenes de la fotografía y comienzos del siglo xx
Foto Cultura, www.fotocultura.com*

Blanco y Negro, un hito de la prensa gráfica

AL FINAL del siglo XIX se lo califica como «edad de oro del periodismo español» seguramente por la proliferación de medios que nacen al calor tanto de los avances tecnológicos como del movido panorama político y de la añorada libertad de prensa y expresión establecidas por la Constitución de Cádiz.

En el último tercio nacen algunos de los grandes diarios españoles actuales —*Las Provincias* de Valencia (1866), *La Voz de Galicia* de La Coruña (1872), *La Vanguardia* de Barcelona (1881)...— y, desde luego, como venimos viendo, no menos grandes semanarios ilustrados, ninguna de cuyas cabeceras subsiste en la actualidad —lo que ya es un dato en sí a la hora de evaluar la práctica desaparición de ese sector del mercado—: *El Museo universal* (1857), continuado por *La Ilustración española y americana* (1869-1921), *Alrededor del Mundo* (1889-1930), y *Mundo Gráfico* (1913-1930), surgido de la fusión de *Nuevo Mundo* (1894) y su suplemento *Por esos Mundos* (1900, y mensual independiente desde 1906), son algunos de los nombres más destacados de una larga nómina. Que podría ampliarse si se incluyera lo que también es edad de oro de la prensa taurina, que, sin que se pueda ni siquiera llamar propiamente prensa ilustrada,



no cabe duda de que la *ilustración* de las hazañas de los *héroes del albero* despertó gran atención entre los lectores aficionados a la fiesta española que vieron bien servida su demanda. Otro tanto puede decirse de la prensa de las grandes ciudades españolas, especialmente en Barcelona, que inmersa en su deslumbrante *Reinaxença* despliega un gran trabajo artístico que alcanza a todos los aspectos gráficos y, naturalmente, a la prensa ilustrada. *La Ilustració catalana*, que nace como decenal en 1880, es quincenal en 1882 y semanal desde 1903 hasta su cierre en 1917, publica la primera foto en la prensa catalana, una fototipia de la catedral de Mallorca y en 1885, el primer reportaje fotográfico, el de Heribert Mariezcumena sobre el terremoto de Málaga.

Pero el medio que va a revolucionar la prensa gráfica es el semanario *Blanco y Negro*, que, como ocurre en la prensa española con cierta frecuencia, va a ser la base de una gran empresa periodística, Prensa Española, editora del diario *ABC*. Torcuato Luca de Tena y Álvarez Osorio (1861-1929), que dejó dicho que en su esquila sólo se pusiera «periodista» bajo su nombre, sacó en Madrid el primer número de su revista el 10 de mayo de 1891.

Luca de Tena se inspiró en el popular semanario ilustrado alemán *Fliegende Blätter* (*Hojas volantes*) —Sigmund Freud lo cita en *La interpretación de los sueños*, relacionándolo con un sueño suyo— y contrató al impresor alemán José Blass, que se estableció en España y fundó una dinastía de tipógrafos e impresores, para que hiciera la revista.

Una revista que quería popular, por lo que era más barata que la líder, *La Ilustración Española y Americana*, pero ofrecía una calidad formal superior: inteligente, ¿no? Una buena impresión —primero en los talleres de Rivadeneyra y luego en los propios en el edificio de la calle de Serrano—, un buen papel cuché, un formato más manejable —29 cm de altura por los 37 de la competencia— y un diseño más cuidadoso se pusieron al servicio de unos contenidos que, si no llegaban a la gran calidad de *La Ilustración* sí eran más periodísticos y ágiles. O así lo entendieron los lectores —jueces implacables entre lo que los periodistas creen que es la calidad y lo que los destinatarios prefieren *consumir*—, que agotaron rápidamente los 25.000 ejemplares del primer número, tirada nada despreciable para 1891.

Cristina Barreiro retrata los primeros años de *Blanco y Negro*: «No se ocupa nunca de la vida política, mantiene siempre un tono ligero; no profundiza tampoco en ningún asunto; cuida la calidad literaria de sus pequeños relatos y poesías; introduce un elemento recreativo con chistes, juegos, acertijos o charadas y caricaturas, y, desde luego, está siempre atenta a la

actualidad nacional e internacional. Muchas veces esta actualidad no es más que ecos de sociedad, pero eso fascina a sus lectores y hace de *Blanco y Negro* un antecedente de lo que hoy entendemos por revistas del corazón³ («Cien años de un periódico de la monarquía: *ABC*, dossier para una investigación», *Revista Arbil*, *Anotaciones de Pensamiento y Crítica*, n.º 69, www.iespana.es/revista-arbil).

«Fascina a sus lectores...», lo que es decir que vende no sólo ejemplares sino espacios publicitarios, éxito que permite la expansión de la empresa y abordar nuevos negocios: en 1904 inaugura el edificio de la calle de Serrano de Madrid, cuya fachada trasera es un pastiche neoandaluz que hoy resulta *decorativo*, y el 1 de enero de 1903 saca a la calle el primer ejemplar de un nuevo semanario: *ABC*, *Crónica Universal Ilustrada*, cuyo primer número anuncia su intención de convertirse en diario, para lo que aún tendrá que pasar casi año y medio: el 1 de junio de 1905 aparece el primer número diario de *ABC*.

Los avances técnicos afianzan el camino de la prensa gráfica: «Cuando las imágenes se pudieron reproducir en medios tonos, dentro de los talleres de *Blanco y Negro* o *Nuevo Mundo*, el periodismo gráfico en España ya tenía una significativa representación mediante las litografías o los grabados publicados en distintos medios impresos. Durante muchos años convivieron el grabado y la fotografía en las páginas de las revistas ilustradas, aunque había un claro reparto de tareas. Los grabados representaban cuadros, monumentos, edificios y, las fotografías, principalmente sucesos. Ejemplos claros son: Juan Comba, uno de los padres del reporterismo gráfico en España que realizó varios reportajes como el incendio del Alcázar de Toledo en 1887 o la visita a nuestro país de la Reina Victoria de Inglaterra en 1889. También Heribert Mariezcurrena presentó importantes trabajos para *La Ilustración* de Barcelona sobre los terremotos que sucedieron en Córdoba y Málaga en 1885» (Marisa Flórez, *art. cit.*).

El 12 de mayo de 1912 *Blanco y Negro* publica la primera fotografía en color de la prensa española, reproducida de un autocromo —un proce-

³ En realidad, más que ofrecer novedades, *Blanco y Negro* continuó la tradición de las secciones establecidas en la prensa ilustrada: por ejemplo, *El Periódico para Todos* (semanario de Madrid, 1872) incluso las incluye en su subtítulo: *Novelas, Viajes, Literatura, Historia, Causas célebres, Chistes, etc., etc.* Dedicar un porcentaje de los contenidos a los denominados *ecos de sociedad*, también era seguir la tradición de las revistas ilustradas y gráficas.

so artesanal inventado por los hermanos Lumière en 1907, a fin de obtener un solo ejemplar en color mediante tres filtros de almidón de patata teñidos respectivamente de rojo, azul y verde— titulado *La primera lección* y obtenido por Fungairiño. Veintitrés años después, *ABC*, dirigido desde 1929 por Juan Ignacio, hijo del fundador, fue el primer periódico español que utilizó el color, en 1930. Vanguardia, tanto técnica como periodística, que ilustra el espíritu progresista de aquellos Luca de Tena —y liberal: el 23 de marzo de 1933 se publica la agria carta de un José Antonio Primo de Rivera a quien Juan Ignacio había reprochado en el periódico la violencia con que se empleaban sus *cachorros* al encontrar obstáculos para vender su revista, *El Fascio*, aparecida en Madrid el 1 de marzo anterior (*vid.* texto en www.rumbos.net).

Ambas tendencias ya las había anunciado su padre en el primer número del diario: «Pretende ABC ser, no un periódico más, sino un periódico nuevo por su forma, por su precio, por los procedimientos mecánicos que empleará y por la índole de sus trabajos» («En cumplimiento de un deber», editorial). *ABC* también fue el primer diario español que utilizó el huecograbado (1915), que usó la distribución por vía aérea y tuvo difusión internacional y también se adelantó a su tiempo al utilizar operaciones de promoción —luego se llamarán *técnicas de marketing*—: por ejemplo, firmó un acuerdo con la Sociedad de Tranvías de Madrid para que viajaran gratis quienes llevaran el *ABC* y por lo mismo, por ganar lectores, inició una sección para los amantes de la filatelia...

Torcuato hace gala de una modernidad singular que raras veces se ha dado en la historia de la prensa española: escoge un formato reducido —lo que le valdría, años después, con otros Luca de Tena y otras intenciones políticas en las antípodas de lo liberal, el epíteto de *tebeo*—; reduce notablemente el precio (como había hecho cuando sacó *Blanco y Negro*) y no duda en cometer lo que se dijo sacrilegio y se reveló genial intuición: el 1 de abril de 1908, a los tres años de aparecer como diario, retiró de la portada los anuncios que la cubrían por entero, costumbre adoptada por los periódicos cuando pasaron de *órganos* a *industria*, y los sustituyó por una fotografía, un titular, un pie de foto. Lógica tan evidente que había que ser vidente para aplicarla en 1908...

Torcuato Luca de Tena quería hacer, sobre todo, prensa popular —¿se necesitan más pruebas que los títulos de sus periódicos: *Blanco y Negro*, *ABC*...?—. Y en tiempos de abismales diferencias sociales, en los que la mayoría de los españoles eran analfabetos, lo más popular eran las fotografías: alguien, en casi cualquier situación, podía leer al iletrado las tres o

cuatro líneas del pie de foto y casi nadie, en casi ninguna situación, podía leerle al iletrado las cuarenta, cincuenta o doscientas líneas, o más, de un artículo... Otro diario, *El Gráfico*, que apareció el 13 de junio de 1904, quiso adelantarse, pero no pudo resistir la competencia de *ABC* —que desde el 19 de julio de 1903 ya aparecía dos veces por semana— y cerró el 24 de diciembre de 1904, tras 193 salidas.

Y como también, ya lo decimos, es época de ilustración —gráfica, más que político-cultural, que también—, los sucesivos subtítulos con que se adorna el escudo *ABC* a lo largo de su historia (y en la edición de Madrid: Cristina Barreiro, *art. cit.*) son significativos de su vocación popular: *Crónica universal ilustrada* (enero-junio 1903), *Crónica bisemanal ilustrada* (junio 1903-marzo 1904), *Crónica universal ilustrada* (marzo-diciembre 1904), *Diario ilustrado* (1906-31 julio 1936), *Diario Republicano de Izquierdas* (31 julio 1936-5 mayo 1937), *Órgano de la Unión Republicana* (5 mayo 1937-9 agosto 1938), *Diario al Servicio de la Democracia* (9 agosto 1938-29 marzo 1939), *Diario Ilustrado de Información General* (1942-10 abril 1966), *Diario editado por Prensa Española Sociedad Anónima* (12 abril 1966)...

Blanco y Negro, una vez roto el fuego, publicó los autocromos de Fungairiño con regularidad; llevó al lector atuendos y costumbres de las de otras regiones de España e incluso del extranjero: abrió la *ventana al mundo* que decíamos anteriormente... El semanario continúa, como lo hace el diario, su carrera imparable al liderazgo de su sector, a pesar de la buena, la nueva y la numerosa competencia que va surgiendo, pues, además de los ya citados, tiene que vérselas en los kioscos con semanarios como *Los Lunes Ilustrados* de *El Imparcial* (1893.), *Nuevo Mundo* (1894), *La Esfera* (enero de 1914)... Para hacer mejor frente a la competencia, *Blanco y Negro* publicó durante 1905 un suplemento o sección independiente llamado *Crónica gráfica*, con reportajes de actualidad, que posteriormente integró en la revista.

La popularización del huecograbado da lugar a la aparición de una nueva oleada de competidores en el mercado nacional y un florecimiento de prensa ilustrada en todas las provincias españolas e incluso propias de ciudades y poblaciones grandes. En Madrid aparecen, por ejemplo, *Crónica* (semanal, Madrid, 17 noviembre de 1929-1939) y *Estampa, Revista Gráfica de la Actualidad Mundial y Literaria* (semanal, Madrid, 3 de enero de 1928-1938), una de las mejores revistas ilustradas que ha tenido la prensa española, editada por Luis Montiel Balanzat, empresario periodístico que desembocó en el conservadurismo más duro tras coquetear con los

republicanos. Además de *Estampa*, el 16 de diciembre de 1930 sacó el primer número de *Ahora*, un diario especializado en información gráfica de gran éxito (en el primer semestre de 1936 alcanzó una difusión media de 140.000 ejemplares diarios, lo que sólo superaba *ABC*, con unos 200.000 ejemplares). A pesar de que se opuso a la sublevación militar, desde su inequívoco conservadurismo, fue incautado por la República, como lo será *ABC*, y adjudicado como órgano de expresión de la Juventudes Unificadas Socialistas, con las que arrastró una existencia panfletaria y de adoctrinamiento hasta principios de 1938. Tras la Guerra Civil la familia Montiel sacó el primer número de la revista ilustrada *Semana*, el 27 de febrero de 1940, y, más tarde, el 6 de diciembre de 1967, el primer número del diario deportivo *As*.

Malos tiempos para la prensa

Y ES que la llegada de la II República Española, el 14 de abril de 1931, supuso la progresiva radicalización política de ciudadanos y de periódicos hasta hacer irrespirable la situación. De manera muy señalada, los periódicos monárquicos, con *ABC* a la cabeza, así como los eclesiásticos mantenían un violento pulso con los gobiernos republicanos, que se desbocó cuando, con la victoria del Frente Popular, los desalmados de todas las banderías se hicieron dueños de la calle y de la violencia. *ABC*, que ya había sido cerrado durante cuatro meses, fue ocupado por los Comités Obreros de la Federación Gráfica Española de UGT cuando se supo que Juan Ignacio Luca de Tena —segundo marqués de Luca de Tena, título que Alfonso XIII había otorgado al fundador de Prensa Española, Torcuato, poco antes de morir, en 1929, en señal de agradecimiento por el apoyo prestado a la monarquía desde la grandeza de su obra periodística—, que había dimitido de su puesto de director, aunque seguía presidiendo el consejo de administración, estaba cooperando activamente en la preparación del sangriento golpe militar encabezado por el general Franco que desencadenaría la guerra civil. En el reparto partidario que se hizo de los medios incautados, o simplemente ocupados, intervenidos, *ABC* queda como órgano de expresión de Unión Republicana, partido de Azaña en el gobierno. El 25 de julio de 1936 se publica el primer número de *ABC* republicano en Madrid.

En cambio, *Blanco y Negro* se cierra en 1936, cuando empieza a haber problemas de abastecimiento de papel, sobre todo del lujoso cuché que utiliza la revista. El 14 de abril de 1938, aparece el número 1 del semanario republicano *Blanco y Negro, Revista quincenal ilustrada* —añade: «Segunda época, Año XLVIII y (2.349)», el número correspondiente a la antigua numeración— y saldrá durante otras diecinueve entregas: el número de enero de 1939 fue un extraordinario numerado 18-19; el último número, el 21 apareció con fecha febrero-marzo de 1939— (*Blanco y Negro, 1938-1939*, www.filosofia.org). Es una revista cuyas bellas portadas son carteles de propaganda —la del número 1 es una teoría de fusiles desfilando con la bayoneta calada y en la del fusil de primer plano una banderola que pone «14 de abril»—, que esconden contenidos que, más allá de las urgencias bélicas, recorren los diversos campos culturales, científicos, filosóficos, etc.; el joven Julián Marías es una de las firmas habituales.

Tras un largo silencio, el 11 de mayo de 1957, reaparece *Blanco y Negro*, que, como era de esperar, sale con el número 2.349, el mismo con el que había aparecido el número 1 del *Blanco y Negro de guerra...* Lo dirige Torcuato Luca de Tena y Brunet, primogénito de Juan Ignacio, quien tras un fallido intento de dirigir *ABC*, en 1952-1953, había sido destituido por Luis Calvo (*vid.* Capítulo 3); tras ejercer como corresponsal y enviado especial para el periódico, en 1957 se hizo cargo de la dirección de la renacida *Blanco y Negro*, donde permanecerá hasta ser nombrado de nuevo director de *ABC*, cargo que desempeñó desde 1962 a 1975.

El semanario no tiene la prestancia del pasado y en lo único que es más que el de antes de la guerra es en lo radical de sus contenidos. El papel cuché ha sido sustituido por un grisáceo papel para huecograbado de producción nacional y unas secciones en papel de color —azul o amarillo— de bajo gramaje e impreso en rotativa tipográfica.

Es una revista rara: a estas alturas del siglo, sale sin un solo titular en portada: el único texto que hay, además de la mancheta, es, unas veces, el autor y el título de la imagen que ocupa la portada y otras, un pie de foto más o menos extenso si la imagen no es puramente estética [por ejemplo, «*Brindis (Foto Lara)*», del número 2.397, de 12 de abril de 1958, es la de un torero brindando a una manola moderna..., cuanto podía serlo en 1958)], aunque cuando les parece suficientemente informativa, ni una cosa ni la otra: por ejemplo, la foto de los sanfermines del número 2.410, de 12 de julio de 1958, ni titular, ni pie y ni siquiera va firmada en portada.

Se trataba, quizá, de recuperar los modos de una época dorada de la prensa ilustrada, la de los años 20 y primeros 30, cuando se confiaban las

portadas a los brillantes ilustradores de prensa que pergeñaban semana a semana deslumbrantes carteles y gozaban incluso de permiso para rehacer el logotipo a su gusto... Una época que, desde luego, no tiene nada que ver con las tendencias y las necesidades de los lectores de la segunda mitad del siglo.

Los contenidos de la reaparición de *Blanco y Negro* están divididos en dos cuerpos: en el primero, y masculino, se incluyen *Cartas al Director*, los comentarios de política internacional de Manuel Aznar Zubigaray—el periodista que dirigió *La Vanguardia Española* y fue embajador de Franco, abuelo de José María Aznar, ex presidente del gobierno español (1996-2004)—, el reportaje a que alude la imagen de portada y otros de actualidad—como el hagiográfico dedicado al sangriento dictador cubano Fulgencio Batista: «Batista: campesino, soldado y conductor de hombres» (Jesús Evaristo Casariego, ex director de *El Alcázar, Blanco y Negro*, n.º 2.410— o de los festolines que reunían a los Windsor, al *maharajá* de Jaipur y a la *maharani* de Baroda, a los Onnasis, antes de la Callas y mucho antes de la Kennedy, y al resto de la banda que por entonces se conocía como la «alta sociedad internacional».

Y si llamamos *masculino* a este primer cuerpo no es por afán machista—nada más lejano a nuestras convicciones...— sino porque, de repente, al llegar al segundo tercio de la revista el lector se topaba con una portadilla en página impar titulada *Cuarto de estar/El rincón de la mujer*: otra revista. Allí, más o menos apilados, los reportajes de la alta sociedad doméstica: la Fiesta de la Decoración de 1958 reunió a la flor y nata de la aristocracia y del dinero—un Domecq con la marquesa de Belvis—, todos disfrazados de época (flamenca) y divirtiéndose ante ofensivas mesas rebosantes de alimentos y con espacios decorados por aficionadas distinguidas (como la duquesa de Alba); todo organizado para fines, naturalmente, caritativos (*benéficos* era el eufemismo), más fiestas típicas, labores, infancia, cocina, arte, cine, teatro, toros, deportes, filatelia, crítica de libros, poesía y cuentos y la heterogénea sección «Hechos, problemas, doctrina», en las citadas páginas azules, o amarillas..., en la que caben desde comentarios de economía a notas de divulgación científica, el campo (a cargo del conde de Montarco, un terrateniente falangista...), crítica de discos (sólo de música clásica), religión (del padre Federico Sopeña, mucho más fortuna como musicólogo que como consejero: «Considero deplorable la mucha propaganda y venta de libros sobre el problema sexual [...] No olvidemos que se hace, casi o sin casi, literatura pornográfica revestida de apariencia científica, y en esto cualquier dureza de la censura nos parece pequeña [...]

