

BIBLIOGRAFÍA

(Críticas y reseñas)

AMILIBIA, Jesús María, 2005: *Emilio Romero, el gallo del franquismo*. Madrid, Temas de Hoy, 285 páginas.

Lo fue todo durante el franquismo, pero una vez desaparecido el dictador comenzó su decadencia y a su entierro ya no acudió nadie. Esa fue en sustancia la trayectoria de Emilio Romero, un periodista querido y odiado, adulado y temido, tan omnipresente en la prensa del Régimen que no se concibe hablar de ella sin señalar el puesto descollante que ocupó al frente del diario *Pueblo*. Los que conocimos aquellos periódicos y a este compañero nos parece imposible que las últimas generaciones desconozcan el papel que desempeñó, pero ya se sabe que el recuerdo de los personajes –aun de los más eximios y celebrados– dura poco y todavía menos cuando se trata de periodistas, por más jaleados que fueran sus escritos y tomas de postura.

Jesús María Amilibia, quien le acompañó en la aventura de *Pueblo*, *El Imparcial* e *Informaciones* y le siguió también de cerca en sus años de decadencia, ha reconstruido la personalidad compleja y a veces contradictoria de Emilio Romero. La explica en clave de teatro, puesto que fue un hombre que amaba desmedidamente la escena: “Es el dramaturgo que compone un personaje a la medida (el suyo) y que escribe y rescribe su vida a cada momento, sobre todo al final de sus días, cuando su rendición a la amargura y al escepticismo es imparable, alcanzando momentos verdaderamente patéticos, de extraordinaria colatura dramática” (p. 83).

De esa manera hay que interpretar las diferentes versiones (puesto que permitía que circularan las más dispares narraciones) de la persecución que sufrió durante la guerra civil por su condición de falangista, incluido el simulacro de fusilamiento al que se le sometió en la madrileña Casa de Campo, después de ser sacado a la fuerza del sanatorio antituberculoso en el que convalecía. Asimismo habría que aplicar criterios correctores a las explicaciones que ofrecía sobre asuntos que pesaban como una losa en su biografía: su actuación como administrador de otro sanatorio antituberculoso en Villarreal de los Infantes (Castellón: hoy Vila-Real); la dirección de *La Mañana* (Lérida); sus discutibles actuaciones al frente de *Pueblo*, diario oficial de los sindicatos verticales del franquismo... Lo peor fue el enfrentamiento que tuvo con el presidente Adolfo Suárez, porque supuso el comienzo de su declive, del que ya nunca se repondría y al que atribuía todos los avatares desgraciados que se sucedieron desde entonces,

claro que sin admitir la parte de responsabilidad que le cupo en su propio fracaso.

Un individuo como él, que supo navegar por las aguas procelosas del franquismo, burlando las asechanzas de las familias políticas que se repartían el poder por entonces, no supo prever la transición que se produjo a partir de 1975: la combatió, así como a su artífice, con todas las fuerzas de que disponía. Claro que para entonces se le presentaba una situación sustancialmente diferente a la que había vivido en sus décadas de procurador en Cortes y consejero nacional del Movimiento y, como afirma su biógrafo, no la apoyó porque no la había diseñado él, acostumbrado como estaba a llevar la voz cantante en las operaciones de mayor calado político. Tampoco supo ver el papel preponderante que paulatinamente iba alcanzando su otrora competidor, Adolfo Suárez, con el que se peleó por alcanzar los votos de sus paisanos. El grito “¡Vete a la mierda, Adolfo!” que dicen que lanzó en un momento de rabia y despecho, cortó definitivamente unos lazos, que en realidad nunca existieron entre ellos.

Pero casi todo lo que hemos apuntado hasta el momento pertenece más al ámbito de la política que del periodismo, aunque en su trayectoria sea imposible deslindar uno de otro. Como periodista representó una de las figuras más prototípicas del Régimen, admirado por Franco y Carrero y protegido por Solís: éstos consintieron que convirtiera al vespertino *Pueblo* en el corral particular de un gallo fanfarrón y penderciero, que alardeaba de arrancar jirones de libertad de expresión mientras se sometía el primero a las consignas políticas sobre la prensa y señalaba con el dedo acusador los intentos de sus competidores por ensanchar los alambres punzantes del campo de concentración que es toda dictadura. Pero esos manejos los realizaba con tanta destreza que podía dar la impresión de todo lo contrario. Entre otras razones porque contaba con una redacción sometida y vanidosa, que presumía de ser la mejor porque así se lo había hecho creer el Director: en realidad la había configurado a su imagen y semejanza (por más que él no fuera vanidoso, sino soberbio; fiel a quienes le pagaban y agresivo con quienes le disputaban los favores del General o la primacía en aquel cotarro). O tal vez no, y su biógrafo o nosotros mismos estamos juzgando con excesiva dureza a un hombre como todos, con sus vicios y virtudes, con su afán de construir una historia singular, pero cuyo poder le hizo aparecer superior a los ojos de sus coetáneos, a lo que también contribuyeron sus enemigos dándole más importancia de la que realmente tuvo.

Después de una primera etapa al frente del diario *Pueblo* al principio de los años cincuenta, Emilio Romero ocupó la dirección desde 1956 a 1975: son los años en que se encuentra en plena sazón, pues conoce los intrínquilis del mando político y tampoco se le ocultan los vicios ajenos (de lo que suele sacar sustanciosas ventajas). Todo ello hace que alardee de realizar el mejor periodismo, algo en lo que creen firmemente sus redactores, porque administra astutamente los halagos y elogia con desmesura los éxitos: llevar a la primera página el anuncio de un reportaje o incluir la foto de un redactor junto a su firma, en el texto ofrecido con gran despliegue, es un grado honorífico que aprecia aquel conjunto de gente peleona, escépticos en todo menos en

creerse tan listos como su jefe, al que admiran incondicionalmente, pese a ser unos descreídos.

De todo ello sacó beneficio Emilio Romero, quien se creyó con derecho a controlar el diario como si se tratara de su propio negocio y eso incluía también las cuentas de la empresa. Sus redactores viajaban con una facilidad pasmosa, sin importarles los gastos que generaban con tal de lograr éxitos periodísticos (algo que no estaba al alcance de los demás, ya se trataba de medios públicos o privados); había venta fraudulenta de páginas, fuera en dinero o en especies; practicó un auténtico nepotismo, ya que figuraban en la nómina de aquella empresa unos cuantos parientes del director (dos hijos, dos yernos, dos cuñados, un primo...); uno de los directores que le sucedió, José Ramón Alonso, llegó a escribir que “aquí el caviar y el champán corrieron a cántaros”, sin que los tribunales ni las comisiones de investigación del Parlamento movieran siquiera las cejas ante semejantes sospechas y acusaciones. La transición política –modelo por sus resultados, que es lo que cuenta- tendió una manta para tapar ciertas corruptelas y muchos piensan que Emilio Romero sacó partido de tamaña generosidad.

En fin, Amilibia ha realizado un buen trabajo y para ello era preciso un serio esfuerzo de imparcialidad: se nota que algunas páginas le han costado sudores, pues no en vano reconoce que tenía deificado a su director, como el resto de sus compañeros. Pero es bueno que se haya quitado la venda, porque en realidad no se merecía tanto incienso. Un periodista del que se dijo que le soltó al ministro Solís aquello de “Yo no me vendo, sino que me alquilo”, debe ser tratado como lo que fue: un actor capaz de desempeñar todos los papeles, pero no por amor al arte, sino por el más rastrero de los intereses.

JUAN CANTAVELLA
Universidad San Pablo-CEU

APEZARENA, José, 2005: *Periodismo al oído*. Barcelona. Editorial Debate, 316 páginas.

La existencia de la información confidencial es casi tan antigua como la propia vida. Ya en el siglo I antes de Cristo, conservamos referencias de que Julio César pagaba a Cayo Salustio Crespo para que le elaborase los *Commentarium Rerum Novarum*, una especie de informes en los que se detallaban datos muy relevantes sobre los movimientos políticos de los enemigos del Emperador.

José Apezarena, veterano periodista, aporta en este libro sus impresiones acerca de la naturaleza de los confidentiales. Nos habla de la historia de este tipo de periodismo, de la vigencia que mantiene en la era de Internet y de sus características, gracias a su experiencia como director de los servicios informativos de la cadena COPE, durante los cuales esta emisora fue pionera en la elaboración de micro espacios en los que se ofrecía información confidencial, y a su faceta de creador y editor de *El Confidencial Digital*, uno de los confidentiales a través de Internet más visitados en nuestro país.

