



40 entrevistas
Memoria e historia del periodismo mexicano
a través de la revista *Así* (1940-1945)

Antonio Sierra García

40 entrevistas

Memoria e historia del periodismo mexicano
a través de la revista *Así* (1940-1945)

SEMINARIO DE INVESTIGACIÓN SOBRE HISTORIA
Y MEMORIA NACIONALES

40 entrevistas
Memoria e historia del periodismo
mexicano a través de la revista *Así*
(1940-1945)

Antonio Sierra García



Universidad Nacional Autónoma de México

México, 2024

Catalogación en la publicación UNAM. Dirección General de Bibliotecas y Servicios Digitales de Información

Nombres: Sierra García, Antonio, editor. | Guedea Rincón Gallardo, Virginia, editor.

Título: 40 entrevistas : memoria e historia del periodismo mexicano a través de la revista *Así* (1940-1945) / Antonio Sierra García [coordinador]; [Virginia Guedea Rincón Gallardo, coordinadora].

Otros títulos: Cuarenta entrevistas: memoria e historia del periodismo mexicano a través de la revista *Así* (1940-1945).

Descripción: Primera edición. | México : Universidad Nacional Autónoma de México, 2024. | Serie: Seminario de Investigación sobre Historia y Memoria Nacionales.

Identificadores: LIBRUNAM 2251924 (libro electrónico) | ISBN 9786073097581 (libro electrónico).

Temas: Periodismo -- México -- Historia -- Siglo XX. | Entrevistas en periodismo -- México. | Revista *Así* (México).

Clasificación: LCC PN4968 (libro electrónico) | DDC 079.7253—dc23

Los contenidos de la obra fueron analizados con software de similitudes por lo que cumplen plenamente con los estándares científicos de integridad académica, de igual manera fue sometido a un riguroso proceso de dictaminación doble ciego con un resultado positivo, el cual garantiza la calidad académica del libro, que fue aprobado por el Comité Editorial de la Secretaría de Desarrollo Institucional.

La edición y publicación de este libro fue financiada con recursos del Seminario de Investigación sobre Historia y Memoria Nacionales.

40 entrevistas.

*Memoria e historia del periodismo mexicano
a través de la revista Así (1940-1945)*

AVISO LEGAL

Esta edición de un ejemplar Epub (750 Kb) fue preparada por la Secretaría de Desarrollo Institucional de la UNAM, la producción, formación y arreglo de portada estuvo a cargo de Rosa Alicia Castillo Jaén, la revisión por Arturo Sánchez y Gándara. Foto de portada: Revista *Así*, 4 de diciembre de 1943, número 160. Acervo de la Hemeroteca Nacional de México. El cuidado de la edición estuvo a cargo de Antonio (Toño) Sierra García.

Primera edición electrónica: 27 de noviembre de 2024

D.R. © 2024, Universidad Nacional Autónoma de México

Ciudad Universitaria, Alcaldía de Coyoacán, C.P. 04510, Ciudad de México, México

Secretaría de Desarrollo Institucional

Ciudad Universitaria, 8o. Piso de la Torre de Rectoría

Alcaldía de Coyoacán, C.P. 04510, Ciudad de México, México

ISBN : 978-607-30-9758-1

Esta edición y sus características son propiedad de la Universidad Nacional Autónoma de México. Prohibida la reproducción total o parcial por cualquier medio sin la autorización escrita del titular de los derechos patrimoniales.

Hecho en México / Made in Mexico

Índice

Introducción	15
ENTREVISTAS	
1. De Llano afirma, con su símbolo de capitán general de <i>Excélsior</i> : el lápiz afilado y tachador...	
<i>Jaime Sandoval Gómez</i>	49
2. René Capistrán Garza, animador de <i>Novedades</i> , habla de la libertad de imprenta y del periodismo	
<i>Benjamín Ortega</i>	57
3. Un periodismo optimista. Deber nacional del periodismo mexicano, según el presidente Ávila Camacho	
<i>Gregorio Ortega</i>	66
4. Conspiración contra Ávila Camacho	
<i>Gregorio Ortega</i>	71
5. ¡Absoluta libertad de prensa!	
<i>Raúl Moncada</i>	76
6. El turbulento Regino	
<i>Jorge Davo Lozano</i>	83
7. Propaganda. Arma de triunfo	
<i>Joaquín Piña</i>	92
8. R. H. Llergo habla del caso de <i>Hoy</i>	
<i>Edmundo Valadés</i>	98
9. La prensa nacional ante Cárdenas y Ávila Camacho	
<i>Regino Hernández Llergo</i>	108

10. La prensa mexicana y la situación internacional <i>Regino Hernández Llergo</i>	115
11. ¡Compañeros colegas, salud!	119
12. Hacemos un periódico de servicio social: Pedro Malabehar (<i>El Universal</i>)	121
13. Nosotros pusimos las bases de un liberalismo civilizado. Rodrigo de Llano habla de la historia de <i>Excélsior</i>	125
14. No tengo historia, dice Kawage (<i>Hoy</i>)	132
15. El gobierno no hace caso de la prensa nacional: Regino Hernández Llergo (<i>Mañana</i>)	137
16. Opositorista de pura cepa: Daniel Rodríguez de la Vega (<i>Omega</i>)	141
17. Rojo subido. <i>La Voz de México</i>	147
18. Una revista española trasplantada a México: Luis F. Barba (<i>Estampa</i>)	153
19. El primer diario en rotograbado: García Valseca (<i>Esto</i>)	158
20. Un colega de 21 años: Manuel Horta (<i>Jueves de Excélsior</i>)	162
21. Un director embebido con la circulación: Miguel Alessio Robles (<i>Todo</i>)	166

22. Mi descubrimiento periodístico más grande son los papeleros: Ignacio Herrerías (<i>Novedades</i>)	170
23. Martín Luis Guzmán habla sobre <i>Tiempo</i>	176
24. Un periódico sin consignas: Raúl Noriega (<i>El Nacional</i>)	181
25. El diario sensacionalista (<i>La Prensa</i>)	185
26. El periódico de izquierda (<i>El Popular</i>)	189
27. El semanario de la oposición: Carlos Septién García (<i>La Nación</i>)	194
28. Ella fue la primera: Roberto Núñez y Domínguez (<i>Revista de Revistas</i>)	198
29. Y ahora, con perdón del lector, unas palabras sobre <i>Así</i> <i>René Capistrán Garza</i>	204
30. Cinco figuras femeninas del periodismo mexicano	209
31. El periodismo taurino	217
32. Los publicistas de México contestan a dos preguntas de <i>Así</i>	224
33. A mayor equipo, mejor circulación	230
34. J. J. Gurrola y S. Reachi hablan de las revistas y la publicidad mexicanas	234

35. Lo bueno y lo malo de las revistas mexicanas	239
36. Las revistas mexicanas en un círculo vicioso	243
37. Infanterías del periodismo. Jacobo Dalevuelta <i>Mario Ezcurdia</i>	248
38. Infanterías del periodismo. Gilberto Ruvalcaba <i>Mario Ezcurdia</i>	254
39. Infanterías del periodismo. Lumière <i>Mario Ezcurdia</i>	261
40. Infanterías del periodismo. Javier Ramos Malzárraga <i>Mario Ezcurdia</i>	266
Bibliohemerografía	273

*Para Mariana, compañera de viaje;
luz e inteligencia que permite
redescubrirme*

Agradecimientos

Agradezco a la doctora Virginia Guedea, coordinadora del Seminario de Investigación sobre Historia y Memoria Nacionales, por su generoso apoyo para que este trabajo pudiera ver la luz; a la maestra Erika W. Sánchez Cabello, secretaria técnica, por su excelente coordinación; a los integrantes del seminario, por sus enriquecedoras aportaciones. A Mariana Flores Monroy, por el minucioso cuidado de la edición. De igual manera, expreso mi gratitud a la Biblioteca y Hemeroteca Nacionales y a la Biblioteca Miguel Lerdo de Tejada, pues en sus acervos pude consultar los diversos números de la revista *Así*. Mi gratitud a Gregorio Ortega Molina, por sus aportaciones que permitieron corregir datos cuya inexactitud se había repetido en diversos recuentos sobre Gregorio Ortega Hernández. Por último, va mi reconocimiento a Pedro Monterrubio por su valioso apoyo técnico.

Introducción

El estudio de diarios y revistas permite viajar a diferentes etapas de la historia de una nación. Las publicaciones periódicas se convierten en parte sustancial de la memoria de un país. En sus páginas, a menudo enmohecidas por el paso del tiempo, hay huellas (textuales e iconográficas) que dan mayor claridad a los diversos episodios políticos, económicos y culturales. Como afirma Stanley R. Ross, el periódico y la revista, “aunque no sea[n] una fuente irrecusable, sí puede[n] proveernos de un relato continuo de los sucesos contemporáneos de una localidad” (1965, pp. 347-382). Seguir sus marcas abre posibilidades de investigación; gracias a ello se recuperan fragmentos históricos, se formulan hipótesis y se trazan nuevas interpretaciones sobre la vida cotidiana, el pulso político, las manifestaciones sociales y la cultura impresa, por ejemplo. Para el investigador, el objetivo de escudriñar en la prensa es obtener hallazgos que permitan comprender la coyuntura del momento.