La influencia del cine ha sido y es nefasta [...] Queremos que las gentes jóvenes se quieran bien y rechacen el contagio de lo que en épocas sanas es triste privilegio de viejos verdes» (Cosas que, dichas en 1958, suponen una gran dosis de cinismo acomodaticio: «El problema sexual», *Blanco y Negro*, n.º 2.410, Madrid, 12 de julio de 1958) y, en fin, caben hasta la grafología, dos páginas de las historietas de Tintin, del belga Hergé, y juegos y pasatiempos...⁴

Una revista de su tiempo, la dictadura, presa de la ideología a la que se acogieron los Luca de Tena apostantes por el triunfo de la revuelta militar, lo que, ya se ve, hacía añorar tanto la calidad profesional, por un lado, como, por el otro, el progresismo liberal que la alumbró.

En 1962, cuando Torcuato vuelve a ser nombrado director del diario *ABC* —etapa en la que volverá a echar borrones sobre la legendaria historia del periódico—, su hermano menor, Guillermo, se hace cargo de la dirección de la revista y la moderniza, relativamente, conforme se multiplica la competencia: no es que salga de esos reportajes dedicados a los pisaverdes y los paniaguados de la que empieza a llamarse *jet set*, pero prefiere dedicar esas páginas a la *verdadera* alta sociedad: la boda de la princesa Francisca de Borbón Parma, el nacimiento del príncipe Eduardo de Inglaterra... Y también a otros asuntos típicos de las revistas del *corazón*: el romance de la princesa Margarita con el fotógrafo Anthony Armstrong, las primeras fotografías y declaraciones de la actriz Brigitte Bardot tras ser madre, etc.. También reduce la atención a las archisabidas costumbres y fiestas típicas españolas —argumento recurrente de la propaganda franquista sobre «la unidad de las tierras y los hombres de España» y trata, por el contrario, de acercarse a la problemática real de esos años. Aunque, claro, sin pasarse: la problemática real del extranjero... Vicente Gállego, por ejemplo, recoge una y otra vez los llamamientos a la negociación y la paz del papa Pablo VI en la destructiva guerra de Vietnam; por sus páginas de actualidad se pasean autores tan políticamente incorrectos, para el *univer-*

⁴ Directorio a julio de 1958: *Director*: Torcuato Luca de Tena y Brunet. *Redactor jefe*: Santiago Arbós. *Jefe de Confección*: José Francisco Aguirre. *Jefes de sección*: Mercedes Fórmica, Adolfo Prego, Manuel Menéndez-Chacón. *Secciones*: *Agricultura*: Conde de Montarco. *Arquitectura*: Miguel Fisac. *Arte*: Jaime Ballesté. *Ciencias*: Emilio Novoa. *Cine*: Guillermo Bolín. *Cuarto de estar*: Mercedes Fórmica. *Deportes*: M. M.-Chacón. *Filatelia*: José María Francés, Néstor Jacob. *Libros*: Leopoldo Panero, Jose M.^a Souviron. *Milicia*: Luis Martín de Pozuelo. *Música*: Antonio Fernández-Cid. *Política internacional*: Manuel Aznar. *Religión*: P. Federico Sopena. *Teatro*: Adolfo Prego. *Toros*: G. Corrochano.

so *ABC*, como Samuel Beckett o Truman Capote... Hay, pues y en general, una voluntad de actualización del semanario, sin dejar por ello de servir a las dos señas de identidad de Prensa Española en la postguerra: en primer lugar, la monarquía, sus fastos, decesos y novedades (el número 2.808, de 26 de febrero de 1966, da cuenta del veinticinco aniversario de la muerte de Alfonso XIII y en el número 2.972, de 19 de abril de 1969, da su «Adiós a la reina Victoria Eugenia») y, claro, su obsesivo anticomunismo⁵.

Pero, como se ha explicado en el capítulo dedicado a *Cambio 16*, la gestión de Torcuato Luca de Tena al frente de *ABC* distaba de ser la idónea: el diario no sólo acumuló importantes pérdidas económicas sino, también de imagen, por su comunión con los *halcones* más extremistas de la dictadura franquista. En 1975, la familia decidió que Torcuato dedicara más tiempo a sus libros y pasara a la ejecutiva de la dirección institucional de la empresa, como su hermano Guillermo. De la crisis salió nombrado director de *ABC* José Luis Cebrián Boné —periodista del *Opus Dei* que había dirigido *La Actualidad Española* y *El Alcázar* arrendado por Sarpe a los *combatientes* (¿ex o in? Cualquiera sabe...)— y para dirigir *Blanco y Negro* se nombró a Luis María Anson, que era el subdirector de las páginas de huecograbado del periódico, lo que, por tanto, le otorgaba una cuota de responsabilidad en la deriva del diario.

Con Anson como director, *Blanco y Negro* abandona casi todos los restos de revista ilustrada que perduraban de las dos etapas anteriores, aunque Guillermo Luca de Tena ya había dejado los reportajes gráficos exclusivamente para la sección que llamaba, en el índice, «Color central», un pliego de 16 páginas en papel cuché y color que, efectivamente, iba embuchado en el centro de la revista.

Pero 1975 es el año de triunfo de *Cambio 16*, lo que supone la obsolescencia de las revistas tipo *Triunfo* y de las ilustradas, cuyas más o menos saneadas ventas hasta entonces les permitía salir adelante —*Gaceta Ilustrada*, por ejemplo, tenía una notable difusión media cercana a los 140.000 ejemplares—. Anson, sin dejar de observar los pies forzados del semanario de Prensa Española, refuerza notablemente la Redacción⁶ y me-

⁵ Directorio a enero de 1975: *Director*: Guillermo Luca de Tena y Brunet. *Director Adjunto*: Santiago Arbós Ballesté. *Subdirector*: Adolfo Prego de Oliver. *Redactor Jefe*: Manuel Adrio. *Jefe de Información*: Ignacio Carrión. *Jefe de Confección*: José Francisco Aguirre. *Secretaria de Redacción*: Paulina Botella.

⁶ Directorio a diciembre 1975: *Director*: Luis María Anson. *Subdirector*: Adolfo Prego de Oliver. *Redactores Jefes*: Manuel Adrio, Jesús Picatoste. *Jefe de Información*: Ignacio

dio la orienta hacia las revistas de información política. Y decimos medio porque hay dos revistas en una: la primera lleva la entrevista política y la información de actualidad esencialmente referida a España, y la segunda, el batiburrillo de secciones fijas habituales de *Blanco y Negro* —aunque Anson contribuye a la confusión con sus propias aportaciones —secciones un tanto estrafalarias como «Ir a misa», «Quién es quién en las Fuerzas Armadas»...—, pero incluso hay una tercera revista, que consiste en los reportajes *sexy*, es decir, entrevistas con actrices que enseñan muslo, como La Polaca, y reportajes sobre «Las nuevas bellezas españolas» que permiten un escote, un bikini, una lencería..., lo que forma parte de la marca Anson, sabedor de que es un eficiente motor de ventas (*Blanco y Negro*, n.º 3.221, 27 de diciembre de 1975). Otras peculiaridades de su estilo, ensayadas en los destinos anteriores —redactor jefe de *Los Domingos de ABC*, suplemento dominical del diario y subdirector de las páginas de hue-

Carrión. *Jefe de Confección*: José Francisco Aguirre. *Secretaria de Redacción*: Paulina Botella. *Redacción*: Concha Fagoaga, Julio García Castillo, Trini de León-Sotelo, Miguel Logroño, Miguel Ángel Molinero, José Antonio Muñoz Atienza, José Ramón Pardo, Ángela de la Yglesia. *Departamento de Opinión Pública*: Emilio Contreras. *Confección*: Lucio del Álamo, José Arenas, Antonio Molina, Daniel del Solar. *Redactores gráficos*: Álvaro García-Pelayo, Jaime Pato, José Sánchez Martínez. *Colaboradores*: Manuel Alcántara, Martín Alonso, Germán Arciniegas, José María de Areilza, José Mario Armero, Augusto Assía, Enrique de Azcoaga, José Camón Aznar, José Luis Castillo Puche, Luis de Castresana, Gabriel Cisneros, Álvaro Cunqueiro, Nemesio Fernández Cuesta, Natalia Figueroa, Antonio Fontán, Mercedes Fórmica, Vicente Gállego, Francisco García Pavón, Ángel Gómez Escorial, José Ramón Lasuén, Emilio Lozano, Salvador de Madariaga, Adolfo Marsillach, Manuel Medina, Josep Meliá, Martine de Mendoza Cortina, Miguel Pérez Ferrero, Baltasar Porcel, Fernando Quiñones, Ramón J. Sender, M. Tuñón de Lara, Francisco Umbral, Antonio Valencia, Juan Van Halen, Vicente Zabala. *Dibujantes*: Gamonal, Mampaso, Máximo, Mena, Antonio Mingote, Palacios, Quesada, Santalla, Summers. *Secciones*: *Agenda*: Pilar Trenas. *Ajedrez*: Jesús Díez del Corral. *Arte*: José María Ballester, José María Carrascal, Miguel Logroño, Javier Rubio. *Bolsa*: Antonio Espada. *Cine*: Donald. *Costumbres*: José Ramón Pardo. *Debate*: María Luisa Luca de Tena. *Defensa*: Álvaro de Arce. *Deportes*: Antonio Valencia. *Discos*: Antonio Fernández-Cid, Luis Rosales. *Filatelia*: José María Francés. *Gastronomía*: «Zenón». *Genete*: Ángela de la Yglesia. *Grafología*: Silvia Ras. *Ir a misa*: Carmen de Alvear. *Libros*: Juan del Agua, Juan Balansó, Juan Ramón Blanco, Emilio Contreras, Rafael Gómez López Egea, Jacinto López Gorgé, Florencio Martínez Ruiz, Miguel Ángel Molinero, Paloma Montoya, José Julio Perlado, Antonio Valencia, José Luis Vázquez-Dodero. *Medicina*: Andrés Soubirár. *Modas*: Paulina Botella. *Motor*: Juan Antonio López Olca. *Música*: Antonio Fernández-Cid. *Pasatiempos*: José García Conde, Gonzalo Fernández de Córdoba. *Prensa*: Trini de León-Sotelo. *Religión*: Bernardino M. Hernando. *Teatro*: Carlos Luis Álvarez. *Televisión*: «Telérico». *Toros*: Vicente Zabala. *Portadas*: Abolí, Gemo, Pedalino.

cograbado— y que aplicará en sus siguientes destinos —*Gaceta Ilustrada* y diarios *ABC* y, mucho después, *La Razón*—, como son «Las figuras de la semana», que reparte palos y parabienes; fórmulas retóricas como «Está siendo muy comentado...» o «General satisfacción ha producido...» y el sazonado de los contenidos del número con abundantes y cortos comentarios editoriales que, en no pocas ocasiones, utiliza para descalificar la información que se da o al personaje que la protagoniza.

Todo lo cual, al margen de la ortodoxia periodística —que, como la objetividad, seguramente tampoco existe—, se traduce en ventas en el kiosco, aunque tampoco aguanta el tiempo suficiente en la dirección como para demostrarlo o afianzarlo.

Un ejemplo de portada que define bien la etapa de Anson puede ser la del número 3.310, de octubre de 1875: sobre una imagen de una estatua de un desnudo femenino esculpido en mármol, el título predominante —el de la historia de portada—: «Las españolas y la frigidez sexual». En el llamado espacio áureo de la página, en el cuadrante superior derecho: «Silva habla claro» [por el ex ministro de Obras Públicas del franquismo Federico Silva Muñoz, uno de los líderes de la extremista derecha franquista en la primera transición] y un tercer titular, también significativo: «Bienvenida, reportaje en color», sobre el maestro en el arte de torear.

De la misma forma que *Triunfo* aglutinó a lo más granado de los articulistas, escritores y pensadores de la izquierda, *Blanco y Negro* lo hace con la derecha amplia, desde José María de Areilza o Salvador de Madariaga a Gabriel Cisneros, Álvaro Cunqueiro, Nemesio Fernández Cuesta..., aunque también acoge a algunas figuras eminentes de la izquierda, Ramón J. Sender y Manuel Tuñón de Lara. En la tradición ilustradora de *Blanco y Negro* desde su aparición, un desfile deslumbrante de obras y nombres de todas las tendencias desde el siglo XIX a la Guerra Civil —para citar sólo dos nombres indiscutibles, el pintor Juan Gris del comienzo del siglo XX y, tras la guerra, el dibujante Lorenzo Goñi—, quienes dirigieron el renacimiento la tuvieron presente, excepto Anson, que prefirió la caricatura y la viñeta de humor a la ilustración artística.

En 1976, Anson fue nombrado director de *Gaceta Ilustrada* y miembro del Consejo de Dirección de *La Vanguardia* (aún española) en sustitución del recientemente fallecido Manuel Aznar. Tras ser designado presidente de la agencia Efe en septiembre de 1976 (cargo que ocupó hasta enero de 1983, cuando el PSOE llegó al poder), no volvió al sector de revistas (después fue nombrado director del diario *ABC*; en 1997, presidente de la empresa mejicana Televisa y presidente de la empresa editora del

diario madrileño *La Razón*, que apareció el 5 de noviembre de 1998, con capital del Grupo Zeta, Planeta e inversores mexicanos).

La dirección de *Blanco y Negro* le fue confiada a un hombre de la casa de toda la vida, Adolfo Prego de Oliver, que empezó en *Blanco y Negro* en 1957, con Torcuato Luca de Tena como jefe de sección, y había sido subdirector con Guillermo y con Anson. Casi con el mismo equipo⁷, Prego continuó haciendo el semanario hasta el número 3.583 (1981), una travesía sin fin de un desierto donde sólo la publicidad mantenía los números ante el progresivo descenso de las ventas: la media de 1978 fue de 52.429 ejemplares... Prego le dio a la revista un aire definitivo de los semanarios de información general, aunque con un formato intermedio entre las revistas ilustradas y las de información política.

Pero las finanzas de Prensa Española no habían mejorado con los cambios en *ABC*: lo cierto es que la dirección de Cebrián Boné no sólo no contradujo los traspies de Torcuato Luca de Tena sino que éste, desde su privilegiada posición institucional, no permitía la mínima desviación editorial de la ortodoxia franquista más dura que pura. Véase, como muestra, el editorial del 1 de junio de 1975, titulado «Octavillas comunistas en Madrid»:

Las calles —muchas calles— y los buzones —demasiados buzones— de Madrid han sufrido, en estos últimos días, el asalto continuado de un buen número de octavillas incitando a «la huelga» y a «la lucha». Sus excusas o motivaciones son las de siempre, actualizadas conforme al momento presente. A la «represión», la «dictadura» y demás letanías habituales se han unido las de la carestía y el bloqueo salarial y hasta la exageración del desempleo.

La demagogia con que se producen los textos subversivos no ha variado respecto a la utilizada en años anteriores. Pero resulta expresivo que quienes firman esos textos panfletarios hayan arrojado, de una vez por to-

⁷ Directorio a agosto de 1977: *Director*: Adolfo Prego de Oliver. *Subdirectora*: María Luisa Luca de Tena. *Redactores jefes*: Manuel Adrio, Santiago López Castillo. *Jefe de sección*: José Ramón Pardo. *Jefes de Confección*: José Francisco Aguirre, Lucio del Álamo. *Secretaria de Redacción*: Paulina Botella. *Redacción*: Trini de León-Sotelo, Miguel Ángel Molinero, José Antonio Muñoz Atienza, Juan Manuel Ortega, Moisés Pérez Coterillo, Rafael Rubio Gómez-Camínero, María de los Ángeles Sánchez. *Confección*: José Arenas, Antonio Molina, Daniel del Solar. *Redactores gráficos*: Álvaro García-Pelayo, Jaime Pato, José Sánchez Martínez. *Dibujantes*: Cabañas, Gamonal, Kiraz, Mampaso, Máximo, Antonio Mingote, Quesada, Santalla.

das, su careta. Ya no sirven ni la llamada Junta Democrática ni las no menos ilegales Comisiones Obreras. La cuna que alberga todos los intentos de terrorismo ideológico y laboral que procuran convulsionar al país, agudizando los problemas reales y dificultando sus soluciones, atentando contra la paz que, mayoritariamente, disfruta España, ha dejado a un lado coartadas y nombres con olor «democrático».

Es el denominado partido comunista español quien asume la triste y mendaz convocatoria al desorden. Quien firma en última instancia las pobres muestras de literatura subversiva, que sólo han contribuido a la intranquilidad de los madrileños, temerosos de que, efectivamente, puedan llegar a producirse cualesquiera muestras de desorden público, el partido comunista quien procura el advenimiento de un caos como único camino para el establecimiento de su dictadura, de sus sistemas amordazantes, de su totalitarismo en el que no cabe la más mínima objeción ni cualquier acceso a la vía democrática.

Utilizando arteramente los cauces de lo establecido —se habla de un hipotético aumento del salario mínimo—, de astronómicos seguros de desempleo—, los comunistas no aspiran sino a demoler el edificio social español, a cuartear nuestra unidad, nuestro lícito afán de desarrollo, nuestro futuro.

No caben, no pueden haber engaños. El desafío es concluyente, y concluyente ha de ser —porque así lo esperamos todos— la respuesta de quienes tienen a su cargo —porque la sociedad así se lo ha encomendado— nuestra seguridad, el orden del que disfrutamos y por el que nos regimos.

Editorial de ABC
1 de junio de 1975

Un lenguaje propio de la postguerra en un año con un dictador preagónico y una sociedad en ebullición y ansiosa de libertades y de ejercer sus derechos. La actitud cerril del periódico de Prensa Española sólo conectaba con los sectores más reaccionarios del franquismo, con un Fraga que, en un alarde de visión futura, voceaba: «El comunismo no cabe en la arena política española» o con un presidente del gobierno, Arias Navarro, que el 24 de junio pronunció un discurso cuyo inmovilismo desesperanzador volvía al país a los años 50 y que prohibió la entrada de España de Juan de Borbón por reunirse con la oposición moderada... ABC ni siquiera era capaz de sintonizar con lo más presentable de la dictadura —por ejemplo, Licio de la Fuente, ministro de Trabajo, dimitió al rechazar el gobierno

Arias su tibia ley de Huelga— ni con la puesta al día de otros poderes fácticos, como la Conferencia Episcopal, cuya XXII asamblea aprobó por gran mayoría un documento sobre la reconciliación de los españoles (lo que, dicho sea de paso, ya era hora, ¡36 años después de la guerra civil! No obstante, cuatro cernícalos, más que *halcones*, votaron en contra y nueve se abstuvieron: su reino no debía ser de este mundo...).

Un *ABC* del que se decía que si cada vez tenía menos lectores no era porque los perdiese por su contenido sino porque se le iban muriendo, es decir, un periódico que sólo era apto para los más ancianos de una generación anclada en el pasado y en pleno proceso de extinción.

En noviembre de 1977, la familia volvió a decidir que Torcuato Luca de Tena dedicara más tiempo aún a su escritura y, además, para que no pudiera influir en la línea editorial, que actualizara su pasada experiencia como corresponsal en el extranjero. Al tiempo, también despachó a Cebrián Boné. Guillermo Luca de Tena fue nombrado director del periódico. Saneó las cuentas y *civilizó* el periódico y, en 1982, pasó al cargo de editor y le confió la dirección a Luis María Anson, que la desempeñó hasta 1997. Y si hizo de *ABC* un periódico más moderno y vivaz dentro de sus numerosas limitaciones —de formato, diseño, etc.—, lo que significó recuperar las ventas y acceder a nuevos lectores, la utilización del periódico y de su despacho de director para conspirar contra los gobiernos socialistas y los dirigentes del PSOE no era, precisamente, lo que necesitaba la imagen de *ABC* para entrar como periódico moderno en el siglo XXI...

Y como las marcas míticas son difíciles de olvidar, y más un referente puntero en la prensa semanal de la primera mitad del siglo XX, *Blanco y Negro* reapareció, tras el cierre en 1981, el 6 de marzo de 1988, pero como suplemento dominical de *ABC*, en sustitución de *Los Domingos de ABC*. Más tarde, cuando el Grupo Correo —editores de *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, luego bautizado Vocento— entró en el capital de Prensa Española hasta absorberla, los ejecutivos del también llamado *grupo vasco* no dudaron en quitárselo de encima tras una breve etapa con el título de *Blanco y Negro Cultural*, en sustitución de *ABC Cultural*.