El autor distingue, desde un primer momento, los Boletines confidentiales y los confidentiales a través de Internet. La única diferencia entre ambos es el soporte ya que mientras que los Boletines suelen llegar a los despachos de banqueros, políticos y periodistas en un sobre cerrado, en mano, impresos en cuatro o cinco folios que se grapan simulando improvisación, relacionada con su carácter de excepcionalidad, los confidentiales digitales son más asépticos: viajan por vía digital hasta los correos electrónicos personales de sus destinatarios, que buscan así el anonimato y se garantizan una información de primera mano, verídica y muy útil para conseguir sus objetivos. Sin embargo, ambos tienen en común muchas características, como una periodicidad determinada (pueden ser diarios, aunque no es normal, suelen ser semanales y los hay también mensuales), su alto coste (hoy en día pueden rondar los 1.200 euros de suscripción anual), su difusión restringida (hay directores que apuestan por elevar su precio para convertirse en un confidencial casi de culto) y su condición de válvula de escape de unos contenidos que, normalmente, no tienen cabida en los medios de comunicación tradicionales.

José Apezarena se adentra en el mundo de los confidentiales con una mirada analítica, que descansa sobre los hombros del periodista que ha sido y seguirá siendo, desde su puesto de director adjunto del diario *Expansión*, testigo de los principales acontecimientos políticos del país. Durante la última parte del libro, presta especial atención a la irrupción de Internet en el mundo de los confidentiales, que ha dado lugar a la aparición de numerosas páginas web que no dejan de ser soportes que aluden al término “confidencial” pero que, en realidad, son periódicos en formato digital. Incluso ofrece unos consejos muy útiles a los lectores cibernéticos que quieran saber a qué atenerse a la hora de enfrentarse a un confidencial digital:

- Revisar que la web de que se trate esté actualizada (a veces permanecen accesibles páginas muy antiguas, e incluso algunas que ya han desaparecido)
- Dilucidar si lo que se está ofreciendo es una noticia o más bien se trata de una

pieza de opinión.

- Distinguir se lo que se presenta es una información propia o se ha recogido de otros.
- Contrastar si el autor cita las fuentes de la información.
- Asegurarse de que el sitio informa sobre quiénes son los responsables, dirección postal, número de teléfono o correo de contacto. (Pág. 235).

En definitiva, como dice el autor, se trata de discernir los confidentiales digitales solventes de los que no lo son. Lo cierto es que los confidentiales a través de Internet han demostrado en los últimos años una agilidad que les permite adelantarse a los mastodónticos medios de comunicación de toda la vida en la difusión de determinadas noticias. Un ejemplo de este buen periodismo que hoy se realiza desde los confidentiales digitales ha sido la exclusiva que lanzó El Confidencial Digital en marzo de 2005, cuando informó de la reunión mantenida en secreto en el Palacio de La Moncloa el 7 de marzo entre el máximo responsable del Partido Nacionalista asco, José Jon Imaz, y el presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, en vísperas del discurso del lehendakari Ibarretxe en el Pleno del Congreso de los Diputados para explicar el llamado Plan Ibarretxe (pág. 214).

Apezarena realiza un repaso de los Boletines más conocidos que tuvieron su apogeo durante la Transición, gracias, en gran medida, al desmembramiento de las distintas familias que formaban el partido gobernante, la Unión de Centro Democrático, y a la decisión de Adolfo Suárez de trasladar la sede de la Presidencia del Gobierno al Palacio de la Moncloa desde la sede de Castellana. El autor recuerda cómo ese traslado contribuyó a incrementar la aureola de secretismo que rodeaba el día a día del abulense y la inmediata aparición de muchos de estos Boletines Confidenciales, como *Resumen Económico*, editado por la agencia Europa Press, *Confidencial*, dirigido por Ramón Pí y *Análisis Político*, promovido por Javier del Rey.

La lectura de Periodismo al oído es una mirada a la historia de los confidentiales y supone la confirmación de que estos Boletines ejercieron en el pasado reciente un papel muy importante que todavía está por descubrir. José Apezarena echa la vista atrás con la intención de consolidar la realidad actual, que pasa por los confidentiales digitales y por los *blogs*, esa especie de diarios que se “cuelgan” en la red y que son un conjunto de impresiones personales acerca de un determinado tema. El peligro que se adivina, con los *blogs*, es la confusión acerca del verdadero valor periodístico de la información que aparece en uno de estos “cuadernos de bitácora”, que no dejan de ser una fuente de información, pero sólo eso. Apezarena nos muestra la realidad de lo que fueron los Boletines confidentiales y la necesidad de regular un mercado que corre el riesgo de desaparecer casi antes de haber sido creado, como ya hemos visto con determinados procesos judiciales que han tenido lugar contra varios de estos confidentiales digitales. Un libro para saber más de los que más saben.

JAVIER CHIVITE FERNÁNDEZ
Universidad Camilo José Cela

BARTOLOMÉ MARTÍNEZ, Gregorio, **BELTRÁN GANDULLO**, Milagros, **BLANCO ALFONSO**, Ignacio y **OTROS**, 2006: *La lengua, compañera de la transición política española*. Madrid, Editorial Fragua, 250 páginas.

“Recordando la célebre frase que pronunció Antonio de Nebrija, al presentar a la reina Isabel la Católica la primera Gramática Española de la Lengua, se recogen aquí, bajo el título genérico de *Así se hablaba en la Transición política* los trabajos que ha realizado un grupo de profesores de la Universidad San Pablo CEU (Madrid) para conmemorar los 25 años de la Constitución Española. Estos docentes son: Gregorio Bartolomé Martínez (coordinador de la obra); Ignacio Blanco Alfonso; Milagros Beltrán Gandullo; Pilar Fernández Martínez; José Rodríguez Vilamor y Juan Cantavella Blasco”. En este primer párrafo del prólogo está claramente reflejado no solo el objetivo global de este volumen, sino también las circunstancias histórico-académicas y la relación completa de los autores que han participado en la elaboración del libro.

Aunque tanto el enunciado principal como el subtítulo (*Un estudio sobre el lenguaje del cambio democrático*) pueden dar a entender que se trata de un análisis colectivo acerca del uso generalizado en nuestro país de la lengua española durante el período indicado, en realidad todos los ensayos aquí recopilados están centrados en el mismo corpus: los medios de comunicación entre 1975 y 1982 y, de modo especial, el periodismo impreso, o sea, la prensa por antonomasia. Y también, desde un enfoque cronológico, hay que hacer otra matización respecto al período de tiempo seleccionado como etapa de la transición política en España. “Para nuestro propósito —precisan los autores—, la Transición comienza prácticamente diez años antes, porque la prensa, al menos la escrita, inició, desde la promulgación de la Ley de Prensa e Imprenta de 1966, una serie de prácticas y experiencias aperturistas hasta entonces impensables”. No obstante, siguen argumentando, “nuestra tesis es que hay que partir de 1975 para comenzar analizar el desarrollo de un nuevo lenguaje en la prensa y su adaptación a las nuevas situaciones que se presentan, si bien, todavía pasó un largo quinquenio para que se produjese una cierta situación de normalidad”. Y efectivamente, como puede comprobarse, todos los trabajos, excepto el que corresponde al cap. 6, están acotados por las dos referencias temporales antes indicadas: 1975 y 1982.

El punto de partida metodológico de este volumen arranca de la presunción de que el fenómeno político llamado Transición produjo entre nosotros un proceso lingüístico paralelo por medio del cual los ciudadanos llegaron a elaborar su propia “lengua de trapo”, según explicación de G. Albiac: “En política no hay presente que se consolide si no reinventa el pasado en función suya. Y no hay manera de crear pasado que no sea violando el diccionario. De ahí la proliferación de anacronismos, jergas o simples disparates, que acompaña, sin excepción, a los períodos constituyentes”. A partir de este enfoque inicial, los profesores involucrados en el equipo redactor de ese libro, se centran en el desarrollo por separado de seis aspectos claves para el entendimiento de

las relaciones entre el lenguaje de la calle y el lenguaje de la prensa. Y esto así porque, de acuerdo con lo que ellos entienden, el criterio básico inspirador de esta investigación colectiva es que, “en definitiva, la Transición política deja sus huellas en el lenguaje de la calle y, por tanto, en el de la prensa y, a su vez, los medios se sirven de estos cambios para reflejar la realidad e interpretarla”. Desde la perspectiva crítica con la que estoy valorando esta obra colectiva, me encuentro plenamente identificado tanto con la hipótesis de trabajo previa como por la posterior metodología utilizada en el desarrollo del libro.

