

## ALGUNAS ACLARACIONES EN TORNO A LA REVISTA *VIDA NUEVA* (1898-1900)

José Bernardo San Juan  
Centro Universitario Villanueva  
[jbernardos@villanueva.edu](mailto:jbernardos@villanueva.edu)

**Recibido: 2-9-2014**

**Aceptado: 8-11-2014**

**Resumen:** *Las publicaciones periódicas de los últimos años del XIX son una fuente de primer orden para el análisis cultural del fin de siglo. Para ello las más indicadas son las revistas realizadas por las jóvenes élites intelectuales. Vida Nueva (1898-1900) es una de esas cabeceras en la que colaboraron autores como Juan Ramón Jiménez, Manuel Machado, Vicente Blasco Ibáñez, Miguel de Unamuno, Azorín, Ángel Ganivet o Ramiro de Maeztu. Sin embargo —y en contraste con publicaciones como Helios, Electra o Renacimiento— ha sido poco estudiada. El difícil acceso a esta revista ha propiciado que, aunque sea muy citada, sea poco conocida. A menudo las informaciones que se ofrecen son incorrectas aun en los aspectos más básicos (duración, dirección, colaboradores). En este trabajo se aclaran esos aspectos como base para futuras investigaciones.*

**Palabras clave:** *Literatura del siglo XIX, Historia del Periodismo, Revista Vida Nueva (1898-1900), Historia de la Cultura, Modernismo*

**Abstract:** *Periodic publications of the last years of the nineteenth century are a prime source of information for cultural analysis of the century's end. The best magazines for this analysis are the publications made by young writers and modernist intellectuals. The weekly Vida Nueva (1898-1900) is one of those publications. In Vida Nueva worked writers like Juan Ramón Jiménez, Manuel Machado, Vicente Blasco Ibáñez, Miguel de Unamuno, Azorín, Angel Ganivet or Maeztu. However, and in contrast with headers like Helios, Electra or Renacimiento, has been little studied. The difficult access to funds that magazine has meant that, even if often quoted, is little known. Often the information offered is incorrect and contradictory, even in the most basic aspects (duration, direction of the magazine reviewers). In this paper these aspects as a basis for future research are clarified.*

**Keywords:** *Nineteenth-century literature, History of Journalism, Vida Nueva Magazine (1898-1900), Cultural History, Modernism*

## 1 Introducción

Las publicaciones periódicas de los últimos años del siglo XIX constituyen una fuente informativa de primer orden para el análisis cultural del fin de siglo. Dentro del enmarañado mundo finisecular han sido estudiadas con mayor interés las conocidas como “publicaciones nuevas”, un conjunto de revistas de carácter regeneracionista e impulsadas, en buena medida, por sectores radicales de las jóvenes élites españolas. Se trataba de publicaciones generalmente republicanas y socialistas que buscaban una solución política y cultural a la crisis española. Entre ellas se podrían destacar *Revista Nueva* (1899), *Vida Nueva* (1898-1900), *Alma Española* (1903-1904), el semanario *Germinal* (1897-1903, con varias interrupciones), *Helios* (1903-1904), *Renacimiento* (1907), *El Nuevo Mercurio* (1907), *Els Quatre Gats* (1899) y *Pèl & Ploma* (1899-1903), entre otras (Fuentes y Fernández, 1998: 171).

Son cabeceras bien conocidas, con la excepción del semanario *Vida Nueva* (1898-1900), una revista tan célebre en su tiempo como olvidada después. Las menciones que aparecen sobre ella, aun en los aspectos más sencillos, son, según se verá, frecuentemente contradictorias. Y, sin embargo, se trata de una publicación en la que aparecieron textos y colaboraciones notables: fue la primera publicación nacional en la que escribió Juan Ramón Jiménez, a ella envió sus dos primeras críticas literarias y a través de ella le conocieron Villaespesa y Rubén Darío. Para éste último *Vida Nueva* había sido “*de lo mejor que se publica en Madrid*” (Rivas, 2000: 249). Manuel Machado publicó allí alguna de sus primeras críticas y de sus primeros versos. Fue la última publicación periódica en la que colaboró Ángel Ganivet antes de suicidarse. Allí Unamuno publicó “*Muera Don Quijote*” y Maeztu más de 30 artículos. Pablo Iglesias abogó, con gran repercusión mediática, por la paz en Cuba. Colaboraron en ella Vicente Blasco Ibáñez, Leopoldo Alas, Emilia Pardo Bazán, Santiago Ramón y Cajal,

Benito Pérez Galdós, Luis Bonafoux, Salvador Rueda y Martínez Sierra, entre muchos otros.

Varios años después de que se hubiera cerrado se podían leer aún testimonios de colaboradores recordando su importancia; Azorín, por ejemplo, se acordaría melancólicamente de esos tiempos de renovación que ya no habrían de volver: “*Seamos sinceros: ya la decadencia se ha iniciado en los maestros casi viejos, Valle Inclán no volverá a escribir Epitalamio, ni Maeztu sus artículos de Germinal, El País y de Vida Nueva...*” (1903: 9). Y Miguel de Unamuno aún en 1916 mantenía vivo el recuerdo de los ímpetus de cambio en el fin de siglo y del papel que en ellos tuvo *Vida Nueva*:

Los que en el 98 saltamos renegando contra la España constituida y poniendo al desnudo las lacerías de la patria, éramos, quien más quien menos, unos ególatras. Pero esa egolatría fue la consecuencia, de cierto hipertrófica, de un descubrimiento moral que hicimos en el fragoroso hundimiento de los ideales históricos españoles [...]. Aquel nuestro movimiento espiritual del 98, aquella recia refriega de pluma, que halló su principal tribuna en *Vida Nueva*, fue un sacudimiento anárquico y anarquista, fue un ¡sálvese quien pueda! (1916: sin p.).

En términos políticos su importancia también fue enorme; según citan en *Vida Nueva* para *The New York Herald Tribune* “*The Vida Nueva is a new paper, born upon the present conditions of affaire. Its programme is to renovate Spain. It is the voice of young Spain*” (“The voice of Young Spain”, *Vida Nueva*, 26-6-1898: sin p.) y el *New York Times* la mencionaba como fuente informativa para redactar sus noticias sobre España (Lee, 1899: sin p.). Se vendía en Hispanoamérica y recibió, por su carácter anticlerical, la condena explícita de hasta 8 obispos españoles. Las siguientes páginas pretenden aclarar, a través de un método analítico, algunos aspectos formales básicos así como esclarecer quién fue su director y las circunstancias en torno a su nacimiento y desaparición, de manera que queden sentados los cimientos de cara a futuras investigaciones.

## 2 Los estudios sobre *Vida Nueva*

Hasta ahora *Vida Nueva* ha sido analizada en trabajos cuyos objetos de estudio eran más amplios. Guillermo de Torre en 1941 le prestó atención en “La generación española de 1898 en las revistas del tiempo”. Se trataba de un artículo que pretendía “*arrojar nueva luz sobre los orígenes y el sentido de la generación del 98 mediante una investigación retrospectiva en las revistas más significativas de aquel tiempo*” (De Torre, 1941: 3). Allí citaba algunas colaboraciones y describía brevemente las principales características de cada revista. Más de veinte años después lo completó

con información de otras cabeceras en “El 98 y el modernismo en sus revistas” (De Torre, 1969). En 1948, German Bleiberg publicó “Algunas revistas literarias hacia 1898” con un esquema muy similar al anterior. En 1951 apareció, a cargo de Guillermo Díaz-Plaja, el volumen *Modernismo frente a noventa y ocho*, uno de cuyos capítulos se dedicaba a las revistas del fin de siglo con planteamientos similares a los anteriores textos.

A partir de este estudio se generalizan las citas de *Vida Nueva* en los volúmenes sobre 98 y Modernismo. Se extiende el lugar común de que *Vida Nueva* es una de las primeras revistas novedosas y aquello se justifica habitualmente con una cuidada selección de nombres de colaboradores de esta revista (Juan Ramón, Azorín y Maeztu, entre otros). Luis S. Granjel dedica, por ejemplo, unas páginas de *La generación literaria del 98* (1966) a las revistas del fin de siglo. Allí repite los datos conocidos hasta el momento; para este autor *Vida Nueva* es el “segundo semanario creado por los escritores jóvenes cuando el siglo llegaba a su fin” (Granjel, 1966: 147). En 1958 publicó Geoffrey Ribbans el artículo “Riqueza inagotada de las revistas literarias modernas” cuyo título es elocuente acerca de sus propósitos: “añadir a lo antes aportado nuevos datos sacados de algunas de las publicaciones más importantes, sin pretender de manera alguna agotar el tema” (Ribbans, 1958: 30).

En 1964 vería la luz el libro *Revistas culturales contemporáneas (de “Germinal” a “Prometeo”)* de Domingo Paniagua. Aquí Paniagua recogía todos los datos publicados hasta entonces y aportaba nuevas informaciones sobre asuntos que no aparecían en la revista, como podía ser, por ejemplo, la cuestión de la organización interna. En la medida en que se recogía todo lo publicado, este volumen es el que contiene mayor cantidad de información pero también el que tiene más inexactitudes. Y, por último, en 1991 la profesora María del Pilar Celma Valero publicó *Literatura y Periodismo en las revistas de Fin de Siglo. Estudio e Índices (1888—1907)*. El libro consiste en una catalogación de todos los artículos publicados en 15 revistas y una introducción breve a cada una de ellas. Además se deben mencionar los diferentes manuales de Historia del Periodismo o de Historia del Periodismo en los que aunque *Vida Nueva* es referencia obligada: en ellos no se añade ninguna información que no haya sido recogida en los anteriores trabajos<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Véase, por ejemplo, la *Historia del Periodismo en España* de María Cruz Seoane y María Dolores Sáiz, la *Historia del Periodismo Español. Desde la “Gaceta de Madrid” (1661) hasta el destronamiento de Isabel II* (1967) de Pedro Gómez Aparicio y la *Historia del Periodismo Español* (1998) de Juan Francisco Fuentes y Javier Fernández Sebastián. Y también el volumen *Movimientos Literarios y Periodismo en España* (1997) coordinado por María del Pilar Palomo.

### 3 Aspectos formales

*Vida Nueva* empezó a publicarse el 12 de junio de 1898 con el subtítulo “Periódico independiente. Se publica los domingos” y dilató su existencia hasta el 25 de marzo de 1900. En total vieron la luz 94 números, a los que habría que añadir otros 8 de una Edición Popular<sup>2</sup>. Hasta el trabajo de Celma Valero ningún autor había escrito correctamente la duración de la revista: para Bleiberg “*llegó a los 93 números*” (1948: 39) y según Guillermo de Torre: “*vivió menos de un año*” (1941: 35). La revista estaba editada en gran formato y en papel prensa. Sobre el tamaño de la revista tampoco había acuerdo: si Domingo Paniagua afirmaba que el tamaño de *Vida Nueva* era de 574 X 402 mms (1964: 50), Celma Valero sostenía que la medida era de 670 X 435 mms (1991: 43). Los originales tienen, en realidad, 605 X 440 mms. Sus dimensiones, según se puede observar en la siguiente tabla, doblaban las de la mayor parte de las publicaciones de esos años:

Revista	Dimensiones
<i>Vida Nueva</i>	605 X 440 mms
<i>Gente Vieja</i>	410 X 280 mms
<i>Germinal</i>	350 X 220 mms
<i>Madrid Cómico</i>	340 X 220 mms
<i>La Ilustración Española y Americana</i>	320 X 280 mms
<i>Vida Galante</i>	290 X 200 mms
<i>La Lectura</i>	230 X 150 mms
<i>La España Moderna</i>	215 X 155 mms
<i>Revista Nueva</i>	212 X 152 mms

Cada número solía estar formado por 4 páginas. La revista, como otras muchas de la época, no estaba paginada. Lo lógico en una publicación con estas características es que tras la portada se imprimiera la segunda página y en el reverso de la tercera página se encontrara la contraportada. Sin embargo eso no fue siempre así: en los números iniciales tras la página primera se encontraba la cuarta y tras la segunda la tercera. Esta disposición tan peculiar no se debía a un problema de imprenta sino más bien a un criterio de utilidad: un periódico de las dimensiones de *Vida Nueva* no podía tenerse en la mano si no era doblado en varias partes. Las cuatro páginas de esta publicación se entregaban en un mismo pliego. En una de las caras estaba la primera y la segunda página y en la otra la tercera y la cuarta. El lector al doblar el pliego original

---

<sup>2</sup> La Edición Popular salió a la calle el 1 de febrero de 1900. Era semanal y en total vieron la luz 8 números. Salía los jueves y costaba 5 céntimos, un tercio de lo que costaba la Ilustrada. Tenían ambas ediciones el mismo número de páginas pero la Popular era de tamaño más reducido (520 X 355 mm).

por la mitad se encontraba por delante la primera página y por detrás la segunda. Esa disposición de páginas con la que ellos comenzaron permitía leer la mitad del periódico sin necesidad de tener que abrirlo completamente.

Sin embargo a los lectores no les gustó y muy posiblemente muchos de ellos no entendieron esa utilidad o, sencillamente, les pareció un error. A ello se le debe sumar que aquellos que quisieran conservar la revista y encuadernarla se iban a encontrar con la imposibilidad de que las páginas aparecieran ordenadas. A partir del número 38 deciden que el orden de impresión sea el que parece más lógico: “*accediendo a repetidas indicaciones de nuestros favorecedores, cambiamos desde hoy la disposición de las planas de Vida Nueva para que sea más fácil coleccionar y encuadernar los números reunidos*” (“Advertencia”, *Vida Nueva*, 26-2-1899: sin p.). Sea como fuere, los cambios en el orden de la impresión y la inexistencia de una paginación han provocado también no pocos errores en las citas de artículos de esta publicación.

Las ilustraciones de *Vida Nueva* han llamado la atención de algunos estudiosos; para César Antonio Molina *Vida Nueva* fue “*un semanario en cuyas páginas se insertaban muchos grabados y dibujos de Apeles Mestres*” (1990: 36) mientras que Domingo Paniagua escribió que las ilustraciones comienzan a partir del número 65 (1964: 50). Lo cierto es que en los 48 primeros números —más de la mitad del total— sólo insertaron ocasionalmente pequeños grabados en la publicidad, con la excepción de un mapa de España muy esquemático incluido en el número 5. A partir del número 48 aparecieron con más frecuencia y en el número 65 se hacen habituales. Apeles Mestres fue, entre otros, uno de sus dibujantes.

*Vida Nueva* no fue una revista ilustrada y desde la propia publicación así lo consideraban hasta el punto de que cuando decidan, en el número 48, incorporar grabados lo anunciarán: “*Vida Nueva —se puede leer en la revista— va a abrir un paréntesis en su costumbre de no publicar grabados*”. Sí eran ilustrados, en cambio, otros muchos semanarios que por aquellos años se vendían (piénsese, por ejemplo, en *Blanco y Negro*, o en *La Ilustración Española*). Desde el 1 de febrero de 1900, con el lanzamiento de la Edición Popular ellos mismos comienzan a denominar al semanario original “*Edición Ilustrada*”, pero no tanto porque lo fuera —al estilo de las otras revistas ilustradas— sino por contraste con la otra edición.

No se conservan las cifras de la tirada. Sobre este punto sólo se dispone de unas notas que, a partir del número 4, aparecen en la sección de anuncios: “*Vida Nueva tira semanalmente 40.000 ejemplares*”. Esas notas se mantendrán hasta el número 8; a partir de ese momento aparece la cifra “*20.000*” bajo el nombre de la imprenta, cantidad que refleja el número de ejemplares impresos.

En cualquier caso la aceptación y popularidad de la revista fue grande. Es común encontrarse, entre las revistas contrarias a *Vida Nueva* lamentos por su difusión: “*No*

*hay taberna ni garito donde no se encuentre esa Vida Nueva, que es la mayor antigualla del mundo* (“Fuego graneado”, *La Lectura Dominical*, 4-12-1898: 782). Un mercado en el que *Vida Nueva* obtuvo cierto éxito fue el sudamericano. Las publicaciones españolas tenían facilidades para ser enviadas a los países hispanohablantes del continente americano y en *Vida Nueva* trataron de ganarse su atención a través de la publicación de un buen número de artículos de (o sobre) autores hispanoamericanos. Llegaron, incluso, a publicar un folletín de Acevedo Díaz. En *El Heraldo de Madrid* se hacen eco de este hecho:

En ningún país de América pagan derechos de aduana los paquetes de libros y periódicos españoles. Gracias a esto *La Ilustración Española, Blanco y Negro, Vida Nueva* y otros periódicos han alcanzado allí enorme circulación –enorme comparada con la que tienen en muchas de nuestras provincias... (“Fraternidad intelectual”, *El Heraldo de Madrid*, 9-4-1900: sin p).