La fotografía viva alumbra el fotorreporterismo

LOS ESTUDIOSOS de la fotografía sostienen que, sobre los antecedentes del periodismo gráfico ya relatados, «el nacimiento del fotoperiodismo, *sensu strictu*, se produciría en el periodo de entreguerras en Alemania y tuvo como vehículo las revistas ilustradas que florecieron allí entonces para dar salida a una demanda creciente de información visual por parte de una sociedad que *experimentaba* con la democracia después de la época oscura del autoritarismo prusiano» (Eric Casáis, *art. cit.*).

Este periodo entre la proclamación de la República de Weimar en 1918 y la llegada democrática al poder de Adolf Hitler es de una gran riqueza gráfica, y las revistas *Berliner Illustrirte* y *Münchener Illustrierte Presse* alemanas son dos ejemplos que influirán en la posterior prensa ilustrada. En Francia aparece en 1928 un semanario cuyo nombre es una declaración de principios: *Vu (Visto)* y, años después, *Picture Post* en Gran Bretaña. Pero los fotorreporteros como los conocemos hoy no aparecen hasta que la casa Leitz alemana pone a punto una pequeña cámara compacta que utiliza película de 35 milímetros: la Leica (apócope de *Leitz Camera*), cuyo primer modelo, la Leica 1 Modelo A, inventada en 1913, se presenta en la feria de Leipzig de 1925. Ya *sólo* será necesario el genio personal de Robert Capa y Henri Cartier-Bresson para que «la cajita» de la que se mofaban los antiguos reporteros, con sus aparatosas máquinas de placas y pesados trípodes, sea la admiración de todos por su rapidez y su perfección técnica. Cambiará de la noche a la mañana la historia de la fotografía y de la prensa gráfica.

Nació la que se denominó *fotografía viva* y, con ella, el periodismo moderno. Los progresos técnicos en las cámaras de paso universal y en la película popularizan la fotografía y la guerra civil española es, definitivamente, el escenario donde se desarrolla el fotoperiodismo moderno.

Siguiendo la estela de las revistas alemanas y de *Vu* francés, los norteamericanos Henry Luce y Briton Hadden fundan *Time* (1929) y *Life* (1936) —a las que se unirán otras, el semanario *Newsweek* (1933) y el mensual *Look* (1937)—, que terminan de instituir el fotoperiodismo y alcanzarán tiradas millonarias.

Life llegará a vender una media de ocho millones de ejemplares en 1972 y lanzará una edición en español (*Life en Español*, 1953-1969), sin que les afecte, en principio, el desarrollo también exponencial del cine y de la televisión; se produce, por el contrario, una interacción en la que los medios escritos y los audiovisuales se alimentan mutuamente. Por primera

vez en la historia de la prensa, el protagonista no es el redactor literario sino el gráfico: las historias se cuentan directamente con fotografías y el texto es simplemente una *ilustración* que aporta datos abstractos o históricos —el *background*— de los hechos. Las imágenes ya no son la recreación mítica de la prensa ilustrada del comienzo, sino la «*ventana al mundo*» que definió Gisèle Freund, un retrato real de lo que las palabras nunca conseguían describir en todas sus dimensiones.

El fotoperiodismo se convierte rápidamente en un elemento imprescindible para la prensa diaria y se multiplican las revistas y las agencias de fotos, en las que la característica es el fotógrafo como sujeto de la comunicación entre el mundo y el lector. Robert Capa funda su agencia, Magnum (1947), y les dice a sus fotógrafos: «Si vuestras fotos no son lo bastante buenas, es que no estabais bastante cerca». «Ocurre algo imperativo», dice el citado Eric Casáis, «la apertura de la mirada individual a un público ecuménico, al establecerse —a través de los medios de comunicación y en interrelación con ellos— la existencia de un lector que observa y participa de los acontecimientos *como si estuviese allí*. El mundo, de una vez por todas, se hace fotografiable. Ya no habrá más relatos periodísticos de oídas [...] porque la experiencia directa es posible y se traslada a los espectadores mediante la difusión periódica de imágenes vivenciadas. Ningún acontecimiento volverá a ser un acto ingenuo después de esto. El fotoperiodismo establecerá, bajo el decreto moral de la información, una vigilancia permanente sobre el mundo».

Apuntemos que esta situación idílica, que supuso el florecimiento de la prensa gráfica, del fotorreporterismo y de la fotografía, tuvo su mármol y su día, en forma de inflación económica, que puso por las nubes los gastos, desde luego los precios del papel, impresión y la producción de reportajes, pero, sobre todo, los gastos de envío. Especialmente para una revista como *Life*, con 6,8 millones de suscriptores: los gastos de 1971 crecieron en un 355% sobre los de 1970, mientras que los precios de suscripción en curso eran cautivos; el de kiosco sólo podía elevarse con mucha prudencia y, por si no fuera suficiente, la cartera publicitaria disminuía año a año ante un medio que si había sido colaborador, había crecido hasta ser competencia mortal: la televisión: una página de *Life* costaba 64.000 dólares en 1970 y apelaba a unos 40 millones de lectores; por el mismo precio, un anuncio de un minuto en un programa líder en televisión llegaba a 50 millones de personas. Pero la televisión no sólo era el soporte publicitario por excelencia sino que sus periodistas y camarógrafos comenzaban a tener una calidad profesional equiparable a cualquier otro medio y, por su au-

diencia, hacía realidad el nuevo tópico de los medios: la comunicación de masas.

El 28 de diciembre de 1972 salió el último número de *Life*, tras 36 años de salidas semanales. La Bolsa de Nueva York saludó la decisión con una subida importante de las acciones de la editora Time Inc., por desembarazarse de un medio que ponía en peligro la empresa —había tenido que vender ochenta emisoras de radio para mantener la revista— y reducía los beneficios de los accionistas.

El fotorreporterismo en España

EL COMIENZO de siglo en España es rico en títulos de revistas ilustradas y en el progreso del fotoperiodismo. Y no sólo en los grandes semanarios de las capitales españolas, Madrid y Barcelona, sino también en los medios de otras capitales; por poner un ejemplo anecdótico: el semanario *La Unión Ilustrada*, de Málaga, publicó en noviembre de 1913 (n.º 217), un amplio reportaje gráfico del entierro del ex capitán Manuel Sánchez, autor de un crimen muy popular de la época —que más tarde glosó Ramón del Valle-Inclán (*La hija del capitán*, 1928) y, mucho más tarde, el guionista Álvaro del Amo y el cineasta Vicente Aranda (*El crimen del capitán Sánchez*, *La huella del crimen*, serie para televisión producida por el exreportero de sucesos Pedro Costa, 1998).

Títulos principales de esos años son el semanario *Nuevo Mundo* (semanal, Madrid, 18 enero de 1894-1939), que en 1909 mezclaba temas heterogéneos y anecdóticos, desde la jura de bandera de un recluta, Tarragona deportiva, Guinea, Castillo de Figueras, los guerrilleros catalanes, la expedición al Polo Sur, Cuba, Melilla, un baile de moda, noticias del mundo femenino, el Palacio Bellas Artes de Barcelona, la exposición de Valencia, los Rifeños, lo que se llamaba Actualidades... *La Esfera* (semanal, Madrid, 1914-1931), que en 1915 dedicaba sus páginas a los reportajes, digamos geográficos: España pintoresca (Ondárroa, Santo Domingo de Silos...) y también otros países «pintorescos» («Suiza pintoresca», por ejemplo); a la vida oficial, la familia real, etc., a cuestiones domésticas, moda femenina..., y a cuestiones de actualidad como «La intervención de Turquía en la guerra». *Estampa* (semanal, Madrid, 1928-1938), tiene un contenido más variado y más adecuado a los tiempos: «Buster Keaton» (1930),

«Extraordinario sobre Cataluña» (1933), «Conchita Piquer», «Los crímenes y misterio de *La Mano Negra*» (1934) o «La mujer árabe», «Cartas de amor a las artistas» y «Los partidos del Campeonato de Liga» (1935). *Mundo Gráfico* (semanal, Madrid, 2 de noviembre de 1911-1938), que se subtitula *Revista popular ilustrada*, alterna contenidos de actualidad con los que hemos llamado geográficos; ejemplos para 1927 (n.º 833, de 19 de octubre): «Día de la Raza en Madrid, en provincias, en Barcelona», «Figuras de la campaña marroquí», «Feria de Zaragoza», notas de sociedad... Para 1929: Alfonso XIII, Bilbao, Londres, Cercedilla, Retiro, Príncipe de Gales, Paulino Uzcudun, Exposición de Barcelona, «Concursos de mantones en Chamberí y en Vallecas [Madrid]», «Avances en la aviación: el hidroplano gigante DO-X», «Reinas de la belleza», en los que, como se ve, Cercedilla, localidad de la sierra de Madrid, alterna con Londres con toda naturalidad... *Por esos mundos* (semanal, Madrid, 1900-1929): Júpiter, modernos platos de comida, Beugt Berg, la tuberculosis, Rodolfo Valentino... (1929).

El semanario *Algo*, subtitulado *Ilustración popular* (Barcelona, 1929-1938), evoluciona del modelo que se viene arrastrando desde el siglo XIX, de cuyas materias, pueblos, países, costumbres..., parece que es difícil prescindir, con el del semanario moderno: sorprende, por ejemplo, una portada de 1930 que sobre la fotografía de una fábrica con sus altas chimeneas humeando titula: «Un peligro de muerte: el humo», aunque cuatro años después sigue erre que erre: «Tipos finlandeses», «Un vendedor de zuecos en Corea» o «Una feria [ganadera] en Plasencia» son títulos de portadas de 1934, que se alternan con las grandes novedades del progreso técnico: «Una hora en el observatorio Fabra», «La presa mayor del mundo»; sigue en 1935: «A través del Negro Sahara», «Flores en el estanque [sobre los nenúfares]» e incluso en año tan convulso como 1936: títulos de portadas: «La estrella de mar» «Mujeres de Ucrania», «El flamenco, ave de bellos y suaves colores», «La palmera Nipa y sus valiosos productos [en Borneo]» o «El cormorán, hábil pescador e instrumento de pesca», aunque comienza a intuirse la necesidad de otros contenidos, pues en la exótica portada sobre el cormorán se incluye un rataplán en portada: «Lea en este número: Hace cincuenta años que Pasteur aplicó por primera vez a un ser humano la vacuna antirrábica...»; con la portada «Una madre malaya y los malayos» (n.º 300, de 11 de mayo de 1935), el rataplán anuncia otros temas y avisa: «Informaciones y reportajes exclusivos». Ya se ve otro talante, que atiende a los intereses populares: «De Micifuz y Zapirón [los gatos de la fábula de Samaniego, zampadores del capón de los amos] al Gato Fé-

lix [el famosísimo personaje del cine animado y el *comic* norteamericano creado por Otto Messmer en 1919 y que gozaba entonces de una gran popularidad añadida por haber sido el escogido para las primeras pruebas de la televisión, en 1929]». Por otro lado, ya se individualizan circunstancia y autorías en portada: «Con fotografías y datos recogidos en su reciente viaje por: Las regiones desconocidas de la Polinesia, del doctor Hugo Bernatzik».

La Guerra Civil cortó todo progreso. Las revistas se vieron afectadas, además, por las restricciones de papel: las menguadas provisiones se dedicaban a los diarios partidarios y a la propaganda; como con el resto de los bienes, la economía de guerra lo destina a la lucha contra los golpistas.

Cortas ilustraciones para una larga postguerra

PARA QUIENES ya se divisaban vencedores en la guerra fratricida, la prensa era, ya lo hemos visto, una pieza fundamental del Estado Nuevo como vehículo de propaganda, de acuerdo con las enseñanzas del fascismo mussoliniano. En noviembre de 1936, el jefe nacional de Falange, Manuel Hedilla Larrey, organizó en Salamanca un departamento de Prensa y Propaganda de FE y de las JONS (que tras el decreto de Unificación de abril de 1937 pasará a serlo del Movimiento Nacional) que, además de proveer de materiales y consignas, tenía que editar los siguientes títulos: «A nivel nacional quedaba esbozado lo que podía ser el óptimo despliegue de la prensa falangista a partir de mediados de 1937. Arriba sería el periódico oficial y de mañana. El *Boletín Oficial de la Falange* debía ser comprado en todas las JONS. Pasamos iba a ser el semanario humorístico [nunca llegó a editarse]. Flecha, *el juvenil*. Fotos, *el gráfico*. Estela, *después* [llamada] *Y, la revista quincenal femenina*. FE, *la doctrinal*. Vértice, *el magacín*, y Marca, *el deportivo*» (Begoña Zalbidea Bengoa, *Prensa del Movimiento en España: 1936-1983*, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1996).

Había una necesidad de contar la Guerra Civil desde el costado de los sublevados para contrapesar las terribles imágenes que transmitían los fotoreporteros de las grandes revistas europeas ilustradas —*Illustrazioni*, *L'Illustrazione italiana*, *L'Illustration*, *The Illustrated London News*, *Illustrirte Zeitung*, *Vu*, *Picture Post*...— y la norteamericana *Life*. Es, ya se ha

dicho, la primera guerra de la que un público masivo tiene una imagen cierta, abundante e inmediata⁸.

La muerte de un miliciano, la famosísima foto de Robert Capa, publicada por primera vez por el semanario francés *Vu*, el 23 de septiembre de 1936 (Por *Life* el 12 de julio de 1937; por *Regards*, el semanario comunista, el 14 de julio de 1937 y, más tarde, por miles de medios de todos los países...), se convierte en un icono de la Guerra Civil española y de la barbarie de los conflictos bélicos⁹.

Fotos, subtítulo *Semanario Gráfico de Reportajes [sic]* salió por primera vez el 25 de febrero de 1937, en San Sebastián, y estuvo apareciendo hasta 1963, tras cambiar sus feroces contenidos propagandísticos de primera hora por otros heterogéneos y superficiales, entre los que abundaban las noticias de sociedad y de espectáculos: la misma deriva que sus editores de primera hora, la Falange. En su primer número, de 25 de febrero de 1937, *advertierte* sobre su intención de mostrar «los magnos aconteci-

⁸ Durante la Primera Guerra Mundial, *The Illustrated London News* edita (octubre de 1916 a agosto de 1918) *La Guerra Ilustrada*, edición en castellano impresa en sus talleres y distribuida en España y países de habla española, así como *La Guerre Illustrée* para los países francófonos y una tercera edición en portugués para Portugal y Brasil. Una imagen de la guerra enfocada desde el punto de vista de los aliados —es obvio que lo primero en periodos bélicos es la propaganda.

⁹ Per la prima volta l'inviato speciale e il fotoreporter diventano i protagonisti di una vera e propria epopea, dal famosissimo Robert Capa al meno noto Lamberti Sorrentino, inviato de *La Gazzetta del Popolo* di Torino, che nel suo diario racconta: «[...] Ho nominato due giornalisti che frequentavano il Bar Basco [...] la redazione degli inviati speciali venuti a frotte per la guerra spagnola): Stevens e Sandri, ambedue morti, ambedue colpiti mentre vivevano interamente il nostro prodigioso mestiere. Mentre raccolgo queste note, un altro compagno di Bar Basco, O Neill, dell'United Press è caduto, ucciso sul colpo, con il ventre aperto da una granata, sul fronte di Teruel. E sono tre. [...] Da un anno a questa parte di giornalisti ne stanno morendo un po' troppi. È che una volta gli inviati speciali di guerra scrivevano i servizi, per lo più, nelle sale dei comandi di corpo d'armata; mentre ora, i corrispondenti in Spagna se ne vanno al fronte con le prime fanterie, e ogni giorno s'allontanano dai sicuri luoghi delle retrovie, per cercare, sulla linea del fuoco, quelle truppe maggiormente esposte. (L. Sorrentino, *Questa Spagna*, Roma, Edizioni Roma, 1939, p. 304. Lamberti Sorrentino è il primo giornalista-fotografo della stampa italiana. Alcune sue foto sull'entrata degli italiani a Santander sono state pubblicate nel numero del 1 novembre 1937, pp. 64-66, di «Life» con attribuzione; altre sulla Spagna si trovano su vari giornali italiani (*La Gazzetta del Popolo*, ovviamente, e *L'Illustrazione italiana*), senza mai però l'attribuzione)» (Lorenza Servetti, *Immagini da una guerra. La rappresentazione della guerra civile spagnola nella stampa illustrata*, <http://195.62.160.66/soprintendenza/SPAGNA>).

mientos de la heroica gesta que vivimos» («Dos advertencias al lector», editorial, *Fotos*, n.º 1, el 25 de febrero de 1937, citado por R. Aguilar Bermúdez, P. Martín García y Rosa Cal, coordinadora, «La propaganda franquista en la revista *Fotos*», *Revista Latina de Comunicación Social*, La Laguna, Tenerife, n.º 18, junio de 1999).

Aguilar Bermúdez, P. Martín García y Rosa Cal, autores del valioso estudio citado sobre el semanario en los años de guerra, señalan que dedica la mayor parte de su espacio a glosar las hazañas de los *nacionales* y a desprestigiar a quienes llaman las y los *sin Dios*, adobadas con secciones como «novelas y relatos cortos, deporte y moda, ilustraciones y humor», pero sin olvidar a las mujeres, a las que dedican una sección titulada *Ellas*, en la que, como era de esperar, ocupan especialmente de modas. Los reportajes atienden a personajes populares de su misma ideología, como el que titula «Antoñito Bienvenida [entonces prometedor novillero] es falangista». Sin olvidar la obligada cera que han de administrar a los «camaradas» que Franco elige para las estructuras políticas de su Movimiento, así como la debida a sus figuras señeras: los de primer orden —Francisco Franco, José Antonio Primo de Rivera, Onésimo Redondo, Emilio Mola, Pilar Primo de Rivera, Víctor Pradera...— y los segundones influyentes —Ramón Serrano Suñer, Raimundo Fernández Cuesta... La sección dedicada al cine, *Pantalla*, es publicidad de los estudios nazis alemanes UFA, y sus estrellas Marika Rokk, Louise Ullrich..., aunque también hay lugar para la caricatura española paralela, la Cifesa española, Imperio Argentina, Florián Rey, *Mariquilla Terremoto*, *La canción de Aixa*... Aunque no pueden sustraerse a la fuerza del cine norteamericano, de modo que tiene su lugar, de Shirley Temple a Robert Taylor o Ramón Novarro.

Pero para *Fotos*, Jauja-Jauja sólo es Alemania: insiste en sus alabanzas para «de algún modo, dar a entender que, con la victoria de Franco sobre los republicanos, la vida en España será igual de maravillosa» (Aguilar Bermúdez, Martín García y Cal, *op. cit.*). El retrato edulcorado de la Alemania nazi, desde la uniformidad a la educación política, desde el paraíso de la juventud, las mujeres y los niños al deporte —los Juegos Olímpicos de Berlín, 1936, fueron una gigantesca operación propagandística del Tercer Reich— Alemania, la Alemania de Hitler era el paraíso perdido, como la Italia de Mussolini en segundo plano.

Fotos seguía al pie de la letra y disciplinadamente la plana que le daban. No le movía ningún afán periodístico sino propagandista; por eso tituló las fotos de la Guernica bombardeada como «¡Que lo sepa el mundo! Barbarie marxista en Guernica», de acuerdo con la estrategia propagandis-

tica previa de culpar a «los dinamiteros vascos» del experimento nazi del bombardeo de una población civil, el primero de la historia. Y cuando fue silenciado por los golpistas el jefe nacional de Falange, Manuel Hedilla —a quien, cuando mandaba, *Fotos* lo había retratado como «Rostro grave, gesto duro, pensamiento hondo, carácter enterizo. Un hombre de voluntad al servicio de España»—, aplaudió con las orejas: mandaba Franco, «defensor de la fe, salvador de la Patria», habitualmente.