Los seis aspectos claves que en este volumen son minuciosamente analizados responden a los siguientes contenidos, presentados a su vez como un camino lógico descendente desde lo más genérico y universal a lo más detallista y particular, a saber:

a) Partimos -dicen los prologuistas- del lenguaje de la Dictadura, para ver dónde estábamos y hacia donde nos encaminábamos: “El lenguaje autoritario del franquismo”, de Juan Cantavella se ocupa cuidadosamente de desarrollar este primer apartado.

b) Analizamos la situación de la prensa para ver cómo realizó su transición: Ignacio Blanco es el encargado de este análisis histórico en el capítulo titulado “Una prensa en transición”.

c) Planteamos las bases teóricas en las que se basa la lengua para su evolución y valoramos en qué medida los nuevos términos y préstamos lingüísticos se sistematizan y aceptan o rechazan en la lengua común: el cap. 3, de Milagros Beltrán -“Prestamos lingüísticos en el lenguaje de la transición”- aborda cumplidamente este aspecto.

d) Repasamos ampliamente la tarea de vigilancia del idioma por parte de lingüistas y académicos en la prensa de la Transición, aportando numerosos ejemplos de los cambios lingüísticos que se producen y su conveniencia o no: Pilar Fernández Martínez nos ofrece un trabajo espléndidamente documentado con abundante exposición de casos particulares bajo el título “Vigilancia del uso del idioma en la prensa de la transición”.

e) Nos centramos de forma especial en los matices y “trampas” del lenguaje político y tecnocrático, advierten en el prólogo: y, efectivamente, José R. Vilamor lleva a cabo este estudio con notable profusión de ejemplos pertinentes acerca de ambos lenguajes sectoriales en “Lenguaje político y tecnocrático”.

f) Por fin, entramos a saco en las secciones de humor de la prensa diaria y de las revistas, algunas de ellas exclusivamente dedicadas a la tarea, para reflejar, como en los espejos del callejón del gato, cómo pintan los humoristas el panorama “transidamente transitorio”: el coordinador del libro Gregorio Bartolomé se ocupa de este aspecto final en un trabajo -“La lengua del humor transitorio”- donde pasa revista a este tipo de manifestaciones periodísticas desde 1939 hasta 1982, con la incorporación de dos valiosos apéndices, uno dedicado a los “minotauros transeúntes” (Fraga, Suárez, Carrillo y Felipe González) y el segundo con un divertido “diccionario abreviado, crítico, burlesco”.

Una simple lectura de los títulos de los diferentes capítulos que dan forma al libro nos permite entender la utilidad y pertinencia de esta obra, precisamente en estos momentos de nuestra historia en la que parece que estamos viviendo una segunda transición, muy distinta, según las pistas actuales, a la primera, la llamada hasta ahora Transición política española, pacíficamente apreciada y respetada en el ámbito doméstico e inequívocamente admirada e incluso envidiada por gentes de otras naciones y estados. Este libro colectivo de un equipo de profesores de la Universidad San Pablo CEU, de Madrid, destinado a conmemorar los 25 años de la Constitución Española, es una obra no sólo de riguroso calado científico y documental, sino también merecedora del aplauso político del público español por su extraordinaria oportunidad. Un aplauso que no solamente debe venir desde el campo de los periodistas, los primeros beneficiarios por razones profesionales de los hallazgos beneméritos de un libro como éste, sino también desde un amplio sector de intelectuales y responsables públicos de nuestra sociedad actual. Leyendo las páginas de este volumen podemos darnos cuenta de cuánto ha cambiado la vida en este país nuestro, en el ámbito del trabajo periodístico, en el de las libertades políticas de los ciudadanos, en el orden económico, en el terreno de nuestros hábitos culturales y morales, etc.

Vale la pena recoger aquí, a modo de colofón, un párrafo altamente significativo del prólogo: “El salto de una época a otro fue abismal. Lo refleja magistralmente Vargas Llosa cuando escribe que ‘España ha pasado, vertiginosamente, del anacronismo que todavía era en 1975 -una sociedad congelada en el pasado por unas estructuras totalitarias y un sistema de censura y control que la distanciaban de la Europa occidental y la emparentaban al Tercer Mundo- a ser una democracia moderna, próspera, con una poderosa sociedad civil de instituciones sólidas, un fecundo régimen de autonomías (*El País*, 19-11-2000)”.

JOSÉ LUIS M. ALBERTOS
Universidad Complutense de Madrid

GONZÁLEZ, Gustavo, 2005: *Diario de un paparazzi: el otro lado de la prensa del corazón*, Barcelona, Random House Mondadori, 328 páginas.

Desde las primeras líneas de este libro se hace una defensa a ultranza de un trabajo en estos momentos muy controvertido y calificado de peligroso para ciertos sectores del periodismo. La popularidad que ha alcanzado esta práctica ha llevado a que en ocasiones se le tilde de periodismo basura. El adjetivo sólo aparece en esta publicación para hacer un reproche a un tipo de prensa-periodistas-empresarios, moralmente calificada-os como sectaria-os y clasista-as, que consideran a la prensa del corazón como la hermana bastarda, por no decir directamente la basura del mundo de los medios, a la que agraden y desprecian continuamente.

Una pugna que está ahí, de la que nadie puede dudar. Por esta circunstancia, la aparición en el mercado editorial de *Diario de un paparazzi: el otro lado de la prensa del corazón* me parece oportuna e interesante para conocer mejor en qué consiste lo que ahora se me ocurre llamar -siguiendo a mi admirado maestro Díaz-Cañabate- como el *planeta de los famosos*.

Pero más allá de saber las peripecias personales del periodista- licenciado en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid- para conseguir tal o cual exclusiva, lo que no dejan de ser anécdotas entretenidas para el lector, el interés se centra en poder fondear en la idiosincrasia propia y las características éticas que subyacen en los profesionales que trabajan en prensa rosa.

La raíz etimológica de la palabra paparazzi nos lleva a recordar la *Dolce Vita* de Fellini y al popular Paparazzo, el nombre del fotógrafo que immortalizaba, en las noches de Roma, a los personajes famosos con o sin consentimiento. Hasta hace poco en España el termino tenía una connotación negativa y estos profesionales se identificaban como reporteros gráficos.

El periodismo de sociedad desde siempre ha sido una especialidad que hay que consumirla sin mayor pretensión que el entretenimiento y hacerlo sin complejos ni dramatismos como bien apunta González. Sin embargo, el autor no está muy acertado al hacer valoraciones en las que llega a afirmar que la prensa del corazón es la más veraz de todos los géneros periodísticos. Imagino que se refiere a la prensa del corazón como especialidad porque la frase no es aplicable si se refiere a los géneros. En este sentido -e imagino que producto de una irreflexión frente al teclado del ordenador- llega a poner en duda la credibilidad de los diarios de información general con una serie de ejemplos en los que concluye diciendo que lo único cierto en éstos es la fecha y el precio.

Una vez leído esto- me parece a todas luces irrespetuoso con los *otros* compañeros que sí se les considera en todos los ámbitos como periodistas- parece que se le ha desatado la lengua. Quizá por ello, arremete como un miura en una especie de clasificación interna profesional en la que descabalga del privilegio de pertenecer a la profesión a los “personajillos” salidos de los realitys de televisión que se autotitulan

periodistas. Estos dos tipos en los que enmarca el plantel: los buenos, los todas la vida, los que llevan en su formación la “interiorización” de una ética; y, los malos, los espontáneos, los llegados de la fama, que difaman y calumnian.

No es otra cosa que un intento de dignificarse y querer acaparar los espacios de televisión. En este afán de querer echarlos fuera no les niega la opinión, como concedores de un entorno o expulsados de un Reality-show, que tengan una cuota de participación pero han de limitarse a lo que son -su tono es despectivo- y no les da la capacidad para comentar noticias. Con estas palabras creo que queda patente su intención de pertenecer a otra casta profesional. Una observación que solo está presente en este medio y no existe para la prensa escrita.

En el libro la figura de los paparazzi de prensa escrita está más dignificada. Al menos nos transmite cierta dosis de sacrificio y constancia cuando nos cuenta como siguen, persiguen a sus personajes. Todo esto en pro de asegurar que se realiza periodismo de investigación. Un mundo en el que la foto instantánea es la reina, la regulación es espectro de censura o las fuentes de información son los porteros de las discotecas.

En *Diario de un paparazzi* se intenta desvelar los entresijos de la prensa rosa bajo una buena edición y un lenguaje correcto. Creo que en este sentido se consigue. Un lector profano en estos temas se hace una aproximación bastante exacta de los modos y maneras de ejercer este trabajo. Y para que no falte nada incluye hasta un anexo con un diccionario de términos propio muy curioso.

OLGA PÉREZ ARROYO
Universidad Complutense de Madrid

KAPUSCINSKI, Ryszard, 2005: *Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar)*, Madrid, coed. Asociación de la Prensa de Cádiz y Asociación de la Prensa de Madrid, 90 páginas.