A estos datos se deben añadir otras informaciones también relacionadas con la tirada: en algunos ejemplares la sección de publicidad informa de que para ser “representantes” en provincias de la publicación se debía vender un mínimo de 1.500 ejemplares (véase, por ejemplo, el número 9). A partir del número 15 desaparecen las cifras y, con ellas, cualquier posible información sobre su tirada.

Buena parte de los problemas en el estudio de esta publicación se debe a la dificultad en manejar documentos originales. Se conservan colecciones de *Vida Nueva* en seis bibliotecas: Biblioteca Nacional, Hemeroteca de Madrid, Biblioteca de Humanidades de la Universidad de Sevilla, Universidad Pontificia de Salamanca, UNED y en el CSIC. La única colección completa es la que se contiene en Sevilla y sin embargo hasta el estudio de Celma Valero sólo se manejó la colección de la Hemeroteca de Madrid que, además de estar deteriorada, está incompleta.

## **4 Nacimiento y dirección de *Vida Nueva***

Sobre la dirección y organización de esta revista se han sostenido distintas versiones, ninguna completamente acertada. Paniagua distingue dos fases, cada una de las cuales se correspondería con un director distinto: Eusebio Blasco y Dionisio Pérez (1964: 46). Este último se habría hecho cargo de la publicación hacia finales de 1899, en concreto a partir del número 78. Celma Valero afirma, sin embargo, que Dionisio Pérez fue director desde el comienzo, por más que el artículo inaugural lo firmara Eusebio Blasco y por más que su nombre (Dionisio Pérez) no apareciera ni en la lista de los redactores ni en la de los colaboradores (1991: 44). Luis S. Granjel (1966: 147), César Antonio Molina (1990: 36), Seoane (1996: 200) y buena parte de los que han tratado el asunto,

siguiendo las palabras de Paniagua, sitúan a Blasco y a Dionisio Pérez, por este orden, como los sucesivos directores.

Si se analizan los números de la revista, lo cierto es que sólo a partir del número 65 —y no del número 78 como decía Paniagua— aparece, junto a la cabecera del periódico, la inscripción “Director: Dionisio Pérez”. En los primeros sesenta y cinco números se menciona el cargo, pero las alusiones son genéricas (aparecen citas como “Toda la correspondencia al director” o la sección “Cartas al director”); es decir, se evita citar el nombre de quien ostenta el cargo. Los lectores de la revista tampoco sabían con claridad quién era el director: en las cartas dudan a quién dirigirse y, a veces, escriben a “*los redactores de Vida Nueva*” (*Vida Nueva*, 17-7-1898: sin p.), habida cuenta de que si el nombre del director era un misterio, el de los redactores fue público desde el primer instante.

A lo largo de los números se irá desvelando cómo fue la fundación de la revista y, con ello, quedará claro que no es tan significativo quién era el director como la forma en que se organizaba la publicación. Porque *Vida Nueva* tenía, según se afirmaba en sus páginas, una “*organización singularísima*” (“Qué es y cómo es *Vida Nueva*”, *Vida Nueva*, 11-12-1898: sin p.) desde su mismo nacimiento: antes de empezar a publicarse unos cuantos de los redactores<sup>3</sup> enviaron una carta circular a un nutrido grupo de intelectuales y periodistas en la que

se decía que aquellos que sintieran necesidad de un periódico libre, donde el criterio o conveniencia del director no mermara la libertad del publicista, nos honrarían con su colaboración y con autorizarnos para que su nombre figurase en la lista de colaboradores. Las firmas de los redactores iban impresas; cada uno dio los nombres de aquellos escritores de su agrado (“Qué es y cómo es *Vida Nueva*”, *Vida Nueva*, 11-12-1898: sin p.).

Desde su fundación se buscaba, pues, hacer una revista “plural” en la que cada redactor “mandara” lo mismo, como recordaban con frecuencia en los textos firmados en nombre de toda la redacción:

[*Vida Nueva*] es un campo común donde todos los hombres de buena voluntad, que abominen de la reacción y amen la libertad y la justicia, pueden trabajar en defensa de sus ideales. [...] En *Vida Nueva* no hay director que imponga a los demás su criterio y el respeto a sus amistades y compromisos. Cada redactor es director de sí mismo, libre para escribir lo que juzgue conveniente y responsable de cuanto firmado o no firmado se publique. Aquí no hay responsabilidad o compromisos colectivos. *Vida Nueva* es esto: una organización en que no hay

---

<sup>3</sup> Los redactores-fundadores fueron los siguientes: Eusebio Blasco, Vicente Blasco Ibáñez, Mariano de Cavia, Francisco Fernández Villegas (Zeda), José Jurado de la Parra, Enrique Lluria, José Nakens, Luis París, Benito Pérez Galdós, Jacinto Octavio Picón, Eugenio Sellés, Rodrigo Soriano, Felipe Trigo y José Verdes Montenegro

más intereses, más conveniencias ni compadrazgos ni reciprocidades que los de la libertad y la justicia (“Qué es y cómo es *Vida Nueva*”, *Vida Nueva*, 11-12-1898: sin p.).

Se respira en las páginas de la revista un rechazo hacia cualquier jerarquía. Frente al corsé de los rangos ellos quieren un medio de expresión libre donde cada cual pueda decir lo que piense siempre y cuando sea coherente. El límite de *Vida Nueva* no era la moral pública ni la ideología política sino la ley y un mínimo de cultura que es difícil de concretar pero que se puede ver sustanciado, por ejemplo, en la cola de cada número donde, bajo el epígrafe “Correspondencia administrativa”, ofrecen argumentos para rechazar artículos y suelen hacer referencia a problemas ortográficos o a propuestas sociales utópicas.

Si Paniagua sostuvo que Blasco era el director fue porque era quien firmaba el artículo inicial; sin embargo, el propio Blasco evita denominarse a sí mismo “director” en ese mismo artículo: “*domina en la múltiple colaboración de Vida Nueva el elemento joven. Por más viejo, sin duda, han querido estos conocidos y populares escritores que hable yo aquí hoy el primero*” (“*Vida Nueva*”, *Vida Nueva*, 12-6-1898: sin p.). Paniagua no conocía esta parte del artículo porque en la colección de la Hemeroteca de Madrid —recuérdese que hasta los años 90 fue la única consultada— se hallaba deteriorada esa parte del periódico.

En cualquier caso, aunque es cierto que no tenían director sensu stricto, también lo es que Blasco puso todo su empeño en lograr que prosperara el periódico y en conseguir que se percibiera en éste la traza de su personalidad. De facto se le consideraba el director y a él iban dirigidas algunas de las cartas al director (*Vida Nueva*, 19-6-1898: sin p.) y fue él quien, en medio de varias trifulcas periodísticas, firmaba “*por mí y por todos mi compañeros*” (Blasco, 1898b: sin p.) los artículos de respuesta en nombre de toda la redacción. Su grado de implicación política en aquellas fechas fue tal que, como consecuencia de la publicación de un artículo crítico con el gobierno, fue expulsado del destino que tenía en el Ministerio de Hacienda. La historia comenzó cuando *Vida Nueva* apenas contaba con un mes de existencia. Eran momentos políticos muy delicados: España estaba en guerra y las noticias que llegaban eran malas. Blasco, que firmaba en varios periódicos, escribía una y otra vez contra la ineptitud del que debería de ser su gobierno, el liberal. La segunda semana de julio llegó a sus oídos que el gobierno estaba planteándose echarle de su puesto. El 15 de julio reacciona en *La Época* quejándose amargamente del trato recibido por el gobierno. El artículo muestra el tono de las críticas de Blasco:

El gobierno liberal, compuesto en su mayoría de amigos míos de toda la vida, trató nada menos que en Consejo de Ministros si debía o no llevar a la firma real mi muerte administrativa. Los liberales no saben consentir que un amigo franco les diga la verdad, sin duda porque no hay nadie más intransigente ni despótico

que un liberal cuando manda. [...] No se les puede decir sin que amenacen ira, a estos ministros amigos míos, que están agotados, que ya no pueden resolver nada, que la opinión les ha tomado mala voluntad y que viven divorciados de ella; que en vez de defender, como pretenden, a las instituciones, están distanciándolas del país, dejando creer que son partidarias de esto o de lo otro, y dejándolas discutir y maltratar en la prensa como no ha sucedido nunca, y logrando poco a poco que la opinión vaya echando culpas a quien no tiene sino la desgracia de haber dado con gobernantes y administradores que se lo van dejando quitar todo (1898a: sin p).

Pero a la vez, ese mismo día, anuncia su rechazo a la dirección de *Vida Nueva*, quizá como una acción estratégica, como un gesto para que se reconsiderase la decisión de cesarlo. Lo anuncia la prensa:

En afectuosa carta dirigida a los redactores del semanario *Vida Nueva* se excusa el distinguidísimo escritor Eusebio Blasco de continuar dirigiendo dicha publicación por sus muchas ocupaciones y su delicado estado de salud, no obstante seguir escribiendo los artículos que aquellos soliciten. Los redactores de *Vida Nueva* le han contestado dándole las gracias y haciéndose cargo de los motivos que obligan al Sr. Blasco a dejar la dirección (“Chismes y cuentos”, *Madrid Cómic*, 30-7-1898: 551).

De nada sirvió porque el 23 de julio, 8 días después de su dimisión como director de *Vida Nueva*, se anuncia a través de un Real Decreto de Hacienda su cese como jefe de administración de tercera clase: “*Madrid, 23 de julio a las 9:40 de la noche. Se ha firmado la cesantía de D. Eusebio Blasco del cargo que ejercía en el Ministerio de Hacienda*” (“Última hora. Telegramas urgentes”, *La Dinastía*, 23-7-1898: sin p.). Dicha expulsión le costó, según dice Nakens (1898: sin p.), 30.000 reales al año, cantidad nada despreciable en aquella época (con este motivo escribieron sendos artículos de denuncia el Dr. Pedro Recio de Tirteafuera (1898: sin p.) y José Nakens (1898: sin p.). La prensa conservadora, sin embargo, celebró su cese. Se puede leer en *Magisterio Nacional*:

No hemos visto de dicho semanario nada más que uno de los primeros números, en el cual el popular escritor aseguraba que los empleados cobraban sus sueldos sin parecer (sic) por las oficinas; y averiguado qué podría haber de cierto, resultó que el que no iba al Ministerio de Hacienda nada más que el primero de cada mes, por firmar y cobrar la nómina de 6.500 pesetas, era el director de *Vida Nueva*, Sr. Blasco, y que los empleados de pequeños sueldos a quienes él injuriaba, eran los que despachaban todo lo que a él le correspondía despachar y le daban ganado el sueldo (*Minimus*, 1898: 639).

Así pues, con las extravagancias y peculiaridades que se quiera, Eusebio Blasco ejerció de director, de *primum inter pares* de *Vida Nueva*, hasta el número 6 (“*cuando dirigía Vida Nueva*” escribirá en un artículo en *El Liberal* (Blasco, 1899: sin p.). Desde el número 6 y hasta el 65 —que es cuando Dionisio Pérez se hace cargo de la dirección— no hubo director, si acaso un gestor, cuyo nombre no se conoce.

Por la frecuencia e importancia de los artículos que escriben, Dionisio Pérez y Rodrigo Soriano son tratados a veces como representantes del periódico (a ellos, por ejemplo, dirige una carta Joaquín Costa en el número 56). Rodrigo Soriano escribió con asiduidad desde el comienzo hasta el final de *Vida Nueva* y fue fundador y seguramente uno de los inversores. Dionisio Pérez, con su nombre o bajo seudónimo, comenzó sus colaboraciones en el número 6 y aumentó la frecuencia de las mismas a partir del número 20 (46 colaboraciones en 73 números).

La filosofía de la publicación, en cualquier caso, seguía estando en el respeto de todas las opiniones. Con motivo de una disputa entre colaboradores del periódico, uno de los redactores toma partido por uno de ellos y escribe: “*Ignoro lo que harán mis compañeros. La hermosa y envidiable independencia que en Vida Nueva disfrutamos desde que no hay director con numerosos e ineludibles compromisos, hace innecesarios los acuerdos previos en asuntos de trabajo*” (Nakens, 1899: sin p.).

La opinión del conjunto de todos los redactores tuvo máxima importancia en las decisiones editoriales, como se desprende del hecho de que los artículos importantes los firmara “*la redacción de Vida Nueva*” (“Proceso de Montjuich”, *Vida Nueva*, 4-6-1899: sin p.). A partir del número 65, y hasta el final, el director fue Dionisio Pérez, según se puede leer en la cabecera del periódico. Su llegada fue propiciada por problemas organizativos: prosperaban las primeras denuncias y si se quería que la revista continuara era preciso que alguien se dedicara completamente a ella. El nuevo director no pretendía cambiar nada de la filosofía, sólo permitir una gestión que lo hiciera viable. Y así se preocupó porque quedara claro a través de un artículo que apareció en ese mismo número:

Varias veces hemos definido el carácter de *Vida Nueva*. Queríamos hacer un periódico donde cupieran toda clase de discusiones: un periódico sin director, donde cada colaborador fuese director de sí mismo, ancho campo de libertad y de justicia, donde todos pudieran luchar sin las trabas que en los demás periódicos hallamos. Confesamos noblemente que nos hemos equivocado. Un año de experiencias nos demuestra que la fundación de ese periódico ideal es prematura en España (“*Protestas*”, *Vida Nueva*, 3-9-1899: sin p.).

## 5 Los últimos días de *Vida Nueva*

Nada se ha escrito sobre las causas de la desaparición de *Vida Nueva*. El cierre no se debió a dificultades ideológicas o a rencillas políticas sino a todo un conjunto de problemas de carácter económico: según se puede leer en los últimos números la voluntad de los que allí colaboraban era continuar con la publicación. No sólo no se aprecian rencillas sino que el entendimiento entre los redactores fue creciendo con el tiempo. Con motivo del primer aniversario de la revista se reunieron los redactores en una “fiesta de familia” de la que informaron en la revista:

En ella se ratificó en todos el propósito de continuar haciendo de *Vida Nueva* lo que desde un principio fue. [...] Sin pretensión de hacer actos políticos que nos parecen anticuados, crean nuestros lectores queridísimos, que tanto nos honran, que en la reunión de *Vida Nueva* sólo se escucharon palabras de entusiasmo, de fe en el porvenir y de desinterés. [...] Adelante, pues, *Vida Nueva for ever* (“Fiesta de familia”, *Vida Nueva*, 24-6-1899: sin p.).

Los ingresos de la publicación llegaban exclusivamente por la vía de la publicidad y de las ventas. Conviene aclarar que *Vida Nueva* no recibía dinero de ninguna institución ni partido político, lo cual estaba más bien extendido en esta clase de publicaciones. Los redactores de esta revista se jactaron en más de una ocasión de la independencia que les concedía no estar sujetos a ninguna institución:

Si así son los periódicos de Madrid [sobreviven gracias a las subvenciones], y es posible que *Vida Nueva* lo haya dicho antes que nadie, conste que nosotros no somos periódico madrileño. *Vida Nueva* ni tiene subvenciones, ni hace la corte a los políticos, ni siquiera adula a la opinión, a la que frecuentemente hemos fustigado (“La prensa de Madrid juzgada por la de Barcelona”, *Vida Nueva*, 6-8-1899: sin p.).

Con este sistema de financiación la revista, según se preocupaban ellos por decir, no llegó a ser rentable en ningún momento de su existencia:

*Vida Nueva*, que no ha sido, ni es ni será nunca una empresa editorial ni un órgano de bandera política, no quiere ni debe engañar a sus lectores. [...] En poco más de un año *Vida Nueva*, cuyos ingresos no han cubierto nunca los gastos de la publicación a pesar de la grandísima popularidad que hemos alcanzado, ha consumido todas nuestras escasas fuerzas (“La prensa de Madrid juzgada por la de Barcelona”, *Vida Nueva*, 6-8-1899: sin p.).