En el siglo XIX, en México se registró un auge de las publicaciones periódicas; la prensa tuvo un papel estelar y extendió sus mensajes a amplias capas de la sociedad. En la centuria siguiente surgieron nuevas publicaciones, y los avances tecnológicos ensancharon su campo de influencia. Al finalizar los años treinta, las revistas ilustradas tuvieron un apogeo que continuó en las décadas inmediatas. Este tipo de revistas colmó los escenarios mediáticos debido a sus formatos atractivos, influidos principalmente por la prensa estadounidense y, en menor medida, por las publicaciones europeas. El desarrollo de la fotografía, que desde principios del siglo XX gozaba de prestigio y popularidad, contribuyó al éxito de las revistas ilustradas. Esta también fue la época dorada del fotoperiodismo, con la influencia de *Life* y, posteriormente, *Magnum*.

Gracias a las revistas ilustradas, el público podía enterarse de los acontecimientos con mayor rapidez, e incluso tenía la posibilidad de educarse. Para quienes no sabían leer, el discurso visual era un recurso poderoso para entender los pasajes emblemáticos de la narrativa nacional.

En México, durante los años treinta y cuarenta, descollaron las revistas *Hoy*, *Rotofoto*, *Mañana*, *Impacto*, *Todo*, *Tiempo*, *Vea*, *Mujeres y Deportes*, *Época*, *Así*, entre otras. Por desgracia, sobre estos impresos siguen siendo escasos los estudios. Aunque hay avances, éstos son insuficientes debido a la abundancia de materiales y al exiguo número de investigadores.

Cada una de estas publicaciones tuvo una vida y una contribución en el ámbito nacional. En sus páginas se documentaron episodios de la historia reciente. Sus periodistas y fotorreporteros revelaron instantes del tiempo en el que estuvieron anclados. Los columnistas, a través de sus tribunas, polemizaron con las diversas banderías políticas y dejaron líneas de las preocupaciones de la época.

Después de concluir los estudios de maestría, recibí un correo electrónico de Rosana Ricárdez Frías, investigadora chilena, quien me consultó sobre *Así*, aparecida en 1940. Estaba interesada en la crítica cinematográfica de Villaurrutia publicada en *Así*. Para ese momento, yo solo contaba con referencias generales. Aunque exploré esa revista, no tenía el recuento preciso de su génesis. Con gran curiosidad me sumergí en sus numerosas páginas. Encontré varias sorpresas; entre ellas, que en 1943 ahí se publicó una docena de entrevistas con directores de los medios de comunicación impresos. Esa información me resultó fascinante, pues me permitió detectar el pulso de la prensa de los años cuarenta. Así pues, decidí transcribir las doce entrevistas y al terminar comprobé que Gregorio Ortega tenía un marcado interés por la historia de la prensa nacional, el quehacer y la filiación de periodistas y directores de publicaciones, la recuperación de la memoria y la contribución de los diarios y revistas de esa década.

El hallazgo me motivó a continuar con el estudio del semanario, para cuyo examen me remonté al primer número, publicado el 16 de noviembre de 1940. Después de analizar los materiales que van de 1940 a 1945, hallé otra serie de entrevistas, esta vez con reporteros y publicistas, quienes ofrecieron sus opiniones acerca de la situación del país y la publicidad en los medios impresos. Tanto en esos diálogos como en las conversaciones con los directores, hallé una gran aportación para los estudios de la historia de la prensa.

En total localicé, transcribí y cotejé 40 textos —37 entrevistas y 3 artículos— con información sobre directores, reporteros y

mercadólogos, publicados durante los cinco años de vida del semanario. Cabe aclarar que seis entrevistas se realizaron a reporteras, lo cual significa que hubo un interés, aunque incipiente, por el trabajo desarrollado por las mujeres dedicadas al periodismo.

Las conversaciones con los actores de la prensa de los años cuarenta publicadas en las páginas de *Así* constituyen un material invaluable, pues ofrecen al estudioso un panorama general de los medios impresos de los años cuarenta: ¿quiénes eran los protagonistas?, ¿qué periódicos y revistas gravitaron en ese contexto?, ¿cuáles fueron sus objetivos?, ¿qué intención tuvo el responsable de *Así*?

Gregorio Ortega Hernández

La infancia de Gregorio Ortega Hernández está anclada en los últimos años de la dictadura de Porfirio Díaz. Nació el 12 de marzo de 1888, veintidós años antes del estallido de la Revolución Mexicana. En 1905, siendo apenas un niño, se mudó con su familia de San Francisco Sonayiquilpan, Estado de México, a la capital.

De acuerdo con José Luis Martínez S.,

el tiempo ha poblado de incógnitas la biografía de Ortega. Una de ellas es la fecha de su nacimiento: él decía haber nacido el 12 de marzo de 1902, aunque existen versiones de que esto ocurrió cuando menos tres o cuatro años antes. Otra interrogante es la de su origen; según algunas fuentes era guatemalteco, especie que él siempre negó asumiéndose nativo del Estado de México. (2005, p. 71).

Por esa época, la de México era una ciudad donde se podía disfrutar de recorridos en carruajes tirados por elegantes caballos, así como de los discos fonográficos, cuya moda comenzaba por entonces. Eran momentos previos a la conclusión de la aparente paz porfiriana, en breve sustituida por los estruendos ensordecedores de las pistolas y cañones que acompañarían a los diferentes grupos políticos.

La familia de Gregorio Ortega fue numerosa; tuvo ocho hermanos, Rosa María, Pola, Dolores, María de Jesús, Guadalupe, Gregorio, Facundo y Benjamín. Sus padres ejercieron la docencia

como maestros rurales. “Mis padres eran humildes profesores de primeras letras; mi padre, que hizo estudios clásicos, humanísticos, y cuya familia vino muy a menos, ejerció de maestro rural en un poblado por ese tiempo muy lejano de la capital” (Ortega, 1958b, p. 16).

En 1917 el joven comenzó sus estudios en la Escuela Nacional Preparatoria, en San Ildefonso, en el corazón de la Ciudad de México. Ahí estableció amistad con los hijos del escritor Mariano Azuela. Desde ese momento, despuntó en él un aprecio hacia el autor de *Los de abajo* que se consolidó en los años siguientes.

El padre de Gregorio deseaba que su hijo se dedicara a la medicina. Sin embargo, la vocación de Ortega era el periodismo, ya que desde sus años preparatorianos comenzó a mostrar su pasión por el quehacer de las redacciones de diarios y revistas. Estaba llamado a ejercer esa profesión.

Oralia García recuerda que Ortega “ingresó al periódico *El Universal* como aprendiz de reportero” (2017); su maestro fue Fernando Ramírez de Aguilar. El mismo Ortega escribió sobre su estancia en el medio mencionado:

No he olvidado la primera lección que recibí en la sala de redactores del gran diario, una noche en que don Fernando Ramírez de Aguilar me detuvo para pedirme mis notas y leyendo la primera, me dijo:

—Puede aprender a reportear, joven estudiante, pero no sabe presentar la noticia. La noticia no está en las primeras líneas, sino en las últimas: desperdicia usted espacio, y en un periódico el espacio vale más que el oro. Siéntese a la máquina. Voy a enseñarle cómo se hace una nota. (1958b, p. 16).

Poco después, trabajó para *Revista de Revistas* y *El Universal Ilustrado*, al lado de Carlos Noriega Hope, con quien también edificó una gran amistad. Ortega afirmó que “su curiosidad por los seres humanos” fue lo que lo llevó a especializarse “en un género difícil, para el que era indispensable siquiera una mediana cultura y una amplia información: la entrevista” (1958b, p. 16).

No se debe perder de vista que desde muy temprana edad el reportero cultivó este género periodístico. En 1926 publicó el libro *Hombres, mujeres*, una recopilación de sus conversaciones con acto-

res relevantes de la cultura nacional y latinoamericana. En una de esas entrevistas, Gabriela Mistral presagió el futuro del joven mexicano: “Su carrera la hará muy pronto. Las solteronas tenemos algo de profetisas, por eso siempre ando diciendo que Casandra, si no lo era, debe haber ido para ello” (Mistral, en Ortega, 1926, p. 58).

Hombres, mujeres reúne una interesante selección de personajes de la vida cultural y política. El lector de aquellos años pudo leer en esa obra opiniones de personalidades como Salvador Díaz Mirón, Federico Gamboa, Luis G. Urbina, Rafael López, Victoriano Salado Álvarez, José Vasconcelos, Gabriela Mistral, Diego Rivera, Mariano Azuela, por citar algunos. En el colofón, José Vasconcelos escribió estas líneas:

Considero los reportazgos de Ortega como documentos sumamente interesantes para la historia literaria de la época. Están escritos con verdad y con talento, penetrando en el espíritu de cada uno de los entrevistados para encontrar lo mejor que poseen, sin descuidar la anotación de las debilidades y vanidades que a todos nos hacen un poco ridículos. El trabajo de Ortega representa un esfuerzo contra la trivialidad habitual del periodismo y seguramente ha de contribuir a que se eleve nuestro nivel intelectual. (Vasconcelos, en Ortega, 1926, p. 118).

En realidad, como he mencionado, más que de reportajes, se trata de entrevistas, un género periodístico que Ortega practicó de manera recurrente. Fue el interés por lo humano, por el quehacer de los actores en sus diferentes manifestaciones, lo que interesó al reportero. Mariano Azuela Rivera, el hijo del autor de *Los de abajo*, hizo evidente la fascinación de Ortega por la entrevista:

Cuando usted empezó a escribir en *El Universal Ilustrado* se dio a entrevistar personas eminentes, pero introdujo una revolución en la técnica de la entrevista. Con anterioridad era una conversación llena de respetos en la que el entrevistante presentaba el autorretrato del entrevistado, adecuadamente retocado. Usted alcanzó pronto fama de hombre “peligroso” porque entre las preguntas de cajón, lanzaba algunas secundarias que sorprendían al interrogado y que después eran las más importantes en la publicación. (Azuela, 2010, s. p.).