Si no supiera que el libro está escrito por el maestro Kapuscinski reseñaría en este momento que la claridad y la facilidad en la comprensión son los aspectos más relevantes de la obra y quizá no daría más importancia a esta condición. En este caso, sé que Kapuscinski es su autor y su grandeza radica ahí. No es fácil bajarse del pulpito de los escogidos por generosidad para que la propia experiencia sea aprovechada por otros. Ciertamente, es muy loable que ésta sea su intención.

Los cinco sentidos del periodista (estar, ver, oír, compartir, pensar) se trata de una edición para enseñar los fundamentos del periodismo a reporteros en ciernes, dentro de las acciones llevadas a cabo por la Fundación para el Nuevo Periodismo Iberoamericano -en forma de talleres- por obra e impulso de otro maestro, Gabriel García Márquez. La obra está articulada en cinco apartados o capítulos totalmente actuales. Aspectos prioritarios para todos aquellos que quieran ser periodistas: el oficio, los medios, el nuevo periodismo, la globalización y las preguntas del taller.

No han pasado ni cinco años desde que él expusiera estas lecciones. Concretamente, su visión corresponde a dos talleres de 2001 y 2002 – México y Buenos Aires-, lo que hace que sea un punto de vista de aspectos profesionales aún vigentes. Por otro lado, *Los cinco sentidos del periodista* es una reflexión íntima y realista. A través de sus palabras, entendemos la transformación inequívoca en las prácticas de este oficio en los últimos cincuenta años, con sus virtudes y errores.

El autor aborda multitud de temas fundamentales -con un lenguaje siempre preciso y ágil- que abren los ojos a los que quieran saber de la profesión. Unas pautas de lujo, normas para paladares periodísticos de cinco estrellas o futuros periodistas de raza. Todo un conjunto de experiencias que son un manual. Instrucciones que van desde admitir que hoy el periodismo es una producción colectiva cuya condición fundamental para ejercerlo consiste en ser capaz de funcionar en conjunto con los otros. Hasta contenidos con componentes más éticos, como cuando dice que siempre hay que tener presente que trabajamos con la materia más delicada del mundo: la gente.

No cabe duda que es una lección didáctica-periodística bien hecha. Para ello recurre a la ejemplarización y da importancia a la contextualización, -como si de un texto periodístico se tratara-, de todo aquello que dice. El maestro acierta en pleno -parece una advertencia premonitoria en estos días en los que se ha desatado la llamada *guerra de las viñetas*- cuando hace un apunte sobre los peligros que conlleva hoy la trivialización del valor de la palabra.

Kapuscinski se desnuda en *los cinco sentidos del periodista* y se percibe ya no tiene miedo a los editores de las publicaciones- sus escritos podemos leerlos actualmente en sus colaboraciones en *New York Times*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung* y la revista

Time -y desvela que él nunca escribió su archiconocido libro *los cínicos no sirven para este oficio*.

Con paso firme, siguiendo su línea realista va deshojando la profesión a través de sus páginas, admite que la información es una mercancía de consumo bajo las leyes del mercado. Su destino es obtener una rentabilidad máxima y apunta a los monopolios mediáticos de la situación. Los directores dejaron de ser románticos buscadores de la verdad y se convirtieron en hombres de negocios. Por esta circunstancia, piensa que la falta de tiempo es uno de los problemas fundamentales con los que se encuentra el periodista para realizar sus textos, presionado por una demanda de *productos* casi al momento.

Los cinco sentidos del periodista (estar; ver; oír; compartir; pensar de Ryszard Kapuscinski debe ser un libro de referencia tanto para periodistas en activo, docentes o estudiantes de periodismo. Sus palabras son magisterio puro con una visión apasionada de algo que realmente merece la pena vivirlo. Con tan sólo noventa páginas se puede hacer una cátedra de periodismo.

OLGA PÉREZ ARROYO
Universidad Complutense de Madrid

MAINAR, Rafael, 2005: *El arte del periodista*. Barcelona, Ediciones Destino, 2005, 256 páginas.

Los periodistas gustan (gustamos) de mirar obsesivamente al espejo. Y el periodismo necesita espejos en los que mirar (mirarse). Pero algo extraño ocurre: el *gusto* de los periodistas nunca acaba de satisfacer la *necesidad* del periodismo. Conviene preguntarse por qué¹.

Buen catalizador de *gustos* y *necesidades* periodísticas ha sido durante decenios este curioso texto de Rafael Mainar, publicado en 1906 y ahora felizmente recuperado por la colección Imago Mundi de la Editorial Destino. Libro de periodista sobre periodismo. Sin hueros alardes de intelectual, pero también sin rémoras *pseudoprofesionales* como la inercia, la rutina o la ociosa vanidad. Mainar ofrece en su *Arte* un interesantísimo punto intermedio: conoce los detalles más menudos del periodismo diario (también sus miserias), y además reflexiona con profundidad sobre los problemas esenciales de la profesión. El texto, por tanto, acepta con naturalidad la etiqueta de *sociología de la profesión*. Porque, en efecto, el autor dibuja –más allá de gustos y opiniones personales– un retrato periodístico de época.

El arte del periodista no sólo trata de *arte*. Nos muestra cómo se funda un periódico. Qué peripecias financieras hay que afrontar. Dónde se registra la cabecera. Mainar nos conduce a una redacción y nos cuenta cómo está organizada (y cómo debe estar²). Nos habla de la confección, del diseño: “En lo posible debe evitarse en una plana de periódico el que aparezcan una o más columnas compactas y amazotadas, entre otras razones, porque retraen al lector [...]” (p. 83). Nos plantea ardorosos conflictos internos de un diario cualquiera: “Hecha la cabecera, surge una cuestión de confección capitalísima: la de si han de ir o no anuncios en primera página. La Administración dirá que sí; la estética dice que no, y con la estética vota su poquito de cortesía”. Nos sitúa, mediante el correspondiente contexto, en el debate sobre la conveniencia de la firma en los textos publicados por el periódico: “Dos sistemas hay

¹Vaya por delante una posible explicación: el periodismo –sin mayúsculas, por favor– busca identidad. Quiere saber qué es. Por qué y para qué. De qué modo. Y, por supuesto, también: de qué modo, no; qué no es ni podrá ser jamás; por qué no ha sido *otro* ni ha desempeñado *otras* funciones. Basta echar un vistazo a los últimos números de esta revista, *Estudios sobre el mensaje periodístico*, para encontrar un ramillete de preguntas y respuestas de ese tenor. Pero mientras el periodismo busca su espacio y su método, los periodistas gustan (gustamos) de acudir al espejo para calibrar el tamaño de nuestro éxito. Indirectamente, sólo indirectamente, también el tamaño de nuestro fracaso, pues nuestro sentido de la autocrítica –aquí, en este espejo– parece más bien nostalgia de aquello que nunca tuvimos. No nos preocupa saber qué somos, ni por qué. Nos interesa averiguar si lo hacemos bien, si los demás creen que lo hacemos bien. El escepticismo mengua (*escepticismo: búsqueda*) y, claro está, el narcisismo es infinitamente mayor.

²“En los periódicos españoles –escribe Mainar– apenas si existe el cargo de secretario de redacción, que es, no obstante, muy necesario, puesto que [...]” (p. 52). Por eso decíamos que Mainar describe y enjuicia; dice cómo es algo y cómo –según él– debería ser. (En la página que acabamos de citar, por cierto –y dicho sea entre paréntesis–, encontramos una reflexión ante la que difícilmente puede dejar de sonreír el lector de hoy: “El número de redactores y su sueldo es indispensable que esté al arbitrio del director del periódico. La empresa debe señalar una cantidad alzada para todos y la dirección distribuirla conforme a méritos, aptitudes y trabajo, por ser quien inmediatamente puede apreciarlos”)

igualmente radicales en la materia. El inglés, de no firmar nada, y el francés, de firmarlo todo. ¿Cuál es preferible?” (p. 39).

Mainar, en fin, es un excelente compañero para este interesante viaje en torno al periodismo finisecular. Periodismo de finales del siglo XIX, sí, pero también *finisecular* cien años después. Porque gran parte de lo que Mainar escribió en 1906 sigue resultado sugerente (al menos eso: sugerente) en 2006. Hoy apenas hay algo que añadir a sus apreciaciones sobre el lenguaje periodístico: “Habrá que ponerse a tono y dejar el estilo didáctico, que, para no enseñar nada, bastante lo he empleado en este libro. Para adaptarse al tema del capítulo [Capítulo VI: El lenguaje periodístico], hay que quitar el paño al púlpito, descender de su altura, ponerse al nivel de los más y seguir predicando; pero con el ejemplo” (p. 101). Corrección, sencillez, claridad³, concisión, naturalidad. Todo eso estaba ya en el *Arte*. Qué moderna e interactiva nos parece hoy la consideración general del periódico como “una conversación entre el periodista y los lectores” (p. 103). Qué acertada la matización sobre el carácter colectivo de la escritura periodística (p. 211 y siguientes). Y qué sincera –además de un poco cínica y gamberra, pero ante todo sincera– su exposición sobre *los recursos heroicos del periodismo*: “el infundio, el ahueque y la tijera”, escribió Mainar (p. 183), que hoy tal vez llamaríamos “la mentira, la exageración y el plagio”. El bulo, el sensacionalismo, cortar y pegar (de ahí las tijeras), tanto da.