Así las cosas, en *Vida Nueva* se encontraron con tres problemas económicos que se fueron agravando con el tiempo: los frecuentes robos, las deudas contraídas por los diversos corresponsales y las denuncias de que eran objeto. A tenor del número de veces que denunciaban los hurtos, debían ser frecuentes. Sufrieron robos de la Edición

de Provincias, bien para venderla en Madrid y quedarse con el beneficio, bien para venderla como papel. En varias ocasiones llegaron a publicar, incluso, los nombres de los ladrones. Ya en el número 9 se encuentra la siguiente denuncia:

El público debe saber que habiendo nosotros descubierto en Correos un robo de periódicos, que se verificaba substrayendo paquetes que debían ir a provincias para nuestros corresponsales y suscriptores, El Correo, periódico ministerial, en vez de ponerse al lado de sus colegas robados, trata de disculpar al ladrón con excusas inadmisibles. El hecho está probado y el ordenanza culpable entregado a los tribunales, y el periódico de cámara del señor Sagasta casi llega hasta defender estas cosas que pasan bajo la administración liberal. ¡Qué vergüenza! (*Vida Nueva*, 7-8-1898: sin p.).

La noticia fue muy comentada y celebrada. En *La Correspondencia de España* (“Papel al peso”, *La Correspondencia de España*, 4-8-1898: sin p.) cuentan con detalle cómo un empleado de Correos sustraía paquetes de periódicos y los vendía como papel al peso. Aunque no todo fueron felicitaciones: la prensa más reaccionaria se entristece de que se procese al ladrón y lo comunica en un artículo de título elocuente “Un delincuente honrado”:

¿Qué mayor bien podía hacer este a sus hermanos de provincias que librarles de que les cayera encima ese periodicucho-calamidad llamado Vida Nueva, en lugar de llamarse Mala Vida, condenado por las autoridades religiosas, despreciado por las autoridades literarias y no recogido por las autoridades gubernativas, porque para muchas cosas no las tenemos? (Gil, 1899: sin p.).

Desde las publicaciones conservadoras se animaba constantemente a los vendedores de la prensa para que no promocionaran la revista:

*Vida Nueva* sufre una persecución encarnizada y tenaz por parte del clero y de los neos, que nos combaten rastaramente sobornando a nuestros corresponsales, induciéndoles a no vocear el periódico por las calles y a negarlo a las personas que lo piden (“Aumento de precio”, *Vida Nueva*, 8-10-1899: sin p.).

La cuestión de los morosos —“*polilla de todos los periódicos españoles*” (“Aumento de precio”, *Vida Nueva*, 8-10-1899: sin p.) como indicaron en uno de los números— también fue creciendo conforme los números avanzaban. Tampoco fueron pocas las denuncias y los avisos. Es común encontrar amenazas a algunos representantes: si no saldaban las deudas no se les volvería a enviar más periódicos. Incluso cuando algunos lectores se quejaron de que a sus ciudades no estaba llegando la publicación, se les respondió que el distribuidor de esa zona adeudaba una fuerte cantidad de dinero al periódico. La siguiente advertencia se publicó en el número 75:

Los lectores de *Vida Nueva* que residan en pueblos donde el corresponsal deje de recibir el periódico, deben dirigirse directamente a la administración, C/ Santa Engracia, 45. Hacemos esta advertencia porque en breve plazo nos veremos obligados a suspender el envío del periódico a varios corresponsales que no cumplen sus compromisos con esta Administración (“Advertencia”, *Vida Nueva*, 12-11-1899: sin p.).

A estos problemas se debe añadir toda la serie de denuncias de que fue objeto. Si en condiciones normales a una publicación le costaba mucho subsistir, cuando la publicación era objeto de denuncias, la situación se tornaba insostenible. El proceso de denuncia implicaba que se secuestraban los ejemplares de la edición denunciada. El juez debía determinar si había o no razón para continuar con el proceso: si la había, los periódicos secuestrados acababan en la basura y si no la había, llegaban a su destino con varios días de retraso con el perjuicio de venderse menos habida cuenta de que había perdido actualidad. En ningún caso la empresa periodística percibía subvención alguna. Esta manera de funcionar significaba que si una publicación —cuyos ingresos dependían de las ventas— era denunciada con asiduidad, debía de acabar cerrando por asfixia económica. Desde las páginas del periódico lo explican a las claras:

No es un mérito extraordinario, por lo tanto, esto de verse obligados a hacer antenas en las escribanías de los juzgados madrileños. Pero, preventivamente, el Gobierno secuestra todos los ejemplares que puede sin abonar indemnización alguna, ni siquiera por los sellos del franqueo, cuando los Tribunales reconocen que en el artículo denunciado no había materia de delito. Esto es un abuso intolerable que sólo se comete con los más pequeños (“Denunciados”, *Vida Nueva*, 14-1-1900: sin p.).

Después de sufrir el secuestro de algunos números trataron de burlar la censura enviando los periódicos antes de que los pudieran secuestrar y eso les dio resultados algunas veces y sólo con una parte de la edición; así explican la estrategia:

Como a la denuncia sigue inmediatamente la recogida de la tirada, tomamos nuestras precauciones para librar el número de las iras policíacas. Lo hemos logrado casi totalmente, aunque el periódico haya llegado a algunas poblaciones con tres días de retraso (“Denunciados”, *Vida Nueva*, 14-1-1900: sin p.).

Y hacen el propósito de que lleguen los periódicos a todos los lectores aunque ello suponga un perjuicio para la propia revista: “y si nos denuncian también y hay secuestro de paquetes, haremos una nueva tirada” (“Denunciados”, *Vida Nueva*, 14-1-1900: sin p.). Las denuncias llegaron por diversos motivos. Nicolás Estévez, fue denunciado por llamar a la insurrección popular. Sin embargo la mayor parte de las denuncias tuvieron un carácter religioso: “A la hora en que escribimos estas líneas ignoramos qué artículos o sueltos han sido considerados pecaminosos [...]. Con motivo

*de las últimas denuncias, el jueves fue procesado nuestro director Dionisio Pérez, por escarnio a la religión de nuestros mayores” (Vida Nueva, 18-3-1900: sin p.).*

El número de denuncias sobrepasó la docena. A algunas de ellas apenas le prestan atención, pero a otras, aquellas que parecen más injustas, las responden con artículos, no exentos de ironía y de humor. Uno de los artículos de Luis Bonafoux, por ejemplo, fue denunciado por “ataques a la moral”. El artículo había aparecido en el número 87 y consistía en una entrevista a Ruiz Zorrilla en París. Allí Bonafoux le hacía ver cómo la prensa monárquica estaba publicando artículos en donde se informaba del regreso de Ruiz Zorrilla a Madrid. Ese regreso se interpretaba como una claudicación de su republicanismo y, por tanto, una aceptación de la monarquía; los artículos alababan al político, si decidiera regresar a España, por su comportamiento responsable. Ruiz Zorrilla responde a Bonafoux diciéndole que no se cree tales alabanzas del enemigo: “cuando uno quiere tirarse a una mujer, empieza por decirle que es bonita, y buena, y hermosa, etc.; y después que se la ha tirado, la echa de su lado”. El artículo fue denunciado, como se ha dicho, por ataques a la moral. La prensa se hizo eco del artículo: “¿quién no sabe cómo hablan ordinariamente los carreteros? Pues así habla Bonafoux en *Vida Nueva*” (Minimus, 1900: 90-91).

Dionisio Pérez escribió una carta pública (Pérez, 1900: sin p.) a Bonafoux donde le reiteraba su absoluta libertad para enviar los artículos que considerara oportunos. Debajo de esa carta *Vida Nueva* publicaba un artículo (“Cuestión vieja... siempre nueva”) con fragmentos de Cervantes, Voltaire, Guillén de Castro y Tirso de Molina entre otros, donde aparecían escenas más subidas de tono que la publicada por Bonafoux. “Vayan ustedes a paseo” fue el artículo que Bonafoux escribió a la semana siguiente para agradecer a Dionisio Pérez su confianza y el apoyo por la libertad que había en *Vida Nueva* (Bonafoux, 1900: sin p.).

Lo cierto es que la revista se había ganado la enemistad de muchos sectores. A partir del número 80 el acoso fue imparable. La revista dejó entrever poco a poco cómo hacían mella en su ya maltrecha economía. Un par de meses antes de que cerraran se percibía un cambio en la mentalidad de los colaboradores: ya no confiaban en que España estuviera madura para el cambio social, ya que el escarnio a la “religión de los mayores” seguía pagándose con la desaparición y el olvido.

Trataron de compensar las pérdidas con un aumento del precio y con la impresión de una edición económica los jueves. Buscaron soluciones a través de las mudanzas a redacciones más económicas. Más tarde se prescindió de los redactores y la revista se realizaba a través de colaboraciones. Al final se acabó pidiendo la ayuda de los lectores a través de donativos. En el número 93 se podía apreciar una tabla con el encabezamiento: “Suscripción para compensar las pérdidas y gastos que ocasionan las frecuentes denuncias de *Vida Nueva*. Cuarta Lista”. Se detallaban los nombres de los lectores que habían entregado dinero (uno de ellos es Juan Ramón Jiménez). El total

de las colaboraciones ascendía a 373,50 pesetas. El tono de este artículo permite comprender el clima de la redacción un mes antes de desaparecer:

Nuestro número del domingo ha sido denunciado. Con ésta ya son seis las denuncias que hemos sufrido en el mes de Febrero. A denuncia por número. Ha tocado el turno esta semana a dos de nuestros más queridos colaboradores, Pompeyo Gener y Rodríguez La Orden, un catalán y un sevillano. Con lo cual tenemos empapelada casi toda la redacción [...]. El caso es que así no se puede vivir. Cada denuncia nos ocasiona un sin número de pérdidas y gastos que Vida Nueva, [...] no puede sostener. Tampoco podemos retroceder. [...] Si nuestros lectores nos ayudan, Vida Nueva no morirá, a pesar de todas las denuncias, de todos los procesos y de todas las persecuciones (Edición Popular de *Vida Nueva*, 22-2-1900: sin p.).

El peso de las deudas ahogó definitivamente, un 25 de marzo, cualquier posibilidad de seguir adelante.

## Referencias bibliográficas

ANÓNIMO (1898): "Vida Nueva" en *Vida Nueva*, nº 1, 12-6-1898, sin p.

— (1898): *Vida Nueva*, nº 2, 19-6-1898, sin p.

— (1898): "The voice of Young Spain" en *Vida Nueva*, nº 3, 26-6-1898, sin p.

— (1898): "Ecos del día" en *La Época*, nº 17.281, 15-7-1898, sin p.

— (1898): *Vida Nueva*, nº 6, 17-7-1898, sin p.

— (1898): "Última hora. Telegramas urgentes" en *La Dinastía*, nº 6.608, 23-7-1898, sin p.

— (1898): "Chismes y cuentos" en *Madrid Cómico*, nº 806, 30-7-1898, p. 551.

— (1898): "Papel al peso" en *La Correspondencia de España*, 4-8-1898, sin p.

— (1898): *Vida Nueva*, nº 9, 7-8-1898, sin p.

— (1898): "Fuego graneado" en *La Lectura Dominical*, nº 257, 4-12-1898, p.782.

— (1898): "Qué es y cómo es *Vida Nueva*" en *Vida Nueva*, nº 27, 11-12-1898, sin p.

— (1899): "Advertencia" en *Vida Nueva*, nº38, 26-2-1899, sin p.

- (1899): “Proceso de Montjuich” en *Vida Nueva*, nº 52, 4-6-1899, sin p.
- (1899): “Fiesta de familia” en *Vida Nueva*, nº 55, 24-6-1899, sin p.
- (1899): “La prensa de Madrid juzgada por la de Barcelona” en *Vida Nueva*, nº 61, 6-8-1899, sin p.
- (1899): “Protestas” en *Vida Nueva*, nº 65, 3-9-1899, sin p.
- (1899): “Aumento de precio” en *Vida Nueva*, nº 70, 8-10-1899, sin p.
- (1899): “Advertencia” en *Vida Nueva*, nº 75, 12-11-1899, sin p.
- (1900): “Denunciados” en *Vida Nueva*, nº 84, 14-1-1900, sin p.
- (1900): “¿Se puede vivir... caballeros?” en *Vida Nueva* (Edición Popular), nº 4, 22-2-1900, sin p.
- (1900): *Vida Nueva*, nº 93, 18-3-1900, sin p.
- (1900): “Fraternidad intelectual” en *El Heraldo de Madrid*, nº 3.437, 9-4-1900, sin p.

AZORÍN [SEUD. de MARTÍNEZ RUIZ, J.] (1903): “Pío Baroja y su última novela: Los compañeros” en *Alma Española*, nº 8, 27 de diciembre de 1903, p. 9.

BLASCO, E. (1898a): “Ecos del día” en *La Época*, nº 17.281, 15-7-1898, sin p.

— (1898b): “Al Sr. Arzobispo de Sevilla” en *Vida Nueva*, nº 10, 14-8-1898, sin p.

— (1899): “Pequeñeces de los grandes” en *El Liberal*, 5-12-1899, sin p.

BLEIBERG, G. (1948): “Algunas revistas literarias hacia 1898” en *Arbor*, nº 36, 1948, pp. 465-480.

BONAFOUX, L. (1900): “Vayan ustedes a paseo” en *Vida Nueva* (edición popular), nº 4, 22-2-1900, sin p.

CELMA VALERO, M. (1991): *Literatura y Periodismo en las Revistas del Fin de Siglo. Estudio e Índices (1888-1907)*, Madrid, Ed. Júcar.

SEOANE, M. C. y SÁIZ, M. D. (1996): *Historia del Periodismo en España*, Tomo 3: “El siglo XX: 1898—1936”, Madrid, Alianza Universidad.

DE TORRE, G. (1941): “La generación española de 1898 en las revistas del tiempo” en *Nosotros*, nº 15, octubre de 1941, pp. 3-38.

— (1969): “El 98 y el modernismo en sus revistas” en *Del 98 al Barroco*, Madrid, Gredos, pp. 12-70.

- DIAZ-PLAJA, G. (1951): "Modernismo a través de las revistas" en *Modernismo frente a noventa y ocho*, Madrid, Espasa Calpe, pp. 20-46.
- FUENTES, J. F. y FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, J. (1998): *Historia del Periodismo Español*, Madrid, Síntesis.
- GIL BLAS [SEUD] (1899): "Un delincuente honrado" en *La Lectura Dominical*, nº 262, 8-1-1899, p. 21.
- GRANJEL, L. S. (1966): *La generación literaria del 98*, Salamanca, Anaya.
- GÓMEZ APARICIO, P. (1967): *Historia del Periodismo Español. Desde la "Gaceta de Madrid" (1661) hasta el destronamiento de Isabel II*, Madrid, Editora Nacional.
- LEE BATES, K. (1899): "Spain's political crisis" en *New York Times*, 27-8-1899, sin p.
- MINIMUS [SEUD] (1898): "Fuego Graneado" en *La Lectura Dominical*, nº 248, 2-10-1898, p. 639.
- (1900): "Fuego Graneado" en *La Lectura Dominical*, nº 319, 11-2-1900, p. 90-91.
- NAKENS, J. (1898): "A Eusebio Blasco" en *Vida Nueva*, nº 8, 31-7-1898, sin p.
- (1899): "Menéndez Pelayo" en *Vida Nueva*, nº 32, 15-1-1899, sin p.
- MOLINA, C. A. (1990): *Medio siglo de Prensa literaria española (1900—1950)*, Madrid, Endymion.
- PALOMO, M. del P. [coord.] (1997): *Movimientos Literarios y Periodismo en España*, Madrid, Síntesis.
- PANIAGUA, D. (1964): *Revistas culturales contemporáneas (de "Germinal" a "Prometeo")*, Madrid, Punta Europa.
- PÉREZ, D. (1900): "Carta...inmoral" en *Vida Nueva* (edición popular), nº 3, 15-2-1900, sin p.
- RECIO DE TIRTEAFUERA, P. [SEUD. de PÉREZ, Dionisio], (1898): "Retratos. El hombre del día" en *Vida Nueva*, nº 8, 31-7-1898, sin p.
- RIBBANS, G. (1958): "Riqueza inagotada de las revistas literarias modernas" en *Revista de literatura*, nº 13, 1958, pp. 30-47.
- RIVAS BRAVO, N. (2000): "Rubén Darío en la revista *Vida Nueva*", *Philologia Hispalensis*, nº 14, 2000, pp. 249-52.