En 1966, *Hombres, mujeres* fue reeditado por el Departamento de Literatura del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA). Emmanuel Carballo aprovechó la oportunidad para proponer una visión crítica del libro. Publicó su puntillosa reseña en el suplemento *La Cultura en México* de la revista *Siempre!*

Como entrevistador, Ortega es un tanto desordenado, un mucho inculco y bastante incisivo. Le entusiasma el Estridentismo (considera a Arqueles Vela y a Maples Arce escritores notables) y le desagradan escritores como Alfonso Reyes [...]. *Hombres, mujeres* es un libro desigual, mal escrito y mal construido; sin embargo, aporta datos que permiten entender mejor a ciertos escritores. Es y seguirá siendo una indispensable obra de consulta. Están de más las entrevistas a políticos y pintores: rompen la unidad. (Carballo, 2005, pp. 173-175).

En su respuesta, Ortega aceptó las críticas del autor de *Protagonistas de la literatura mexicana*, pues su texto no tenía ninguna pretensión literaria. En sus palabras:

Me permito enviarle esta carta para hacer tres aclaraciones, dos superficiales y una de cierta importancia para la historia de la literatura mexicana. Estoy de acuerdo con usted en que *Hombres, mujeres* “es un libro desigual, mal escrito y mal construido”. Disiento en lo de que es un libro. No es un libro. Es una recopilación de entrevistas publicadas en *El Universal Ilustrado* y en *Revista de Revistas*, entrevistas que solo pretendían responder a los imperativos de la actualidad. Nunca presumí de ser escritor. Siempre me he considerado un reportero, nada más que un periodista. (Ortega, en Carballo, 2005, pp. 173-175).

Hombres, mujeres está dedicado a dos amigos de Ortega: Carlos Noriega Hope y Arqueles Vela. Con ambos, el periodista edificó una amistad desde las páginas de *El Universal Ilustrado*. Habrá que recordar que Ortega fue el impulsor de *Los de abajo* en ese medio. En opinión de Rosa María Valles, él convenció “a Carlos Noriega Hope de publicar en fascículos encuadernables, como estímulo a los lectores de *El Universal Ilustrado, Los de abajo*” (2003, p. 13).

Se trató de una reedición de la novela, publicada originalmente en 1915, pero sin mucha repercusión. Fue gracias a varios factores, entre ellos el apoyo de Ortega, que la obra obtuvo mayor visibilidad.

Al respecto, cabe citar el testimonio del propio Ortega:

En 1925, sí, en 1925 una polémica entre Julio Jiménez Rueda y Francisco Monterde García Icazbalceta, sobre un tema inútil: “¿Existe una literatura mexicana?”, la aprovechamos para mencionar al doctor Azuela, violenta, apasionadamente. Rafael López, maestro de cierta parte de la juventud —la que creía en sus virtudes juveniles—, recomendó la lectura de *Los de abajo*. ¿Dónde encontrar ejemplares? Solo se habían hecho unos doscientos, en la imprenta Terrazas, también por el rumbo de Santiago, y entonces...

Muchas cosas le serán perdonadas a Carlos Noriega Hope por el entusiasmo respetuoso y cordial con que acogió la propuesta de publicar *Los de abajo* en el folletín del *Ilustrado*. Leyó el libro en una noche. Al día siguiente llegó a la Redacción, emocionado, acariciando ese volumen mío que amé tanto, dedicado a “Ortega, escritor”, con la letra pequeña y fina del doctor Azuela; y, en seguida, destrozándolo para enviarlo a los linotipos.

—Aurorita, llame a Audiffred...

—Ortega, redacte cuatro avisos. El primero a cuarto de plana, para *El Universal*...

—Ortega, usted se encargará de la corrección de pruebas... (1930, pp. 37-45).

El doctor Mariano Azuela quedó agradecido por el apoyo de su amigo, que consiguió que *El Universal Ilustrado* reeditara su novela. “Poco después —escribió don Mariano, refiriéndose a Ortega—, este mismo amigo mío hizo un viaje a Europa y se llevó muchos ejemplares de la obra, la dio a conocer a muchos distinguidos escritores españoles y gestionó una nueva edición en Madrid con un éxito que yo no me había imaginado nunca” (Azuela, 2001, pp. 182-183).

En efecto, el periodista dejó la Ciudad de México para trasladarse a España, aún con la idea de cursar la carrera de medicina. Por entonces se exiliaron varios escritores, periodistas e intelectuales debido a los conflictos revolucionarios. Algunos optaron por

Estados Unidos, donde colaboraron en medios impresos de habla hispana, como *La Prensa* de San Antonio, Texas, y *La Opinión* de Los Ángeles, California. Ortega tomó otro derrotero. Se instaló en Madrid, donde sobrevivió gracias a “un amigo poderoso” —así lo dijo en un homenaje por su desempeño en la prensa— y a sus colaboraciones en *El Sol* y *El Heraldo de Madrid*.

En España continuó promoviendo la obra de Mariano Azuela, a quien le escribió desde su llegada y le solicitó varios ejemplares de *Los de abajo*. “Envieme usted veinte, treinta, viendo en último caso a Carlitos Noriega Hope, porque usted no imagina las posibilidades que existen si, como creo, los escritores españoles encuentran en la novela la fuerza que para mí tiene” (en Azuela, 2001, p. 209). De acuerdo con Ortega, a los escritores españoles *Los de abajo* “les impresionó brutalmente”. Para septiembre de 1926 ya había gestionado la publicación de la novela en la editorial española Biblos. “La obra se impuso —escribió Ortega a Azuela—, porque vale. Porque significa una cosa grande. Valle Inclán me decía hoy, entusiasmado, que le recuerda a *Sachka Yegulev* de Andreief. Me pedía más obras de usted. Igual Díez Canedo” (en Azuela, 2001, p. 213).

Sin embargo, en España, Ortega y Arqueles Vela fueron acusados de anarquistas, motivo por el que los llevaron a prisión y, posteriormente, los expulsaron del país. De acuerdo con Rosa María Valles, los dos amigos fueron “enviados a la cárcel por participar en manifestaciones antimonarquistas, y más tarde deportados a Francia. En París [Gregorio] vivió cuatro años, también dedicados al periodismo. Logró tal dominio del francés que obtuvo reconocimientos por su trabajo en el *Mercure de France*” (2003, p. 276).

La carrera periodística de Ortega continuó de manera notable, a pesar de los reveses en tierra extranjera. En Francia colaboró en *L'Intransigeant*, donde despuntaron sus trabajos sobre Vasconcelos, entonces candidato a la presidencia de México, y su texto sobre “Las cenas literarias”.

Al cabo de cuatro años, el periodista volvió a la Ciudad de México, donde se le abrieron las puertas en *Jueves de Excélsior*, *Detectives*, *Ilustración*, *Mujeres y Deportes*, *La Prensa*, *El Nacional*, *Vea, Todo, Hoy*, entre otros medios. En *Hoy*, revista fundada en 1937 por el tabasqueño Regino Hernández Llergo, colaboró realizando

entrevistas y reportajes. Más adelante trabajó en *Rotofoto*, dirigida por José Pagés Llergo; una entrevista suya con el senador Ezequiel Padilla causó tal polémica que la venta de la revista se incrementó. Al respecto, Ortega declaró años después: “[esa entrevista] me convirtió en periodista político, con otros dos factores: una gira, la primera de un periodista independiente con el presidente Cárdenas, y la extrahumana cortesía y el conmovedor patriotismo del general don Manuel Ávila Camacho que me reveló las angustias del poder” (1958b, p. 18). Y también, hay que decirlo, ese trabajo le dio a conocer el gusto por el poder. A partir de ese momento, Ortega, armado de su amplia experiencia y de cierta proximidad con Ávila Camacho, emprendió su propia ruta periodística.

Con Regino Hernández Llergo, Ortega aprendió a hacer periodismo sensacional y polémico, y conoció la seducción de los privilegios del poder. Hernández Llergo construyó una empresa consiguiendo colaboraciones de prestigiados intelectuales, periodistas y escritores. En su semanario, Ortega “delineó mejor su vocación periodística en la brega reporteril [...] *Hoy* fue como un aliento nuevo, distinto, audaz, dentro del periodismo nacional” (Alvear, 1958, p. 47).

Aunque en México había un gran ejercicio reporteril en varios medios impresos, puede decirse que Regino revolucionó el periodismo mexicano. Después de desempeñarse en Los Ángeles, California, junto con su primo José Pagés Llergo, se dio la oportunidad de regresar al país, con Lázaro Cárdenas en la presidencia, para idear el nacimiento de *Hoy*. Esta revista tuvo un papel medular en el periodo cardenista y durante el mandato de Ávila Camacho. No es, pues, exagerado que Arqueles Vela, amigo de Ortega, considerara al tabasqueño Hernández Llergo como uno de los grandes maestros del periodismo mexicano: “En la historia del periodismo nacional se yerguen, entre todas las grandes figuras de mi tiempo, dos grandes figuras de las letras rotativas: Regino Hernández Llergo y Gregorio Ortega” (Vela, 1958, p. 22).