Eso sí, los reporteros de *Fotos* se adelantaron décadas al *new journalism* norteamericano: «Los reportajes suelen ser narraciones en primera persona, y casi se podría decir que el verdadero protagonista es el narrador. En la mayoría de las ocasiones cuenta cómo ha llegado allí, la carretera que ha seguido, cómo se ha encontrado el lugar (lo describe) o el personaje a entrevistar, con quien ha hablado. Suelen los reportajes conducir a una conclusión en la mayoría de las veces previsible», dicen los autores citados. Que recogen los apelativos con que tildan a sus enemigos, los ciudadanos, políticos, soldados defensores de la legalidad y de la legitimidad: «en fin, en ningún momento se refieren a las personas que no son ellos mismos con palabras, sino que emplean epítetos de diversa índole. En la lista que hemos elaborado encontramos de todo tipo, si bien se observa que con el paso del tiempo y con el avance de la contienda se van concretando más éstos, así en los primeros números las referencias son: «Hordas», «Indocumentados», «Salvajes», «Rojos», «Ratas», «Pandilla», «Facinerosos», «Bolcheviques», «Turbas», «Canallas», «Energúmenos», entre otros. Durante la campaña del norte, que les lleva a su entrada triunfal en Bilbao, podemos ver algo ya apuntado, los ataques se concretan, además de proseguir con todo lo anterior, ahora también son: «Rojos separatistas», «Canalla ruso-separatista», «Enajenación nacionalista», «Separatistas»... En su lenguaje común, un republicano, o comunista, o soldado vasco, o catalán o un simple miliciano, no son más que: «Un truhán», «Un ratero», «Un descuidero vulgar», «Un despechado», «Un sin Dios»...». Bobby Deglané, locutor chileno que fue uno de los más celebrados de la radio del franquismo, publicó en *Fotos* un reportaje de una treintena de fotos de la toma de Madrid por las tropas de Franco¹⁰.

¹⁰ «Nuestro enviado especial Bobby Deglané fue el primero que logró entrar en Madrid y por el micrófono de Unión Radio saludó en nombre de *Fotos* a los españoles que momentos después eran liberados por las tropas de Franco. Gracias a él tiene el mundo entero las primeras fotografías de Madrid. El relato de su audaz entrada lo ofrecere-

Fotos, el *Semanario Gráfico de Reportajes* [sic], se trasladó a Madrid en 1940, como el resto de las publicaciones falangistas, y fue cambiando el subtítulo: de *Semanario Gráfico Nacional*, *Semanario Gráfico Nacional Sindicalista* (1937), *Semanario Gráfico de Información y Reportajes* (1940) a *Semanario Gráfico de Información y Noticias* (1941).

Aguilar Bermúdez y Martín García y R. Cal repasan en su apreciable trabajo algunos hitos de la primera época de *Fotos*: la primera portada, por ejemplo, utiliza «una fotografía de un soldado de Falange con aspecto serio, con en fusil apoyado en su hombro izquierdo en la posición de firme, y un pequeño texto que sirve como presentación a la publicación: “Nuestro puesto está al aire libre, bajo la noche clara, arma al brazo y en lo alto las estrellas”». Otra pide para su causa: «Ayudad a la prensa española, que tan patriótica campaña realiza» (*Fotos*, n.º 20, 10 de julio de 1937)...

Cada vez que puede, *Fotos* expresa lo que tiene que expresar, es decir, lo que manda el mando: «*Fotos*, brazo en alto» es el título de la portada del número 65 (21 de mayo de 1938), tan excesivo como es de esperar en una prensa de partido y en guerra, refleja la altura del «mensaje del director»: en él, dicen los citados autores, «renueva sus votos al “Caudillo de España [...]», al ministro del Interior, como representante de la prensa nacional [Ramón Serrano Suñer] [...], a las jerarquías todas de la Falange [...] Por Dios, por España y su revolución Nacional Sindicalista. ¡Arriba España!”».

Claro que el director de *Fotos* es Manuel Fernández Cuesta —«El jefe de la Junta de Mando (Manuel Hedilla) favoreció decididamente a Manuel Fernández Cuesta, profesional del periodismo, a quien autorizó para lanzar una revista semanal titulada *Fotos*, con cargo a los recursos de la Falange»—. Es hermano de Raimundo Fernández Cuesta, el segundo *ausente* —el primero, Primo de Rivera, fue juzgado y fusilado en la cárcel de Alicante; él, cofundador de Falange, preso en Madrid, fue canjeado por Justino de Azcárate, preso por los sublevados—. Cuando Raimundo pudo hacerse *presente* en Burgos, en octubre de 1937, fue un prudente seguidista de los deseos de quien ya iba para dictador —ni FE ni JONS ni carlistas: él, Franco, el jefe—, en contra de las tesis de Hedilla, el guardador de las *ausencias* —opuesto a la unificación y condenado dos veces a muerte

mos a nuestros lectores en el próximo número de *Fotos*» (1 de abril de 1939) (Juan Miguel Sánchez Vigil, «Fuentes para el estudio de la documentación fotográfica», *Cuadernos de Documentación Multimedia*, n.º 8, Universidad Complutense de Madrid, 1999, <http://multidoc.rediris.es/cdm/>).

por los caricaturescos tribunales de Franco y doblemente indultado—. Una actitud que, aparcada y pendiente «la revolución nacionalsindicalista», le reportó una provechosa carrera política: secretario general del Movimiento (1937), ministro de Agricultura (1938), ministro de Justicia (1945), presidente del Consejo de Estado (1945) y ministro secretario general del Movimiento (1951)... Al final, desengañado y eterno esperador de nueva poltrona *junto a los luceros* —como otros preteridos, Girón de Velasco y demás *compañeros mártires* del pragmatismo franquista: ocupar la Jefatura del Estado hasta su extinción física—, ya de saldo, en 1976 fue presidente del grupúsculo minúsculo que se quedó con la marca *FE y de las JONS*, inútil cargo del que dimitió en 1983, nueve años antes de su muerte.

Fotos, no obstante, continuó su camino entre la propaganda bélica y la mitificación de los resortes que Franco iba construyendo para atornillar el poder —una portada de principios de 1938 con el yugo y las flechas (el llamado *cangrejo* por los vencidos) sobre la foto de un soldado con el fusil al hombro, tiene el siguiente título retórico-poético: «Las flechas de Falange se han hecho carne sagrada de heroísmo»— y terminada la Guerra Civil dedica sus contenidos tanto a la descalificación de la obra republicana y al escarnio de las tropas derrotadas como a la construcción de una personalidad mítica para el director, en la que no faltarán, obviamente, los aspectos que los periodistas llaman *humanos* —«Reportaje sobre Franco y su hija en el Amazonas» (www.libroantiguo.com)—. Y casi al mismo tiempo comienzan las campañas de propaganda de la guerra emprendida por el nazismo alemán y el fascismo italiano, regímenes hermanos y aliados del fascismo español.

La portada del 20 de diciembre de 1941 no puede ser más patética por su falsedad ideológica: sobre una foto de un hombre asomado a una ventanilla de tren, besando a una niña que le ha izado una madre tan sonriente como los otros dos, el título «Productores españoles a Alemania» y el pie de foto: «Junto a los camaradas alemanes y a obreros llegados de diversas naciones, los españoles van a vivir ahora en un nuevo ambiente que les permitirá contemplar nuevas ciudades y nuevos paisajes y que ampliará, sin esfuerzo, su cultura, mientras permanecen entregados a la tarea que les proporciona no sólo el medio de satisfacer todas sus necesidades materiales, sino que deja un margen para el ahorro o para hacer envíos económicos a la familia que queda en España. He aquí la suave emoción de la despedida de uno de los productores españoles, que abraza a su hijita momentos antes de partir». Entre tantas sonrisas, felicidad y promesas de futuro culto y adinerado, ni una sola mención a la Navidad que se celebra-

ba a cinco días de la escena, a la separación de miles de familias y, mucho menos, al incierto futuro que esperaba a unos trabajadores que, como se supo muchos años después, fueron esclavizados por la dictadura nazi...

Ya era director Jesús Suevos, fundador de las Falanges Gallegas y Jefe Territorial de Galicia por nombramiento directo de José Antonio, que fue durante el franquismo director de *El Pueblo Gallego*, de Vigo, director general de RTVE, director general de Cinematografía y Teatro, primer teniente de alcalde del Ayuntamiento de Madrid y alcalde en funciones. Perpetuo consejero nacional del Movimiento y conspicuo franquista que incluso votó contra la ridícula ley de Asociaciones de Arias Navarro y, faltaría más, contra la de Reforma Política de Adolfo Suárez.

En este contexto de las revistas del nuevo régimen no se puede dejar de consignar *Signal*, la revista de propaganda del Ejército nazi, que contó con una edición en español desde el número 8 de 1941, aunque desde enero de 1941 comenzó a aparecer, con el número 1, con una tirada de 25.000 ejemplares exclusivamente para España, además de la importación de 6.000 ejemplares de las ediciones en alemán, francés e italiano.

Signal apareció en Alemania en abril de 1940, como suplemento o edición especial de la citada *Berliner Illustrierte Zeitung* y promovida por el coronel Hasso von Wedel, jefe de la oficina de Propaganda del Ejército, que la mantuvo fuera de la disciplina del Ministerio de Propaganda de Goebbels. Llegaron a publicarse ediciones en 26 lenguas diferentes y llegó a distribuirse en Estados Unidos hasta diciembre de 1941; los dos millones y medio de ejemplares quincenales que se llegaron a editar se imprimían en cuatro ciudades diferentes, Berlín, Oslo, Milán y París, y la revista era realizada por las Compañías de Propaganda (las llamadas *PK*) del ejército alemán, unidades integradas cada una por doscientos soldados-periodistas —fotógrafos, periodistas, dibujantes, cámaras...— y una compañía por división: de 1939 a 1945, se encuadraron en ellas 1.624 profesionales, de los que 722 murieron en combate.

Una revista de contenidos francamente repugnantes, empedrada de mentiras sobre la guerra y las intenciones nazis, llena de loas al ejército de soldados esclavos de la Wermatch y de mitología sobre un pueblo, el alemán, que, embriagado por la propaganda huera sobre su grandeza, prefería dar la espalda a la realidad criminal de sus dirigentes y de sus militares; todo ello, adobado por la publicidad de las empresas colaboradoras del régimen: Colonias 4711, Agfa, Audi, BMW, Commerzbank, máquinas de escribir Continental, Deutsche Bank, Dresdner Bank, Faber Castell, Geha, Henkel, Mauser, Mercedes-Benz, Merck, Olympia, Pelikan, Rodosont, Ro-

Ileiflex-Rolleicord, Siemens, Telefunken, Zeiss... («*Signal*, 1940-1945», www.filosofia.org).

Pero con una elevada calidad técnica, por desgracia, porque conseguía que *Signal* cumpliera sus objetivos de alienación de sus lectores. De gran formato (36 x 27 cm), metió un pliego de ocho páginas en color sobre las cuarenta de la revista, lo que, para esa época, era una modernidad.

Añadamos, en fin, que la dictadura franquista no pudo sustraerse a su permanente vocación de aportar su granito de ridículo, por lo que, de vez en cuando, obligaba a los editores alemanes a censurar imágenes que la prepotente Iglesia católica española no podía permitir sin que crujiera el esqueleto de la España negra. Carlos Díez ha detectado tres de estas bochornosas censuras: una página del primer número de *Signal*, de abril de 1.940, donde se veía al escultor nazi Josef Torak en su estudio retocando una tan gigantesca como retórica figura de una mujer, por estar al fondo la modelo desnuda en la misma posición que la espantosa estatua. La contraportada del número 10 de 1944 fue la misma en veinticinco ediciones de *Signal*, salvo en la española, donde se veía a una niña jugando con su perro; en las otras veinticinco ediciones, una joven en un adelantado bikini se tira a una piscina mirando a la cámara, sonriendo y con un insinuante pie de foto: «En busca de compañía»; la tercera censura fue más allá de los cambios de páginas: el gobierno secuestró el número 13 de 1944, en cuyas páginas centrales aparecían escenas del autotitulado Desfile de la Victoria, celebrado en Madrid en junio de ese año, con fotos de Franco saludando a mandos militares y presidiendo el paso de unidades de fascistas disfrazados con su camisa azul y su boina roja, lo que, a esas alturas de la guerra, en las que el dictador ya no daba una peseta por la victoria del III Reich, no le convenía nada. Se hizo creer, «a modo de leyenda, que este número no llegó a España por ser derribado el avión [que lo traía] [...] no obstante hoy sabemos que fue editado pero no distribuido», aunque sí el suplemento sobre la V 1 que lo acompañaba... (Carlos Díez, *Signal*, www.geocities.com/CapitolHill/Embassy/2517).

Y si *Fotos* era el semanario ilustrado popular, el mensual *Vértice* (San Sebastián-Madrid, 1937-1946) era un «alarde de lujo burgués y defensora de un modelo de ciudadano forjado por la disciplina, la obediencia jerárquica y el deporte, permite entrever también, dentro de la entusiasta apología de los valores de la Nueva España, las disensiones políticas generadas por la función de Falange en el estado franquista, al tiempo que la propia publicación experimenta cambios sustanciales que la mueven a no tener adscripción ideológica y a perder sus aspiraciones de alta cultura»

(María Ángeles Naval, *La novela de Vértice y la novela del sábado*, CSIC, Madrid, 2000).

Fue dirigida por Manuel Halcón, un novelista mediocre y cursi, encarnación del señoritismo sevillano, y, a partir de 1940, por Samuel Ros, otro falangista escritor de novelas triviales. La dirección artística era de Antonio de Lara, Tono, de la llamada *la otra Generación del 27*, la del humor (*vid.* Capítulo 6). La estética falangista que propagaba la que pretendía ser revista literaria de Falange, era la de la gran burguesía —cuyas casas y objetos de arte fotografiaba, como un *¡Hola! Adelantado*—: se envuelve a sí misma en el lujo, con papeles satinados, cartulinas para reproducciones artísticas, formato grande (27,5 x 35,5 cm), lomo cuadrado, y presta sus páginas a las firmas del momento: Manuel Aznar, Edgar Neville, Ernesto Giménez Caballero, Álvaro Cunqueiro, Agustín de Foxá, Dionisio Ridruejo, José Luis López Aranguren, Gonzalo Torrente Ballester, José María Alfaro, José María Pemán, Eugenio D'Ors...

El catedrático de Literatura de la Universidad de Zaragoza José Carlos Mainer, especialista en la literatura de la época (*Falange y literatura*, Labor, Barcelona, 1971, y *Literatura y pequeña burguesía en España*, Cuadernos para el Diálogo, Madrid, 1972), apunta que *Vértice* evolucionó desde su inicial sentido de «portavoz de la estética falangista hacia, una vez terminada la guerra, posiciones nostálgicas de carácter burgués».

Combina, diríamos, lo útil con lo bello, la propaganda más prosaica con la delectación artística. Por ejemplo, Manuel Halcón dedica el número XXVI —la cursilería de la primera época parecía aconsejar la numeración romana—, de 1939, «Año de la Victoria», a Cataluña, encabezado por un editorial, sin título, que comienza marcial y termina pringoso, y que es muy explicativo:

La Revista Nacional de Falange Española Tradicionalista y de las JONS quiere servir, con todo amor, los intereses permanentes de la Nación Española, tan dichosamente restaurada en este Año de la Victoria. Rescatada Cataluña para la Unidad de la Patria, *Vértice* dedica a la gran tierra española estas páginas. Cataluña, carne y hueso de España, durante siglos servidora fiel e incomparable de nuestras mayores políticas, vuelve a ser, en la comunidad nacional, aquella provincia natural del Imperio que amamos en las jornadas de nuestra Grande y General Historia. La Cataluña de hoy, en el haz de las tierras españolas unidas bajo la diestra militar del Caudillo, renovará su virtud antigua y, tierra fronterera, vigilará los muros de España, sea en la orilla del Mar Latino, sea en la marca de los altos montes pirenaicos, sea con su mano franca vocada [*sic*] al trabajo del

campo, del taller artesano, de la gran fábrica ruidosa, del timón de los navíos del comercio. Y que en las manos de Cataluña, como en la de su San Raimundo de Peñafort, liben miel las abejas, llevándoles vocación de dulzura y gracia de amor.

«Barcelona, archivo de la cortesía», utiliza la frase de Cervantes como acompañamiento de fotografías de diversos aspectos arquitectónicos y monumentales de la ciudad gótica; «Pintura catalana»; «Cataluña bella y fuerte», de José María Salaverría, que, aunque parezca mentira, comienza: «Decir que Cataluña es industrial, a mi parecer no basta»; ¡Historia sentimental de una ciudad», de Ignacio Agustí; «Una hora de España: Cataluña», de Azorín; el poema «Ventana a Oriente», de Luys [sic] Santa Marina, «Venerada imagen de Nuestra Señora la Virgen María en el Santo Lugar de Montserrat», fotografías de A. Mas, como las de la pintura; «Trovadores», de Martín de Riquer; «Lull [sic], síntesis del tiempo», de Juan Teixidor; «Libros catalanes»; «El Museo Arqueológico de Barcelona. Las colecciones e instalaciones»; «Poblet y Santas Creus»; «Sardana», de Regino Sáinz de la Maza; «Los Caballeros Almogávares»; «En el Real Monasterio de las Huelgas jura el Consejo Nacional de la Paz», donde mezcla la noticia del juramento de lo que luego se llamará Consejo Nacional del Movimiento con dos bellos grabados sobre el monasterio de Genaro Pérez de Villaamill (siglo XIX) impresos en la cartulina de alto gramaje que emplean para otras láminas: «Naturaleza muerta», de Carles; «Estampa de circo», de Campmany, y «Le rouge et le noir», de Calcina, todas ellas bajo la rúbrica de la sección *Pintores españoles*; el relato «Noche de estrellas», de Elisabeth Mulder; la sección *Decoración* recoge fotografías de salones de palacios, casas monumentales y de la alta burguesía catalana y la de *Modas*, a las de «las nobles mujeres catalanas» a los rostros tocados esculpados en los arranques de los arcos de las bóvedas del Palacio de la Diputación, así como ejemplos de detalles decorativos, abanicos, etc.; «Los telares catalanes»; una carta de Jeannine Alex-Dumas d'Hauterive a Greta Garbo por su interpretación en *Margarita Gautier*; unos fotogramas de María del Carmen, «nueva producción Cifesa». Y las páginas finales, dedicadas exclusivamente a la propaganda: fotos de la Agencia Cifra de los actos de la citada jura; «El Día del Caudillo», también de Cifra; «El Caudillo en Toledo», fotos de Contreras; «Campamentos de las Organizaciones Juveniles», fotos de Arenas; «Auxilio Social», fotos P. [Pérez] de Rozas; «Laude de los ilustres vinos Catalanes» y «Cooperativismo [agrario catalán]», de Ángel Sanz, y «Ayuntamiento de Barcelona. La obra realiza-

da», sobre el abastecimiento y las obras de reconstrucción y reparación (que en otros números eran unas extrañas páginas divulgativas de instituciones del Estado, como el puerto de Sevilla o el Banco de España en el número 44, de mayo de 1941). Y ya desde entonces, comenzadas las primeras escaramuzas políticas y bélicas de la Segunda Guerra Mundial, el canto hagiográfico a los fascismos europeos, a sus ejércitos y armadas: Pé-tain estrechando la mano de von Stohrer, «Embajador de la gran Alemania»; artículo de Andrés Revesz, fascista húngaro refugiado en España, «De la paz a la guerra», donde escribe sobre el asombro internacional causado por la *blitzkrieg* sobre Polonia y sobre que las autoridades aliadas descartan vencer a Alemania en una guerra pero confían en su agotamiento económico...

En este mismo sentido de revista mensual lujosa con ínfulas artísticas encubridoras de intenciones propagandísticas, hay que situar a *Mundo Hispánico*. La revista de veintitrés países, una de las publicaciones del Instituto de de Cultura Hispánica (ICH), organismo asesor del Ministerio de Asuntos Exteriores creado en 1945 para sustituir al desaparecido Consejo de la Hispanidad. *Mundo Hispánico* comenzó a editarse en Madrid en 1948 y desapareció en 1977, cuando la democracia transformó el organismo *imperial* en Instituto de Cooperación Iberoamericana.