UNAMUNO, M. (1916): “De las tristezas españolas: Nuestra egolatría de los del 98” en *Los Lunes de El Imparcial*, nº 17.583, 31-1-1916, sin p.

## **LAS TIRAS DE PRENSA NORTEAMERICANAS DE FINALES DEL SIGLO XIX Y PRINCIPIOS DEL SIGLO XX COMO REFLEJO DE LA SOCIEDAD<sup>1</sup>**

Francisco Saez de Adana Herrero

Investigador Colaborador del Instituto de Estudios Norteamericanos, Universidad de Alcalá

Departamento de Comunicación, Universitat Pompeu i Fabra  
kiko.saez@uah.es

**Recibido: 1-10-2014**

**Aceptado: 10-11-2014**

**Resumen:** *En este trabajo se analiza el papel de las tiras de prensa publicadas en los periódicos norteamericanos desde finales del siglo XIX hasta mediados del siglo XX como representación, a través de la ficción, de la sociedad estadounidense de la época. Se muestra la capacidad de este medio de expresión, utilizado como entretenimiento de un público mayoritario, para transmitir las inquietudes de dicha sociedad. Se analizan, entre otros, aspectos como la creación de una nueva sociedad urbana, la nostalgia de la frontera o los efectos de la Gran Depresión.*

---

<sup>1</sup> Este trabajo ha sido posible gracias a la Beca Benjamin Franklin concedida por el Instituto Franklin de Investigación en Estudios Norteamericanos de la Universidad de Alcalá.

**Palabras clave:** *Tiras de prensa, sociedad norteamericana, historia cultural*

---

**Abstract:** *The role of the newspaper strips published in American newspapers from the end of the 19<sup>th</sup> century to the middle of the 20<sup>th</sup> as reflection, through the fiction, of the United States society of that age is analyzed in this work. The capability of this medium of expression, used as entertainment for a major audience, to transmit the concerns of that society is shown. Aspects as the creation of a new urban society, the nostalgia of the border of the effects of the Great Depression are analyzed among others.*

**Keywords:** *Newspaper strips, American society, cultural history*

## 1 Introducción

En octubre de 1989, expertos de varios países se reunieron en el Salón Internacional de Lucca en Italia, para determinar el origen del cómic. Prácticamente por unanimidad dicho origen se dató en 1896 con la aparición de *The Yellow Kid* en las páginas de *The New York World* editado por Joseph Pulitzer. El carácter discutible de dicha decisión, obviando por ejemplo el trabajo de Rodolphe Topffer (que algunos autores como William Kuskin consideran no sólo el padre del cómic, sino de la novela gráfica, término por lo demás también bastante discutible (como se puede ver en Barrero et al., 2013) en la primera mitad del siglo XIX, sirvió como excusa para poder celebrar el centenario del cómic como medio en el año 1996, tratando de dar cierta notoriedad a esta forma de expresión y, en cierta manera, tratando de igualarlo con el cine cuya fecha de nacimiento parece más clara. Como se ha comentado, marcar *The Yellow Kid* como inicio del cómic como arte puede ser discutible (Smolderen, 2009), pero dicha efemérides puede servir para marcar el comienzo del mismo como medio de comunicación ligado a su publicación en la prensa norteamericana, aspecto que centra el interés de este artículo. Como bien afirma Walter Benjamin, la obra de arte se ve mediada por las condiciones de producción (1973: 18). Y el hecho de que el cómic encontrara en los periódicos su medio de difusión durante mucho tiempo, condicionó el carácter del cómic como arte, ya que impuso unas condiciones de formato y periodicidad ligadas a dicho medio de publicación. Como afirma Iván Pintor “*las viñetas ofrecen un espacio privilegiado para recuperar la memoria*” (2014), aspecto que se pone de manifiesto repetidamente en las manifestaciones más recientes de este arte (ejemplos como los de Joe Sacco, Art Spiegelman o Guy Deslile que tan bien recoge el propio Pintor), pero que nace en el cómic de prensa publicado en la primera mitad del siglo XX.

El objetivo de este artículo es hacer un recorrido por los primeros cómics de prensa mostrando fundamentalmente su carácter de imagen de la historia y, más concretamente, de la sociedad norteamericana de su época. Se trata de poner de

manifiesto el carácter del cómic de prensa como medio de transmisión de la historia, especialmente en las primeras manifestaciones de dicho arte. La forma de reproducción, citando de nuevo a Benjamin, en forma de tiras diarias o planchas dominicales, condicionará al cómic al publicarse junto a las noticias de la época y, además, siendo la prensa uno de los principales medios de entretenimiento durante esos años, por su capacidad para llegar a millones de lectores de todas las edades y condiciones sociales. El cómic, como la mayor parte de las obras de arte, es un reflejo de la sociedad en la que se desarrolla. Sin embargo, su publicación en prensa, acentúa aún más su carácter social e histórico. El carácter temporal de su publicación, el hecho de que fueran publicados diariamente o semanalmente condicionaba la experiencia lectora y, sobre todo, ligaba estas obras al tiempo. Sin embargo, esta publicación periódica, no es el único motivo para ese carácter histórico, ya que dicha periodicidad ya se producía en otras manifestaciones de la cultura popular como el folletín. De esta forma, el cómic encuentra una ligazón aún mayor con la temporalidad, debido a su publicación junto a los acontecimientos sociales e históricos, que hace que se convierta en un medio ideal para el reflejo de dichos acontecimientos, como ya han señalado otros estudios con respecto al humor gráfico (Gregório, 2007; Hampton, 2013; Peñamarín, 2012). Este artículo mostrará cómo el pensamiento y la sociedad norteamericana se ven reflejados en esos primeros cómics de prensa y, no sólo en el humor gráfico como demuestran los estudios anteriormente mencionados.

La metodología empleada ha sido un análisis lo más exhaustivo posible de las diferentes tiras de prensa publicadas en este período, fundamentalmente, a través de las reediciones que se han llevado a cabo en los últimos años, gracias al esfuerzo de varias editoriales por recuperar el patrimonio de la historieta. También se han analizado dichas páginas accediendo a sus publicaciones originales en prensa conservadas en el *Billy Ireland Cartoon Library & Museum*, durante una estancia de investigación realizada en abril de 2014. Entre todo el material consultado, se han seleccionado varias tiras que se presentan en este artículo, como ejemplos representativos del reflejo del pensamiento y de la sociedad norteamericana de la época, que es la tesis principal de este artículo. Se muestran una gran profusión de ejemplos, para subrayar esa idea de que la tesis mencionada es un fenómeno extensivo a lo largo del cómic de prensa de esta época. Esta gran variedad de casos puede resultar en un análisis menos profundo de cada uno de ellos, pero se considera interesante con el fin de demostrar lo extendido del fenómeno estudiado. Esto no quiere decir que estos casos sean los únicos. Sin embargo, ha sido necesaria una labor de selección para encontrar el equilibrio entre la idea de demostrar la tesis con un número suficiente de ejemplos y respetar una extensión razonable para el artículo y un nivel de análisis suficiente para cada uno de ellos.

Existen otros trabajos en la literatura cuyo objetivo es utilizar el cómic para estudiar la sociedad contemporánea. Algunos de ellos, referentes al humor gráfico, ya se han

mencionado anteriormente. Otros ejemplos pueden ser Costello (2009), donde se estudia la América de la Guerra Fría, Frezza (2009) que trata de la guerra y la posguerra en la ciencia ficción contemporánea o Rodríguez Moreno (2010) sobre la producción de la editorial Timely durante la Segunda Guerra Mundial. Este artículo pretende contribuir a la literatura con el análisis de la Norteamérica de los primeros años del siglo XX y su relación con el cómic de prensa.

Para el lector no iniciado es interesante indicar qué es el cómic de prensa también conocido como tira de prensa. Una tira de prensa es un cómic que se publica en los periódicos en los que se recoge bien una secuencia cómica o bien una narrativa serializada. Las tiras de prensa muestran dos diferentes formas: por un lado, tenemos la tira propiamente dicha, de forma horizontal, en blanco y negro que se publica tradicionalmente de lunes a sábado y, por otro, la página dominical a todo color, generalmente publicada en suplementos especiales que aparecen obviamente los domingos y que, dada su extensión, permite ofrecer secuencias de la historia más largas. Las tiras de prensa pueden mostrar una historia autoconclusiva en cada secuencia diaria, cosa que, generalmente sucede con las tiras humorísticas o pueden establecer una continuidad a través de la serialización, continuando la historia del día anterior, situación que se da, generalmente, en las denominadas tiras de aventuras, aunque esta correspondencia entre el género y el tipo de tira no es exclusiva. Es importante reseñar la publicación de las tiras junto a los periódicos, como ya se ha comentado, elemento que es tradicional en Estados Unidos a lo largo de todo el siglo XX. Este fenómeno se dará también, aunque en menor medida, en Europa. Sin embargo, en ocasiones, especialmente en el caso europeo, se pueden encontrar tiras en otros medios de comunicación como revistas o magazines, en donde, dada la cadencia de publicación cambia el modelo de publicación pudiéndose publicar tanto tiras horizontales como páginas a color sin mantener, obviamente, la cadencia diaria o semanal que supone la publicación en periódicos. Más información sobre el cómic de prensa se puede encontrar en Guiral, 2007; Harvey, 1995; Harvey, 2009; Horn, 1984; Steranko, 1970; y Trabado, 2012.

## **2 De *The Yellow Kid* a *Little Nemo in Slumberland*. La infancia como reflejo de la sociedad**

El personaje de *The Yellow Kid* apareció por primera vez el 5 de mayo de 1895 en las páginas de una serie llamada *Hogan's Alley* creada por Richard F. Outcault e inscrita dentro del suplemento dominical creado por Pulitzer para *The New York World* en

1889. Pulitzer se dio cuenta que la inclusión de dibujos en su periódico aumentaba las ventas del mismo, ya que completaba el carácter de entretenimiento que los periódicos de la época debían tener para llegar a toda la familia. Sin embargo, como se ha comentado antes, no se considera el nacimiento del cómic hasta 1896, concretamente en el mes de mayo, cuando Outcault introduce en el camisón amarillo del personaje (rasgo distintivo del mismo, del que recibe su nombre) un texto que hace las veces de diálogo del personaje. Desde el principio, con o sin bocadillos, la página se convirtió tal y como afirma Guiral “*en una representación burlesca de la [...] vida cotidiana de un barrio trabajador muy humilde en el que convivían personas de diversas razas*” (2007: 31). El carácter de reflejo de una sociedad está fuertemente presente desde el principio. *The Yellow Kid* se convierte, prácticamente desde sus comienzos, pero principalmente desde la incursión del diálogo en la serie, en un personaje que mira fijamente al lector, interpretando los sucesos cotidianos para él. Se puede considerar que es el hombre del lector que, a través de las frases de su camisón ha convertido el dibujo de prensa, en algo más, en un medio a través del cual transmitir su mensaje, en un medio de comunicación al fin y al cabo. El impacto de *The Yellow Kid* fue tan importante, que los principales magnates de la prensa, el ya citado Pulitzer y William Randolph Hearst se disputaron la posibilidad de que el personaje apareciera en sus diarios estrella, el ya mencionado *World* y el *New York Journal* respectivamente, como puede verse en Blackbeard (1984), donde se manifiesta que durante un tiempo el personaje se publicó en ambos periódicos simultáneamente, tras una sentencia judicial resultado de un enfrentamiento jurídico entre los dos magnates de la prensa (un estudio más detallado sobre el periodismo norteamericano de la época puede verse en Campbell, 2006; Sánchez Aranda, 1998; Whyte, 2009). Este impacto y el carácter del cómic como medio de comunicación se manifiesta en la creación de un término, tal y como afirma Waugh, el del periodismo amarillo (1947: 1), que en sus comienzos describía el tipo de prensa que tanto Pulitzer como Hearst llevaban a cabo para magnificar los sucesos. Hasta ese momento los periódicos se editaban desde lo que se consideraba “*un punto de vista caballeroso*” (Waugh, 1947: 7) reflejando las ideas de los lectores de clase alta, pero en ningún momento reflejando las de aquellos lectores más terrenales. El hecho de crear una prensa para este tipo de lector, y que, en dicho tipo de prensa, casualmente uno de sus elementos de éxito era la presencia (en ambos periódicos) de un chico amarillo que, por un lado, reflejaba las inquietudes del hombre de barrio, del americano medio, y que, además, había sido objeto de una cruenta lucha con el único fin de obtener más lectores, motivó que se escogiera el color amarillo para la creación de un término que ha sobrevivido hasta nuestros días.

Muchos otros cómics con niños se publicaron durante la época, entre las que merecen destacarse *The Katzenjammer Kids* creado en 1897 por Rudolph Dirks. Desde muy pronto los editores se dieron cuenta de que los cómics vendían periódicos y, una primera impresión (bastante parcial) era que los niños eran los principales lectores del

suplemento de prensa. Hay que tener en cuenta que, en principio, los cómics sólo se publicaban como páginas dominicales a color (todavía no había aparecido la tira diaria), por lo que su carácter separado fomentaba esa lectura infantil. El éxito de *The Yellow Kid* empezó a cambiar un poco la dinámica, pero los primeros suplementos dominicales todavía están mayoritariamente poblados por personajes infantiles como los citados anteriormente, que muestran las vivencias de los chicos de barrio, como si el éxito de *The Yellow Kid* estuviera exclusivamente basado en su carácter infantil, circunstancia que en la mayor parte de las series, incluida la propia del chico amarillo, no era del todo cierta por la cantidad de consideraciones sociales de toda índole que dichas series incluían.

La mayor parte de estas series con niños como protagonistas mostraban un aspecto de la vida norteamericana muy cercano al que se ha comentado en *The Yellow Kid*: el chico de barrio que se cría en las calles de las incipientes ciudades norteamericanas. Hay que considerar que hasta ese momento, los cómics sólo entretenían a unos pocos millones de lectores que vivían dentro o alrededor de las grandes ciudades y que tenían acceso a los periódicos mencionados anteriormente. La época de la difusión masiva en todo el territorio estadounidense (y fuera de él) todavía no había llegado. Sin embargo, incluso en ese ámbito tan “limitado”, una nueva clase social estaba apareciendo. El hombre de negocios norteamericano empezaba a vivir en los suburbios en casas situadas en filas una junto a otra como si de pequeñas plantaciones se trataran, dedicando parte de su vida diaria al trayecto de ida y vuelta a la ciudad donde realizaba su labor profesional. La familia era, como para toda la sociedad norteamericana, importante para esta nueva clase social y estos complejos residenciales pronto se llenaron de niños que, cada domingo, seguían el ritual de leer el suplemento dominical de los periódicos. Y esos niños no eran Yellow Kids de ninguna de las maneras. Y sobre todo sus padres no estaban cómodos con la imagen de la infancia que un personaje como *The Yellow Kid* transmitía. Otro tipo de personaje infantil era necesario. La Figura 1 muestra un ejemplo de plancha dominical de *The Yellow Kid* donde se ve una radiografía del comportamiento del chico de barrio con algunas actitudes poco educativas para el chico de la nueva clase media que vive en los suburbios.