Con todo, las dos ideas centrales de la obra de Rafael Mainar resultan ahora sugerentes justo porque no parece que se hayan cumplido las expectativas del autor. Veamos: Mainar, en periodística síntesis (en titulares, casi), viene a decir que el periodismo será independiente o no será. Primera idea básica. Y segunda: que el periodismo será información o no será.

“Un periódico debiera ser ‘La Historia que pasa’; un periódico *es...* algo muy distinto. [...] ‘La Historia que pasa’ hemos apuntado, por apuntar alguna, como definición posible del periódico, y lo que parece nada más una frase, hecha por hacerla, nos da la clave del porqué se fundan los periódicos. Fúndanse: unos para que la Historia pase como a los fundadores conviene; otros para pasar los fundadores, de ésta o la otra manera, a la Historia; y por último, los más de los periódicos deben su fundación a la moderna industria y comercio de hacer y vender historias” (p. 32). Fruto del liberalismo clásico, el planteamiento de Mainar sostiene que el periódico de empresa es “el único, el único -insiste-, que puede llegar a ser el periódico ideal: *La Historia que pasa*” (p. 36). Tengamos en cuenta el contexto: en España vivimos sólo el comienzo de eso que Mainar llama *periódico de empresa*, que en realidad se define mucho mejor si lo oponemos al viejo periódico de partido, o al menos íntimamente ligado a un partido. El autor plantea algo muy sencillo y natural: si los diarios son de

³No por conocida y archicitada deja de ser admirable esta frase de Mainar: “Parecerá una herejía; quizá lo sea; pero al periodista le es preciso ser conscientemente incorrecto en el decir, con tal que sea claro y sea expresivo” (p. 106)

verdad independientes, tendrán más lectores, porque mayor será su credibilidad; si los diarios sobreviven sólo al abrigo de un partido político o de cualquier otra institución, conseguirán menos lectores, pues su credibilidad será también menor. Por eso es importante la publicidad, porque asegura la independencia del periódico: “Todavía el quijotismo periodístico pone reparos a la publicidad pagada cuando se refiere a asuntos comerciales e industriales y en cambio no los tiene para la publicidad inspirada por cualquier danzante político que sólo busca lo que Tartarín: hacer ruido. Ello pasará, y será el que pase un bien para la prensa y para el comercio y la industria”⁴. Que el llamado *periodismo ideológico* sucumbió ante el denominado *periodismo informativo* parece algo más que una conjetura. En ese sentido (historicista, literal), Mainar acertó. Pero su fe⁵ en las fuerzas del mercado, en la independencia de la empresa surgida en una sociedad liberal, choca hoy, cien años después, con la casi absoluta previsibilidad de las posiciones ideológicas que advertimos en la inmensa mayoría de los periódicos. Los diarios, desde el punto de vista formal, son independientes. En la práctica, todos los días encontramos motivos para sospechar que se comportan como altavoces de partidos, gobiernos, sindicatos, empresas y otras más o menos nobles ventanillas. O la coincidencia de intereses es asombrosa, prodigiosa, o la libertad e independencia que se proclama no es tan real como nos quieren hacer creer. Al pasar en 2006 por las páginas que Mainar publicó en 1906, el lector puede experimentar una sensación extraña: algo parecido a lo que ocurre cuando creemos que nuestro tren ha comenzado a andar, pero, tras un instante de duda, descubrimos que sólo se trata de un reflejo, y que en realidad es otro el tren que ha iniciado la marcha.

No muy distinta sensación de perplejidad puede experimentar el lector de hoy si atiende a la segunda idea fundamental antes expuesta (*el periodismo será información o no será*). Mainar pudo acaso exagerar cuando escribió frases como ésta: “La información es lo capital en el periodismo; la crítica y el comentario lo accesorio; ni son indispensables ni estorban” (p. 126). Y, si examinamos los diarios de hoy, tal vez den ganas de pensar que Mainar desvarió -o que sus ideas quedaron desfasadas, superadas un siglo después- al imaginar un periodismo esencialmente informativo, de actualidad, en el que el comentario desempeñara una función irrelevante, casi decorativa. Pero es justo reconocer que *El arte del periodista* previó algo consustancial al periodismo moderno: para influir y modelar la opinión, es mejor informar que juzgar; es mejor suscitar el juicio en el lector mediante un particular (y, si es necesario, sesgado) relato de los hechos que exponer ese juicio de forma directa a través de un texto abiertamente opinativo. En definitiva: “Sea cual sea la índole del

⁴Véase p. 144. De todos modos, Mainar no concede viabilidad a un periódico basado en los ingresos logrados mediante la publicidad (p.221): “hay quien supone que en lo venidero se impondrá como verdad fundamental el que lo principal en el periódico es el *anuncio*, y lo accesorio, lo accidental, casi diríamos lo decorativo, es la información, el texto de redacción [...]. No estamos en esa creencia y más cerca estamos de otra completamente opuesta”.

⁵Fe -hemos de reconocer- no del todo ingenua, como podemos comprobar al comienzo del capítulo IX (p. 135)

periódico, cuando aspire a influir en la opinión no es el camino más directo para lograrlo el quererla sugestionar emitiendo ideas y apreciaciones; es más seguro y de más positivas e inmediatas resultancias saber orientar la información para que el lector, sin pensar *con* el periódico, piense *por* lo que el periódico relata y acabe por pensar como el periódico quiera” (p. 133-134).

Así que Mainar publica en 1906, pero parece estar pensando en lo que habría de suceder muchos años más tarde. Por el acierto demoleedor de algunos pasajes y conceptos (baste leer la frase final del párrafo anterior), perdonamos y hasta admitimos de buen grado otras previsiones acaso más ingenuas, aunque no por ello menos sabrosas: “Mirando a un mañana muy remoto –escribe el autor poco antes de un capítulo íntegramente dedicado al periodismo del futuro⁶-, se ve una simplificación del movimiento periodístico que puede traer grandes velocidades en la redacción y composición de los periódicos. Se ve al periodista taquígrafo entregando sus cuartillas al cajista o linotipista también taquígrafo que las traduce en caracteres de lectura corriente y simultáneamente las compone en tipo movable o en máquina de componer. Pero esto no es hoy más que un porvenir muy remoto, y como tal basta con indicarlo” (p. 201).

JAVIER MAYORAL SÁNCHEZ
Universidad Complutense de Madrid

⁶El periodismo futuro es analizado en el capítulo XVI (“¿Mañana...?”), y la cita que sigue aparece en el capítulo XIII, dedicado a la necesidad de un periodismo especializado en nuestro país: “¡Oh, si hubiera especialistas en España!” (p. 193).

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis, 2006: *El zumbido del moscardón*. Sevilla-Zamora, Comunicación Social Ediciones y publicaciones, 221 páginas.

El título del último libro del profesor Albertos, título que también preside el segundo trabajo publicado en esta obra, está tomado de la ilustración con la que Gabriel García Márquez defendía uno de los pilares de la profesión periodística: “la conciencia de que la ética no es una condición ocasional, sino que debe acompañar siempre al periodismo como el zumbido del moscardón”. Y, además, es un título alegórico respecto de la intencionalidad del profesor Albertos al reunir aquí artículos ya publicados en revistas universitarias –varios en *Estudios sobre el mensaje periodístico*- o leídos en congresos, seminarios, simposios, etc. Es decir, parece necesario que zumbe el moscardón. Que zumbe con sus ecos de ética profesional, de sentido del periodismo, de recuerdo continuo sobre la responsabilidad social de los periodistas.

Pero Albertos va más allá de la ingeniosa ilustración garciamarquiana. Disecciona y analiza cuestiones del periodismo que siempre van a estar ahí como realidades problemáticas. Y tres son las ideas clave de las que parte:

- a) el derecho a la información está condicionado por una práctica profesional respetuosa con una teoría de los géneros periodísticos;
- b) la necesaria distinción entre información y opinión en los textos periodísticos;
- c) la concepción del periodismo como una actividad de tipo socio-cultural al servicio de las expectativas políticas y sociales de los ciudadanos, lo que debe traducirse en el derecho exigible de todas las personas a una información técnicamente correcta.