A pesar de que *Mundo Hispánico* no tenía mayores intenciones de profundizar que *Vértice*, sino servir de escaparate de las obras de la dictadura en América Latina, el mensual tuvo sus más y sus menos con las llamada *naciones hermanas* por el régimen. Por ejemplo, en 1950, que Argentina declaró «Año del Libertador», por ser el centenario de la muerte del general José de San Martín, la prensa española lo silenció, de grado o por fuerza, y cuando el embajador argentino en Madrid declaró que «los españoles no pueden olvidar que don José de San Martín, emancipador de América, fue uno de los brazos ejecutores de la sentencia de muerte recaída sobre la hegemonía española en el mundo» («Hispanidad y oportunismo político: el caso peronista», Raanan Rein, Universidad de Tel Aviv, en Estudios Interdisciplinarios de América Latina y el Caribe, volumen 2, n.º 2, julio-diciembre de 1991), lo que, para «corregir la distorsión», contestó en varios números de *Mundo Hispánico* el director, Alfredo Sánchez Bella —que empezó desempeñando tareas de propaganda durante la Guerra Civil, fue director del ICH desde noviembre de 1948 a 1956, nefasto ministro de Información y Turismo desde octubre de 1969 a junio de 1973 y terminó de presidente de Grand Tibidabo, empresa de Javier de la Rosa, polémico empresario de los años 80 encarcelado por sus prácticas finan-

cieras fraudulentas—. En una de las *brillantes* operaciones exteriores de los gobiernos españoles, los argentinos, sobre todo, reclamaron la latinidad de la América de habla española contra la hispanidad e incluso la ibericidad que se quería imponer desde Madrid. «Dónde ha quedado la latinidad», se pregunta *Mundo Hispánico*, «En una vaga indeterminación. En una artificiosa calificación de lo temperamental [...] La latinidad al uso finisecular no tiene meridianos políticos, ni económicos, ni culturales; tiene que conformarse con paralelos o con simples puntos inconexos entre sí [...] Los pueblos hispánicos no pueden distraer espíritu ni elementos, necesarios a los efectos de la consolidación de su región, en lo que, bajo la brillante y lejana enseña de la latinidad, parece ser lo que en estrategia se llama diversión» («Latinidad y regionalismo», editorial, n.º 76, julio de 1954).

Lo cierto es que el espíritu que animaba la revista —en general, «la epopeya ibérica en las tierras americanas», la conquista, la cristianización, la *civilización*, la lengua...— era recibido con diverso ánimo según la república, aunque para la mayoría fueran bienvenidas las noticias de los logros de la *madre patria*. Especialmente cuando su aislado dictador de turno era recibido en el Palacio de El Pardo por el aislado dictador de la *madre patria* (cfr: «Trujillo en España», *Mundo Hispánico*, n.º 76, julio de 1954, sobre el viaje a España del «generalísimo» Trujillo, que fotografió magistralmente por José Campúa, fotógrafo oficial del dictador¹¹: un apoltronado Franco, con la espalda pegada al respaldo de su sillón, vestido de militar y con botas de caballería, espuelas incluidas, le habla, con las piernas por delante, a un solícito y atento Trujillo sentado en el borde de su sillón, con los codos apoyados en los muslos y vestido con uniforme de gala, hombreras y pechera rameadas en hilo dorado).

¹¹ José José Campúa fue fotorreportero de *Nuevo Mundo*, *Mundo Gráfico* y el diario *El Gráfico*, así como operador cinematográfico para las filmaciones sobre los toros de la Pathé francesa. Aunque había sido masón —y Carmen Polo desconfiaba que hubiera dejado de serlo—, fue fotógrafo oficial de Franco, quien también había coqueteado con la masonería cuando creyó que podía ser un trampolín al poder, antes de preferir el golpismo y el catolicismo integrista. Las fotografías de Campúa, como las de Alfonso, de los viajes de Miguel de Unamuno (1913) y del rey Alfonso XIII (1922) a las Hurdes fueron una llamada a la conciencia de la sociedad. Asistente del Campúa franquista más allá de cualquier sospecha fue un joven llamado Germán Gallego, que luego se convirtió en uno de los fotógrafos más perspicaces de la transición española, en el semanario *Interviú*.

A principios de los años 50 hay una verdadera manía en reivindicar el catolicismo más integrista para España: han comenzado conversaciones secretas con el Vaticano para que Pío XII abra a la dictadura las puertas de la comunidad internacional, por lo que abundan pronunciamientos sobre las bondades de la dictadura española como modelo para «los pueblos de su estirpe», como el siguiente del secretario general del Movimiento, el citado Fernández Cuesta:

El recio espíritu militante y de cruzada de la catolicidad española ha sido, a lo largo del tiempo, principalísimo instrumento en la empresa de mantener la unidad de nuestra fe contra los desgarrones protestantes y haber contribuido a imbuir en el Renacimiento un sentido católico, opuesto al exclusivamente antropológico y racionalista, creando así, en la historia moderna, una línea cultural perfectamente caracterizada, distinta de la seguida por otros pueblos, y que ha configurado la personalidad inconfundible de España [...] A España se le ofreció, pues, una oportunidad única de probar su razón; pero se le ofrece no solamente a ella, sino también a los pueblos de su estirpe, formando todos un bloque espiritual de influjo decisivo en el porvenir del mundo. Esos pueblos se encuentran hoy en un momento crucial, víctimas la mayoría de los estragos de un liberalismo atomizante, meramente formal. Hoy se hallan desengañados de siglo y medio de tales experiencias, y en todos ellos existen fuertes núcleos de opinión, cada vez más importantes, que vuelven los ojos a España, buscando inspirarse en su actual pensamiento y en su presente acción, para adaptar ambos a las circunstancias especiales autóctonas de cada uno de esos países, convencidos de que, en otro caso, su vida pública desembarcaría en soluciones de tendencia comunista o en situaciones de tiranía, a merced de los más audaces.

Ni ellos ni nosotros podemos desaprovechar el momento. Hacerlo sería imperdonable y traicionaríamos un destino a una obligación histórica que la vida nos impone. Pero ello no implica ni supone, como algunos podrían alegar, la vuelta al punto en donde la bifurcación de las dos líneas comenzara, sino la puesta al día, la adaptación al presente, el desarrollo, al través del tiempo, de sus principios básicos fundamentales, asimilando cuanto de bueno los grandes movimientos sociales e históricos han ido descubriendo; respetando y valorando al hombre ya su razón, pero no declarándoles absolutos soberanos, sino sometiéndolos a unas normas superiores ya las limitaciones de la convivencia social; dando al proletariado el rango político y social que legítimamente merece y ha conquistado en la vida moderna, pero no aceptando su dictadura ni la de ningún otro sector social; preocupándose por la técnica y el progreso científico, pero no

para materializar la vida, sino para dar al hombre el decoroso bienestar a que tiene derecho, sin merma y aun como estímulo de los valores del espíritu; prescindiendo de la ficticia representación inorgánica del sufragio universal, que conduce al fraccionamiento partidista, obstáculo para la ordenada vida de los pueblos, y sustituyéndole por una representación de comunidad profesional de vida local o provincial y, sobre todo, logrando la unidad política, clave y base de nuestra existencia pública, unidad que no excluye los matices ni las diferencias de criterio, pero que exige una coincidencia, no vaga y abstracta, que pueda encubrir discrepancias decisivas, sino concreta, sobre nuestros puntos doctrinales, sobre la disciplina y sobre los propósitos para el futuro.

Raimundo FERNÁNDEZ CUESTA

«Una política de autenticidad», *Mundo Hispánico*, editorial firmado
N.º 76, julio de 1954

Pero, al margen de estas incursiones políticas tan descaradas, el grueso de la revista se dedica a temas superficiales, artísticos, informativos de la actualidad económica y cultural española y americana. Y junto a esas firmas politizadas se van incorporando colaboradores que conforman un grupo intelectual valioso que, posteriormente, desarrollarán su talento al margen del franquismo y en ciertos casos, como el del crítico de arte José María Moreno Galván entre otros muchos, en abierta oposición a la dictadura. Y no es porque *Mundo Hispánico* sea siquiera un pelo más liberal que *Vértice*, ni mucho menos Sánchez Bella, pero la diferencia es el hecho de que la edite un organismo del Estado en vez del partido único, que las nuevas generaciones detestan. También contribuyó la aparición, en 1948, de *Cuadernos Hispanoamericanos*, una revista de pensamiento y creación que también edita el ICH y que fue fundada por Pedro Laín Entralgo, en quien su liberalismo enseguida se impuso sobre su falangismo. Por último, el gran cuidado que se ponía en la imagen hizo que en *Mundo Hispánico* publicaran grandes firmas de la fotografía; el citado Campúa, Ramón Matsats, el argentino Pedro Luis Raota...

Estos medios que acabamos de repasar eran, por su lastre ideológico, una prensa de corto vuelo. Cuando, apoltronados y aburguesados los dirigentes del Movimiento y cansada la sociedad de una postguerra que no sólo no tiene fin sino que, junto a los regímenes nazi-fascistas aliados de Franco, ha sido víctima de una nueva derrota y la comunidad internacional da la espalda a la dictadura española, los órganos secundarios de la propa-

ganda del régimen comienzan a perder lectores. Y como, además, ya no son tiempos para lucir charreteras y correaes fascistas —como eran tan del gusto del cuñado de Franco, Ramón Serrano Suñer, y demás jerarcas—, también la prensa comienza a abandonar las ínfulas imperiales y, poco a poco, va cambiando la derrota informativa para acomodarla a los nuevos aires que corren en Occidente.

7 Fechas. *El periódico de toda la semana* es un semanario que comienza el 4 de octubre de 1949, en papel prensa y formato tabloide (48 cm de altura) editado por la Prensa del Movimiento, en los mismos talleres del diario *Arriba*, los de la calle Larra de Madrid incautados al diario *El Sol* por los falangistas.

A los efectos que nos interesan aquí, *7 Fechas* publica periódicamente, en verano y en diciembre, sendos números extraordinarios en formato revista (20,5 x 32,5 cm), lomo cuadrado, con portadas de cartulina en color y la mayoría de los pliegos en tipografía, alguno de ellos en bicolor, y algún pliego intercalado en papel de huecograbado, que se reserva para reportajes fotográficos y que se imprime al principio en la tinta sepia característica de la postguerra y, más tarde, en blanco y negro con algún toque bicolor. Es un intento de prensa popular en la que, junto a las consignas, la propaganda y las notas de obligada inserción, se comienzan a meter reportajes anecdóticos, de sucesos, *corazón*, deportes, variedades, la *fiesta nacional*, mucho humor, pasatiempos..., es decir, la temática propia de la prensa popular.

Como los otros medios financiados con el bolsillo público, la dirección de *7 Fechas* fue adjudicada a un *afecto*, a Rafael García Serrano, otro de esos escritores falangistas definidos como «los que “ganaron la guerra y perdieron los manuales de literatura”. En vida, todos estos autores (Eugenio Montes, Rafael García Serrano, Víctor de la Serna, Ernesto Giménez Caballero, Rafael Sánchez Mazas, Ángel María Pascual, César González Ruano, etc.) gozaron de tribunas en la prensa y audiencia en las editoriales, pero a medida que morían, desaparecían de la memoria» (Pedro Fernández, «Agustín de Foxá: *Artículos selectos* (Visor) de un autor selecto», 8 de noviembre de 2003, www.elsemanaldigital.com), más conocido por los guiones que llevó a la pantalla con la misma ideología y mejor tino profesional el cineasta Rafael Gil, de la misma cuerda política. No obstante, y a pesar de tener la fama de *garbanzo negro* en el *cocido azul*, se mantuvo en la poltrona hasta que se cerró.

Un repaso a los contenidos de algunos suplementos a lo largo de la vida de la revista explica meridianamente la discutible necesidad de su existencia:

Suplemento de verano de 1956 (Portada: Fotografía de Romy Schneider): «Cuando frente al micrófono se reparten millones: *Doble o nada*, una manera rápida de ganar dinero», «La hija menor de Nicolás II no fue asesinada en la matanza de Ekaterinburgo», «*No me dan miedo los fantasmas*, ha cantado usted alguna vez. Pues viaje ahora con nosotros a Inglaterra y Escocia por si cambia de opinión», «Simenon, monstruo de la novela», «El auténtico *cow-boy* sólo hacía uso del revólver para atemorizar a las reses y jamás combatía a puñetazos. Las hermosas muchachas que aparecen en las películas eran, en realidad, unas simples maritornes; el desecho de las grandes ciudades», «Henry Ford cambió el modo de vivir de América», «Historia de una boda: Raniero de Mónaco y Grace Kelly se casaron el 19 de abril de 1956. Un periodista y un salesiano, artífices del enlace principesco», «Trajes de baño enteros: “Se acabó el imperio del ‘bikini’!»...

Suplemento de Navidad de 1957: «*El último cuplé*: Sara Montiel, La Fornarina, Raquel Meller, Mercedes Serós», «El duelo del *Bismarck* contra el *Home Fleet*», «Ésta es Sofía Loren», «El cuento de hadas de Yvette Labrousse», «Christian Dior: Hombre atormentado», «Moda: *voilà Paris*»...

Suplemento de verano de 1964 (Portada: Publicidad de La Casera¹²): «El diario de Eva Braum», «Cine: Estrellas paralelas», «Real Madrid sí, Real Madrid no»...

Suplemento de Navidad de 1968: «La Falda Femenina», «Diego Corrientes: Un bandido generoso», «Navidad y Año Nuevo de la 1.^a postguerra», «Mujeres que hicieron soñar: Carol Lombard, Jean Harlow, Greta Garbo, Joan Crawford, Marlene Dietrich, Elizabeth Taylor, Gina Lollobrigida, Brigitte Bardot, Sofía Loren, Claudia Cardinale y Mónica Vitti»...

Suplemento de verano de 1969 (Portada: Publicidad de La Casera): «Las guerras taurinas: Joselito, Belmonte, Victoriano de la Serna, Manolo Bienvenida, Marcial Lalanda», «Moda: El verano tiene su estilo», «Las grandes paces del fútbol: Samitier, Zarra», «Turistas del mundo, uníos»...

Suplemento de Navidad de 1972 (Portada: Fotografía de Diana Sorel y publicidad del Seat 127): «Canciones de Navidad», «Triunfaron hace 50

¹² Aunque se trata de una práctica rechazada por cualquier código ético periodístico, de los de *antes de la guerra* y de los de después, *7 Fechas* no tiene el más mínimo pudor en vender su portada a un anunciante, y generalmente acompaña el producto anunciado con la fotografía de una señorita más o menos bella y más que menos insinuante.

años: 1922-1972: Pastora Imperio, conde de Romanones, Unamuno, Ramón y Cajal, Pío XI», «Origen de los deportes de invierno», «Canciones de Navidad», «Moda: La codicia de las pieles», «Cecil B. de Mille: el mayor *showman* del mundo», «La historia del billar»...

Suplemento de verano de 1973 (Portada: Publicidad de La Casera): «El montañismo y su historia», «Así se canta, así se vive: Arena Caliente, Junal, Mocedades, Agua Viva», «Cómo murió Stompanato», «Juegos de damas: el aro, el corro, la coroneja, el avión, el diávolo, croquet, bicicleta, la semana, yo-yó, patines, cartas, hula-hoop», «Azorín: cien años», «Moda», «Los resucitados de los Andes».

Suplemento de Navidad de 1973 (Portada: Publicidad de Galerías Preciados¹³): «1974: Su año será así, según los signos del Zodiaco», «El año de Raphael», «Pequeño viaje alrededor de la SGAE. La Sociedad General de Autores Españoles es, quizá, la mejor organizada del mundo», «La historia del juguete», «Los muertos mandan. TVE nos demuestra que los artistas veteranos gozan del favor del público», «Los 101 ‘días de inocentes’ de don Pío Baroja», «El dinero, en el aire. Las apuestas en el frontón», «El consumo de energía eléctrica favorece el medio ambiente», «Un domingo de invierno en la sierra», «Hay que mirar la política USA con ojos americanos. Sólo así se entenderá el verdadero sentido del Watergate»...

Contenidos que si en los años 50 y primeros 60 pasaban por familiares, por su intrascendencia, en los últimos 60 y 70 ni siquiera conseguían interesar, obviamente, a la «mayoría silenciosa» pancista y, por ello, franquista en la que se apoyaba el régimen para hablar, de nuevo y anacrónicamente, de la *anti-España*. Los lectores podían encontrar los mismos o parecidos temas en otros medios, pero mucho mejor hechos y en colores. Y quienes buscaban otros contenidos, comenzaban a tener revistas que se los proporcionaban...

En 1962, Prensa del Movimiento inició la edición paralela de *7 Fechas. Edición europea*, con base en Colonia, Alemania, destinada a los cientos de miles de trabajadores españoles emigrados a los países ricos europeos y que tuvo una existencia gris. El primer gobierno de UCD, presionado por las enormes deudas de la empresa de comunicación del Movi-

¹³ En el capital de los grandes almacenes fundados por Pepín Fernández participaban el *Opus Dei* y la familia de Franco: «Eran un símbolo del dictador, de la mujer del dictador y de los collares de la mujer del dictador» (Antonio Burgos, «El Cortinglés sí que va bien», *El Mundo*, 6 de septiembre de 1998).

miento, decidió cerrar en 1975 la edición nacional de *7 Fechas* y en 1976, que el Instituto Español de Emigración asumiera la edición europea, que vendía 21.448 ejemplares semanales, y que se cerró definitivamente el 20 de abril de 1977.

Apuntemos, por último, en esta relación de antecedentes inmediatos de la prensa gráfica de la transición el semanario *Dígame, Rotativo Gráfico Semanal*, que publicó en Madrid la Editorial Católica (Edica), propiedad de la jerarquía eclesiástica, durante 1.657 semanas, desde el 16 de enero de 1940 al 5 de octubre de 1971. Lo fundó el humorista Ricardo García López, *K-Hito*, otro miembro de la llamada *la otra Generación del 27*, creador de *Buen Humor*, de *Gutiérrez* y colaborador asiduo de *Gracia y Justicia*, el feroz semanario de humor editado por la Iglesia católica en la República (*vid.* Capítulo 6), relación que, junto a su afición a los toros explica que en vez de continuar en la prensa de humor —aunque lo hizo como colaborador— fundara ese semanario, dedicado sobre todo al mundo de los toros y de los espectáculos, sin descuidar las páginas de humor, y que alcanzó cifras apreciables de ventas en sus mejores épocas, justamente las peores para el país.

Ejemplos de titulares *taurinos* de portadas de los años 60 y comienzo de los 70: «El encierro de Pamplona» (n.º 1.174, julio de 1962), «La vida del famoso torero *El Cordobés*» (n.º 1.233, agosto de 1963), «El encierro de Pamplona (Fotos Chapresto)» [Se repite el título porque se refiere a la feria taurina anual de san Fermín] (n.º 1.279, julio de 1964), «Se fue Sara [Montiel] a Méjico» (n.º 1.499, mayo de 1968), «Alicante en fiestas» (n.º 1.485, junio de 1968), «Una entrevista con la madre de Manolete, por Tico Medina» (n.º de 1.570, febrero de 1970)... Y ejemplos de algunos titulares de reportajes no taurinos publicados a lo largo de 1966: «El pintor que ejecuta sus cuadros con macarrones», «Gina Lollobrigida, en Madrid», «Un pantalón para dos y un coche enano», «Un inglés ha construido un avión en el comedor de su casa», «Massiel, especializada en canciones de protesta (no de letras protestadas)», «Un candado en los labios para que las mujeres no hablen» o «La mejor telefonista del año, una jerezana»...

Tan prescindible, pues, como las anteriores, aunque, por lo visto, imprescindibles para el proyecto social que imponían al alimón al pueblo español.

De marqués a conde: de *Blanco y Negro* a *Gaceta Ilustrada*

DE TODAS las revistas ilustradas de la postguerra, quizá *Gaceta Ilustrada* haya sido la que mejor ha representado el concepto. Una prueba es que creó una escuela de reporterismo fotográfico; en ella se iniciaron muchos de los grandes fotógrafos catalanes de finales del siglo xx: Colita, Miserrachs, Maspons, Massats...