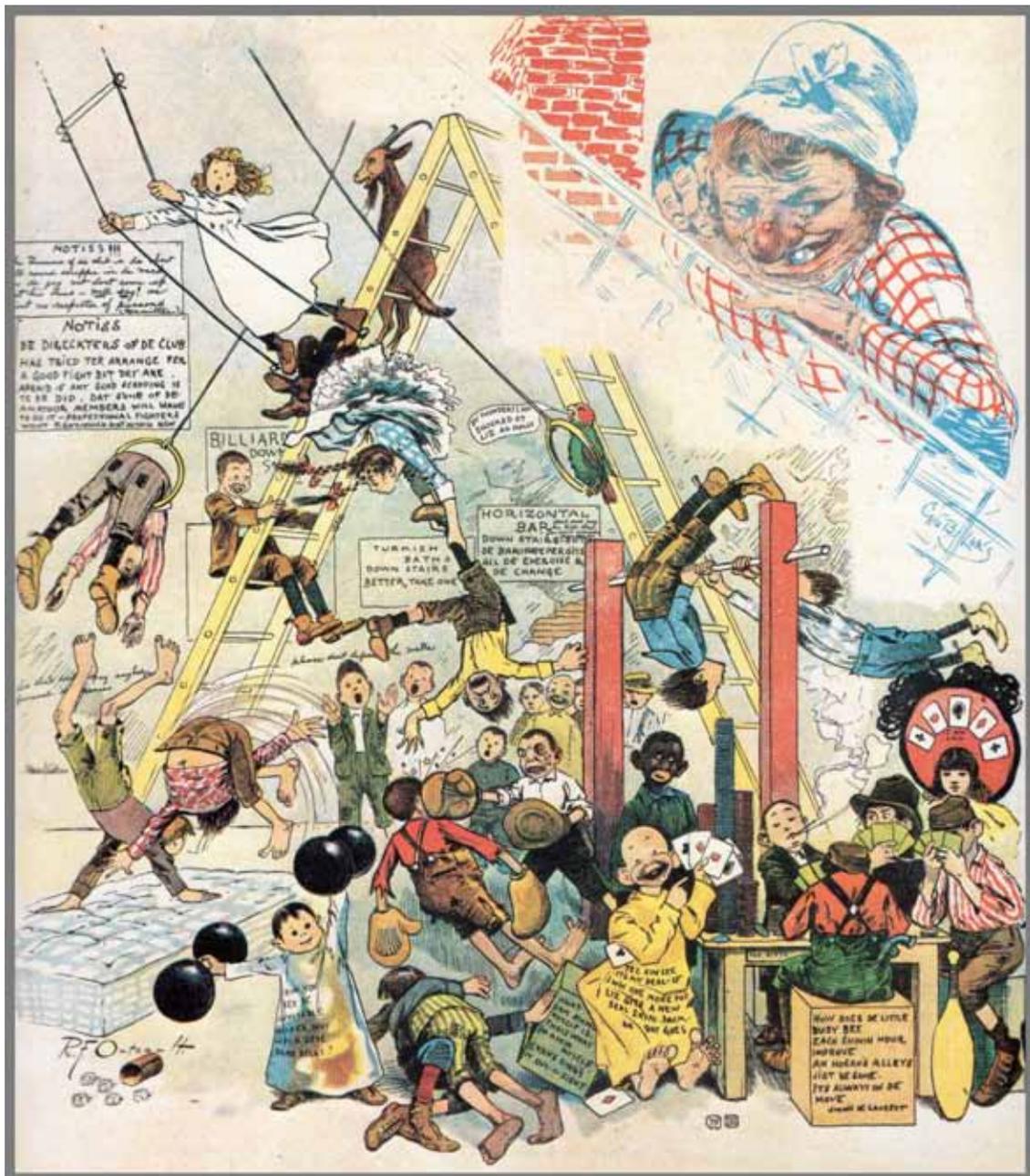


Figura 1. Página dominical de *Hogan's Alley* con la aparición de Yellow Kid del 27 de septiembre de 1896.

En esa circunstancia un personaje como *Little Nemo* nace para cubrir ese sector del entretenimiento infantil, aunque muy pronto demostró ser algo mucho más sofisticado. La serie *Little Nemo in Slumberland* fue creada por Winsor McCay en 1905 para *The New York Herald*. El mecanismo de la serie siempre es el mismo. El pequeño Nemo se acuesta en su cama en la primera viñeta para introducirse en el mundo mágico de Slumberland, donde cada domingo vivirá una aventura diferente (algunas de ellas con continuidad de una página dominical a otra), que siempre concluye con su despertar en la última viñeta de la página de cada domingo. Por tanto, se trata de una serie enmarcada en el mundo de los sueños, elemento que aprovecha su autor para dar rienda suelta a su imaginación construyendo un mundo de fantasía haciendo uso

del tamaño que las enormes páginas dominicales de la época (de 40.6x53.3 cm) le permitían y del color en el que se reproducían dichas páginas. El elemento visual y de creación de lenguaje de *Little Nemo* ha sido ampliamente estudiado (Apolonides et al., 2005; Guiral, 2007; Horn, 1984; Steranko, 1970; Trabado, 2012), aunque este juego con el lenguaje visual será analizado aquí posteriormente desde otro punto de vista. Sin embargo, en este momento resulta de mayor interés el reflejo que, en la serie, aparece de la sociedad norteamericana de la época.

La huida que del mundo cotidiano propone *Little Nemo* cada domingo parece adecuada para satisfacer las necesidades de esas familias acomodadas de los suburbios, pero también constituye un reflejo del americanismo en los años 10 y 20. Thomas Hughes identifica americanismo con el desarrollo tecnológico de los inventores independientes como Nikola Tesla o Thomas Edison que desembocó en sistemas de producción como el fordismo y el taylorismo basados en los trabajos de Henry Ford y Frederick Winslow Taylor, sistemas sin los que de acuerdo a otros autores como Warren Susman, no se puede entender la cultura americana de la época. Se hace referencia a personajes que se constituían como figuras representativas del sueño americano, del modo de vida americano, acepciones que empiezan a ser acuñadas por otra parte en estos años. El trabajo de estos inventores independientes, como afirma el propio Hughes, se basa en una ruptura con la ciencia preestablecida, y un predominio de la imaginación y el instinto a la hora de desarrollar sus creaciones. Henry Ford es para muchos de estos autores el prototipo de héroe americano y la fundación de su fábrica en 1903 tendrá mucha influencia en la sociedad y la cultura posterior. Según Hughes “tanto Wright y Sullivan [...] fueron profundamente influidos por las filosofías de producción de los americanos Frederick W. Taylor y Henry Ford” (1987: 309), refiriéndose a los arquitectos Frank Lloyd Wright y Louis Henry Sullivan. Además, no solo “arquitectos del avant-garde trataron de expresar los valores de una era de entusiasmo tecnológico, sino también los pintores” (1987: 324). Se puede considerar que muchas de las páginas de Winsor McCay (como las que se muestran en las figuras) constituyen una mezcla de estas influencias junto con un carácter fuertemente freudiano que como el propio Susman empieza a ser una de las corrientes de pensamiento fundamentales en la vida norteamericana de la época. Por tanto, esta influencia tecnológica que se manifiesta en los sistemas de producción, basados en la creación y la imaginación, pero también en la funcionalidad, intervenían en el quehacer cotidiano del hombre de negocios de los suburbios, pero a su vez tenía un reflejo en el entretenimiento familiar que consumía esa nueva clase incipiente, siendo la obra de McCay un ejemplo de dicho reflejo. Las Figuras 2 y 3 muestran ejemplos de planchas dominicales de *Little Nemo in Slumberland*. Se puede observar el mestizaje entre una concepción freudiana junto con un tratamiento de la arquitectura similar al que Sullivan (Figura 4) y Wright (Figura 5) hacían en la época.

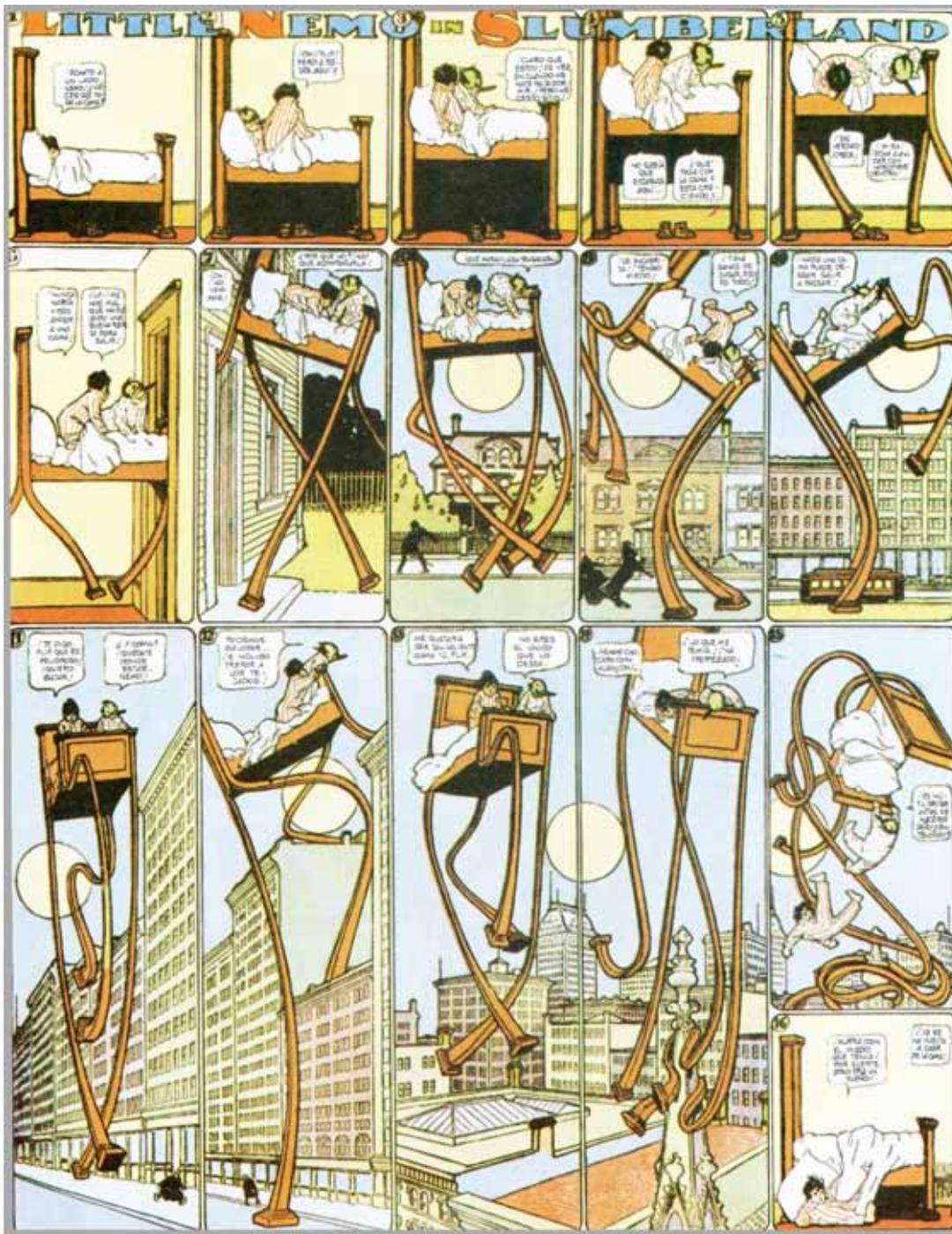


Figura 2. Página dominical de *Little Nemo in Slumberland* del 26 de julio de 1908.

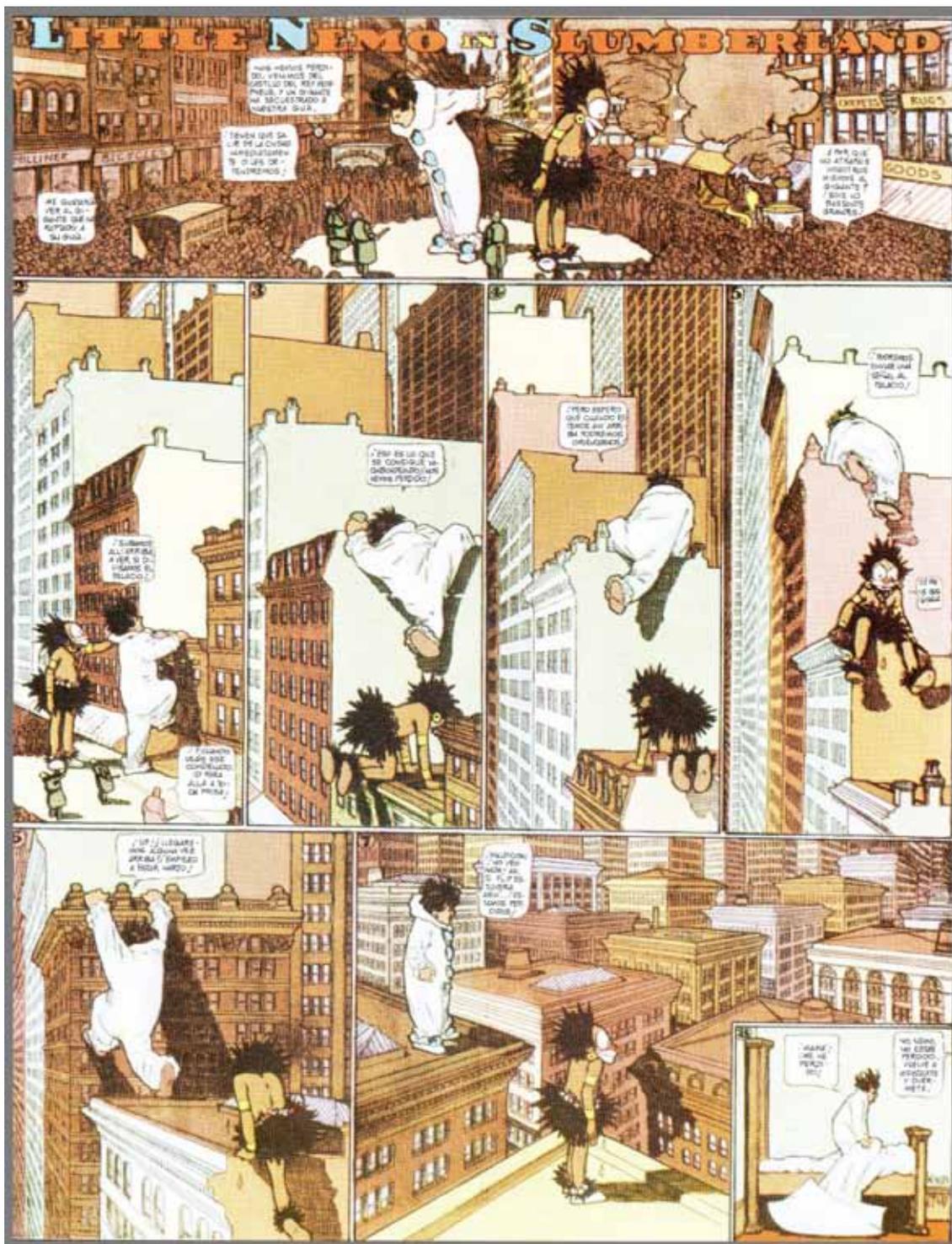


Figura 3. Página dominical de *Little Nemo in Slumberland* del 22 de septiembre de 1907.



Figura 4. Arquitectura de Louis Henry Sullivan.



Figura 5. Arquitectura de Frank Lloyd Wright.

### 3 Krazy Kat o la obsesión por la libertad

Si se mencionan los pioneros en el desarrollo del lenguaje del cómic, el ejemplo más claro de estos primeros años, junto a *Little Nemo* ya mencionado, es *Krazy Kat*. *Krazy Kat* fue creado en 1913 por George Herriman (dibujante de raza negra, aspecto bastante inusual en la época) para el *New York Evening Journal* de Randolph Hearst. Bajo el sencillo formato de las andanzas entre un gato y un ratón, Herriman desarrolla algo más complejo, en el que los papeles de gato y ratón están intercambiados, siendo el ratón la constante amenaza del gato, subyaciendo una historia amorosa, ya que el gato/gata (su sexo nunca queda muy claro) Krazy está enamorado del ratón Ignatz, pese al maltrato constante al que se ve sometido. Por otro lado, se crea un triángulo con la figura del perro policía encargado de proteger a Krazy de los continuos ataques de Ignatz, por medio del recursivo encarcelamiento de éste al final de muchas de las páginas dominicales. Lo más interesante de *Krazy Kat* es su juego del lenguaje, tanto a nivel visual, con la composición de página, la aparición de un metalenguaje o la consciencia en muchas de las páginas de la serie, por parte de los propios personajes, de encontrarse dentro de una página de cómic, como a nivel literario, con constantes juegos de palabras que hace que la serie sea, en ocasiones, muy difícil de entender en todos sus matices y que la traducción de la misma sea una tarea casi imposible, si se quieren conservar todos los significados del original.