La verdad es que estas siguen siendo las ideas protagonistas ante cualquier investigación sobre los mensajes periodísticos. El profesor Albertos, catedrático emérito ya jubilado, ha dedicado más de medio siglo de vida profesional y académica a hacer comprender esta función integradora del periodismo y su enorme responsabilidad social. Los que hemos trabajado y aprendido con él gracias a su labor universitaria hemos tenido la gran suerte de comprender los mejores derroteros de la investigación sobre el periodismo. Su coherencia y honradez intelectual han sido una poderosa guía en la labor docente e investigadora.

Estructurado en tres partes, “Periodismo”, “Periódicos y otros medios” y “Textos periodísticos”, *El zumbido del moscardón* alberga 11 artículos que el mismo autor ha seleccionado y que, según confiesa en su Presentación, enlaza con tres obras suyas de investigación (no precisamente manuales docentes): *La noticia y los comunicadores públicos* (1978), *El lenguaje periodístico* (1989) y *El ocaso del periodismo* (1997). Las tres obras han sido profusamente citadas en tesis doctorales y en trabajos de investigación y pueden considerarse, sobre todo las dos primeras, como pioneras de un modo de enseñar, de reflexionar, de investigar y de divulgar la ciencia del mensaje

periodístico.

Debido en parte a necesidades de acreditación académica y en parte al crecimiento del número de Facultades de Periodismo, las investigaciones sobre este ámbito de conocimiento han experimentado en los últimos 5 años un espectacular incremento. Pero también es verdad, hay que decirlo, que muchas de estas investigaciones son coyunturales, demasiado cuantitativas –estérilmente cuantitativas- y aportan muy poca reflexión útil. Se puede comprobar en las conclusiones -cuando así pueden llamarse, que no siempre- de este tipo de trabajos. Sirven para el cumplimiento del trabajo emprendido. Y después no se utilizan. Tal vez el problema radique en una falsa equiparación de métodos de investigación para disciplinas nada equiparables. O en un excesivo historicismo, como apunta el profesor Albertos en el primer artículo de esta obra titulado “Periodismo, periódicos y relatos periodísticos”:

Se manifiesta en ellos el vicio intelectual de la ‘sobreinterpretación’ que nos induce a ver en determinados eventos históricos precedentes o avanzadillas culturales de fenómenos muy específicos, y hasta cierto punto inseparables de la realidad sociológica de nuestro siglo XX. Suelen caer en este defecto, según este enfoque personal mío, algunos expertos en investigación histórica y, de modo especial, dos tipos de intelectuales muy concretos: los historiadores del periodismo y los historiadores de la Literatura. (Pág.13).

A estos dos tipos, podríamos añadir, a la vista también de las reflexiones investigativas de estos 11 artículos del profesor Albertos, los excesos de esa sobreinterpretación de bastantes semióticos –de lo cual viven- y de quienes conciben la enseñanza universitaria del periodismo cómo una continua obsesión por decodificar signos, contar palabras, fuentes, etc., obligando al destinatario a un verdadero acto de fe: ante cualquier pregunta u objeción metódica, el “contador” puede responder, “yo lo he contado, así que si no se lo cree cuéntelo usted. Esto es investigación”. Por último, también existe el investigador-docente que dice lo mismo una y otra vez. Ante todos ellos, el profesor Albertos está a años luz por inteligencia y honradez profesional. Y la prueba está en esa confesión suya desde el principio de que estos 11 artículos no son nuevos, está en comprobar cómo todo lo que se dice en ellos no ha sido devorado por el tiempo sino que, por el contrario, siguen ofreciendo ideas, realidades y enfoques actuales y necesarios.

El zumbido del moscardón no es un manual docente sino un libro de cabecera docente, que no es lo mismo. Cada artículo y cada epígrafe aportan sugerencias para investigar, reflexiones para esclarecer dudas, matices para pensar. Y, en verdad, esto es lo que debe poseer todo buen libro de investigación. Y no páginas y páginas llenas de extractos, de porcentajes numéricos y tablas o gráficos poco útiles. De hecho, el propio autor se expone a la mirada crítica y hasta edípica –por eso de matar al padre- de las nuevas generaciones de investigadores sobre el periodismo, algo muy pocas veces visto:

La publicación de los trabajos elaborados en estos últimos años universitarios es para mí el cumplimiento de la íntima obligación de dar una oportunidad

universal a todos los investigadores y estudiosos de estas materias para que puedan enjuiciar el grado de rigor mental de las afirmaciones y tesis que aquí propongo. (Pág.7)

No es un órdago cualquiera este reto de Martínez Albertos. Ni mucho menos un farol. Aquí está el gran profesor, con las cartas boca arriba, sobre la mesa de cualquier estudioso, con la intención de acompañarle y prestarle todos sus años de esfuerzo docente e investigador, todo su tiempo de lecturas útiles, de reflexiones maduras y de inteligencia demostrada.

Uno de los mayores méritos de esta última obra de M. Albertos es su serenidad y ponderación ante todo lo que afirma, refuta, defiende o plantea. Lejos de las siempre fáciles y resultonas sentencias agoreras, lejos de la ya tópica posición altiva de intelectual insatisfecho, lejos de las falaces alternativas que no son otra cosa que falsas oposiciones o falsos dilemas, los 11 artículos del profesor contienen sugerencias y confesiones, pensamientos y contrastes, experiencias y lecturas asimiladas. Por eso es una auténtica y admirable obra intelectual que no pasará de moda. Por el contrario, es un cimiento bien asentado para los investigadores del periodismo.

La palabra periodística es una palabra usual, ordinaria, fungible, intercambiable con otras de análogo significado y contenido. Pero es una palabra preciosa, de valor incalculable, la más noble que puede producir el ser humano. Gracias a ella todos podemos ejercer día a día nuestro derecho a saber libremente lo que nos interesa y a opinar libremente acerca de lo que sea, sin tener que dar cuenta a nadie más que a nuestra propia conciencia. (Pág. 180)

Estas palabras del profesor Albertos sirven como las mejores para terminar esta aproximación a esta obra llena de contenido. Supongo que el profesor Martínez Albertos no se ha despedido del mundo académico con ella sino que publicará otras reflexiones. Las esperamos muchos. Los buenos libros, los bien escritos y que hacen pensar siempre son escasos y siempre son recibidos con una alegría muy especial: aquella que nace del deseo de saber. Ese tipo de alegría que se alimenta del reconfortante zumbido de las ideas.

MARÍA JESÚS CASALS CARRO
Universidad Complutense de Madrid

RODRÍGUEZ VIRGILI, Jordi, 2005: *El Alcázar y Nuevo Diario. Del asedio al expolio (1936-1970)*. Madrid, Ed. CIE-Dossat 2000, 485 páginas.

En los últimos años ha aparecido en el panorama universitario español un prometedor grupo de jóvenes investigadores dedicados al estudio de la historia más reciente del periodismo en nuestro país, casi todos ellos profesores de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra. A los nombres ya conocidos de Carlos Barrera y José Javier Sánchez Aranda, hay que añadir ahora el de Jordi Rodríguez Virgili, autor de esta excelente monografía sobre los dos diarios de la empresa PESA (Prensa y Ediciones, S.A.): *El Alcázar y Nuevo Diario*. Podemos hablar, a mi entender, de una emergente escuela histórica pamplonesa que ha centrado su interés investigador en acontecimientos históricos de gran calado que condicionaron en la segunda mitad del siglo pasado no sólo la vida política española, sino también muy notoriamente el desarrollo y peripecia profesional tanto del colectivo laboral de los periodistas como de algunos de los más significativos periódicos de nuestra sociedad. Así, por ejemplo, C. Barrera es autor de dos libros claves para el conocimiento de esta etapa: *Periodismo y franquismo. De la censura a la apertura* y *El diario Madrid. Realidad y símbolo de una época*. Sánchez Aranda ha investigado sobre la *Caracterización y actitudes de los periodistas españoles de la transición*. Y el propio autor del trabajo que aquí reseño -J. Rodríguez Virgili- había ya dado a conocer previamente un adelanto de esta monografía: *La Asociación de Redactores de El Alcázar (1968)*