A Ortega le tocó presenciar, durante casi cuatro años, la gloria de *Hoy*, con sus polémicas y sus embates contra la izquierda, pues era una publicación orientada hacia la derecha. Pese a esa preferencia, el periodista logró otorgarle equilibrio a la empresa en su pri-

mera etapa. Más tarde, la revista fue cuestionada por integrantes de la izquierda; la disputa entre ambas posiciones causó controversia.

En agosto de 1938, apenas un año después del nacimiento de *Hoy*, Vicente Lombardo Toledano escribió:

Hace unos meses, un año aproximadamente, apareció un día en México una gran revista desde el punto de vista tipográfico, con grandes recursos económicos que eran evidentes por su propio cuerpo y aspecto; me refiero a la revista *Hoy*; nos hicimos todas conjeturas y después llegamos a tener datos ciertos: dinero venido de los Estados Unidos. ¿Con qué fin? ¿Con el propósito de ayudar a la causa de la Revolución? No. ¿Con el fin de educar al pueblo de México, haciendo que su marcha ascendente se vea libre de tropiezos? Tampoco. De una manera sutil, hábil, inteligente, poniendo siempre veneno en todas las cosas, hasta en las más simples, presentó desde el primer número la revista *Hoy* a un México lleno de irresponsables, de locos, de deshonestos o de idiotas como dirigentes de los intereses colectivos. (1938, pp. 9-10).

Ortega participó en *Hoy* con entrevistas y reportajes sensacionales. En este espacio tuvo la oportunidad de realizar coberturas durante la campaña presidencial de Manuel Ávila Camacho, las cuales le permitieron tener un trato personal con el mandatario. De acuerdo con Edmundo Valadés, Orteguita, como le decían al reportero,

fue uno de los periodistas que conoció mejor a los políticos mexicanos [...]. Tenía una gran cercanía con Ávila Camacho, y la tuvo con otros presidentes. Cuando la campaña de Ávila Camacho, don Regino lo mandó cubrirla. Fue quizás la primera vez que se hizo la crónica de una campaña presidencial. Ortega muy malicioso, muy inteligente, hacía sus crónicas de tal manera que le inventaba cosas a Manuel Ávila Camacho. Le sirvió enormemente, porque todo estaba inducido a presentar la figura de don Manuel como un futuro gran presidente y lo logró. Cuando terminó la campaña se infiere que le preguntó a Ortega qué quería. Y Ortega le dijo: “Hacer una revista”, y fundó *Así*. (Valadés, en Sánchez, 1997, p. 139).

De esta manera, en 1940, Ortega decidió presentar a la sociedad mexicana la apuesta empresarial *Así*. No era sencillo lanzarse a la arena nacional en el desafiante medio del diarismo de la época; pero la experiencia del periodista y su cercanía con el presidente le dieron la certeza de llevar a buen puerto una revista semanal que se colocaría en el mercado de manera competitiva. Supo que debía rodearse de una planta de escritores y periodistas con notable experiencia y reconocimiento en la vida nacional. Observó, también, que debía darle identidad a la publicación con una propuesta gráfica capaz de posicionarse en un lugar privilegiado. Además, entendió que la lejanía y la cercanía con el Estado podían ser peligrosas o estables. Y, en esa deliberación, optó por ejercer el periodismo alineándose.

Su amistad con Ávila Camacho lo favoreció decididamente en la década de los años cuarenta; más adelante llevó una relación de apoyo con otros gobiernos. Se convirtió en paladín de los proyectos avilacamachistas. En *El Universal* publicó la columna “El observador objetivo”, trinchera de defensa del presidente. Sin duda, Orteguita fue un hombre inteligente que se erigió en asesor y, de acuerdo con Valadés, secretario de redacción de *Así*, fue el inventor de las conferencias de prensa en nuestro país: “Ortega fue quien organizó la primera conferencia de prensa de un presidente mexicano. En aquel tiempo los mandatarios mexicanos no daban conferencias de prensa [...]. Fue Ortega quien sugirió a Ávila Camacho una conferencia de prensa abierta como ahora” (Valadés, en Sánchez, 1997, p. 139).

El fundador de *Así* debe ser estudiado con mayor atención por su aporte a la prensa nacional. Al impulsar las conferencias de prensa presidenciales, fungió como estrategia de la comunicación política. Además, considero que fue uno de los precursores de la síntesis informativa. Desde las páginas de *Así* promovió la venta de información jerarquizada, en documentos sintetizadores del contenido noticioso de diarios y revistas de la ciudad. En las páginas de *Así* de los años cuarenta, bajo el título “Al día. Un periódico para jefes”, podía leerse el siguiente anuncio: “Un diario que constituye una innovación en el periodismo. La información de todos los diarios metropolitanos, condensada para que los jefes la lean en quince minutos. Clasificada, ordenada, valorizada, para que los jefes la utilicen en la marcha de sus asuntos e información exclusiva” (Al día, 1945, p. 63).

De 1940 a 1945, Ortega se mantuvo al frente del semanario ilustrado *Así*, donde en un principio llevó a cabo un verdadero ejercicio periodístico, con coberturas espectaculares, explorando temas de gran interés para la sociedad mexicana de los años cuarenta y publicando reportajes de plumas de indiscutida calidad literaria. Posteriormente, en 1946, realizó otra apuesta con la *Revista de América*, empresa que lideró por 34 años y en la que ofreció un periodismo competitivo. Falleció en 1981; trabajó hasta el último instante como director de *Revista de América*. Ortega representó una escuela de periodismo; su valor como reportero y empresario debe ser estudiada.

El México de Ávila Camacho

A Manuel Ávila Camacho le correspondió la difícil tarea de unificar la nación. Al decretar la expropiación petrolera, Lázaro Cárdenas había dejado heridas en la relación con Estados Unidos que aún no cerraban. También había problemas dentro del país, donde la ideología de derecha permeaba el ambiente, y un importante conflicto en el exterior: la Segunda Guerra Mundial. Por si fuera poco, todavía no concluían las conspiraciones internas en el Ejército; prueba de ello fue el atentado contra Ávila Camacho, acaecido el 10 de abril de 1944. El presidente, desde el comienzo de su administración, buscó la unidad nacional con la finalidad de reconstruir el tejido social. Reclutó en su gabinete personalidades opuestas, como Lázaro Cárdenas y Plutarco Elías Calles; con ello, logró formar un equipo que le permitió salir triunfante en sus proyectos.

En materia de comunicación política, Ávila Camacho añadió un elemento a las estrategias de información que había emprendido su antecesor: la instalación de oficinas de prensa en cada una de las instituciones del Estado. Como antecedente, hay que recordar que el presidente Cárdenas desarrolló un interesante proyecto en materia de comunicación política, con la creación, en 1936, de la Dirección de Publicidad y Propaganda (DPP), adscrita a la Secretaría de Gobernación, y que después se transformó en Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP). Lázaro Cárdenas siguió de cerca el

modelo alemán, impulsado por el ministro de Prensa y Propaganda de Hitler, Joseph Goebbels, adaptándolo a la realidad nacional.

Siguiendo a Tania Ruiz, la Dirección de Publicidad y Propaganda

significó para el gobierno de Cárdenas un termómetro ante los medios de comunicación, la prensa, la radio, las distribuidoras y salones de cine, así como empresarios y periodistas, quienes ya habían externado algunas dudas, al igual que los intelectuales y artistas que, en algunos casos, se unirían al Departamento como colaboradores. Más que un antecedente, la DPP funcionó como un programa piloto que, al comprobar su eficiencia, fue puesto en práctica con todos sus alcances. (2022, p. 99).

Al frente del DAPP estuvo Agustín Arroyo Ch. De acuerdo con Humberto Musacchio (2016, p. 177), el presidente Lázaro Cárdenas suprimió este departamento en 1939.

El DAPP fue un lugar estratégico para las reacciones de la prensa llamada independiente, que durante la administración cardenista tuvo duros encuentros con la prensa oficial. Izquierda y derecha estaban enfrentadas, pues el fantasma del nazismo rondaba de manera constante las fronteras universales.

En 1935 se creó también la Productora e Importadora de Papel (PIPSA), que fungió como mecanismo de control para el gobierno de Cárdenas y las siguientes administraciones. El Estado fue el encargado de la venta de ese producto esencial para los medios impresos. Ello significó que, ante cualquier conflicto, el suministro sería retirado con diferentes argumentaciones, como escasez o encarecimiento debido al conflicto internacional.

Por su parte, Manuel Ávila Camacho implementó una serie de medidas, entre ellas la cooptación de medios de comunicación —lo que condujo a la sumisión de algunos impresos, que funcionaron como voceros de los mensajes presidenciales, además, claro está, de lanzar tácticas a través de la prensa oficial, como ocurrió con el periódico *El Nacional*. En este contexto, el periodista José Altamirano fue uno de los estrategas en materia de comunicación. Ocupó la Dirección General de Publicidad —nombre que recibió

el DAPP durante el periodo avilacamachista—, adscrita a la Secretaría de Gobernación.

Hace la bibliografía del presidente de la República; diariamente proporciona material a los periódicos de la capital y de los estados y a las agencias de noticias de todo el mundo; supervisa las películas extranjeras y nacionales; organiza las actividades de propaganda del gobierno; forma el archivo gráfico de los actos en que figuran el presidente de la República y los miembros de su gabinete; transmite las sesiones interesantes del Parlamento mexicano; organiza los programas de la Hora Nacional, que pasan en cadena por los radios de múltiples países; acompaña al presidente en sus viajes por el interior, para dar a conocer a la nación todos los pasos que da en su actuación; y desempeña otros menesteres de propaganda del gobierno, tan interesantes como los enunciados, el periodista José Altamirano. (Piña, 1943, p. 31).