José Manuel Trabado comenta, a raíz de los experimentos con el lenguaje del cómic tanto de *Little Nemo* como de *Krazy Kat*, que “sorprende comprobar cómo en los inicios de la creación de un lenguaje éste puede alcanzar la madurez de la autoconciencia” (2012: 141). Se hace referencia, en los dos casos mencionados anteriormente, a dos series creadas en los comienzos del lenguaje del cómic que, en lugar de dedicarse como elemento fundamental a contar una serie de aventuras de sus personajes, se dedican a explorar los límites narrativos de un nuevo medio, trascendiendo su misión inicial de entretener a los niños. Se crea un lenguaje totalmente adulto, ya que muy pronto, como recoge Waugh en su estudio, el número de lectores adultos empieza a superar al número de lectores infantiles, ya que éstos no son capaces de entender todo los juegos metaliterarios que existen en lo que aparentemente es una historia más del juego entre el gato y el ratón. Muy pronto, *Krazy Kat* se convierte en una serie seguida por muchos intelectuales de la época, de tal forma que su consideración como una forma elevada de arte hace que en 1922 sea adaptada en forma de ballet en New York, apartándola totalmente de su concepción infantil. Su hermanamiento con lo que en la época venía considerándose con la alta cultura, se manifiesta también en la comparación que John Alden Carpenter hace en el libreto de la adaptación, donde compara a Krazy con Don Quijote o Parsifal, considerando que todos ellos son los grandes optimistas de la literatura, destacando el carácter de optimismo de Krazy que no desfallece en su relación con Ignatz, incluso teniendo en cuenta que el sexo de ambos es un misterio en la serie.

Volviendo al tema del lenguaje, es interesante la necesidad que existe de jugar con el lenguaje en los cómics de la época, aspecto que, como el propio Trabado recoge en su libro, no es exclusivo de los cómics y también aparece en otras formas artísticas de la época como la animación. En la obra de Trabado se recogen varios ejemplos del uso del metalenguaje y de la exploración de los límites narrativos, tanto en *Little Nemo* como en *Krazy Kat*, así como en obras de animación de la época, especialmente algunos cortos de los hermanos Fleischer. Este creciente interés se puede enlazar con la creación de una identidad americana. Según Susman los americanos de la época “*eran constantemente y totalmente conscientes de que se encontraban en una nueva era*” (1987: 108) uno de cuyas consecuencias fue “*la creciente preocupación entre escritores, filósofos y estudiantes del lenguaje sobre la relación entre lenguaje y realidad*” (1987: 110). El propio Susman no puede evitar ligar el enorme éxito de los juegos de palabras y crucigramas en la época, así como el interés en la obra de lingüistas como Alfred Korzybski, I.A. Richards, S.I. Hayakawa, Edward Sapir, Stuart Chase o Thurmond Arnold en una necesidad en encontrar no sólo lo que se debe comunicar, sino también una obsesión en cómo debe comunicarse. Así aparece una nueva manera de relacionarse con la realidad a través del lenguaje que Vachel Lindsay define como “*civilización jeroglífica*” (1915: 21), donde hay un ansia constante por entender, por tocar esta nueva realidad que se traduce en un incremento de la cultura visual y en el auge no sólo de la animación y el cómic, sino también del cine y el incremento exponencial de la publicidad visual. En este entorno, la plasticidad visual de autores como McCay o Herriman y su juego con un lenguaje en crecimiento, encuentra un caldo de cultivo ideal que les permite desarrollar sin ningún tipo de cortapisa su creatividad. La nueva sociedad norteamericana se apoya fundamentalmente en lo visual, pero es un lenguaje visual como búsqueda de la comprensión de la realidad y, sobre todo, de sus límites, límites que se exploran en las dos obras antes mencionadas. Hay que tener en cuenta que toda esta obsesión por el lenguaje coincide con la aparición del pensamiento freudiano en la vida intelectual americana, cuyas características son la liberación, la capacidad para la expresión individual y la necesidad de encontrar la belleza en el arte en contraposición al pensamiento puritano anterior encorsetado y hostil a la belleza y a la expresión de la misma. Esta aparición del pensamiento freudiano permite encauzar la obsesión por el lenguaje ya mencionada hacia nuevos medios de expresión basados en el surrealismo y con un fuerte componente onírico, elementos que son la base de las dos obras que se están mencionando. La Figura 6 muestra una página dominical de *Krazy Kat* donde se contrasta la libertad del paisaje fronterizo de las primeras viñetas, con la falta de libertad del único elemento urbano que aparece al final de la tira: la cárcel.

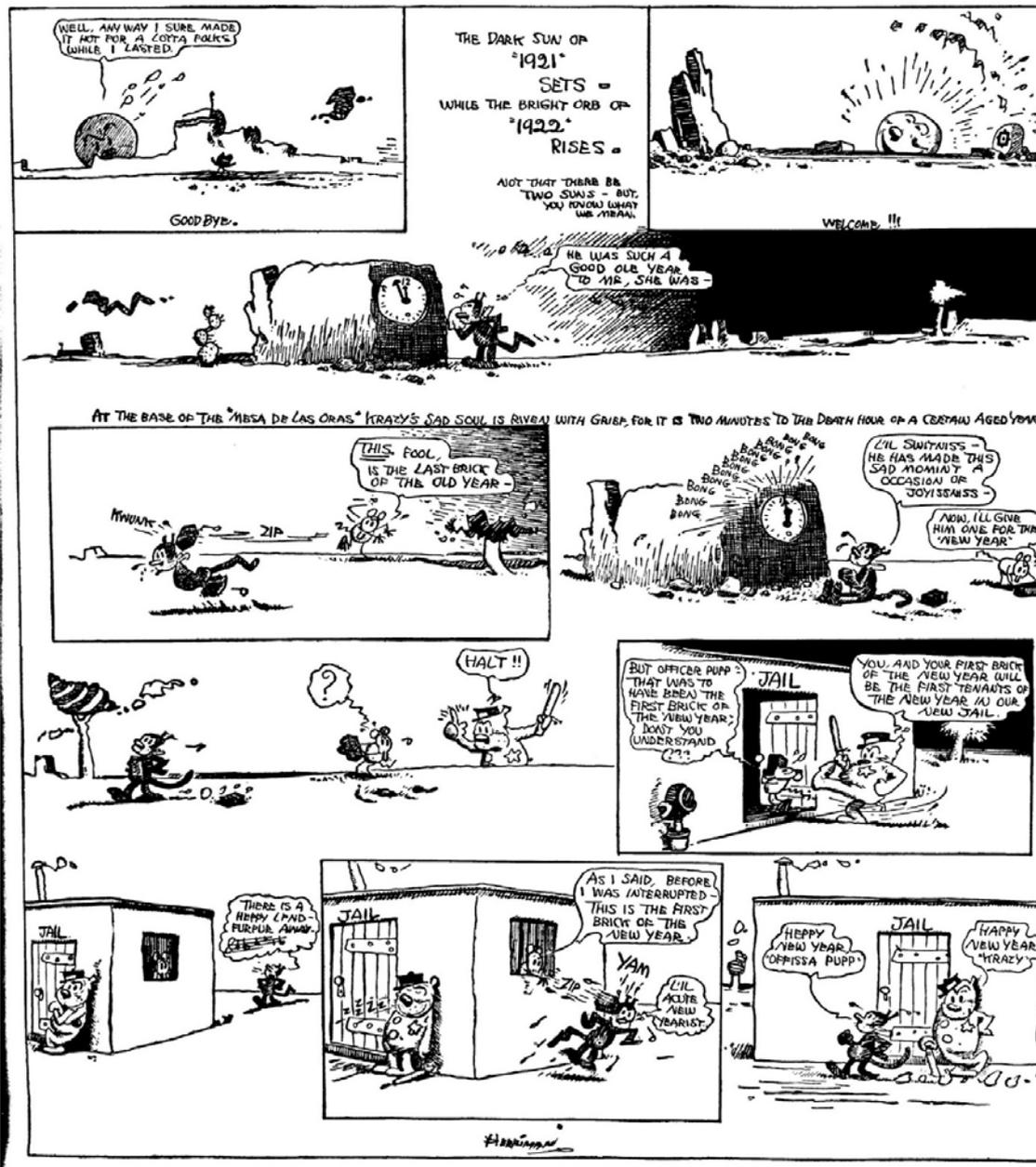


Figura 6. Página dominical de *Krazy Kat* del 1 de enero de 1922.

Otro elemento que es fundamental en *Krazy Kat*, en lo que se refiere a su relación con el pensamiento norteamericano de la época, y que no ha sido prácticamente analizado es el emplazamiento. En una serie que está constantemente en los límites entre lo realista y lo surrealista, resulta curioso que el emplazamiento tenga una situación geográfica tan concreta. Las andanzas de Krazy e Ignatz suceden en el condado de Coconino, en el estado de Arizona, curiosamente no muy alejadas geográficamente de la mayor parte de westerns de John Ford. De hecho, Herriman introduce en muchas ocasiones paisajes del Painted Desert o de Monument Valley que, aunque no pertenecen propiamente a ese condado, sirven para acentuar su visión romántica y

estilizada de dicho territorio. Una de las razones de la elección de ese emplazamiento geográfico por parte de Herriman era su amor a dicho territorio, ya que pasaba la mayor parte de sus vacaciones en él. Pero obedece también a una fascinación que muchos intelectuales de la época como Waldo Frank o Lewis Mumford reconocen por el pasado americano y, fundamentalmente, por la frontera como elemento capital en la construcción de la sociedad norteamericana (Frank, 1929; Mumford, 1938). La creación de un nuevo modelo de sociedad, basado en la clase media que ya se ha mencionado, crea nuevas convenciones sociales en muchas ocasiones opuestas al individualismo de la frontera. El precio que hay que pagar, sin embargo, por este incremento en el bienestar de la población es la aparición de problemas de índole político y social. La frontera no conllevaba ninguna filosofía social, sino un individualismo anárquico, de tal forma que el pionero era inocente en asuntos de política o de moralidad. La complejidad de la nueva sociedad americana crea una necesidad de buscar la frontera como vía de escape de todo lo erróneo de esta nueva sociedad, elementos que acabarán llevando a Estados Unidos a un periodo de guerras separadas por una depresión económica que afectará a un porcentaje muy elevado de la población. La frontera se convierte, por tanto, en ese emplazamiento romántico, de añoranza de un pasado basado en la libertad y en el individualismo. El ratón Ignatz es un ejemplo de ese individualismo. Ignatz se mueve con absoluta libertad por el territorio del condado de Coconino y no se plantea la moralidad de sus actos, ni siquiera cuando agrede a Krazy. Un gesto tan violento como el lanzamiento del ladrillo que repetidamente realiza Ignatz a la cabeza de Krazy, se transforma en esta serie en algo inocente, un juego de flirteo que supone un canto a la libertad de otra época, la de la frontera, en el que las convenciones sociales estaban por debajo de la libertad individual. No es casual que muchas de las páginas dominicales de la serie acaben con Ignatz encarcelado por parte del perro policía Bull Pup. El romanticismo de la frontera se ve invadido por las convenciones sociales, las reglas morales, cuyo resultado evidente es la privación de libertad del pionero americano que, en ocasiones con un comportamiento cuestionable, pero siempre guiado por esa búsqueda de la libertad, fue el que construyó el país tal y como la sociedad norteamericana de la época lo conoce. La aparición de un nuevo modelo social, con las ventajas evidentes que supone, trae también muchos problemas entre los que la falta de libertad (representada de forma recursiva por el encarcelamiento de Ignatz) es uno de los más importantes. En los momentos en que estos problemas afloran, la añoranza de la frontera, del tiempo pasado, aflora como un elemento fundamental de la narrativa.

## 4 La cotidianidad en la tira de prensa

Hasta ahora se ha tratado fundamentalmente series cuyo medio fundamental de expresión era la página dominical, que, si consideramos el origen en *The Yellow Kid*, fue el formato donde se publicaron los primeros cómics. Sin embargo, a partir del año 1907 con la serie *Mutt and Jeff* de Bud Fisher, publicada en el *San Francisco Chronicle*, aparece la tira diaria, publicada en blanco y negro de lunes a sábado en formato de tres a cinco viñetas en forma de tira. En un medio en el que como afirma Trabado, en una idea de origen claramente benjaminiano, “ese mismo formato ofrece un cauce de representación que condiciona las posibilidades expresivas” (2012: 9), la aparición de la tira diaria condiciona la narrativa del cómic norteamericano. Ya no se trata de un cómic que aparece en una sección aparte del periódico que se puede separar totalmente del mismo para dársela a los niños, sino que aparece inserta entre las noticias de los periódicos con un destinatario claramente adulto que es quien leía esas páginas, por su ubicación y por el hecho de que, generalmente, en los días de trabajo, los niños no tenían acceso al periódico. Otro elemento fundamental que marcó el desarrollo del cómic es la aparición de las agencias de prensa (*syndicates*) que se encargaban de distribuir contenidos para los periódicos de todo el país, incluyendo no sólo noticias, sino secciones de entretenimiento como los cómics. La aparición de estas agencias cambió totalmente el panorama del cómic, ya que la ciudad dejó de ser importante, de tal manera que las series se publicaban en cientos de periódicos en todo el país, de forma que había que recurrir a temas de interés nacional, evitando contenidos de tipo local, especialmente aquellos que pudieran causar controversia en otras partes del país.

Estas dos consideraciones, la aparición diaria dirigida a todos los lectores y su difusión nacional cambiaron en cierta medida la temática de muchas series. No es que las series anteriores desaparecieran, de hecho *Krazy Kat* se publicaba tanto en formato de tira diaria como de página dominical, pero sí que se percibe un interés por la aparición de series que reflejen de una forma más acusada la cotidianidad de la nueva estructura de la sociedad norteamericana. Se trata de mostrar, como afirma Waugh que, en cierta manera, “la información que se maneja es real” (1947: 34). Existe una introducción de la temporalidad muy marcada, no sólo en el hecho de que las tiras hacen referencia de vez en cuando a fechas especiales, como Navidades o festividades como el 4 de julio, lo cual ya les da un marco temporal, sino que por ejemplo en la serie *Mutt and Jeff* mencionada antes en la tira del 29 de marzo de 1908, Fisher hace que su personaje visite una institución para discapacitados mentales donde se hace una imitación de un juicio que se estaba realizando en San Francisco en aquella época. La crítica a las instituciones es clarísima y el hecho de tratarse de una tira sindicada, hace que tenga una repercusión nacional. No será un ejemplo aislado, como demostrarán los comentarios posteriores a la llegada de Herbert Hoover a la presidencia. Ejemplos como estos son numerosos en las series de prensa de esa época.