Para ello fueron necesarias dos inspiraciones: una divina y otra puramente periodística. La periodística venía enraizada en la tradición, también en dos direcciones: por un lado, en la de la prensa ilustrada catalana, y de toda España, de antes de la guerra y, por el otro, en la de la europea

En el rápido esquema que estamos relatando de la evolución del periodismo gráfico, 1949 es un año crucial para la prensa europea. El semanario gráfico francés *Vu*, fundado por Lucien Vogel en 1928, animó la imitación en diarios como *Paris-Soir*, que confió su éxito a la fotografía y acertó. Jean Prouvost, un empresario textil, lo compró en 1930 y, quizá por aquella correlación imagen-éxito, seguramente animado por la tradición francesa y el ejemplo norteamericano, fundó en 1949 un semanario gráfico llamado *Paris Match*, que se consolidó rápidamente como el *Life* europeo. Los grandes fotorreporteros de los 50 y 60 se turnaron en los *assignments*, encargos de una u otra revista. Lógicamente, tanto por la cercanía como también por el aislamiento y por el mayor conocimiento del idioma francés, *Paris Match* se convirtió para los empresarios, periodistas y fotógrafos españoles en un icono mucho más adorable que *Life* o *Look* (por entonces, ni *Time* ni *Newsweek* se consideran gráficas y tanto su formato como su sobriedad fotográfica habrán de esperar para hallar eco en la prensa española).

En cuanto al renglón escrito por la inspiración divina sucedió en 1958, con motivo del Congreso Eucarístico Internacional que se celebró en Barcelona en 1952 y cuya convocatoria culminaba un largo periodo de acuerdos entre el Vaticano y el régimen de Franco, que en 1944, 1946 y 1950 llegaron a acuerdos específicos sobre designación de obispos, nombramientos eclesiásticos y subvención de seminarios y universidades de la Iglesia, respectivamente. A falta de padrinos, Franco se empeñaba en poner su cruzada bajo advocación divina, con la astuta intención de adorar el santo de la bendición internacional —en concreto, la de Estados Unidos— por la peana del Vaticano. Y así lo expresó en su discurso a los individuos del Frente de Juventudes que acudieron al congreso barcelonés: «[...] cuando defendimos nuestra Patria, delante de esa Patria iba el Cristo, iba nuestra fe, iba la fe de nuestros hogares, iba la libertad de la fe católica».

El régimen de Franco tuvo la *suerte* no sólo de que Pío XI muriera en 1939 sino que lo sucediera su secretario de Estado, el cardenal Pacelli, Pío XII, pues así como Pío XI había guardado distancias y expresado su disgusto con el tufo nazi de la Falange y de la rebelión militar, el segundo fue mucho más comprensivo. Y así como el primero reincorporó al arzobispado de Sevilla al cardenal primado de España Pedro Segura Sáez, que había sido expulsado de España por la República en 1931 —y que era una persona tan antirrepublicana como antifascista: prohibió bajo pena de excomunión que Franco entrara bajo palio en las iglesias de su arzobispado; que en las fachadas de sus parroquias se pintasen los nombres de los «caídos por Dios y por España», como eran normas de la Iglesia nacionalcatólica, y que se burlaba del apodo de *caudillo* que se había adjudicado Franco, diciendo, por escrito, que en la literatura clásica era el título que se ponían los jefes de las pandillas de bandoleros (Fernando García de Cortázar, «La cruz y las flechas», *El País*, 3 de diciembre de 1992)—, Pío XII lo cortocircuitó con el nombramiento de José María Bueno Monreal como obispo auxiliar. Pues, en fin, así como Pío XI condenó sin paliativos el régimen de Hitler, con numerosas cartas de protesta y su encíclica *Mit brennender Sorge* (*Con ardiente preocupación*, 1937), censurada en España, por el franquismo, así como también reprobó la separación Iglesia-Estado proclamada por el gobierno de la República Española, Pío XII templó gaitas con el régimen nazi y, pretendiendo ser «el papa de la paz», terminó por ser acusado de connivencia con las dictaduras que asolaron Europa. Desde luego, con la española fue comprensivo como secretario de Estado y como papa, apoyó su rehabilitación ante la comunidad democrática occidental, sin importarle instituir con toda pompa las reverencias católicas hacia el régimen y todo aquello que había aborrecido, por anticristiano, el «atrabiliario», califica el historiador García de Cortázar, cardenal Segura Sáez. El periodista Juan G. Bedoya recuerda la celebración del Congreso:

Aquella exhibición religiosa de Barcelona en torno a la eucaristía, mimada por Franco como si se tratase de un plebiscito internacional, fue el primer hito del deshielo que ansiaba el dictador. No iba descaminado. Un año más tarde, el 27 de agosto, Roma firmaba el Concordato con el ministro Alberto Martín Artajo, en nombre de Franco, y el cardenal Domenico Tardini en nombre de Pío XII [el ultraderechista pro-secretario de Estado para los Asuntos Eclesiásticos Extraordinarios de Pío XII —que sería secretario de Estado de Juan XXIII y valedor de la dictadura franquista que detestaba Roncalli, aunque renovó el Concordato], como principales protagonistas. Era el gran triunfo de la dictadura, la culminación

de una larga batalla para ganarse el perdón por sus relaciones con Hitler y Benito Mussolini, sus padrinos, además de la jerarquía católica, en la guerra contra la República. Y todo sin ceder ni un ápice en sus posiciones, a pesar de los conflictos que un régimen totalitario suscitaba ya ante numerosos prelados eclesiásticos.

Para empezar, las negociaciones del Concordato habían sido tormentosas en algunas ocasiones y se prolongaron durante catorce años, a veces al borde de la ruptura total, incluida la retirada de embajadores. En 1941, fecha del primer acuerdo del régimen con Roma, el ministro de Exteriores español, Ramón Serrano Suñer, cuñado de Franco, se presentó a la firma frente al cardenal Gaetano Cicognani vestido con camisa azul y abundantes correajes.

Aquellas exhibiciones fascistoides incomodaron al Vaticano, pero había motivos más profundos para la desazón. Franco quería el Concordato y estaba dispuesto a dar lo que le pidieran —dinero sin cuento, privilegios y la definición de la Iglesia como una «sociedad perfecta»—, pero ningún poder que no pudiera controlar. Y exigía ser correspondido con igual generosidad: las mismas prerrogativas que disfrutó el rey Alfonso XIII, sumisión del clero a sus políticas y tanta parafernalia como fuese necesaria, se tratase de desfilar bajo palio rodeado de obispos o del nombramiento de prelados a su conveniencia, previa selección exhaustiva por el régimen. El ambiente lo resume el obispo Alberto Iniesta, emérito de Valdecasas (Madrid): «Como se decía entonces, en aquellas ocasiones Franco hablaba de Dios y de la Iglesia, y los obispos y los curas hablaban de política. ¡De política del Movimiento, naturalmente!».

Juan G. BEDOYA

«Se cumplen 50 años de la firma en Roma del pacto
que consagró el nacionalcatolicismo español
El Concordato que nadie quiere festejar»
El País, 31 de agosto de 2003

Así, bajo el pragmático lema del *do ut des*, el 25 de agosto de 1953 se firmó el Concordato entre España y el Vaticano y el 28 de noviembre de 1953, los Acuerdos con Estados Unidos, el llamado Pacto de Madrid que aseguraba la pervivencia de la dictadura en España por lo menos hasta la extinción física del dictador.

En este caldo de cultivo místico, Godó editó durante el Congreso Eucarístico la revista *Pax*, con ayuda del sacerdote Ramón Cunill¹⁴ y de Antoni Julià de Capmany, y que fue «el laboratorio donde se formó el equipo creador de *Gaceta Ilustrada*, dentro del grupo Godó, como el primer ma-

gacín español de información general que importó técnicas anglosajonas, incluidas las técnicas de distanciamiento que les permitieron resolver la dedicatoria oficial del primer número con un artículo histórico de Alfredo Kindelán sobre *Cómo fue nombrado Franco Generalísimo y jefe de Estado*» (Jaume Guillamet, *Prensa, franquismo i autonomia. Crònica catalana de mig segle llarg (1939-1995)*, Flor del Viento Ediciones, Barcelona, 1996). Se trataba de que Godó editara un semanario de información general, digamos civil, es decir, ni falangista ni gubernamental y ni siquiera popular como el *Dígame* que editaba la propia Edica, la editorial periodística de la jerarquía católica. Unos y otros deseos y la admiración por el *Paris Match* francés se tradujo en la aparición de *Gaceta Ilustrada. Revista semanal de actualidad mundial*, con Redacción en Madrid y talleres en Barcelona, los de huecograbado de Tisa de *La Vanguardia Española* [por entonces]. Y para dirigir la revista se le sugirió el nombre de Manuel Jiménez Quílez, el «periodista católico». El 13 de octubre de 1956 apareció el primer número de *Gaceta Ilustrada*, dirigido por Quílez, que estuvo a su frente hasta el número 50 (21 de septiembre de 1957), fecha en que tomó el relevo su segundo en la Redacción, Manuel Suárez Caso.

Suárez Caso fue un periodista asturiano que desarrolló su carrera en Madrid. Juan Bonifacio Lorenzo, otro periodista asturiano de la siguiente generación, lo definió así: «Era el hombre tranquilo, no se daba importancia, veía las noticias al trasluz... Y era católico, liberal y generoso». Y explica que empezó como cronista deportivo en Asturias [de la mano del periodista *Adeflor*, Alfredo García García, director de *El Comercio* gijonés] hasta que Juan Aparicio, periodista del régimen franquista y entonces director general de Prensa (*vid.* Capítulo 2), lo trajo a la prensa madrileña, donde desempeñó su trabajo en publicaciones como *La Estafeta Literaria*, *Fantasia* y *Mundo Hispánico* (Juan Bonifacio Lorenzo, *Manuel Suárez Caso y el cine*, conferencia, Ateneo Jovellanos, Gijón, 15 de febrero de 2002).

Aparicio lo llamó para que formara parte del equipo inicial de *El Español*, *Semanario de la política y del espíritu*, editado por la Delegación

¹⁴ Ramón Cunill, con José Luis Martín Descalzo, José María Pérez Lozano, Juan Arias, Jesús Iribarren, Ramón Cunill, Ángel Orbegozo, Santiago Martín, José María Javierre..., fueron calificados como «revolucionarios del estilo de comunicación de la Iglesia española» (Antonio Sánchez de Amo, «*San Lolo*, protagonista de la vida», Boletín del Real Patronato sobre Discapacidad, n.º 44, ministerio de Trabajo, Madrid, diciembre de 1999).

Nacional de Prensa (*vid.* Capítulo 3). Y ya en el primer número, de 21 de octubre de 1942, publicó un artículo-ensayo, «Don Miguel y Don Miguel [de Cervantes y de Unamuno]», donde se preguntaba: «¿Qué dirían los hombres de la División Azul si en estos instantes algunas capas españolas se dedicaran a exaltar la heroicidad de cualquier loco coetáneo que buscara fantasmas por los caminos de Castilla?» (www.filosofia.org), lo que, para ser publicado en la página 6 y siguientes del semanario, debía ser una cuestión candente de la época, a poco más de tres años de finalizar la Guerra Civil.

Buen escritor, bien relacionado, frecuentador como bohemio contenido del Café Gijón, se relacionó con sus colegas culturales de la época y durante unos años compaginó su trabajo periodístico con la escritura de guiones para películas, en solitario o en colaboración con Fernando Fernán-Gómez, Manuel Pilares... Entre sus títulos más conocidos, *El malvado Carabel*, sobre la novela de Wenceslao Fernández Flórez, que dirigió Fernando Fernán-Gómez en 1955. Integrante del círculo católico de periodistas, dirigió la *Revista Internacional de Cine* (trimestral, Madrid, junio de 1952, luego mensual hasta diciembre de 1963), editada por la Oficina Católica Internacional de Cine. Y esas relaciones lo condujeron a la directiva de *Gaceta Ilustrada* y, cuando Quílez fue llamado a más altos destinos (la censura ministerial), a la dirección del semanario de Godó.

Quizá por su carácter de puro magacín, *Gaceta Ilustrada* no ha tenido para la opinión especializada de la prensa de aquellos años la relevancia de otros medios —quizá también por esa incultura gráfica endémica del periodismo español—. Pero no cabe duda de que el semanario editado por el conde de Godó conecta con la rica tradición de la prensa gráfica del pasado —no es ninguna exageración decir que la escuela catalana de fotografía reconocida en los años 90 tiene sus raíces en *Gaceta Ilustrada*— y proporciona a los lectores españoles de los 60 un semanario de lectura y entretenimiento. Tampoco es exageración afirmar que la revista «sólo era comparable a *Paris Match* o *Life*» (Cuca Alonso, «Mirada cinematográfica a Suárez Caso», reseña de la conferencia citada de Juan Bonifacio Lorenzo, *La Nueva España*, Gijón, 15 de febrero de 2002), siempre y cuando, claro está, sin olvidar el país y bajo el régimen en que estábamos. Las diferencias fundamentales eran tanto la libertad como los medios: mientras que el semanario francés y el norteamericano cubrían directamente la noticia con sus fotorreporteros, y más cuanto más conflictiva fuera, en *Gaceta Ilustrada*, los viajes se reservaban para grandes reportajes literarios y fotográficos y de los llamados de *interés humano*, pero no a conflictos. Para

lo que la Redacción llamaba «el pliego de color» —generalmente, de 16 páginas; a veces de 24 o de 32, cuando había suficiente publicidad en color—, los reporteros del semanario cubrían tres campos: si había unos más menos convencionales, como embarcarse en el buque-escuela Sebastián Elcano, y otros de lo que los periodistas llaman «de sociedad» (que no tiene nada que ver con vida social), como la vida en un gran petrolero, que revelaba aspectos de la realidad inéditos para la mayoría de los lectores; también había unos terceros de acontecimientos con interés especial para el país o para el interés del lector en tanto que, digamos ciudadano del mundo.

Algunos ejemplos de esta tercera categoría, que era la que cimentaba el prestigio de *Gaceta Ilustrada*, son muy diversos: el viaje del papa Pablo VI a Fátima en 1967, cincuentenario de las apariciones y época en la que el supuesto mensaje secreto de la Virgen María a la mayor del trío de pastorcitos apasionaba a las masas de creyentes católicos; directivos de la época, que lo recuerdan como el mayor despliegue que nunca se había hecho, con cinco enviados especiales, señalan que *Life* montó, y pagó, una torre para su veintena de periodistas y fotógrafos, o acontecimientos tan dramáticos como el de los llamados *canibales* de los Andes: un avión de la Fuerza Aérea de Uruguay, que trasladaba un equipo de rugby y hasta 45 personas, se estrelló en la helada cordillera de los Andes el 13 de octubre de 1972; sobrevivieron gracias a ingerir la carne de los cadáveres: *Gaceta* fue el único medio español que cubrió la llegada de los dieciséis supervivientes de la tragedia al aeropuerto de Montevideo y habló con ellos (enviado especial: José González Cano). Otros reportajes de gran impacto, y exclusivos para España, fueron los de Ricardo Utrilla, corresponsal en París, sobre el desconocido mundo comunista y los entresijos de la Segunda Guerra Mundial, los Diarios del Che en Bolivia, que después fue un *best seller* editorial, y las primeras fotos de un feto dentro del vientre de la madre...

Es decir, *Gaceta Ilustrada* era, en ese sentido, el *Life* o el *Paris Match* español —y también el *Stern* y *L'Europeo*, con cuyos servicios contaba—, un tipo de semanario más parecido a las grandes revistas ilustradas de los años 30 que a los semanarios punteros de la transición, esclavos de los acontecimientos políticos y económicos.

Era, resume González Cano, primero redactor y luego redactor jefe de la época dorada del semanario, «una revista perfecta para un país sin color ni televisión», donde entrevistas con personajes como los escritores de novelas de kiosco —Marcial Lafuente Estefanía, Corín Tellado...— tenían

una repercusión hoy impensable, por dar a conocer al público personajes misteriosos cuyos escritos habían alimentado la lectura de consumo de varias generaciones que no disponían más que de la radio para evadirse—. No digamos otras entrevistas con personajes españoles o internacionales, como la de Svetlana Stalin, hija del dictador soviético.

Gaceta Ilustrada tenía ese espíritu de modernidad de los grandes semanarios internacionales. Según Josep Maria Casasús, catedrático de Estudios de Periodismo de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, el diseño era pieza fundamental del aspecto de la revista, no porque lo sea, obviamente, en cualquier medio impreso sino porque *Gaceta* introdujo desde el principio técnicas de compaginación entonces de muy poco uso: «[...] con anterioridad a que el diseño entrara en los diarios, las revistas más avanzadas en presentación, como *D'Ací D'Allà* en los años 30 [un mensual barcelonés, luego llamado *D'ací i d'allà*, 1918-1936] y *Gaceta Ilustrada* en los 50, por citar dos cabeceras de Barcelona, ya usaban maquetas para ordenar el contenido con el fin de equilibrar fondo y forma. Me lo subraya Manuel Lamas, profesor en la Universitat Pompeu Fabra que ejerció esta especialidad profesional durante años en las publicaciones del Grupo Godó».

En su trabajo como Defensor del Lector del diario barcelonés *La Vanguardia*, el propio Casasús respondía de manera sintética y didáctica a los lectores que se habían extrañado por la expresión «dictadura del diseño» que había utilizado en una de sus crónicas anteriores:

Es una dictadura figurada. *La dictadura del diseño* es una forma coloquial —y cordial— de aludir a las reglas de composición, edición y compaginación de los contenidos de los diarios, reglas desarrolladas principalmente durante los últimos veinticinco años del siglo XX en el marco del progreso general de la prensa.

Esas reglas imponen, entre otras servidumbres, ajustar los títulos de las noticias y de los otros textos a un número de caracteres de un cuerpo de letra predeterminado. También regulan esas reglas la disposición de los materiales en la página [...] Admitamos que el diseño ayuda a valorar noticias y a que éstas sean interpretadas en función del tipo de letra, de la ubicación dentro de la página y de la ilustración. El diseño, en efecto, opera en la prensa moderna como un recurso más en la construcción del mensaje. En la conjunción intencionada de contenido y presentación descansa la fuerza de los diarios modernos. El diseño facilita hoy al lector la selección de los contenidos y le aporta claves interpretativas. El diseño ha convertido la compaginación en un instrumento con formidables capacidades comunicativas.

Antes de la *dictadura del diseño* la confección de diarios obedecía a la *dictadura de los regentes*, dictadura tan honrada como la de los diseñadores. Hasta el advenimiento de la informática y del diseño en prensa, la presentación de los diarios se configuraba en los talleres de imprenta.

El regente era en los talleres de prensa el encargado de dirigir todas las operaciones relacionadas con la compaginación y el tratamiento tipográfico. Los textos y las ilustraciones se colocaban en las páginas según llegaban estos materiales a las platinas (grandes mesas, forradas generalmente de cinc, sobre las que se operaba para ajustar las líneas y caracteres de plomo dentro de los cercos de hierro llamados ramas).

Los regentes decidían inspirados en unos criterios prácticos que guardaban muy poca relación con el contenido textual.

La especialidad profesional denominada hoy diseño periodístico introdujo criterios más razonados y elaborados en el tratamiento tipográfico y en el emplazamiento de las distintas unidades redaccionales dentro de las páginas de los diarios en función de la importancia que quiera darse a las noticias.

En definitiva, el diseño periodístico ha supuesto convertir la configuración gráfica del diario en un valor visual que ordena la actualidad y que la hace más inteligible y amena.