A través de este espacio, que mantuvo ciertas atribuciones del DAPP, Altamirano orientó la propaganda política. Este funcionario se convirtió en pieza clave en el ajedrez mediático de Ávila Camacho; su jefe en ese momento era Miguel Alemán, flamante secretario de Gobernación y próximo presidente del país.

En 1940, Altamirano preparó una de las primeras biografías de Ávila Camacho, *La personalidad del general de división Manuel Ávila Camacho*, editada por la Oficina de Prensa y Propaganda del Partido de la Revolución Mexicana (Piña, 1943, p. 41). Ahí integró algunos datos de la trayectoria del general y añadió crónicas que escribió durante la campaña presidencial, las cuales desbordan en elogios:

El general Ávila Camacho es un militar de los más destacados intelectualmente en el Ejército Nacional. Su sólida cultura, le permite abordar cualquier problema de carácter social, económico, militar y de otros órdenes, con pleno conocimiento, con los debidos antecedentes para interiorizarse conscientemente y esclarecer sus caracteres y circunstancias. (Altamirano, 1940, p. 41).

Antes de Altamirano, ocuparon la Dirección General de Publicidad Alfonso Teja Zabre, Aurelio Manrique y Sordo Noriega.

Por lo que se refiere a las publicaciones periódicas, en los años cuarenta circularon los diarios *Combate*, *El Nacional*, *El Popular*, *El Sinarquista*, *El Universal*, *Esto*, *Excélsior*, *La Prensa*, *La Voz de México*, *Novedades*; las revistas *Así*, *Estampa*, *Hoy*, *Jueves de Excélsior*, *La Nación*, *Mañana*, *Revista de Revistas*, *Síntesis*, *Tiempo*, *Todo*; los deportivos *Redondel*, *La Lidia*, *Claridades*, *Sol y Sombra*, *Torrías* y *Multitudes*.

Con estos y otros impresos actuó la oficina de propaganda y el propio Manuel Ávila Camacho. Cuando surgían crisis, se buscaba el diálogo con los medios; en caso contrario, estos eran desaparecidos mediante los instrumentos y mecanismos de la administración, como ocurrió con el diario *Combate* de Narciso Bassols. Como se ha dicho, junto a la oficina de propaganda que capitaneaba Altamirano, el presidente concertó alianzas con representantes de medios de comunicación. Entre ellos destaca Gregorio Ortega, fundador de *Así* en 1940. En su publicación semanal, que de manera recurrente defendía las obras impulsadas por el gobierno, se vio reflejada la política de comunicación que encabezó Ávila Camacho. “A la revista *Así* la utilizaba directamente la Presidencia para atacar a personas demasiado prominentes o descarriadas y para subrayar las líneas de conducta política gratas al presidente Ávila Camacho” (Medina, 2022, p. 532n).

La revista *Así*

El 16 de noviembre de 1940 entró al mercado la revista *Así*, cuyo director contaba con 42 años de edad. Al existir una nutrida producción de este tipo de impresos en el escenario nacional, no era fácil la competencia, pues había que ofrecer contenidos valiosos y presentar al público una propuesta visual atractiva. También se requería, por supuesto, un conocimiento profundo del periodismo y de los agudos problemas de la sociedad mexicana. *Así* se lanzó con un proyecto gráfico que le permitió estar a la altura de otras empresas editoriales. Gracias a sus maestros de la vieja guardia, Gregorio Ortega sabía que parte del éxito de la revista estaba en la nómina de colaboradores. Por tanto, invitó a experimentados hombres del oficio reporte-

ril y literario. Sumó a escritores e intelectuales que garantizaron la pervivencia de la publicación.

En su arranque, la revista presentó su ideario, su manifiesto, en el que destaca la claridad del lenguaje. Ahí se afirmaba que *Así* sería vocera de cuanto viera y escuchara; además, se nutriría de acontecimientos noticiosos.

Así, título de nuestro semanario, es una palabra afirmativa y demostrativa, capaz por sí sola de contener —como en nuestro caso— todo un programa: un programa que consiste simple y llanamente en la disposición a ser siempre tan claros de pensamiento y palabra, tan inequívocos en la manera de mirar y de sentir, que hace innecesarias las definiciones previas y deja al desarrollo de la conducta el dar la cabal medida de lo que esta revista es, quiere y puede [...]. Una frase, aclaratoria y adjetiva, completa nuestro título: Ve, Oye y Opina. Expresamos con esto que si nos sentimos seguros de nuestro ánimo de afirmar o negar rotunda y categóricamente, no es menos franca nuestra aptitud para ver las cosas en su objetividad más escueta ni para escuchar los juicios en su expresión más amplia. (*Así*, 1940, p. 5).

La revista, publicada por Periódicos Mexicanos, se decantó por un periodismo claro, mediante el cual se informaba de diversos acontecimientos. Como se ha dicho, Ortega ocupó la dirección, y la secretaría de redacción estuvo a cargo de su hermano Benjamín, quien también tuvo un desempeño importante en la prensa nacional. En la jefatura de redacción, en un primer momento, estuvo el escritor Rafael F. Muñoz; años después ocuparon sucesivamente ese cargo Edmundo Valadés (quien por esas fechas arrancó su propuesta literaria *El Cuento*, revista patrocinada por Regino Hernández Llergo), Antonio Rodríguez y Agustín Palacios.

Un colaborador regular fue el joven Luis Spota, quien escribió reportajes sobre la cotidianidad del país. En uno de ellos, titulado “¡Quiero trabajar!”, indagó las dificultades que enfrentaban los habitantes de la capital para conseguir empleo. Este tipo de periodismo fue recurrente en *Así*. Los reporteros se lanzaban a la calle en búsqueda de la noticia, denunciando los males sociales. También el polémico José Vasconcelos envió colaboraciones al semanario dirigi-

do por Ortega, y el escritor José Revueltas hizo aportaciones al campo periodístico desde las páginas de *Así*.

Se sumó a la planta de reporteros el poeta Efraín Huerta, quien redactó brillantes reportajes. Sus textos son verdaderas proezas del periodismo mexicano. En ellos denunció las malas condiciones de los trabajadores, expuso problemas sanitarios, evidenció las calamidades sociales de esos años: “No vivimos, pues, en un mundo acabado, ni es nuestra ciudad un dechado de limpieza. El veneno, que se transmite por medio de alimentos insospechados, está regado por todos los rumbos: mercados, lecherías, cantinas, pulquerías, restaurantes, hoteles, etcétera” (Huerta, 1941, pp. 16-17). Enviado como corresponsal a Tabasco, Huerta denunció los abusos del gobernador Tomás Garrido Canabal que contribuyeron a su destitución.

En la revista también había reporteras, como Elvira Vargas, Beatriz Rivas, Carmen Madrigal, Eugenia G. de Díaz, Beatriz Ramos y Elena Garro. Esta última se dio a conocer en el ámbito periodístico al publicar en *Así* “Mujeres perdidas”, “extraordinario reportaje sobre la delincuencia femenina”. Al respecto, Garro escribió: “hace ya bastante tiempo, el director de *Así* me llamó a su despacho para proponerme una serie de reportajes. La proposición era esta: debería permanecer diez días en la Casa de Orientación para Mujeres, sitio de reclusión para las delinquentes adolescentes; después debería contar a los lectores de *Así* mis impresiones” (1944, p. 28). La escritora se introdujo durante una semana en el centro tutelar de menores con el objetivo de denunciar las condiciones de las internas, “para conocer íntimamente este problema social, de terribles proporciones no solo en México, sino en todos los países” (Garro, 1944, p. 28).

Así se apegó a los diseños de las revistas ilustradas y reunió a importantes fotógrafos de la época, entre ellos el artista guatemalteco Leo Matiz y el mexicano Enrique Díaz. Esta dupla dotó de estética fotográfica a las páginas del medio. Más adelante, los hermanos Casasola y Mayo publicaron imágenes de prensa.

Sobrino del historiador José C. Valadés (quien también había trabajado en *Hoy* con Hernández Llergo), Edmundo Valadés, jefe de redacción de la revista, sin duda enriqueció la información presentada semana a semana. Lejos de quedarse en la contemplación

de su oficina, desarrolló el periodismo en las calles, verdadero laboratorio social.

Aunque Valadés estaba siempre atento, confesó que un día se le fue la nota. Ortega le había encomendado llevar a José Clemente Orozco a la Plaza México para ver al fenómeno del momento, Silverio Pérez, *el Faraón*, y entrevistarlo al respecto. Al concluir la corrida, dijo Valadés, el pintor “me invitó a una cervecería cercana donde charlamos dos horas, pero después mi memoria omitió totalmente de qué platicamos, qué pensé yo de él [...], perdí la nota” (Valadés, en Sánchez, 1997, p. 55).

Otra aportación digna de mención es la de Mario Ezcurdia, quien al igual que otros jóvenes desarrolló un ejercicio periodístico de gran trascendencia en *Así*. Documentó la realidad nacional a través de sus reportajes y entrevistas. A propósito del periodismo que practicó en la revista, dijo:

Los periodistas de entonces, los muy jóvenes como yo, queríamos abrirnos paso con trabajos de calidad excepcional. No nos conformábamos con hacer solo notas informativas. El reportaje era nuestra ambición. Y el estilo en la escritura. Una forma de demostrar nuestra presencia era escribir en primera persona, lo que constituía, además de una audacia juvenil, un estilo periodístico [...]. En 1940 no existían las comunicaciones actuales. Quienes hicimos reportaje entonces, mostramos problemas que no se conocían en la capital. Usamos lo que en sociología se conoce ahora como observación participante. (Ezcurdia, en Valles, 2003, p. 11).