Sin embargo, la muestra más palpable de la inmersión del cómic de prensa en la cotidianeidad, es la aparición de series que reflejan la clase media norteamericana y la búsqueda de lo que en esa época se empieza a denominar el modo de vida americano, sobre todo ligado a la predominancia de series donde se muestra la adaptación a la vida urbana y el contraste entre la vida rural y la nueva tendencia hacia la urbanización. Una de las primeras muestras de esta tendencia es la aparición de tiras que reflejan el nuevo modelo matrimonial americano, que culminará en el éxito de *Blondie*, ya en los años 30, especialmente tras su matrimonio y su estabilización familiar que llevarán a la tira a su consolidación como la más leída por los norteamericanos de la época. Pero antes de eso, se debe hablar de una serie como *Bringing Up Father* de George McManus que se empieza a publicar en 1913, que por un lado es un canto a las ventajas de lo simple y cotidiano, pero por otro lado es una crítica ácida a la imagen idílica del matrimonio americano y, sobre todo, a la persecución del sueño americano. *Bringing Up Father* cuenta la historia de un matrimonio de clase humilde, Maggie y Jiggs, que se hacen repentinamente millonarios, lo cual hace cambiar su vida radicalmente. No es casualidad que Jiggs sea un inmigrante irlandés que, claramente, en un golpe de fortuna ha alcanzado el sueño americano de llevar una vida acomodada sin tener que preocuparse de la sostenibilidad económica familiar. Sin embargo, la serie narra continuamente las tensiones matrimoniales basadas fundamentalmente en la añoranza por parte del marido de llevar una vida más simple, una vida en la que pueda disfrutar de los placeres sencillos como una partida de cartas con sus amigos de siempre, sin tener que interrumpirla por tener que asistir a la ópera o a una de las fiestas que organiza su mujer. Las tensiones entre la vida sencilla y la nueva configuración urbana que estaba absorbiendo la sociedad norteamericana se pone de manifiesto constantemente entre este matrimonio, cuyo concepto del sueño de vida americano difiere considerablemente. Esta diferencia es un reflejo de las diferentes necesidades respecto a la configuración de un modelo de vida que existían en la sociedad norteamericana de la época, donde el contraste entre las grandes ciudades con sus complejidades morales y políticas y la realidad rural, mucho más sencilla y aparentemente más bucólica convivían con la tensión inherente a dos configuraciones por un lado tan opuestas, pero por otro condenadas a convivir, como sucede en el matrimonio de Jiggs y Maggie. La Figura 7 muestra una página de *Bringing Up Father*. La tensión entre el mundo de la elegancia propia de la clase social a la que pertenecen los personajes con los deseos reales del protagonista masculino es evidente. Se atraviesa todo un mundo de elegancia y sofisticación para lograr el objetivo real: la sencillez de una partida de cartas. Si echamos la vista atrás a la Figura 1, se puede ver como la partida de cartas ya aparecía en las páginas de *The Yellow Kid*, como entretenimiento del chico de barrio, asociado por tanto a la clase baja.



Figura 7. Página dominical de *Bringing Up Father* del 13 de octubre de 1918.

Esta tensión se manifiesta de mayor manera, cuando el modelo de vida urbana colapsa económicamente en la Gran Depresión. En una época de grandes problemas económicos, en lo que se refiere a las tiras cotidianas aparecen dos tendencias que se pueden ejemplificar en dos de las series más exitosas de esos años, la ya mencionada *Blondie* y *Li'l Abner*. Por un lado, en *Blondie*, creado por Chic Young en 1930, tenemos la

tendencia a la amabilidad que apareció en gran parte de la cultura americana, reflejada en la aparición en la radio o en el cine de numerosas comedias que, a veces con un trasfondo crítico, buscaban resaltar la tranquilidad de la vida del americano medio y de la familia americana media, en la que el personaje en ocasiones es humillado, pero que al final consigue las comodidades del modo de vida americano. La relación sentimental y, posterior matrimonio de Dagwood y Blondie es un ejemplo de visión amable de la vida en la que, pese a las evidentes carencias de Dagwood (un personaje que se escaquea del trabajo, obsesionado por los deportes y la comida basura), al final no es más que un reflejo del americano medio que consigue encontrar la felicidad en el seno de esa familia americana media, mostrando el después de comedias como *Sucedió una noche* de Frank Capra, donde personajes condenados a no entenderse finalmente encuentran el amor. *Blondie* sería el vivieron felices tras ese encuentro amoroso. *Blondie* es el después del *happy end* de las comedias románticas de la época. Un reflejo de un modelo que trataba de resurgir ante las condiciones adversas económicas y que, como manifiesta Susman, será el centro de la *New York's Fair* de 1939 y 1940, donde se comienza a configurar un modelo de familia americana del mañana, del que *Blondie* es un claro ejemplo. Esta idea de configurar un modelo de la sociedad norteamericana se pone de manifiesto en el hecho que ese mismo año 1939, Gallup empieza a realizar las primeras encuestas sobre comportamientos y aficiones de la población, donde se trata de cuantificar las tendencias de la población. Estos estudios ayudan a la configuración de un modelo familiar que, con sus crisis, pervive hasta nuestros días y que explica el porqué del éxito de una serie como *Blondie* que todavía se continua publicando y que creará una tendencia que llegará también al cómic-book, donde un cómic como *Archie* será durante mucho tiempo el más vendido en los kioskos norteamericanos con un modelo de americano medio muy similar al creado en *Blondie*. La Figura 8 muestra la cotidianidad del mundo de *Blondie*, el marido vuelve a casa para arrojarle en los brazos de su esposa y en la comida que ésta le ha estado amorosamente preparando.



Figura 8. Tira diaria de *Blondie* del 7 de agosto de 1938.

La otra tendencia en el cómic es la preconizada por *Li'l Abner*, credo en 1934 por Al Capp. En este caso hay un mayor interés en subrayar las tensiones entre las clases sociales, y especialmente entre el mundo rural y el mundo urbano estadounidense. *Li'l Abner* es un campesino de mentalidad simple que vive en el tranquilo pueblo de Dogpatch y que, por diversas circunstancias, se traslada en ocasiones a Nueva York, entre otras cosas para aumentar su status social y su formación intelectual. El contraste entre la vida rural de Dogpatch, donde prácticamente no existe maldad y, donde, cuando aparece algún personaje que realiza alguna artimaña, ésta está basada en la inocencia, en contraposición con las maquinaciones de los pobladores de la gran ciudad se acentúa (Berger, 1994; Schumacher, 2013). La ignorancia de *Li'l Abner* le hace infeliz en Nueva York, pero, sin embargo, es más que suficiente para alcanzar una vida plena en el entorno tranquilo de Dogpatch. Existe un contraste claro entre las necesidades que la sociedad consumista urbana ha creado respecto a las que una sociedad rural necesita para llevar una vida plena. La sociedad de consumo que ha llevado al colapso económico y a una época de depresión que, hasta ese momento no tenía parangón en la historia norteamericana, se demuestra claramente como un modelo que hace aflorar los peores sentimientos del ser humano y que no conlleva la felicidad. La añoranza del mundo rural de *Li'l Abner* es, en cierta manera, similar a la añoranza de la frontera que aparece en *Krazy Kat*, de un mundo más sencillo, donde no son necesarias las complicaciones de las nuevas estructuras sociales. Es especialmente destacable un episodio como el del divorcio de los padres de *Li'l Abner*, al comienzo de la serie, donde se ven obligados a divorciarse por las maquinaciones de una especie de abogado que sólo busca obtener un beneficio económico de dicho divorcio. Sin embargo, una vez divorciados siguen felices como pareja. No se puede considerar el mensaje de esta historia como conservador, porque es una crítica no sólo al divorcio, sino también al matrimonio (la negación del personaje de *Li'l Abner* al matrimonio sería otro ejemplo), ya que ambas son simplemente convenciones sociales que, al final, condicionan el desarrollo del individuo que, por sí mismo, es capaz de encontrar la felicidad. Existe, por tanto, una lucha en la sociedad norteamericana de la época, fruto de las tensiones de la depresión, entre un modelo de sociedad de consumo, personificado en *Blondie* o un modelo de retorno al individualismo, personificado en *Li'l Abner* que la Segunda Guerra Mundial y la creación de una economía de guerra hará decantarse por la sociedad urbana y de consumo que conocemos hoy en día, lo cual no impedirá cierta añoranza que hará que series como *Li'l Abner* pervivan en el tiempo. La Figura 9 muestra una página dominical de *Li'l Abner* donde el contraste entre el mundo urbano y el rural es evidente en los dos personajes femeninos. La sofisticada mujer urbana adquiere una connotación negativa en comparación con la paciencia y la comprensión de la más sencilla mujer rural.



Figura 9. Página dominical de *Lil Abner* del 10 de noviembre de 1935.

Finalmente, si hablamos de la cotidianidad, el ejemplo más importante en las tiras de prensa, es *Gasoline Alley* creada en 1918 por Frank King. King introduce un aspecto pionero en las series de prensa y es la temporalidad. Nos enseña, como afirma Iván Pintor, “que los personajes de cómic pueden envejecer” (2014). Esto hace que esta sea una serie fundamental para estudiar el devenir de la sociedad norteamericana de la época. La relación entre Walt, el personaje central de los primeros años, y Skeeze, el niño que se encuentra abandonado y decide adoptar, rodeados de los personajes que

bien en su barrio y en el taller mecánico en el que trabaja Walt son posiblemente el primer *slice of life* del cómic norteamericano y, como tal, una muestra constante de las inquietudes de la sociedad de la época como se puede ver en (Gordon, 1998). Por las páginas de *Gasoline Alley* veremos pasar la obsesión por la tecnología y por el automóvil de la primera época, los estragos de la Gran Depresión, la llegada de la guerra y como todos estos acontecimientos afectan a los personajes. Veremos, al fin y al cabo, el paso del tiempo, como muestra la página de la Figura 10 donde se manifiesta la llegada del otoño y cómo afecta a nuestros personajes. Frank King es capaz de mostrar la influencia de algo tan cotidiano como el paso de una estación, logrando la misma maestría para otros sucesos más trascendentes de la vida norteamericana.



Figura 10. Página dominical de *Gasoline Alley* del 30 de noviembre de 1930.

Todos los elementos recogidos en este capítulo pueden encontrarse en un momento u otro en *Gasoline Alley*. Como afirma Coulton Waugh, no hay mejor imagen de la juventud americana en 1942 que el episodio de *Gasoline Alley* cuando Skee-zix se encuentra en frente de una señal que dice Oficina de Reclutamiento. Millones de americanos, “viendo a Skee-zix en el norte de África, con un casco sobre su cabeza amistosa y juvenil, entendieron que estábamos realmente en guerra, y sintieron que el personaje era un símbolo de algo puro, limpio y silenciosamente determinado” (Waugh, 1947: 96). El cómic como imagen de la actitud de todo un país ante un suceso trascendental como una guerra mundial. La Figura 11 muestra una de las tiras que cuentan las vicisitudes de Skee-zix en la II Guerra Mundial.



Figura 11. Tira diaria de *Gasoline Alley* del 2 de octubre de 1942.

## 5 El nacimiento del héroe en el serial de aventuras

A pesar de lo mencionado anteriormente la mayor aportación (por decirlo de alguna manera) de la Gran Depresión al cómic de prensa es la aparición del héroe de aventuras. No es casualidad que 1929 sea el año donde aparecen tres personajes que inauguran una tendencia en el cómic de prensa que reportará un gran éxito. Es por un lado la aparición de Popeye, creado por Segar, en la serie cómica *Thimble Theatre*, la adaptación de *Tarzan* al cómic realizado por Hal Foster o la creación de *Buck Rogers* por Philip Francis Nowlan, que inaugura el serial de ciencia ficción en los cómics. Existe como reconoce Robert S. McElvaine una necesidad de escapismo, de aventura, que ya aparece en los seriales de radio o cinematográficos y, que el modelo de continuidad de la tira diaria, acoge con gran naturalidad. Puede parecer discutible la incursión de Popeye en esta lista, ya que tradicionalmente se incluye más en los personajes de corte cómico. Sin embargo, sin querer negar la comicidad del personaje, tal y como afirma Waugh, Popeye es un precursor en el renacer de la figura masculina en el cómic que dará origen al héroe de aventuras. Un héroe que tendrá como los personajes de John Ford un fuerte componente de clase como resultado de las desigualdades

sociales creadas por la Depresión. No es casual que entre los personajes de *La Diligencia*, la única persona que no es justa ni benévola, sea el egoísta banquero y que el resto de los personajes tengan un componente de compasión pese a su condición de fuera de la ley, jugador o prostituta. “*I yam what I yam an’ tha’s all I yam!*” afirma Popeye como expresión definitiva, no solo de su masculinidad, sino también de su condición de persona del pueblo dispuesta a luchar contra cualquier injusticia que se presente. Segar, además, introduce un elemento en las tiras de prensa como es el suspense, fundamental para el desarrollo del serial de aventuras.

Con esta perspectiva, aparecen personajes como los *Tarzan* y *Buck Rogers*, mencionados antes a los que luego se unirán otros como *Flash Gordon* creado por Alex Raymond en 1934, *The Phantom* creado en 1936 por Lee Falk y Ray Moore o *Secret Agent X-9* creado en 1934 por Dashiell Hammett y el propio Alex Raymond entre los más importantes. En este género del serial de aventuras se encuentra una serie como *Terry y los Piratas* de Milton Caniff creada en 1936 y en cuyos comienzos el personaje de Pat Ryan y el mismo Terry cuando empieza a crecer, son un ejemplo claro de este héroe de aventuras que lucha contra las injusticias poniéndose siempre de parte del oprimido como corresponde a una sociedad cada vez más consciente de la diferencia de clases creada por la Gran Depresión. Pero sería injusto centrar el nacimiento de este modelo de héroe en la Gran Depresión, ya que también es un claro heredero del héroe acrobático que definen Nuria Bou y Xavier Pérez, creado fundamentalmente para los seriales cinematográficos, con anterioridad al año 1929 (Bou y Pérez, 2000). Por tanto, lo que hace la Gran Depresión, es añadir a ese arquetipo heroico una componente social propia de la época, además de aprovecharse de una necesidad de escapismo que hará proliferar ese tipo de héroes en los cómics. Pero como afirma Susman, siendo el escapismo un factor, hay que ver por qué la gente escoge escaparse de la manera que lo hace. El componente social del héroe de aventuras del cómic aparece de forma reiterada como consecuencia de las circunstancias sociales de la época.

Otro aspecto importante de la sociedad norteamericana que refleja el serial de aventuras es la necesidad de la creación de mitos. Muchos autores han destacado el carácter mitológico de los superhéroes (Jewett y Lawrence, 2002; Waid, 2010) y su configuración como una moderna mitología norteamericana. No es un aspecto totalmente ajeno a este trabajo, ya que se trata de creaciones de cómics, pero al tratarse de personajes que aparecen en el cómic-book, se escapa del marco del cómic de prensa y, por este motivo, es más interesante comentar un personaje como *The Phantom*, reconocido por muchos como el precursor de los superhéroes. *The Phantom* es un héroe enmascarado que, aunque no posee superpoderes, tiene unas habilidades atléticas que lo destacan por encima del ser humano y lo emparejan en cierta manera con el superhéroe del cómic-book del que es precursor. *The Phantom* vive sus aventuras en el momento actual, pero es el número 21 de un linaje, en el que el primer

varón de la familia se dedica a luchar contra la injusticia, tradición que va pasando del progenitor a su vástago tras la muerte de aquel. Esta tradición que se remonta a los tiempos del descubrimiento de América cuando el primer fantasma fue atacado y casi ejecutado por una banda de piratas, se articula de tal manera que el manto del fantasma pasa de un personaje a otro, sin que nadie, excepto los involucrados, sea consciente de que el fantasma anterior ha muerto. Por tanto, la creencia general es la de la inmortalidad del personaje, de tal forma que cuando un hijo toma el puesto de su padre, el villano que ha acabado con su vida cree que el fantasma ha vuelto de la tumba. Este mecanismo, por lo demás no muy explotado en la serie, le confiere el carácter mítico al personaje que será básico para la creación de un tipo de narrativa eminentemente norteamericano. Y es muy pertinente este trabajo, por su enlace evidente con la historia. Pese a que *The Phantom* vive en África, el personaje nace con el descubrimiento de América, de tal forma que ese carácter indestructible y su perdurabilidad frente al mal y la injusticia es un reflejo de la fortaleza de un país (no olvidemos que a los estadounidenses les gusta apropiarse del término de americanos), cuyo modelo perdurará pese a los obstáculos y las injusticias que puedan aparecer. Un tema muy propio de la Gran Depresión, por otra parte, ya que como dice el propio Tom Joad en la obra más representativa de esa época de la historia norteamericana “*allí donde haya una lucha contra la sangre y el odio en el mundo, mírame allí mamá porque allí estaré*” (Steinbeck, 1975). Al fin y al cabo no muy alejado del juramento del fantasma “*juro dedicar toda mi vida a la destrucción de la piratería, la codicia, la crueldad y la injusticia en todas sus formas*”. Añadiendo el componente aventurero de la piratería, se trata de un patrón que definirá un modelo que al final perdurará en el tiempo y configurará toda una mitología como es la del superhéroe norteamericano. La Figura 12 muestra el juramento contra la injusticia de *The Phantom*.



Figura 12. Página dominical de *The Phantom* del 2 de julio de 1944.