Yo conocía con anterioridad a su publicación este trabajo, puesto que al comienzo del curso 2002-03 fue defendido como tesis doctoral en la Universidad de Navarra ante un tribunal del que formé parte. El director de la tesis fue, precisamente, el citado Carlos Barrera, que es también ahora el prologuista de la versión en libro. El juicio que me mereció entonces y que expuse en el correspondiente informe previo, fue altamente positivo, tanto desde el punto de vista de la definición de objetivos de la obra como desde la metodología utilizada. A los méritos anteriores quise añadir el de la considerable originalidad del trabajo, habida cuenta de que está centrado en el análisis de un período de tiempo en el que transcurrieron unos episodios públicos prácticamente inéditos en el ámbito historiográfico español. Efectivamente, los avatares de la empresa PESA, a través de la agitada vida de sus dos diarios y a lo largo de más de 30 años, casi no han sido objeto hasta ahora de ningún estudio serio y documentado, ni como trabajo de investigación específico ni siquiera como objeto de un libro de divulgación histórica más o menos ameno. Los resultados de aquella tesis fueron considerados por mí como realmente excelentes y recomendaba como muy deseable su publicación cuanto antes fuera posible. Con ello se conseguiría proporcionar a los estudiosos de estas cuestiones un material precioso y en muy buena parte desconocido, a partir del cual se puedan hacer nuevas indagaciones sobre la situación de la prensa en España, tanto bajo la Ley de 1938 como posteriormente con la Ley de Fraga de 1966. Este deseo se ha visto cumplido dos años después de

formulado y, a la vista del volumen publicado, debo ratificarme en los juicios elogiosos y en la alta valoración que entonces expresé. Con un solo reparo a la vista del libro impreso: es una verdadera lástima que no lleve incorporado un índice onomástico, apéndice imprescindible en una obra de estas características en la que fluye página a página un aluvión incontenible de personas físicas y jurídicas con mayor o menor recorrido histórico, pero todas con un papel importante en este teatro reciente de la vida colectiva de nuestro país.

El protagonista principal del libro es el diario *El Alcázar*, con dos fechas de referencia que aparecen recogidas ya en el mismo título: desde el momento del asedio a la fortaleza toledana entre julio y septiembre de 1936, hasta el expolio de dicha cabecera que sufrió la sociedad editora PESA en septiembre de 1968 como resultado de la acción conjunta entre la Hermandad de Nuestra Señora Santa María del Alcázar y el Ministerio de Información. El papel del otro periódico de la factoría PESA -*Nuevo Diario*- es comparativamente secundario, tanto desde el punto de vista de su permanencia y duración en la escena periodística como también desde la valoración de su presencia e impacto en la vida pública de aquellos años. El fracaso de *Nuevo Diario*, según ha declarado el que fue su primer director, José Luis Cebrián Boné, se debió no sólo a que fue seguramente un proyecto demasiado adelantado a su tiempo (1966-1970), sino a que su desarrollo se vio impedido por el expolio de su hermano mayor -*El Alcázar*-, cuyos beneficios debían sostener al otro diario en sus primeros pasos, en la medida en que este segundo periódico estaba inicialmente concebido por la empresa como complemento matutino del primero, el de la tarde. No hay que olvidar que en el año de su traumático y no deseado trasvase de empresa editora (1968), *El Alcázar* gozaba de una envidiable salud económica con una tirada cercana a los 150.000 ejemplares, a los que había llegado en cinco años desde que José L. Cebrián se hizo cargo de la dirección con menos de 25.000 copias. Como dato para el recuerdo fiel a los hechos del pasado reciente, hay que hacer constar que el Tribunal Supremo acabó dando la razón a PESA un par de años más tarde, en 1970, y en contra de la decisión del Ministerio de Información que favoreció las pretensiones de la Hermandad como sociedad editora (Diarios y Revistas, S.A.-DYRSA).

Esta monografía nos brinda una lectura intelectualmente apasionante, de modo especial para quienes vivimos aquellos tiempos revueltos aunque sólo fuera como espectadores corporativamente interesados, en cuanto periodistas, en todo lo que estaba sucediendo. Hay que consignar aquí la minuciosa y asombrosamente extensa documentación que ha utilizado el autor, en buena parte procedente de los archivos particulares de José Luis Cebrián, director de ambos periódicos en dos momentos diferentes (de *El Alcázar*, entre 1963 y 1967, y de *Nuevo Diario* entre 1967 y 1968). Es también aleccionador y un buen refrescante de la memoria histórica de la época el recuerdo preciso del “borrascoso episodio final de 1968, teñido de connotaciones políticas y desarrollado en pleno período inicial de vigencia de la nueva Ley de Prensa e Imprenta de 1966 -señala acertadamente el prof. C. Barrera en el prólogo-. PESA, la

empresa que explotaba el periódico en régimen de arrendamiento por contrato, se vio de la noche a la mañana desposeída de la cabecera por un entramado de intereses políticos de fondo a los que no era ajeno el Ministerio de Información regentado por Fraga”. Y también, dentro de ese entramado de intereses políticos, es digna de seguimiento la actitud descaradamente partidista a favor de las tesis oficiales (del Gobierno y de la Hermandad) por parte de toda la prensa del Movimiento y también, de un modo especial, por parte del diario *Pueblo*. Este diario no perdonaba a los periódicos de PESA una información laboral que desprestigiaba y erosionaba la Organización Sindical. La polémica entre *Nuevo Diario* y *Pueblo*, con una querrela de Pedro Calvo Hernando contra Emilio Romero, ocupa toda una espectacular página de la reciente historia del periodismo español que conviene recordar también en estos tiempos -la Historia como maestra de la Vida-. Pienso que es bueno recordar estos sucesos de hace cuarenta años precisamente ahora, una vez que el diario sindicalista ya desaparecido ha legado como herencia a otros títulos de nuestros días su entusiasta devoción por acudir en ayuda de los vencedores políticos de cada momento.

Ese libro refleja con abundantísima documentación un apasionante capítulo de la reciente historia del periodismo español, la crónica de unos años en que un buen puñado de periodistas y algunas empresas con sensibilidad histórica libramos una dura y a veces cruenta batalla por conquistar decorosas cotas de libertad en un país que iba avanzando dificultosamente, pero de modo imparable, hacia la democracia política. En aquella etapa -señala el prologuista-, “la libertad de prensa era aún una meta por alcanzar y unos cuantos cadáveres, metafóricamente hablando, quedaron por el camino. Esta es la historia de dos de ellos”.

JOSÉ LUIS M. ALBERTOS
Universidad Complutense de Madrid

SÁNCHEZ CALERO, María Luisa, 2005: *La información meteorológica como servicio*. Madrid, Ministerio de Medio Ambiente, 148 páginas.

Cuando uno dirige los ojos a las primeras páginas de los diarios de los siglos XVIII o XIX queda sorprendido por la presencia de datos astronómicos junto a la cabecera. Al lado del logotipo del medio y de las anotaciones religiosas del santo o festividad del día y los cultos más sobresalientes aparecen las fases de la luna: como es sabido, no se trata de la mera descripción de un fenómeno, sino que tal apunte tiene un valor ordenador de la vida y cultivos (difícilmente nos podemos hacer idea en nuestros días de la influencia que los astros ejercían en las conductas humanas de hace doscientos años). En el primer número del *Diario de Barcelona* (1 de octubre de 1792) ocupa toda la portada la relación de “afecciones astronómicas de hoy” con los datos relativos a la luna y al sol, a los que se añaden los de los días anteriores, obtenidos por medio del termómetro, barómetro, los vientos y situación de la atmósfera. Un cuadro semejante publica en su primera página el diario *El Diluvio*, de Barcelona, el 19 de febrero de 1907, con los datos del Observatorio Meteorológico de la Universidad.

Desde entonces este tipo de informaciones no ha hecho sino progresar y en el momento presente nos encontramos con que todos los diarios y boletines informativos audiovisuales incluyen en sus páginas y espacios la predicción meteorológica, que es seguida con interés por un porcentaje muy elevado de la población. El análisis que se realiza en los telediarios representa un pico muy acusado en la atención de los espectadores, que siguen cuidadosamente la evolución de los fenómenos atmosféricos. Se trata de una sección fija muy agradecida, cuya supresión no sería soportada por los usuarios de los medios.

Sorprendentemente, hasta ahora no se habían realizado estudios completos sobre estos espacios desde la perspectiva de la información periodística especializada. Pero la profesora María Luisa Sánchez Calero emprendió hace años una investigación que se ha plasmado en su estudio *La información meteorológica como servicio*, donde aborda todos los aspectos que deben ser tenidos en cuenta en este campo. Vale la pena conocerlos, porque si nos debemos a los lectores no podemos dejar de lado una de las secciones más demandadas, en todos los tiempos y en toda clase de medios.

El planteamiento de la profesora Sánchez Calero es abarcador de cuanto importa aquí: desde la historia de la ciencia meteorológica a la predicción científica, desde la divulgación de esta información al estudio de los receptores, pasando por el patrocinio y mecenazgo que se produce en ocasiones o una relación de vocablos especializados que resulta de utilidad conocer para emplearlos con la máxima precisión, teniendo en cuenta la dificultad que entraña combinar el ser exactos con hacerse comprender bien por quienes desean saber lo que nos va a deparar la atmósfera.