Desde la creación del medio informativo, Ortega participó de forma notable. Realizaba entrevistas y reportajes con los hombres más importantes de la política nacional; entre ellos, Ávila Camacho, Gaxiola, Ezequiel Padilla y Lázaro Cárdenas. Su hermano Benjamín también tuvo una contribución importante realizando extensas investigaciones de prensa.

Asimismo, hubo colaboración de los literatos Andrés Henestrosa, Mauricio Magdaleno, Xavier Villaurrutia, Gregorio López y Fuentes. También participaron Diego Rivera, José C. Valadés, Horacio Quiñones y Antonio Rodríguez. Se invitó a escritores del

exilio español, como José Moreno Villa, Enrique Díez-Canedo y Antonio Sánchez Barbudo. El crítico de arte Juan de la Encina tuvo una sección en la que abordó temas culturales del momento.

El semanario ofreció una crónica permanente de los acontecimientos que estremecieron al mundo en la Segunda Guerra Mundial. En México, el suspenso estaba presente con los enviados del escuadrón 201 de la Fuerza Aérea Expedicionaria Mexicana, quienes valientemente fueron a combatir a las fuerzas del Eje.

En los años cuarenta, el lector de *Así* logró adentrarse en los problemas y acontecimientos de la nación. Las páginas de la revista documentaron el romance de la actriz María Félix y el compositor Agustín Lara. Los aficionados al toreo siguieron puntualmente la carrera de Silverio Pérez, *el Faraón*. Se enteraron, a través de una entrevista, de su decisión de abandonar la fiesta brava. “Sí, compadre, esta temporada me voy de los toros. No lo he dicho públicamente para evitar los comentarios”. (Bretal, 1945, p. 7).

Era un México donde se suscitaban conflictos protagonizados por productores y actores, como el de Emilio *el Indio* Fernández con el periodista Fernando Morales Ortiz, director de *Novelas de la Pantalla*, a quien el primero le dio un golpe que lo derribó y le dejó la ceja abierta.

Por otra parte, entre los asesinatos de periodistas fue ampliamente difundido el de Ignacio F. Herrerías, director de *Novedades*, abatido a balazos por Florencio Zamarripa, colaborador del mismo medio.

Entre otras noticias de gran interés, los lectores de *Así* pudieron leer los reportes del nacimiento del volcán Parícutín en 1943, además de seguir puntualmente el conflicto ferrocarrilero de 1944.

Aunque tuvo una vida breve, *Así* dejó una huella imborrable gracias a la calidad de sus colaboradores y a los temas abordados. Consiguió un lugar indiscutible en el escenario mediático de los años cuarenta. En sus páginas resultaron más que evidentes la defensa del gobierno de Ávila Camacho y la simpatía por su sucesor, Miguel Alemán. Fue así como Ortega perfiló su postura ideológica, al servir de apoyo a las decisiones gubernamentales.

El 17 de septiembre de 1945, Gregorio Ortega envió su renuncia a Antonio Betancourt Pérez, gerente general de Periódicos Mexicanos, empresa que editaba *Así*.

Muy señor mío: por medio de la presente, me permito presentar a usted mi formal e irrevocable renuncia de mi puesto como director de la revista *Así*. Este cargo me fue conferido al fundarse la empresa Periódicos Mexicanos, S. A. de C. V., el año de 1940, y me veo obligado a separarme de él por convenir a mis intereses. (Renuncia el director, 1945, p. 7).

Con la salida de Ortega, *Así* no tuvo mucho que proponer: el director se llevó a varios colaboradores que garantizaban la calidad de la publicación, entre ellos su hermano Benjamín.

En enero de 1946, Antonio Pérez Elías ocupó la dirección de *Así*, y en marzo del mismo año lo sucedió Humberto Olguín Mermidia. En la secretaría de redacción quedó al frente Mario Ezcureña. De enero a junio se observó la crisis de la publicación, ya sin información periodística de interés nacional. La salida del iniciador fue notoria; hasta entonces, Ortega había guiado el barco apoyando al gobierno de Ávila Camacho.

El 8 de diciembre apareció un texto titulado “A nuestros lectores”, (1946, p. 3), donde se constató que la salida del director obedeció a conflictos internos.

La redacción de la revista *Así* considera conveniente informar a sus lectores que el conflicto suscitado entre el personal de la revista y su antiguo director, señor Gregorio Ortega, ha quedado satisfactoriamente resuelto por un convenio amistoso firmado entre los trabajadores, el citado señor Ortega y la Cooperativa de Artes Gráficas Cuauhtémoc, S. C. L., acreedora de la empresa Periódicos Mexicanos, S. A. de C.V., que editaba este semanario.

Elevado el convenio a la Junta Central de Conciliación y Arbitraje del Distrito Federal, junto con un escrito de desistimiento de la demanda anteriormente presentada contra la empresa, los trabajadores han constituido la Cooperativa Editorial Así, S. C. L., que en adelante tendrá a su cargo la edición y administración del periódico.

Por virtud del arreglo ya dicho, la Cooperativa de Artes Gráficas Cuauhtémoc, S. C. L., en cuyo favor se habían adjudicado por sentencia judicial los bienes de “Periódicos Mexicanos”, S. A. de C. V., convino en entregar a los trabajadores en posesión y pro-

piedad, y libres de todo gravamen, todos los derechos, literarios, periodísticos, de registro y de franquicias y todos los inherentes al nombre de la revista *Así*. Convino igualmente en ceder en propiedad a los trabajadores los muebles y útiles de trabajo pertenecientes a la redacción y administración de la revista.

El señor Gregorio Ortega, por su parte, se comprometió a “no usar en ninguna publicación o revista que él dirija, o en la que, por sí o por interpósita persona tuviere propiedad parcial o total, la palabra *Así*, en ninguna parte del título o subtítulo de la publicación”. (A nuestros lectores, 1946, p. 3).

Esta aclaración la dieron a conocer los nuevos encargados de la revista porque el 29 de diciembre de 1945 apareció el primer número de la revista *Así Es América*, dirigida por Ortega y editada por Servicios Periodísticos. Se publicaron cinco números con el citado nombre y posteriormente se incluyó la siguiente explicación:

Desde hace unas semanas ha surgido una inconveniente confusión entre la revista *Así Es América*, editada por Servicios Periodísticos, S. A., y la revista *Así*, que apareció hasta el mes de diciembre de 1945. Como esto nos está produciendo molestias que debemos evitar, hemos decidido después de una encuesta entre nuestros anunciantes, colaboradores y amigos, modificar el nombre de la revista *Así Es América*, por otro que por sí solo es todo un programa. A partir del próximo lunes, esta revista se llamará: *Revista de América*. (A nuestros amigos, 1946, p. 3).

Gregorio Ortega dirigió la *Revista de América* desde 1946 hasta 1980. Durante esos 34 años, la publicación integró a algunos colaboradores de *Así*. Al respecto, Oralia García anota lo siguiente:

Revista de América surgió en plena coyuntura electoral, en 1946. Al igual que otros medios impresos, presentó una amplia cobertura de la campaña de Miguel Alemán como el candidato predilecto. La revista dedicó unas escasas páginas a la campaña de la oposición y echó mano de ese mismo recurso en la siguiente elección de 1952, al brindar una gran difusión de la campaña de Adolfo Ruiz Corti-

nes, y así sucesivamente a las de todos los candidatos del PRI: Adolfo López Mateos (1958), Gustavo Díaz Ordaz (1964), Luis Echeverría (1970) y José López Portillo (1976). (García, 2017).

Entrevistas

Desde el comienzo, la revista *Así* se interesó por los temas relacionados con la prensa nacional e internacional. En los primeros números, Gerardo Montaña escribió sobre una polémica del reportero americano Frank Gervasi, corresponsal del semanario *Collier's*, con Hunt Dieterich; el motivo del enfrentamiento fue que, en un reportaje en el que abordó las actividades de la Quinta Columna en México, Gervasi mencionó el domicilio de Dieterich, ubicado en Coyoacán, como centro de reunión y propaganda nazi.

En los diversos números de la publicación se documentaron momentos clave de la prensa nacional. Uno de ellos tuvo lugar cuando el sindicato de voceadores de *El Popular*, en Veracruz, impidió la venta de medios como *El Universal*, *Excelsior*, *Novedades* y *La Prensa*. *El Popular* acusó a *Así* de querer borrar de la memoria del pueblo mexicano el nombre de Cárdenas. También arremetió contra la publicación por considerar que estaba al servicio del Partido Acción Nacional. “*El Popular* se equivoca. La revista *Así* no está al servicio de la doctrina de Acción Nacional, ni [de] los sinarquistas, ni de los ‘dorados’ ni de Abelardo Rodríguez [...]. *Así* no tiene empeño en hacer odioso a Cárdenas” (¡Maximatos, no!, 1941, p. 28).

La revista cubrió el Primer Congreso Nacional y Panamericano de la Prensa, que se celebró en México y donde se abordaron importantes asuntos, entre los que destacaron “la libertad de prensa en América Latina, solución de problemas de las publicaciones que traten de sembrar la división ideológica, lesionando la solidaridad continental; la misión social de la prensa” (La prensa de América, 1942, pp. 14-15).