Josep Maria CASASÚS

«Por qué se habla de *dictadura del diseño*»
La Vanguardia, 16 de junio de 2002

El diseño —la maquetación, la compaginación..., llámese como se quiera— es una de las artes del oficio periodístico que se desarrolla al mismo ritmo que la fotografía y que si no cobra importancia en los diarios hasta bien entrado el siglo XX, en las revistas ilustradas y gráficas casi desde su nacimiento es patente la voluntad artística en la presentación, primero con ese criterio artístico y, progresivamente, con criterios técnico-científicos —la zona áurea, la legibilidad de los cuerpos y familias tipográficos, el centro de interés visual...— y, sobre todo, periodísticos. En el caso de *Gaceta Ilustrada*, Luis de Ben fue quien le dio su impronta personal e imagen durante la mayor parte de la vida del semanario.

La modernidad de *Gaceta* también se revela en otras prácticas, al decir del citado Juan Bonifacio Lorenzo: «Al estilo norteamericano, Manuel Suárez Caso implanta el sistema de bloqueo de noticias, de manera que, por ejemplo, las impresionantes fotografías de la llegada del hombre a la Luna únicamente se pudieron ver en *Gaceta Ilustrada*» (Cuca Alonso, *art.*

cit.). En otras palabras, la exclusiva, que posteriormente se revelará como productora de riqueza y motor del éxito de muchas revistas —*¡Hola!*, *Interviú*...—.

La dirección de Suárez Caso, de 1958 a 1976, es la de mayor rentabilidad de la revista. Y en opinión de directivos de aquellos años, la mejor época de *Gaceta* es la que coincide con la actividad efectiva como editor el viejo conde de Godó, como se conocía en la Redacción a Carlos Godó, para diferenciarlo de su hijo, Javier Godó, que comenzó de consejero-secretario, fuera lo que fuese tal cargo, hasta ponerse, posteriormente, al frente de la empresa. «En esa época, había respeto por las cosas bien hechas», resumen gráficamente, nunca mejor dicho. *Gaceta Ilustrada* alcanza su máxima difusión hacia 1963: del número con las fotografías del asesinato del presidente norteamericano John Fitzgerald Kennedy se venden alrededor de los 150.000 ejemplares; medias que se mantienen durante una década y cuando Suárez Caso se jubila en 1976, deja la revista con unas ventas medias de 100.000 ejemplares, según datos de OJD.

Suárez Caso se apoyó en un equipo profesional muy eficiente y en una nómina de colaboradores de altura¹⁵. Contaron en exclusiva con el trabajo de dos grandes periodistas europeos de los 60-70, la italiana Oriana Fallaci (*L'Europeo*) y Raymond Cartier (*Paris Match*), con los que cubría la información internacional, junto a los servicios de agencia, que acudían en primer lugar a *Gaceta Ilustrada* cuando se trataba de vender reportajes gráficos del extranjero o entrevistas con personajes famosos. A la nómina de los Pedro Laín Entralgo, Julián Marías, José María Pemán, Alfonso Sánchez, Antonio Tovar, Antonio Valencia, Francisco Vila («Cesc»), se fueron uniendo, más adelante y en etapas sucesivas, otros nombres de personajes de la cultura: Álvaro Cunqueiro, José María Moreno Galván (Arte), Enrique Herreros, Lluís Permanyer, Fernando Lázaro Carreter, Ángel Fernán-

¹⁵ Directorio al número 724, de 23 de agosto de 1970: *Presidente*: Carlos Godó Valls, conde de Godó. *Consejero-delegado*: Francisco Marzal Martínez. *Consejero-secretario*: Javier Godó Muntañola. *Director*: Manuel Suárez-Caso. *Redactores jefes*: Guillermo Solana, Mauro Muñiz. *Secretario coordinador*: Joaquín Arozamena. *Jefe de Servicios Nacionales*: Álvaro López Alonso. *Redactores*: Ramón Cunill, Lola Aguado, Luis H. Calderón, Antonio Padilla Bolívar, Ismael López-Muñoz, Vicente Verdú. *Gabinete técnico-artístico*: Luis de Ben. *Colaboradores*: Armando Carabén, Fernando de Giles, José González Cano, Enrique Herreros, Pedro Laín Entralgo, Julián Marías, Oriol Maspons, José María Pemán, Alfonso Sánchez, María Dolores Serrano, Antonio Tovar, Julio Ubiña, Antonio Valencia, Francisco Vila («Cesc»). *Secretario general*: Francisco Noy.

dez Santos (Cine), Ángel García Pintado (Teatro), Alfonso Paso (para hacer entrevistas), Ricardo de la Cierva... Y un buen número de reporteros, como Jesús Torbado, Eliseo Bayo, Ángel Montoto...

Gaceta Ilustrada se apoyó en tres patas que, tradicionalmente, mantuvieron el espíritu de la revista a través de los años y de los directores: las críticas a cargo de plumas por encima de todo reproche —en la Redacción llamaban «los *Inmortales*» a los Laín, Marías, etc.—. Las entrevistas, a las que siempre se otorgó gran preponderancia y donde brillaron los estilos personales de la italiana Oriana Fallaci y del periodista murciano José González Cano (Espinardo, 1941), que durante veinte años estuvo realizando la entrevista principal de la mayor parte de las ediciones; también se ensayaron fórmulas literarias con el periodista y dramaturgo Alfonso Paso siendo director Suárez Caso, o que atendieran a intereses globales con el periodista asturiano Ladislao Azcona, siendo director Jesús Picatoste, sin mayor éxito. Y en tercer lugar, que no último, no sólo los reportajes gráficos ya comentados, sino la escuela de fotoperiodismo que nació y creció en las páginas de la revista, cuna, puede muy bien decirse, de la llamada escuela catalana de fotografía de finales del xx, con nombres de fotógrafos tan admirables y principales de la expresión gráfica de la Cataluña, y de la España, de la segunda mitad del siglo como Oriol Maspons, Francesc Català-Roca, Xavier Miserachs, Ramón Masats, Julio Ubiña y Colita, quien se refiere así al semanario de Godó: «Había una revista muy importante en España, que era como un *Paris Match* de aquella época. Era bastante gráfica e importante: *Gaceta Ilustrada* y para mí era la mejor que había en España» (Eva María Contreras, «Ramón Masats: Me gustan los tópicos», *Babab*, n.º 7, enero de 2001, www.babab.com).

Sin olvidar a Salvador Sansuán, de la siguiente generación, quien de la administración de la revista pasó a formar parte del equipo fotográfico de la revista: «La meva afició a la fotografia neix a finals dels 60, quan treballant a la *Gaceta Ilustrada* com a administratiu, veia passar davant dels meus ulls fotografies de Julio Ubiña, Oriol Maspons, Català-Roca, Xavier Miserachs, Colita i els millors reportatges de l'època. Eren els temps de la gauche [...divine, *el movimiento cultural barcelonés de izquierda de los años 70*], el carrer Tuset, Bocaccio i de les cançons de Serrat entre moltes altres coses. Barcelona bullia d'esdeveniments culturals i l'esforç de certa població civil feia preveure que allò començava a moure's. En aquest ambient voler ser fotògraf va ser una temptació en la qual vaig caure posant totes les ganys i les il·lusions. L'EMAV va ser l'escola de fotografia on vaig estudiar. Des de finals del 75 a mitjans del 84 vaig treballar com a fotògraf

a la revista *Gaceta Ilustrada* i a partir del 84 estic a *La Vanguardia*» (De sus propias notas biográficas para la exposición de sus fotografías en el Palau Robert, Barcelona, 6 de marzo a 16 de abril de 2002).

Ni, por supuesto, menguar el mérito de los fotógrafos de *Gaceta Ilustrada* en Madrid: Luis Hernández Calderón —de quien dos de sus reportajes obtuvieron premio nacionales de periodismo gráfico—, Sebastián Díaz, Gonzalo Cruz —que de secretario personal de Suárez Caso pasó a la sección de Fotografía—, Juana Biarnés, Serapio Carreño, o, en Barcelona, Nicolás González Albiach, celebrado fotógrafo de fútbol de quien aún se celebra «aquel recordado gol de Evaristo» a, naturalmente, el Real Madrid.

Un pie de foto que el redactor jefe González Cano puso en los años 70 a una fotografía de una agresiva manifestación de Fuerza Nueva, el partido de ultraderecha conservador de las esencias franquistas, que decía «Un símbolo, dos símbolo, tres globos», en referencia a un programa infantil de la TVE muy popular —*Un globo, dos globos, tres globos*—, desencadenó un ataque frontal del semanario del mismo nombre, *Fuerza Nueva*, contra el conde de Godó, tildándolo de todo lo nacido. Lo que consiguió —la violencia ultra siempre consigue sus objetivos, o parte de ellos— que la empresa nombrara una suerte de *censor, mediador, comisario político* —siempre en cursiva y elijase lo que se desee— que diera un vistazo ortodoxo a los originales antes de ser publicados. Tan digna tarea fue ejercida por Antonio Lago Carballo (León, 1923), que había sido un joven dirigente del Consejo Nacional de Jóvenes de Acción Católica, colegial del colegio mayor madrileño Cisneros —que editaba una revista llamada *Alfêrez...*—; colaborador de *Historia y Vida*, la revista mensual de historia del conde de Godó, que hizo una carrera como profesor universitario y en el Ministerio de Educación, desempeñó otros cargos oficiales; especializado en asuntos iberoamericanos —no en *latinoamericanos* ni tampoco en *hispanoamericanos...*— y, en fin, que fue miembro del patronato de la Fundación Cánovas del Castillo del Partido Popular, fundada por Fraga en 1980, y presidente de su consejo cultural. En todo caso, según quienes lo conocieron en esa tarea, fue un *lo-que-fuera* prudente y educado...

Aunque moderado y liberal, como todos los medios, *Gaceta* tuvo sus tribulaciones, si bien sin la virulencia con que se emplearon con otros. Ni mucho menos: de la época de Suárez Caso sólo se recuerda un conflicto con la entrevista de González Cano a Julián Marías, uno de los *Inmortales* de GI; en la entrevista, titulada «En España rabiamos, pero no nos aburrimos», Marías se declaraba, sin estridencia, opositor al régimen, cosa que, al parecer, desagradó a Carlos Robles Piquer, cuñado de Fraga y director

general de Información en los años 60, que ordenó el secuestro del semanario; movidas las adecuadas influencias, el número sólo fue secuestrado durante un día; luego salió tal cual y no hubo ni expediente ni multa.

Otro intento de secuestro conjurado fue por otra entrevista, también de González Cano, esta vez al cineasta Manuel Summers, quien criticaba la política cinematográfica y decía que «si el gobierno no quiere saber de los problemas de este país, que no publiquen en *ABC* la página de Cáritas»¹⁶.

Hubo también algunos conflictos menos políticos y más personales. Como se ha contado, antes de sentir la llamada del desposeído y la atracción del suburbio, el jesuita José María Llanos era un cura falangistón y peleón. En uno de sus artículos en el diario *Ya*, calificó a *Gaceta* de ser «un elegante cubo de basura»; en vez de encabritarse, Suárez Caso se lo tomó con flema británica —otro periodista asturiano de gran talla, Fernando Poblet, sostiene que Asturias es la otra orilla de Gran Bretaña, «la mar por medio»— y se limitó a reproducir íntegramente el artículo de Llanos con una sobria nota que explicaba dónde había aparecido y que se publicaba en *Gaceta Ilustrada* «para conocimiento de nuestros lectores». El mismo día que apareció esa edición, Llanos lo llamó y le dijo: «Manolo, me has dado una lección». Parece que comenzaba a entrar en la penumbra de la luz de la tolerancia y a salir de las tinieblas de la militancia...

Como se ve, siempre hay una intolerancia ajena para cada medio. E incluso, como en este caso, un medio de vocación católica, dentro de las propias filas. Parece que a aquel *sacerdote* Llanos, en las antípodas del *padre* Llanos que fue posteriormente, le parecía una villanía que, por poner un ejemplo, *Gaceta Ilustrada* hiciera un esfuerzo y pusiera una nueva portada al número ya impreso, con la vuelta de Carmen Amaya porque había sido elegido papa el cardenal Roncalli, Juan XXIII, (n.º 108, 1 de noviembre de 1958)..., en fin, por lo que Pizarroso y Rivera dicen: «Algunas de estas revistas practicaron también un tipo de periodismo que luego ya fue característico de las que conocemos como prensa del corazón. Así, el caso de *Gaceta Ilustrada*. Aunque fue a lo largo de toda su historia una revista de información general nunca dejó de acoger en sus páginas reportajes más o menos ligeros, amables, muchas veces rozando el terreno de la prensa del

¹⁶ La *Hoja de la Caridad*, de ayuda al necesitado, es una piadosa tradición dominical de *ABC*, que desde los años del desarrollismo comenzó a publicar una página de la organización Cáritas de Madrid con los casos más urgentes de los *pobres de la capital* a su cuidado. El 21 de diciembre de 2003 se publicó la *Hoja* número 1.102.

corazón» (Pizarroso, Alejandro y Julia Rivera, *Corazones de papel. Sensacionalismo y prensa del corazón en España*, Planeta, Barcelona, 1994).

Veámoslo en unos ejemplos de sumarios de cuatro ejemplares tomados al azar de los años de dirección de Suárez Caso:

- *Gaceta Ilustrada* número 64 (28 de diciembre de 1957): *Portada*: «Cocó Chanel», «La historia del capitán Moureau». *Reportajes*: «Secuestro en Gulimín: Un caso misterioso en la frontera de Ifni : La historia del capitán Moureau», «Ifni: Sin novedad en Ifni», «Europa, 1957: Ni paz, ni guerra: miedo», «Marcha nupcial: Tres bodas en dos páginas», «Augusto Assía: (Exclusiva)», «George Kennan y su informe», «Humor» por EH, «Tapices españoles: Una artesanía medieval entre rascacielos. La Real Fábrica de Tapices de Madrid (en colores)», «Después del adiós: Ingrid Bergman *filma* en Londres», «Récord para España: A 100 metros de profundidad en el mar», «Cuando la mujer no sabe: Escuelas de encanto», «Cocó Chanel: La reina del perfume, creadora de modas e inventoras de joyas».
- *Gaceta Ilustrada* número 93 (19 de julio de 1958): *Portada*: «Athletic de Bilbao», «El 18 de julio, o la continuidad». *Reportajes*: «El 18 de julio, o la continuidad» (fotos de Franco y de todos sus ministros desde el primer al noveno gobierno), «Kubitschek: El presidente audaz que se ha anzado a la conquista de la selva», «María Teresa de Borbón-Parma, ¿Reina de Bélgica?», «Pesca de coral en la Costa Brava (Exclusiva)», «Serie Policiaca, por Stuart Palmer», «A Michelle Morgan le quitan el hijo», «El Príncipe Constantino en Barcelona», «Fútbol: Once mozos de Bilbao», «Sangre en Bagdad: El rey Feisal víctima de las culpas ajenas», «Se ha tirado un espontáneo: Domingo Abad quiso ser torero», «Silvana Pampanini Detrás de la cámara». «Nombres de la semana: Conde de Mayalde, Francisco del Valle y Arturo Pomar».
- *Gaceta Ilustrada* número 320 (24 de noviembre de 1962): *Portada*: «Karin Baal». *Reportajes*: «Color del mundo submarino», «Escultor Otero Besteiro», «Ribadelago», «Teatro y vida, por Pedro Laín Entralgo», «El monolitismo comunista ha muerto», «Folledo, boxeador», «Charles Laughton», «Marquesa de Villaverde», «El debut de Géraldine Chaplin», «Narraciones policiacas de Hitchcock».
- *Gaceta Ilustrada* número 724 (23 de agosto de 1970): *Portada*: «Barbra Streisand», «El eclipse de la empresa lunar». *Reportajes*: «Criadas, empleadas y tatas, por José María Pemán», «Una tragedia actual, por Pedro Laín Entralgo», «La evolución del cine, por Julián Marías», «Bonn-Moscú: ¿De acuerdo para qué?», «El eclipse de la empresa lunar», «Esta araña ha sido drogada», «Ben Chaney: Entre dos pesadi-

llas», «Los hombres de barro», «Barbra Streisand: La vida de una superestrella», «Josep Pla: Un patés antiintelectual, por José González Cano», «Las locuras de los cuerdos», «Vida moderna», «Concurso de Narraciones: *Tres eran tres... y ninguna era buena*, por Jaime Saltó Benaiges», «Crucigramas, por Pedro Ocón de Oro».

En 1976, Luis María Anson fue nombrado director de *Gaceta Ilustrada* y miembro del Consejo de Dirección de *La Vanguardia* (aún *Española*), en sustitución del recientemente fallecido Manuel Aznar. Manuel Suárez Caso se incorporó como presidente del Consejo Editorial de *Gaceta Ilustrada*, S.A., de la que era accionista por donación del conde de Godó, y que estaba formado por Anson, Fernando Bolín (que era el director comercial), Néstor Luján y Francisco Noy (que había sido secretario general con Suárez Caso). Suárez Caso conservó hasta su jubilación un despacho en la Redacción de *Gaceta Ilustrada*, un despacho sin poder directo, aunque sí, quizás, a través de la jerarquía editorial.

Anson venía de la dirección de *Blanco y Negro*; una portada del semanario titulada «Villar Mir, te tienes que ir», contra Juan Miguel Villar Mir, vicepresidente de Hacienda y ministro de Asuntos Exteriores del primer gobierno postfranquista (del 12 de diciembre de 1975 a 5 de julio de 1976), no había gustado a los Luca de Tena, aunque, en realidad, no hacía sino reflejar la opinión de la empresa Prensa Española: «En los primeros días del año 76, la prensa se escandalizaba de la sinceridad brutal del ministro Villar Mir, que acababa de declarar en las Cortes que el país se hallaba sumido en una crisis económica profunda [...]. *ABC* negaba su diagnóstico en el editorial «El estremecimiento de la opinión pública» (2 de enero de 1976) (Reig Cruaños, José, *op. cit.*), opinión que compartió el poder fáctico económico, que minimizó la crisis del petróleo de 1973 con inconsciencia suicida. No obstante, el ataque de Anson fue considerado excesivamente frontal y algo vulgar. En todo caso, la oferta de Godó evitó cualquier tensión en Prensa Española.

Anson apenas duró un suspiro en la dirección de *Gaceta Ilustrada*, pues en septiembre de 1977 el gobierno Suárez lo nombró presidente de la agencia Efe. Pero en esos pocos meses amplió la Redacción¹⁷ y aplicó fór-

¹⁷ Directorio al número 1.070, de 25 de abril de 1976: *Director*: Luis María Anson. *Director Adjunto*: Jesús Picatoste *Jefes de Redacción*: Joaquín Arozamena, José González Cano. *Jefes de Sección*: Concha Fagoaga, Julio García Castillo. *Redactores*: Lola Agua-

mulas que había ensayado en *Blanco y Negro*: unas reprochables, gastar por encima de lo ganado, y otras hábiles que permitieron al semanario afrontar una competencia gradualmente mayor y con más éxito. Fórmulas ambivalentes, como hemos dicho al hablar de *Blanco y Negro*, es decir, que lo mismo valían para el roto comercial que para el descosido ideológico. La portada del número 1.020 (25 de abril de 1976) es significativa: sobre una foto de la actriz María Casares, el título: «“Mi padre no mandó asesinar a Calvo Sotelo”». Vuelve María Casares Quiroga. Entrevista en el exilio con la gran actriz, hija del jefe del gobierno de la República», y en una bandera en el ángulo inferior derecho: «Madrid. Los travestís, “reinas” de la noche». En el interior, el reportaje de Alejandro Heras Lobato sobre los travestidos es puntualizado moral y políticamente en un recuadro con un *editorialillo* en el que es inconfundible el *sello Anson*:

En diversas ocasiones hemos expresado nuestra posición sobre la proliferación homosexual en España. El *gay power* está ya actuando en nuestro país. Creemos que el asunto no se puede tomar a la ligera. Es tema de importancia para el estudio del político, del sociólogo, del psicólogo, del sacerdote. Está claro que es necesario evitar la posible corrupción de muchos jóvenes y por eso parece conveniente que las autoridades extremen la vigilancia reduciendo al *gay power* a niveles particulares e im-

do, Inmaculada Gómez Mardones, Manuel Lamas, Antonio Padilla Bolívar. *Confeccionadores*: Luis de Ben, Miguel Arzoz, José María García-Cemuda. *Fotografía*: Juana Biarnes, Gonzalo Cruz, Sebastián Díaz, Nicolás González Albiach, Salvador Sansuán. *Secciones*: *Ajedrez*: Román Torán. *Arte*: Joaquín Castro Beraza, M.^a Dolores Serrano, Julio Trenas. *Cine*: Julián Marías, Luciano González Egido. *Defensa*: Álvaro de Arce. *Gastronomía*: Néstor Luján, Comino. *Libros*: Antonio Tovar, Emilio Contreras, Paloma Montoya, Miguel Fernández Bravo. *Motor*: Polo Villaamil. *Pasatiempos*: Pedro Ocón de Oro. *Religión*: José María Javierre. *Teatro*: Fernando Lázaro Carreter. *Televisión*: Francisco Umbral. *Colaboradores*: Luis Apostua, Eliseo Bayo, Pedro Calvo Hernando, Ricardo de la Cierva, José María Gil-Robles y Quiñones, Pedro Laín Entralgo, Fernando Lázaro Carreter, José María Javierre, Néstor Luján, Julián Marías, José María Pemán, María Dolores Serrano, Antonio Tovar, Francisco Umbral, Jordi Domènech, Oriol Domingo, Ángel Fernández Santos, Pedro González (*París*), Carlos Otero, Antonio Sarasqueta (*Londres*), Joan Tàpia, José Luis Torres Murillo (*Roma*). *Director Comercial*: Fernando Bolín. *Administrador*: Esteban Sillué. *Jefe de Publicidad*: Enrique Aller. *Jefe de Relaciones Públicas*: Estanislao Masiá. *Jefe de Servicios*: Manuel Lamas. *Secretario General de Coordinación Informativa*: Amaro Gómez-Pablos.