Si se me permite, destacaría un par de aportaciones de esta obra, porque representan una novedad que vale la pena considerar. En primer lugar, las páginas que dedica al lenguaje, porque “transmitir la Información Meteorológica es proporcionar

una información inteligente y al mismo tiempo inteligible, considerando la claridad como sinónimo de calidad comunicativa” (p. 46). También aquí el sensacionalismo es un grave peligro, porque la búsqueda de un titular llamativo, la trivialidad o las prisas llevan a ofrecer un producto viciado, que naturalmente no cumple las expectativas a que tienen derecho los lectores. Es indispensable que el periodista conozca el tema del que se dispone a informar y que conozca con exactitud los términos que empleará en su tarea, algo que no siempre ocurre. Para la autora, “que la noticia sobre la información meteorológica sea emitida correctamente no depende tanto de los conocimientos previos del informador como sí de su capacidad para asimilar conceptos, su interés por el tema, su labor por comprender y de su capacidad para volcar después los datos y las ideas de forma amena, comprensible y correcta” (p. 47)

Dentro de este apartado merece que destaquemos el estudio realizado sobre el índice de legibilidad de los textos que se manejan en estas secciones, tal como se emiten en diferentes cadenas de televisión. Aplica las fórmulas de Flesch y de Szigriszt a los espacios de información meteorológica de un día determinado en cinco emisoras seleccionadas y el resultado es la comprensibilidad más elevada, lo que lleva a constatar que se produce un gran acercamiento del espectador. Creemos, sin embargo, que no basta con el análisis de un solo día para obtener resultados acreditados, porque de esta manera las conclusiones cuentan con un carácter limitado.

Otra cuestión importante es la recepción que tienen este tipo de informaciones: hay que tener en cuenta que la mayoría de la población las sigue constantemente, ya que es utilizada en muchas de las actividades de la vida diaria y también para la programación de otras, tanto a corto como a largo plazo. Hasta los jóvenes entre 18 y 30 años buscan estas informaciones en la televisión durante los fines de semana y las vacaciones en un 60.7 por ciento –porcentaje nada despreciable–, porque les resulta indispensable para preparar los encuentros y salidas. Los adultos la siguen a diario en un 76 por ciento, lo que supone una atención relevante. No hace falta decir que el sector de la agricultura o la ganadería aprecia muy positivamente la información climatológica, porque permite planificar el calendario de labores o la proyección de los recursos hídricos.

Aunque se trate de una sección de los medios de comunicación que se suele poner en manos de expertos -no necesariamente periodistas- no podemos considerarla ajena. Por tanto hay que apreciar esta aportación de la profesora María Luisa Sánchez Calero, porque nos muestra una sección que, de cara a los lectores y espectadores, tiene interés sobresaliente y sobrado prestigio.

JUAN CANTAVELLA
Universidad San Pablo-CEU

WOODWARD, Bob, 2005: *El hombre secreto*. Barcelona, Inédita Editores, 187 páginas.

Pocas fuentes periodísticas han sido tan famosas y han permanecido tanto tiempo ocultas como “Garganta profunda”, el gran informador del caso Watergate, que con sus revelaciones condujo a los periodistas del *Washington Post* Bob Woodward y Carl Bernstein a desentrañar la corrupción del Gobierno de Nixon en 1972. Nada menos que 33 años ha permanecido esta fuente en la sombra hasta que en mayo de 2005 su hija sacó a la luz su identidad en la revista *Vanity Fair* con lo que se puso al descubierto una de las relaciones más fructíferas entre un informador anónimo y la prensa. Esta relación nos debe servir hoy de ejemplo de fidelidad en el siempre difícil equilibrio que se establece entre un periodista y las personas que le suministran información.

Al final, la misteriosa fuente resultó ser Mark Felt, el número dos del FBI. Pero el libro no trata sólo de revelar esta identidad -identidad por otra parte revelada por *Vanity Fair*, como hemos dicho- sino de indagar en la relación que mantuvieron Felt y Woodward, una relación que a veces se acercaba a la amistad pero que otras muchas estaba repleta de incomprensiones, frustraciones y diversas tensiones derivadas del cargo del informante y de la magnitud y la repercusión de la información publicada por el periodista. *El hombre secreto* es en este sentido una crónica trepidante de esos 33 años y del esfuerzo de Woodward por mantener oculta a su fuente cuando en sucesivas ocasiones a lo largo de todo ese tiempo y desde distintos frentes la confidencialidad de la relación se puso en peligro.

El hombre secreto puede considerarse el capítulo final de *Todos los hombres del presidente*, el magnífico libro en el que los reporteros del *Post* contaron los entresijos de la investigación periodística que acabó con la destitución de Nixon y de buena parte de sus colaboradores en 1974. Carl Bernstein, el otro reportero estrella del Watergate, también tiene su pequeña aportación en el libro firmando un capítulo titulado “La valoración de un periodista” en el que da su versión de los hechos desde fuera. Porque él, aunque parte fundamental del caso Watergate, nunca mantuvo relación alguna con Felt. Bernstein, por supuesto, conocía la identidad de Garganta profunda, por lo que hay que reservarle su parte de mérito en la confidencialidad mantenida a lo largo del tiempo. Aparte de los dos reporteros, otras cuatro personas conocían esa identidad y hay que otorgarles el mismo mérito. Se trata de Ben Bradlee, el director del *Washington Post*, de su sucesor Leonard Downie Jr, del ayudante del fiscal de derechos civiles, Stanley Pottinger, que descubrió el secreto en 1976, y de la esposa de Woodward.

Sorprende en este libro en primer lugar el detallismo con que están narrados todos los hechos, un detallismo útil para la práctica de la profesión periodística pero que nos aporta también enseñanzas éticas fundamentales en el tema siempre espinoso del secreto profesional. Woodward hace gala del detalle por ejemplo al hablar de su primer

contacto casual con Felt. Fue en la Casa Blanca, a donde el periodista, entonces en la Marina, fue a llevar unos papeles:

Aquella tarde, cuando ya llevaba un rato esperando, apreció un hombre alto con el pelo gris perfectamente peinado, que se sentó a esperar. Vestía un traje oscuro, camisa blanca y una corbata con el nudo aflojado. Debía tener 25 ó 30 años más que yo y llevaba una especie de archivador o maletín. Por su prestancia y deliberada actitud de seguridad en sí mismo se podía inferir que era un individuo con dotes de mando, una persona con el temple y la actitud de alguien acostumbrado a impartir órdenes y a que éstas se cumplieran de inmediato sin ser cuestionadas. Parecía conforme y a gusto consigo mismo. Juraría que estaba analizando la situación con suma atención. Nada en su actitud denotaba que estuviera observando, pero yo me di cuenta porque sus ojos se movían con rapidez. La vigilia de un caballero (p. 22).

Desde aquel primer encuentro la relación entre Felt y Woodward pasó por diferentes etapas. En la última, la más próxima a la revelación de la identidad de la fuente, esta relación se hizo complicada en parte por la demencia senil de Felt, que, en el momento de salir a la luz su nombre contaba ya con 91 años. Sin embargo el periodista recuerda el trato con su informante sobre todo en términos de gratitud: “No sólo me había ayudado en el caso Watergate, sino que me había enseñado la manera de establecer relaciones de confianza fundamentales para el ejercicio de mi profesión” (p. 144). Estas relaciones de confianza le fueron muy útiles a Woodward que en sus sucesivos trabajos para el periódico se topo en innumerables veces con informantes que confiaron en él gracias a que tenía fama de proteger a las fuentes.

Bernstein, en su capítulo final, despide el libro apelando a la confianza que debe reinar entre todos los eslabones de la cadena informativa: fuentes, reporteros, jefes...

Después de todo, de eso se trataba la cobertura del caso Watergate: de cooperación. Mi cooperación con Bob, la nuestra con Bradlee y la de Bob, aunque extraña e incompleta, con Garganta profunda. En conjunto se sumaba a un sentimiento de solidaridad. En la actualidad, los *blogs* de Internet y los programas de televisión no tienen eso. No hay red de seguridad ni frenos, nadie que te haga preguntas, te haga dudar o te inspire. No hay redactores jefes. (p. 180).

Esta confianza parece haberse acabado en la práctica periodística según la melancólica visión de Bernstein. Y es que el Watergate, y el posterior colofón que se narra en este espléndido libro, parecen pertenecer a una época gloriosa del periodismo, una época que quizá ya no volverá nunca, por lo menos en los términos en que aquí se describe.

PEDRO PANIAGUA SANTAMARÍA
Universidad Complutense de Madrid