Por su parte, la revista *Amigos*, editada en Estados Unidos, dedicó uno de sus números a Gregorio Ortega, en reconocimiento a su promoción en el desenvolvimiento de la política del buen vecino. El texto publicado en el semanario decía lo siguiente:

El último número de la revista *Amigos*, editado en Estados Unidos con el fin de dar a conocer el pensamiento hispanoamericano en el país del norte, dedica su edición al director de *Así*. La dedicatoria, que mucho agradecemos y estimamos, en lo que vale, dice así: “Este número de *Amigos* está respetuosamente dedicado al eminente director de la revista mexicana *Así*, Gregorio Ortega, en reconocimiento a su valiosa cooperación en el desenvolvimiento de la política del buen vecino”. (The issue of *Amigos*...1942, p. 6).

Así siguió de cerca las diferentes manifestaciones del periodismo. Revisó el diario acontecer de la prensa extranjera y, sobre todo, del periodismo nacional. Por ello, cobran relevancia los textos aquí reunidos, los cuales datan desde el nacimiento de *Así* hasta la salida de Gregorio Ortega, en diciembre de 1945. Ese material contiene importantes testimonios de periodistas y directores de medios; su finalidad era dar a conocer la labor de esos representantes de la vieja guardia. Ortega privilegió la entrevista, género en el que era experto y que permite observar los detalles destacados de los personajes. También alentó a sus reporteros a cultivar la conversación periodística.

Luego de dos meses de iniciada la revista, apareció la primera entrevista con Rodrigo de Llano, entonces director de *Excelsior*. El trabajo lleva la firma del reportero Jaime Sandoval Gómez. En ese texto se fijó el objetivo de dialogar con los actores de la prensa nacional: “Rompiendo una tradición hasta cierto punto egoísta, nuestra revista desea dar a sus lectores una visión clara, definida y concreta de cómo funcionan los órganos que les informan a diario, al mismo tiempo que ofrecerles una imagen, la más aproximada de los directores de la opinión pública” (Sandoval, 1941, p. 22).

En total, el director ofreció a los lectores 40 trabajos, entre entrevistas, opiniones y columnas, los cuales dieron cuenta de la riqueza de la prensa nacional de los años cuarenta. Se trataba de una memoria que recuperó las voces experimentadas del diarismo mexicano.

Cabe aclarar que en ese corpus integré dos entrevistas con el presidente Manuel Ávila Camacho, debido a sus alusiones a la prensa nacional. En la primera, de septiembre de 1941, el man-

datario aludió a los comentarios injustos de la prensa nacional y mencionó su aspiración de que se reconociera la situación del gobernante y del país. En la segunda, de noviembre de 1941, Ortega se volcó en alabanzas al primer mandatario. En la entrevista, recordó que en 1940 el presidente, “refiriéndose a las gentes de una revista”, comentó: “Mientras esas personas sean correctas, no olvidaré que en determinado momento difícil, me ayudaron. Mi obligación es corresponderles de la misma manera: ayudándolas” (Ortega, 1958, p. 46).

Sin embargo, cuando había un medio que criticaba al presidente o al gobierno, el escenario cambiaba. Tal fue el caso de *Combate*, de Narciso Bassols, periódico que elevó duros cuestionamientos a la presidencia de Ávila Camacho. La mejor estrategia por parte del gobierno fue golpear al editor retirándole la publicidad. La prensa oficial, como la revista de Ortega, se apresuraba a presentar los mensajes del jefe del Ejecutivo, y el comité de lucha contra la prensa reaccionaria, creado durante la administración avilacamachista, tenía bien calculado el golpe para el medio detractor. No obstante, en la entrevista con Ortega, el presidente desconoció la existencia del mencionado comité y se mostró sorprendido:

—No sabía —me respondió— que se estuviera procediendo de esa manera. Seguramente se trata de algunos espontáneos ansiosos de quedar bien. Nadie que me conozca, que conozca mis ideas, podrá suponerme capaz de tolerar o autorizar un atentado contra un periódico. ¡No! Mire, Ortega, voy a referirle lo que me ocurrió hace varias noches. Estaba aquí trabajando, cuando alguien me avisó, con urgencia, que varias personas se disponían a invadir las oficinas de *Combate* y atacar al licenciado Narciso Bassols. La simple intención de hacer esto me molestó profundamente. No quiero que durante mi gobierno se utilice la violencia contra los enemigos. Me he propuesto que México sea gobernado por normas de civilización y justicia. Envié inmediatamente a varios de mis ayudantes, para impedir cualquier acto en contra de *Combate* y su director.

—¿No le hirieron los iracundos ataques de *Combate*?

El presidente Ávila Camacho me miró, con sus ojos que se empuñan, que se entrecierran para penetrar en la intención del inter-

locutor. Es presidente de la República, pero es un hombre como todos: sensible. Soslayó la pregunta, para responderme:

—Ya me habitué a los comentarios injustos de algunos periódicos. Si lo hago bien, me dan palo; si lo hago mal, me dan palo. Es igual. No se toma en cuenta la situación del gobierno ni la del país; se procede con pasión. Allá pues los periodistas. Lo que encuentro intolerable, indigno, es la intromisión en la vida privada de los funcionarios públicos. Al hacerla, el periodista no se respeta a sí mismo. (Ortega, 1941, pp. 26-26).

Pese a las palabras del presidente, *Combate* tuvo que cerrar. Solo vieron la luz 32 números en casi siete meses. “*Combate* deja de publicarse porque no tenemos dinero suficiente” (*Combate* suspende, 1941, p. 1).

Ahora bien, ¿cuáles eran los propósitos de las empresas periodísticas del primer lustro de los años cuarenta? Mediante la lectura de los textos aquí reunidos se podrá encontrar información precisa sobre sus objetivos, planes y proyectos. Asimismo, las breves entrevistas aportan elementos para situar generacionalmente a los experimentados reporteros que trabajaban en esos medios. ¿Quiénes eran sus maestros, sus colegas? ¿Dónde hicieron sus primeras letras?

Entre los personajes entrevistados destacan, además de Rodrigo de Llano, René Capistrán Garza, Regino Hernández Llergo y José Altamirano, director general de publicidad del gobierno de Ávila Camacho. De Hernández Llergo se recuperan varias entrevistas, y con esto se reafirma la importancia del empresario en el escenario avilacamachista y, por supuesto, su cercanía con Ortega.

Por otra parte, para celebrar su tercer aniversario, *Así* publicó 19 entrevistas a directores de medios impresos.

Así rinde hoy, con motivo de su tercer aniversario, un homenaje camaraderil, fraternal, a todos los periódicos mexicanos. A través de nuestras páginas el lector tendrá ocasión de formarse una idea acerca de quiénes son los hombres que hacen el periodismo en México. Hombres de los más diversos y con los caracteres más opuestos, desde aquellos que dirigen y elaboran los periódicos puramente políticos, hasta aquellos que viven consagrados a una tarea profesional. (Tercer aniversario, 1943, p. 14).

Entre los reporteros encargados de la cobertura, sobresalen Arturo Romero Castro, César Ortiz, Antonio Rodríguez, Mario Ezcurdia, Antonio Ocampo y José Revueltas. Aunque los textos no incluyeron la firma de sus autores, este dato se conoce gracias a la nota aclaratoria. Los directores entrevistados fueron los siguientes: Pedro Malabehar, de *El Universal*; Rodrigo de Llano, de *Excélsior*; Alfredo Kawage Ramia, de *Hoy*; Regino Hernández Llergo, de *Mañana*; Daniel Rodríguez de la Vega, de *Omega*; *La Voz de México*; Luis F. Barba, de *Estampa*; José García Valseca, de *Esto*; Manuel Horta, de *Jueves de Excélsior*; Miguel Alessio Robles, de *Todo*; Ignacio Herrerías, de *Novedades*; Martín Luis Guzmán, de *Tiempo*; Raúl Noriega, de *El Nacional*; Alejandro Carrillo, de *La Prensa*; Carlos Septién García, de *La Nación*, y Roberto Núñez y Domínguez, de *Revista de Revistas*.

Las entrevistas conforman una gran encuesta que ofrece un mapa representativo de los medios impresos de los años cuarenta. Se trata de estampas concisas en las que se aborda el ideario de las publicaciones, su postura en relación con la Segunda Guerra Mundial, y se mencionan las figuras relevantes del trabajo reporteril.

Algunos directores hablaron de su orientación ideológica y manifestaron su adhesión al gobierno de Ávila Camacho. Por ejemplo, como representante de *Mañana*, Hernández Llergo declaró: “El presidente lo está haciendo perfectamente bien en lo que hace a la política mexicana frente a la situación internacional. El general Ávila Camacho es un hombre muy reposado que tiene un gran sentido de su responsabilidad” (1943, p. 19). Habrá que recordar que dos años antes, cuando Hernández Llergo estaba al frente de *Hoy*, tuvo un conflicto con el presidente que lo obligó a dejar esa revista que él mismo había fundado en 1937. Sin embargo, en la entrevista se muestra con una posición diferente, de apoyo al Ejecutivo.