Curiosamente, del directorio desaparecen los Godó y por la empresa no figuran, salvo el citado Consejo Editorial, más que los cargos técnicos y económicos.

pidiendo el escándalo público. El periodismo ejemplar es testimonio de su época. Nuestro colaborador Heras Lobato se ha acercado a los cabarets *gay* para reflejar objetivamente todo lo que ha visto.

«Los travestís, "reinas" de la noche»
Editorial de *Gaceta Ilustrada*
N.º 1.020, 25 de abril de 1976

Dos curiosidades: años después, cuando fue nombrado director de *ABC* tras la etapa de Efe, Anson dedicó unas cuantas páginas de huecografado del periódico a protestar de que el caladero de clientes de los travestidos que se dedicaban a la prostitución estuviera en las cercanías del diario —aún era propiedad de Prensa Española el palacete de la calle Serrano construido por el fundador de la empresa—, pero eso sí, la denuncia se acompañó con un espectacular despliegue de fotografías a gran tamaño de las personas que se prostituían, lo que hacía sospechosa, por lo menos, la airada protesta...

Y la segunda: en las 124 páginas de esa edición de *G.I.*, como se autodenominaba el semanario, sólo se firman las fotos de los travestís (Pastora) y las de una entrevista con María del Mar Bonet (Joan Ramón Bonet). Esas firmas, además, están de altura en el lado de sólo una de las fotos; el resto de las fotografías de la revista, anónimas. Tampoco hay ni un sólo reportaje fotográfico propiamente dicho. Todo ello, a pesar del apellido de la revista: *Ilustrada*... Lo cierto es que, signo de los tiempos, los contenidos no sólo se habían politizado hasta lo indecible sino que eran aburridos hasta lo inimaginable. La revista, a pesar de la distinción que le prestaba su buen papel, ya no tenía la gracia antigua: la del semanario gráfico para la burguesía, bien escrito, bien fotografiado, bien diseñado: «bien hecho», resumían en la Redacción de *Gaceta*.

Lo único que se mantiene incólume de la anterior *Gaceta Ilustrada* es su cartera publicitaria: sigue siendo el magnífico soporte publicitario que había sido durante toda su historia. Aunque la competencia y el progresivo desinterés del contenido anuncian tiempos peores...

Otros ejemplos de contenidos de la etapa de Luis María Anson:

- *Gaceta Ilustrada* número 1.038 (13 de agosto de 1976): Portada: «Amnistía, beneficios para cuántos», «Fuga de capitales, 70.000 millones».
- *Gaceta Ilustrada* número 1.043 (3 de octubre de 1976): Portada: «La historia secreta de los asesinatos fallidos contra Franco».

- *Gaceta Ilustrada* número 1.046 (24 de octubre de 1976): *Portada*: «Guinea, texto íntegro del dossier Trevijano», «La derecha incontrolada, pánico en las calles», «Entrevistas a Juan San Martín y Landelino Lavilla», «Primer atentado de ETA contra Franco».

En septiembre de 1976, cuando Anson es nombrado presidente de la agencia Efe, es nombrado director Jesús Picatoste, que había sido redactor jefe y subdirector de *Blanco y Negro* con Anson y fue con él a *Gaceta Ilustrada* contratado como director adjunto. Identificado con el estilo Anson —con quien había empezado a trabajar en las páginas de huecograbado de *ABC*—, continuó en la línea que habían desarrollado juntos para *Gaceta*. Eso sí, con apreciables pérdidas formales, pues si Anson había conseguido que toda la revista se imprimiera en papel de huecograbado blanco y satinado, lo que, lógicamente, daba mucha prestancia a la revista, con Picatoste se volvió a la vieja y deslucida fórmula ahorrativa de reservar este buen papel para los pliegos de color e imprimir los de blanco y negro en el papel barato de huecograbado, mate, amarillento y de poco gramaje. Hizo algunas incorporaciones de periodistas¹⁸ y continuó en esa orientación volcada en la política y el aburrimiento del lector. Un ejemplo: la portada del número 1.062 (13 de febrero de 1977) es todo un despropósito, reflejo del interior. El tercio superior está ocupado por la mancheta, una pequeña fotografía del ministro del Ejército del primer gobierno de Adolfo Suárez, el general Álvarez Arenas, un gran titular «Habla el ministro del Ejército» y los sumarios «Ministerio de Defensa. Reforma militar. OTAN. Servicio militar. Objetores de conciencia»; los otros dos tercios, por una foto de una mujer disfrazada de hombre —traje, sombrero, cigarrillo, maletín de los entonces llamados «ejecutivo»— sobre una urna con votos dentro y un lápiz de labios abierto junto a la ranura; escrito con el lápiz de labios: «Las españolas a las urnas», sin verbo ni coma. De la portada dijeron en la Redacción: «¿No tiene nada que decir el ministro que la noticia con la que titulamos es que habla...?».

¹⁸ Al directorio de Anson transcrito en el directorio del número 1.062, de 13 de febrero de 1977 figuran Ángela de la Yglesia como redactora y como colaboradores: Eliseo Bayo, Pedro Calvo Hernando, José María Gironella, Ángel María de Lera, María Mérida, Manuel María Meseguer, Ángel Montoto, Ladislao Azcona, J. Palacios (caricaturas), Ramón J. Sender, Oriol Domingo, Joaquín Tagar, Darío Vidal.

Del general Álvarez Arenas no se dice su nombre de pila ni en la portada ni en las cinco páginas que ocupa la entrevista, lo que supone no sólo ese signo de respeto excesivo propio sólo del que se deben en la milicia los grados respecto a los superiores sino escasa profesionalidad periodística. Y si apuntamos esa sospecha es porque la entrevista, aunque parezca mentira, no está firmada. Claro que más mentira parece la primera pregunta del supuesto periodista, que reza: «Mi general, quisiéramos realizar una entrevista en la que sin entrar en temas *actuales* [subrayado de estupefacción nuestro], que por su naturaleza comprendemos que no es el momento adecuado para abordar [nuevo subrayado de estupefacción]...». Tanto el sumiso «mi», en un civil, como la escandalosa dejación profesional —así como alguna otra «perla»: «Pero lo que nos sorprendió, y no sabemos por qué, es cuando nos dicen que es un gran aficionado a la música clásica...»— descarta que pudiera haberla hecho un periodista: por entonces aún estaban en funcionamiento los tribunales de ética y, si lo hubiera sido, tendrían que haber intervenido de oficio para retirarle, incluso violentamente, el carnet y la inscripción en el ROP (Registro Oficial de Periodistas de la dictadura): seguro. Las sospechas de autoría se centran en el por entonces teniente coronel Manuel Monzón, un militar atrabiliario que había pertenecido a la última etapa del Seced, los servicios militares de *inteligencia* de Carrero Blanco, y que tenía relaciones con la prensa, personales a través de su relación con una conocida periodista de la época que colaboraba en *Gaceta Ilustrada*, y profesionales, de una u otra manera, con los medios: escribía artículos en el *ABC* dirigido por Anson y llegó a ser columnista fijo semanal de *Interviú*.

En el mismo número se publicó una entrevista de María Mérida, una celebrada entrevistadora que siempre colaboraba con Anson, con «Garicano Goñi: ministro de Gobernación con Franco. “Los asesinos de los abogados son extremistas de derechas, pero del gangsterismo internacional”», un jurídico militar del ejército del Aire que había sido ministro de Gobernación (la denominación de la dictadura para el Ministerio del Interior) desde octubre de 1969 a junio de 1973 y en la que, con esa frase, se refería a los autores del brutal asesinato de cinco abogados laboristas de Comisiones Obreras, en su despacho de la calle madrileña de Atocha y en la tarde del 24 de enero de 1977, a manos de quienes ya todo el mundo sabía que eran pistoleros de la extrema derecha vinculada al fascismo falangista y al sindicato vertical, que lo más *internacional* de su currículos eran sus viajes al cine porno de Perpiñán...

A mayor abundamiento, en las cien páginas del citado número de *Gaceta Ilustrada*, sólo un reportaje sobre cirugía estética y otro sobre el rally de Montecarlo, así como una entrevista con Nuria Espert —que había estrenado una polémica versión de Víctor García de *Divinas palabras*, de Valle Inclán—, es lo único que escapa a la monomanía política. En todo caso, ya se ve que no eran argumentos para competir en el kiosco con *Cambio 16* o con *Interviú*.

De todas formas, tampoco Picatoste se eternizó en la dirección de la revista: en noviembre de 1977, tras un poco más de un año ejerciéndola, aceptó incorporarse en la estructura de gobierno de UCD, primero en el gabinete del secretario de Estado de Información Josep Meliá y, posteriormente, en el equipo directivo del director general de Radio Televisión Española, Fernando Castedo, con Iñaki Gabilondo como director de los Servicios Informativos, que fue una de las escasas épocas gloriosas de aquella RTVE y, por tanto, efímera. De esa época memorable le cupo, por último, rendir un señalado servicio a la nación en la noche del fallido intento de golpe de Estado del 23-F-81: con las instalaciones de TVE tomadas por una unidad golpista del Ejército, Fernando Castedo le encargó trasladarse con Pedro Erquicia, creador de *Informe Semanal*, al palacio de la Zarzuela para grabar el mensaje institucional del rey Juan Carlos que terminó por desbaratar el golpe; tras grabarlo, logró volver a RTVE y que se emitiera a la una y veintitrés minutos de la noche del 24 de febrero de 1981.

A Picatoste lo sucedieron Ángel Gómez Escorial como director y José Ignacio Gómez Centurión como subdirector; ambos venían del intento fallido de Lara con el semanario *Opinión*, donde el primero fue subdirector de Información nacional y el segundo, jefe de la sección España. Se intentó recuperar el espíritu tradicional de *Gaceta*, del que quedaban tanto la columna vertebral de la Redacción que había trabajado con Suárez Caso como los *Inmortales*¹⁹, pero se habían sucedido demasiados directores, demasiados cambios y demasiadas pérdidas de lectores y de cartera publicitaria, sin que los nuevos directivos supieran encontrar un camino en un

¹⁹ La verdad, ya iban camino de la mortalidad. González Cano cuenta que en un número de *Gaceta Ilustrada* se cometieron dos errores: se volvió a insertar el artículo de José María Pemán publicado la semana anterior y se cometió un fallo en una de las definiciones del crucigrama. Pues bien, hubo un aluvión de cartas a la Redacción señalando y quejándose del error del crucigrama y ni una sola sobre la repetición del artículo de Pemán...

mercado muy disputado por entonces y con líderes asentados firmemente en cada uno de los tramos del sector.

Unos ejemplos de los contenidos de esos años:

- *Gaceta Ilustrada* de 30 de septiembre de 1979: *Portada*: «Edward Kennedy hacia la presidencia; «Habla Giscard d'Estaing», «Marcial Lafuente Estefanía». *Reportajes*: «Ana Belén hace de Fortunata de Galdós».
- *Gaceta Ilustrada* de 9 de marzo de 1980: *Portada*: «Juan Pablo II hace teatro», «Lo que no se contó de la matanza de Atocha», «El día que Vizcaíno Casas resucitó a Franco». *Reportajes*: «Carolina de Mónaco en la nieve con papá Raniero», «De Cataluña al Aconcagua en moto».
- *Gaceta Ilustrada* de 2 de septiembre de 1981: *Portada*: «Carolina de Mónaco se vuelve a casar», «Mujeres», soldados en la OTAN». *Reportajes*: «Agustín Rodríguez Sahagún, UCD», «Primer centenario de Juan Ramón Jiménez».

A principios del 83, el grupo Godó vende la mayoría, un 51%, de *Gaceta Ilustrada*, S. A. al editor argentino Alberto Leandro Llaryora, quien tras unas semanas sin publicarla para preparar el proyecto y el rediseño, que se lo encargan a Álvaro Nebot, que estuvo hasta junio de ese año como director de Arte, sacó a los kioscos una *Nueva Gaceta Ilustrada*, que ofrecía un aspecto totalmente renovado y continuaba la numeración anterior: el número 1.388 salió el 18 de mayo de 1983. Gómez Escorial aún estuvo unas semanas como director. Lo sucedió Mario Mactas, uno de los periodistas argentinos que habían trabajado en Ediciones Zeta e incorporó a otros periodistas de aquel equipo y reorientó totalmente los contenidos de la revista, como revela un ejemplo: *Portada*: «La vida sexual de Marx», «Por qué engordamos», «Vida y milagros de Menotti». *Reportajes*: «Remedios Amaya», «Todas las mujeres de Gala», «Umberto Eco», «José Sacristán», «Pavlovski» (*Nueva Gaceta Ilustrada* de 20 de marzo de 1983).

En esta nueva etapa, la empresa acumuló deudas por unos treinta millones de pesetas y Godó, que seguía imprimiendo la revista en sus talleres Tisa, decidió no seguir haciéndolo ni aportar más dinero para cubrir las pérdidas. En el número 1.426, de 16 de febrero de 1984, *Gaceta Ilustrada* dejó de publicarse y a los dos meses se anunció el cierre definitivo —cuanto puedan serlo las cosas humanas: a lo largo de la historia del periodismo español hemos visto muchas veces revivir títulos, a veces por la misma empresa que lo editó y, en otras ocasiones, por otros editores que los recogen del pasado para aprovechar la gloria extinguida—.

El agotamiento de una fórmula

SI LA guerra civil española fue la primera guerra fotografiada de la cruz a la raya —desde la violencia previa a los frentes, las retaguardias, la vida cotidiana y la represión postbélica— la guerra de Vietnam fue la última.

Es un tópico decir que la Casa Blanca no permitirá nunca otro Vietnam, pero no sólo referido a la derrota en su guerra imperialista en un sureste asiático ya martirizado por los políticos franceses y sus tropas, pues desde entonces numerosas veces se ha empleado militarmente en otras geografías, sino que los medios no gozarán otra vez de la libertad de prensa e información que se permitió en ese conflicto, en plena eclosión de la prensa gráfica y cuando pensaba que las imágenes de su aguerrida tropa guerrera reforzaría la propaganda de la publicitada nobleza de sus fines políticos. Pero la imagen fotoperiodística del conflicto, junto a la del continuo desfile de ataúdes, en vez de reforzar la propaganda gubernamental, terminó con la guerra de Vietnam.

Cuando los padres, esposas, novias, amigos, colegas y etcéteras de los soldados vieron, desde su confortable vida en Estados Unidos y gracias a unos escasos programas de televisión y a un muy abundante trabajo de los reporteros gráficos de los medios impresos, la ferocidad fría y toxicómana con que sus antes dulces y admirables hijos, esposos, novios, amigos, colegas y etcéteras asesinaban a ancianos, padres, esposas, novias y niños indefensos en las modestas aldeas vietnamitas, la sociedad norteamericana primero puso en tela de juicio la hueca retórica oficial; a continuación, rechazó los principios más absurdos que sagrados en cuyo nombre disfrazaban la guerra los miserables intereses de los grupos económicos de presión; por último, se enfrentó a la barbarie ejercida en su nombre hasta acabar con ella²⁰.

²⁰ Tanto la NBC como la CBS se negaron en esa época a transmitir programas especiales de la guerra. A pesar de tales frenos, la televisión dejó *vid.* a los padres de los soldados el género de atrocidades que sus hijos cometieron en el Sudeste de Asia. El impacto provocado por los noticiarios se convirtió en el primer germen de descontento no sólo entre los intelectuales y las minorías de color, sino entre la clase media que vivió «la noble causa de Vietnam». Esto sucedió aun cuando las intenciones de la televisión estaban lejos de levantar la inconformidad. Hubo programas de calidad como el de Morley Safer, de la CBS, en 1965, quien mostró las condiciones en que los soldados estadounidenses quemaban chozas. Se preguntaron sus padres, entonces, en qué términos mataban gente que ni siquiera tenía un arma para defenderse. A partir de

Desde entonces, ninguna guerra o intervención norteamericana ha permitido que los periodistas gráficos retrataran su realidad para que los ciudadanos pudieran contrastarla con el discurso de sus dirigentes políticos. Para acallarla, no han dudado en llegar incluso, al asesinato de los fotoperiodistas. Entre otros muchos, siempre con turbios argumentos de campaña, a dos españoles: a Juantxu Rodríguez, el fotógrafo español del *El País e Interviu*, el 22 de diciembre de 1989 durante la invasión de Panamá, y en la de Irak, en 2003, a José Couso, cámara de la cadena televisual Tele 5... Aunque, eso sí, cuando les convino, y les hirió en sus carnes, la propaganda no dudó en calificar de asesinato y poner como ejemplo de la barbarie *latina* el, asesinato, efectivamente, de Bill Stewart, reportero del programa *ABC News* de la cadena norteamericana de televisión ABC, el 20 de junio de 1979, a manos de las tropas del dictador nicaragüense Anastasio Somoza —«Es un hijo de puta, pero es nuestro hijo de puta», dijo de su padre el presidente norteamericano Franklin Delano Roosevelt cuando le cuestionaron su apoyo al sangriento dictador, con un cinismo que, a falta de mejor tribunal, juzgará la historia—.

Por otra parte, la prensa gráfica también entró en crisis, como se ha apuntado al hablar de *Life*. Crisis que llegó a Europa y afectó a *Paris Match* y, naturalmente, a las revistas inspiradas en ese buque enseña. Andrés Sicard lo explica:

A principios de los años 70, la inflación comenzaba a extenderse por Europa y las revistas se vieron aquejadas por esta circunstancia y por la televisión, que también ha llegado a ser un temible competidor, aunque la publicidad todavía se mantenga dentro de unos límites restringidos, como

este tipo de programas, comenzó a formarse una conciencia clara en el pueblo norteamericano de las implicaciones de su guerra en Vietnam» (Carmen Gómez Mont, «Entre el compromiso, la censura y la rentabilidad. Imágenes bélicas: ¿información o espectáculo?», *Revista Mexicana de Comunicación*, n.º 81 de mayo-junio de 2003, www.mexicanadecomunicacion.com.mx).

Creo que todos y cada uno de nosotros deberíamos estar allí tan sólo una vez para poder *vid.* lo que el fósforo blanco puede hacerle al rostro de un niño, para poder *vid.* el dolor inenarrable que causa el impacto de una bala o como una mina destroza la pierna de una persona; si cada uno de nosotros pudiera *vid.* ese miedo y esa rabia entonces quizás en mundo entendería que no sirve permitir que las cosas lleguen a extremos semejantes para nadie (James Natchwey, en *War Photographer*, documental de Christian Frei producido por First Run/Icarus Films, 2000).