Para el número de aniversario, *Así* consultó a las publicaciones de derecha e izquierda. Se integraron los comentarios de Daniel Rodríguez de la Vega, director de *Omega* —publicación de la derecha—, quien subrayó: “Definitivamente, el triunfo de Alemania nazi había sido la salvación del mundo” (1943, p. 20). Por su parte, el responsable de *El Sinarquista* no fue entrevistado porque se negó a recibir al enviado de *Así*. En cambio, Carlos Septién Gar-

cía, de *La Nación*, que enarbolaba el programa del Partido Acción Nacional, aprovechó la oportunidad para arremeter contra el gobierno: “el Gobierno da soluciones miopes, partidistas, sectarias, a los problemas del país [...]. El gobierno ha hecho de la cuestión agraria un problema de mafia” (El estrépito, 1943, p. 33). También se dio cabida a las opiniones del representante de *La Voz de México*, el órgano de los comunistas. En este caso, el editor envió el texto a la redacción del semanario de Ortega.

Como era de esperarse, en las páginas de *Así* figuró también la prensa alineada al gobierno de Ávila Camacho: *Hoy*, *Tiempo*, *El Nacional*, *Mañana*. De esta manera, hay interesantes reflexiones que permiten observar el rumbo que tomaron los representantes de diarios y semanarios.

También para el número de aniversario, se entrevistó a cinco reporteras de gran reconocimiento en la época: Ana Salado Álvarez, Elvira Vargas, Rosario Sansores, Magdalena Mondragón y Concha de Villarreal. Asimismo, se incluyó un recuento de los principales medios especializados en la fiesta brava: *El Redondel*, *La Lidia*, *Claridades*, *Sol y Sombra*, *Torerías* y *Multitudes*.

Cabe agregar que en el corpus que aquí se reúne integré la columna “Infanterías del periodismo”, que Mario Ezcurdia publicó de diciembre de 1944 a enero de 1945 y que poseen gran valor testimonial. Estas columnas se recuperan por la trascendencia testimonial.

En ese espacio, Ezcurdia conversó con sus colegas Jacobo Dalevuelta, Gilberto Ruvalcaba, Lumière y Javier Ramos Malzárraga. Este reportero realizó un intenso trabajo desde el inicio de *Así*. Tenía tan solo 16 años de edad cuando comenzó a colaborar en este semanario, en 1941.¹

Finalmente, el presente trabajo se enriqueció con la recopilación de entrevistas a publicistas que abordaron el tema de las revistas ilustradas. Ellos fueron Federico Yáñez, de la Compañía Medicinal La Campana; Ernesto Rébora, de El Palacio de Hierro; Humberto Sheridan y Eduardo Correa, gerente y vicepresidente, respectivamente, de la Walter Thompson de México; Germán Díaz Barreiro, de la

¹ Respecto de los reportajes que Ezcurdia publicó en la revista *Así*, véase Valles (2003).

Compañía Manufacturera de Cigarros El Águila; Juan José Gurrola, gerente de Anuncios en México; Santiago Reachí; Edgar M. Huymans, gerente de Anunciadora y Comercial Arge; José Mayorga, de Publicidad Efectiva; Juan M. Durán y Casahonda, y Bernardo R. Navarro, de Navarro y Calderón.

La publicación dirigida por Ortega precisó en sus párrafos iniciales:

Así ha empezado a entrevistar a los más distinguidos publicistas de México, haciéndoles dos preguntas con cuyas respuestas pretendemos fijar la situación que ocupan hoy las revistas dentro del periodismo nacional.

En su actividad, los publicistas son uno de los principales elementos activos en el desarrollo y progresión del periodismo. Pero aparte de su misión, estrictamente técnica, tienen una visión especial, experta sobre lo que es y debe ser un periódico, y en este caso particular, una revista. Ellos, como el editor, buscan lectores que se conviertan en consumidores de los productos que anuncian. Y por este interés tienen el sentido crítico sobre los órganos o vehículos de publicidad. (¡Los publicistas...!, 1944, pp. 30-31).

Cuando se habla de la época dorada de las revistas ilustradas, su momento de mayor esplendor, se pasan por alto los aspectos negativos de aquellos años. Estos fueron expuestos por los propios publicistas, que mencionaron yerros y aciertos al ser entrevistados. Dos fueron las preguntas que guiaron esas conversaciones: ¿son buenas las revistas de México? y ¿cuáles son sus posibilidades publicitarias para la posguerra?

En opinión de los publicistas, un problema general consistía en la falta de recursos financieros, tan indispensables para las publicaciones como la labor de los editores, pues gracias a ambos elementos se lograba el equilibrio que garantizaba el éxito. Federico Yáñez, por ejemplo, consideraba que las “revistas de México [...] no son malas. Tampoco son todo lo buenas que debieran ser. Falta dinero” (¡Los publicistas...!, 1944, pp. 30-31). Además, subrayó una importante carencia de las publicaciones de esos años: la atención al público femenino.

Las revistas de México, salvo dos o tres francamente femeninas, están hechas a mi juicio para los hombres. Es cierto que en estas revistas hay secciones femeninas, pero cuando no son esporádicas, están tratadas tan superficialmente, se hallan tan acondicionadas a las exigencias informativas de otra especie de las revistas, que no dejan huella en los lectores. No se afianzan en el espíritu de la mujer. (¡Los publicistas...!, 1944, pp. 30-31).

Algunos publicistas reconocieron que, con el rotograbado, en México había un avance en materia de infraestructura; no obstante, para otros, esta tecnología estaba atrasada. En cambio, el problema que observó Ernesto Rébora, publicista de El Palacio de Hierro, era el excesivo material ilustrativo que el rotograbado propiciaba: “Se ganó en grabados lo que se perdió en contenidos”, decía. A juicio de este experto, debían generarse nuevas revistas, “no solo en su aspecto tipográfico sino también en su intención. Que busquen lectores despertando el interés del público con nuevos temas y que desechen el rotograbado” (¡Los publicistas...!, 1944, pp. 30-31).

La mayoría de los publicistas destacaron el papel triunfante de las publicaciones semanales de esos años. Germán Díaz Barreiro, del departamento de propaganda de la compañía manufacturera de cigarros El Águila, señaló:

Las revistas mexicanas pueden ser mejoradas, sin que esto implique la afirmación de que sean malas. Son buenas y el procedimiento de rotograbado en que están impresas la mayoría de las revistas me gusta. Yo tengo la experiencia de que los originales de los anuncios de El Águila donde mejor han sido reproducidos es en rotograbado. Por otra parte, al público le gusta esta clase de impresión. El rotograbado hace alegres, atractivas, flexibles las páginas ilustradas. (A mayor equipo, 1944, p. 9).

En las entrevistas se abordan otros temas cruciales, como la circulación de los impresos y sus audiencias.

En México es tan importante la calidad de la circulación como la cantidad —dijo Germán Díaz Barreiro—. Hay revistas de grandes

tirajes en nuestro país que no hacen opinión pública; hay otras de escasa circulación que por el número selecto de lectores constituyen un buen vehículo de publicidad. Desde el punto de vista, pues, de la publicidad, es tan importante la circulación como la calidad de los lectores. Es indudable que lectores de determinado tipo de revistas forman opinión pública y que si ellos consumen un producto se convierten en inteligentes, activos y espontáneos propagandistas de ese producto. La mayoría de los consumidores se dejan guiar, conducir, influir por las personas que tienen tono, jerarquía, personalidad. Y esas personas son las que leen revistas de contenido interesante y selecto. (A mayor equipo, 1944, p. 9).

Ante el florecimiento de las revistas ilustradas, directores y editores retiraron la fotografía de la portada para dar paso a la ilustración. Un número considerable de publicaciones adoptó esa fórmula; *Hoy* fue una de las iniciadoras. Edgar M. Huymans, gerente de Anunciadora y Comercial Arge, fue crítico en relación con este detalle:

Por lo que respecta a la presentación, hay que convenir que las carátulas, a base de caricatura a colores, uniforma[n] a la mayoría de las revistas. Desde cierta distancia es difícil distinguir una de otra revista cuando se exhiben en el expendio. Semejante tamaño, semejantes colores, semejante dibujo. Falta personalidad. Y en el interior, todo lo contrario, pero sin afirmar un sello tipográfico, sino prestándose a la confusión. En una misma revista ofrecen distintos artículos con diferentes tipos y estilos de cabeza. En mi opinión debería uniformarse la tipografía en cada revista, con su peculiaridad característica. (Lo bueno y lo malo, 1944, p. 11).

Creo que la aportación de Gregorio Ortega es valiosa porque muestra el quehacer de varios reporteros de la vieja escuela, que representaban a los medios impresos destacados del avilacamachismo. Son,

ciertamente, vistas generales de diarios y revistas, pero poseen gran significación. Esa tarea es loable y hay que destacarla.

En otro orden de ideas, me parece que las entrevistas reunidas con motivo del aniversario tienen una característica importante en común. En su conjunto ofrecen un diagnóstico de la prensa nacional rumbo a las elecciones presidenciales de 1946: los objetivos de las empresas editoriales, sus posturas ideológicas. Este diagnóstico fue un termómetro, información estratégica para la oficina de comunicación de la Secretaría de Gobernación, encabezada por Miguel Alemán. La revista *Así*, no hay que olvidarlo, otorgó su apoyo al candidato oficial.

También se debe destacar el sondeo con el grupo de publicistas, quienes observaron el momento de la revista ilustrada y detectaron los problemas que ésta enfrentaba, como la circulación, el financiamiento, la falta de infraestructura.

Además de la perspectiva política de los textos, habrá que destacar su valor testimonial, pues, como se ha comentado, constituyen un mosaico de la vida de los personajes que hicieron exitosas carreras periodísticas. A través de las conversaciones, se conocen los orígenes laborales de algunos representantes de la prensa; se observan sus influencias, espacios de reclutamiento, sus inclinaciones ideológicas, entre otros asuntos.