## 6 Conclusiones

En este artículo se ha analizado el papel de las tiras de prensa norteamericanas como imagen de la historia y, especialmente, de la sociedad estadounidense de los años 30 y 40, época dorada del cómic de prensa como medio de comunicación que llegaba a millones de lectores, ligado siempre al periódico, lo que convertía la actividad de la lectura de este tipo de cómic en algo cotidiano y, además, fuertemente ligado a la actualidad. Se ha analizado cómo las tiras de prensa incorporan elementos que permiten analizar las principales inquietudes y acontecimientos de una sociedad que, por otro lado, estaba en plena construcción en dicha época. La aparición de una sociedad urbanita en contraposición con la conquista de la frontera que había constituido la base sobre la que se había construido el país, se refleja en las tensiones entre campo y ciudad, así como en la añoranza de la libertad asociada a la frontera, que aparecen en muchas de las series de prensa de la época. También la aparición de la clase media en forma del trabajador que vive en los suburbios y se desplaza cada día a la ciudad para trabajar, encuentra su reflejo en este medio de expresión. Finalmente, estos años están fuertemente marcados por el colapso económico que supone la Gran Depresión, aspecto que también tendrá su reflejo en varios aspectos, fundamentalmente, en la aparición del serial de aventuras.

## Referencias bibliográficas

- APOSTOLIDES, J.M. et al. (2005). *Little Nemo 1905-2005. Un siglo de sueños*. Madrid: Editorial Sinsentido.
- BARRERO, M. et al. (2013). *La Novela Gráfica. Poéticas y Modelos Narrativos*. J. M. Trabado (ed.). Madrid: Arco Libros.
- BENJAMIN, W. (1973). *Discursos Interrumpidos 1*. Madrid: Taurus Ediciones.
- BERGER, A.A. (1994). *Li'l Abner: a Study in American Satire*. Mississippi: University Press of Mississippi.
- BLACKBEARD, B. (1984). "Niños, Capitanes y Sombreros de Hojalata". *Historia de los Cómics*, vol. 1. Barcelona: Toutain.
- BOU, N. Y PÉREZ, X. (2000). *El Tiempo del Héroe. Épica y Masculinidad en el Cine de Hollywood*. Barcelona: Paidós.
- CAMPBELL, W. J. (2006). *The Year that Defined American Journalism: 1897 and the Clash of Paradigms*. New York: Taylor & Francis.

- COSTELLO, M. J. (2009). *Secret Identity Crisis. Comic books & the Unmasking of Cold War America*. Londres: Bloomsbury Academic.
- FRANK, W. (1929). *The Rediscovery of America: An Introduction to a Philosophy of American Life*. New York: Charles Scribner's Sons.
- FREZZA, G. (2009). "Guerras y Posguerras: la Visión Política del Futuro en la Ciencia Ficción de los Cómic, Películas y Series Contemporáneas" en *Formats: Revista de Comunicació Audiovisual*, nº 5, Enero de 2009.
- GORDON, I. (1998). *Comic Strip and Consumer Culture 1890-1945*. Washington y Londres: Smithsonian Institution Press.
- GUIRAL, A. (2007-2013). *Del Tebeo al Manga. Una Historia de los Cómic*. Volumen 1. Barcelona: Panini Cómic.
- GRÉGORIO, P. P. (2007). "Dátile y los Españoles de la Transición frente a las Primeras Elecciones" en *Humor y Sociedad en el Mundo Hispánico Contemporáneo*. Nanterre: Université de Paris-10.
- HAMPTON, M. (2013). "The Political Cartoon as Educationalist Journalism: David Low's Portrayal of Mass Unemployment in Interwar Britain" en *Journalism Studies*, vol. 14, nº 5, Diciembre de 2013.
- HARVEY, R.C. (1994). *The Art of Funnies: An Aesthetic History*. Mississippi: University of Mississippi Press.
- (2009). "How Comics Come to be" en *A Comic Reader*. Jeet Heer (ed.). Mississippi: University Press of Mississippi, 2009.
- HORN, M. (1984). "El Nacimiento de los Cómic Norteamericanos". *Historia de los Cómic*, vol. 1. Barcelona: Toutain.
- HUGHES, T.P. (1989). *American Genesis. A Century of Invention and Technological Enthusiasm*. New York: Penguin Group.
- LAWRENCE, J. S. Y JEWETT, R. (2002). *The Myth of the American Superhero*. Grand Rapids: Eerdmans.
- LINDSAY, V. (1915). *The Art of the Moving Picture*. Nueva York: The MacMillan Company.
- MCELVAINE, R. (1984). *The Great Depression. America 1929-1941*. New York: times Books.
- MUMFORD, L. (1938). *The Culture of Cities*. Nueva York: Harcourt, Brace & Co.

- PEÑAMARÍN, C. (2002). "El Humor Gráfico del Franquismo y la Formación de un Territorio Translocal de Identidad Democrática" en *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, nº 7, Enero de 2002.
- PINTOR, I. (2014). "El Sueño y la Historia: Las Distancias entre el Cine y el Cómic Documental". *ShangriLa*. Aceptado para su publicación.
- RODRÍGUEZ MORENO, J. J. (2010). *Los Cómicos de la Segunda Guerra Mundial: Producción y Mensaje en la Editorial Timely (1939-1945)*. Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.
- SÁNCHEZ ARANDA, J. J. (1998). *Pulitzer. Luces y Sombras en la Vida de un Periodista genial*. Pamplona: EUNSA.
- SCHUMACHER, M. Y KITCHEN, D. (2013). *Al Capp: A Life to the Contrary*. New York: Bloomsbury Academics.
- SMOLDEREN, T. (2009). *Naissance de la Bande Dessinée*. Bruselas: Les Impressions Nouvelles.
- STEINBECK, J. (1975). *The Grapes of Wrath*. Pennsylvania: The Franklin Library. Primera edición de 1940.
- STERANKO, J. (1970). *The Steranko History of Comics*, 2 vols. New York: Supergraphics.
- SUSMAN, W. I. (1987). *La Cultura como Historia*. México: EDAMEX.
- TRABADO, J. M. (2012). *Antes de la Novela Gráfica. Clásicos del Cómic en la Prensa Norteamericana*. Madrid: Cátedra.
- WAID, M. (2010). "La Auténtica Verdad sobre Superman (y sobre Todos Nosotros)". *Los Superhéroes y la Filosofía*. Barcelona: Blackie Books.
- WAUGH, C. (1947). *The Comics*. New York: MacMillan.
- WHYTE, K. (2009). *The Uncrowned King: The Sensational Rise of William Randolph Hearst*. Random House LLC.

# ¿LA PUBLICIDAD RESPONDE A LA CRISIS? ESTRATEGIAS PUBLICITARIAS EN LA PRENSA PROVINCIANA COSTARRICENSE DURANTE LA GRAN GUERRA (1915-1917)

Eugenio Quesada Rivera<sup>1</sup>  
Universidad de Costa Rica  
equesadar@gmail.com

**Recibido: 28-9-2014**

**Aceptado: 8-11-2014**

**Resumen:** *Este artículo analiza las estrategias publicitarias de los anunciantes de la prensa provinciana costarricense en tiempos de la Gran Guerra. Se recurre a tres periódicos de provincia: El Correo de la Costa, El Correo del Atlántico y El Pacífico. El*

---

<sup>1</sup> Bachiller en Enseñanza de los Estudios Sociales por la Universidad de Costa Rica, estudiante avanzado de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Periodismo en la misma institución. Asistente de investigación en el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM). Autor de artículos sobre la historia del periodismo costarricense.

*análisis revela que las estrategias publicitarias de los periódicos locales comienzan a experimentar un proceso de diversificación.*

**Palabras clave:** *publicidad; estrategias publicitarias; crisis económica; prensa provinciana; Costa Rica*

---

**Abstract:** *This article analyzes the advertising strategies on the costarrican local newspapers during the Great War. Three newspapers will be discussed: El Correo de la Costa, El Correo del Atlántico and El Pacífico. The analysis reveals that the marketing strategies of the local newspapers goes through a diversification process.*

**Key words:** *advertising; advertising strategies; economic crisis; local newspaper; Costa Rica*

## Introducción

El 12 de julio de 1915, en su primer número, *El Diario de la Tarde* reflejaba así la situación económica de Costa Rica:

Con motivo de la conflagración europea, Costa Rica atraviesa por una de las crisis más agudas que se han presentado a Gobierno alguno. Paralizadas la industria y el comercio mundiales, desequilibrada la balanza económica de todos los países, restringido el crédito, el oro amontonado en las bóvedas de los Bancos, y el porvenir velado por oscuras nubes de pólvora, nuestra querida Patria, aunque alejada del epicentro de la colosal conflagración, forzosamente ha tenido que sufrir sus consecuencias; el pánico comercial se ha reflejado en nuestras finanzas, en el comercio y en la agricultura (*El Diario de la Tarde*, 12-07-1915: 1).

El autor del artículo no exageraba. La Primera Guerra Mundial tuvo efectos nefastos sobre la economía costarricense: la situación monetaria entró en crisis debido a la desconfianza de los dueños de cuentas corrientes en los bancos, quienes reclamaron convertir sus billetes en oro, reduciendo las reservas de ese metal y obligando al gobierno a declarar la inconvertibilidad (León, 2010: 6); el colón se devaluó, pasando de ₡2,12 por dólar en 1913 a ₡4,47 por dólar en 1918 y el fisco vio contraídos sus ingresos debido un descenso en el volumen de las importaciones, que pasó de diez millones de colones en 1913 a solo 5 dos años más tarde (Salazar, 2003: 37-38).

A lo anterior ha de sumarse el constante aumento de los precios en el mercado interno, algunos productos de consumo básico aumentaron su precio hasta en un 100% entre 1914 y 1918 a causa de la escasez y la especulación (Barrantes, Bonilla & Ramírez, 2005: 104-106); el decrecimiento de los salarios y la pérdida del poder adquisitivo, que en conjunto afectaron el nivel de vida de los costarricenses.

Ante este panorama surge la inquietud de conocer la manera en la que la publicidad respondió a la mayor crisis que la economía costarricense había sufrido hasta entonces, pues esta no desapareció de las páginas de los periódicos, sino que continuó incitando el consumo y contribuyendo al sostenimiento de los impresos. Por tanto, el objetivo de este artículo es analizar las estrategias publicitarias a las que recurrieron los anunciantes de la prensa provinciana costarricense en tiempos de la Gran Guerra.

Se recurre a tres periódicos: *El Correo del Atlántico*, *El Correo de la Costa* y *El Pacífico*, que tuvieron por sede las tres provincias costeras; es decir, Limón, Guanacaste y Puntarenas. La selección obedece a que estas provincias no dependían directamente del cultivo del café, principal producto de exportación costarricense desde 1840, sino que tenían dinámicas económicas distintas que podrían verse reflejadas en la publicidad. Además, estos periódicos tienen en común el haberse mantenido en circulación durante tres o más años, contrario a la mayoría de las cabeceras provincianas que tuvieron por regla una vida efímera, por lo que es posible establecer una comparación entre ellos durante los años de la conflagración europea.

Para efectos de este estudio se seleccionaron únicamente los números publicados durante los meses de enero de 1915, 1916 y 1917. La Gran Guerra dio inicio en julio de 1914, razón por la cual este año ha quedado fuera, mientras que la exclusión de 1918 obedece a la desaparición de *El Correo del Atlántico* y de *El Pacífico* durante el segundo semestre de 1917. Valga mencionar que se toma enero por considerarse un mes carente de efemérides o celebraciones que pudieran estimular el consumo.

Cada anuncio se contabilizó una única vez, aunque hayan aparecido en todos los ejemplares del mes. La muestra analizada se compone de 488 piezas publicitarias distribuidas de la siguiente manera: 188 de *El Correo del Atlántico*, 162 de *El Correo de la Costa* y 138 provenientes de *El Pacífico*.

El artículo no pretende adentrarse en el contexto socio-económico costarricense, sino más bien recurre al planteamiento de González (2010: 196) de partir de la producción publicitaria para describir un determinado contexto social, conocer los factores que lo producen y qué propuesta de sociedad refleja ese discurso publicitario.

La respuesta de la publicidad ante periodos de crisis económica ha sido escasamente abordada. A nivel internacional, destacan los estudios españoles, por ejemplo el de Checa (2005: 66) que analiza la publicidad de la posguerra civil y que concluye que estos periodos no son propicios para la innovación. Para el caso segoviano, Pastor (2009: 83-100) ha analizado los poemas publicitarios como estrategias para sobreponerse al contexto adverso de la guerra civil española, mientras que para el mismo periodo Rodríguez (2009) ha constatado la evolución de la técnica publicitaria. Para el caso costarricense, Vega (2012: 33-49) ha estudiado las estrategias publicitarias en dos periódicos marginales (*El Heraldo* y *El Correo Nacional*) durante la crisis

económica de la década de 1930, concluyendo que éstas se adaptaban a los contextos y que estaban en constante renovación.

El artículo se ha dividido en tres apartados principales: en una primera sección se exponen detalles de los periódicos tratados, en la segunda parte se analiza la distribución de la publicidad por bienes y servicios y, finalmente, se analizan las estrategias publicitarias empleadas en el contexto de la Gran Guerra.

## 1 Los periódicos analizados

*El Pacífico* es para 1915 el periódico más longevo de los publicados en provincia, fue fundado por Pedro Clavera en junio de 1896. Desde sus primeros números tuvo por subtítulo “*Periódico de intereses generales*” y se dio a la estampa en la tipografía El Pacífico, propiedad de Clavera, quien hacía las veces de cajista, impresor y editor (*El Pacífico*, 02-06-1899: 1).

Comenzó a circular dos veces por semana: los jueves y domingos, pero a partir de abril de 1898 su periodicidad aumentó a trisemanario, la cual conservó hasta su fin, en 1917. La circulación de esta hoja no fue regular, fueron varias las ocasiones en que sus responsables se vieron obligados a dejar de publicarla; significativa fue la interrupción entre enero y febrero de 1899, en la que se culpó a los suscriptores morosos de Puntarenas y al Municipio de la localidad alegando que “*ellos, y sólo ellos son la causa única de la desaparición de este semi-diario*” (*El Pacífico*, 22-01-1899: 3). Una situación similar se presentó en 1917 cuando el periódico dejó de publicarse “*por motivos ajenos a nuestros buenos deseos*” (*El Pacífico*, 20-06-1917: 1).

Fueron múltiples las dificultades que este periódico debió sortear para mantenerse activo. Entre ellas las económicas: la venta del periódico no permitía cubrir los costos de producción (*El Pacífico*, 02-06-1899: 1), por lo que fue necesario recurrir a una subvención de la municipalidad de Puntarenas (*El Pacífico*, 16-02-1900: 3). Otra fue la indisciplina de los trabajadores de la imprenta que ocasionaron más de una vez el retraso en la entrega del periódico, pues “*por desgracia se entrega[ba]n al uso del licor olvidando su obligación*” (*El Pacífico*, 19-03-1899: 2).

*El Correo de la Costa* surgió el 2 de febrero de 1914 con el “*primordial objetivo de trabajar con ahínco por la suerte futura de Puntarenas y del Guanacaste*” (*El Correo de la Costa*, 02-02-1914: 1). Inicialmente se imprimió en la tipografía Clavera y Hno. de Puntarenas, pero a partir de mayo de 1915 el periódico contó con su propio taller: La Imprenta La Costeña, en donde además de esta hoja se hacían “*tarjetas de visita, esquelas de participación de matrimonios y mortuorias, blocs para cartas, talonarios de*

*recibos, hojas sueltas y demás clases de impresos” (El Correo de la Costa, 02-06-1915: 4).*

En sus planes iniciales no estaba inmiscuirse en la política, prometiendo que de hacerlo *“lo haremos más por vía de información que por otra cosa” (El Correo de la Costa, 02-02-1914: 1)*. No obstante, este propósito no se cumplió y poco después del primer año de circulación, el periódico acogió, patrocinó y recomendó la candidatura de Francisco de Paula Amador para diputado de la nación en el período 1916-1920 (*El Correo de la Costa, 05-04-1915: 1*).

Este medio de comunicación circulaba de día por medio. A inicios de junio de 1915 la empresa asumió un gran reto: convertir el periódico en diario, dando énfasis a la parte informativa (*El Correo de la Costa, 02-06-1915: 1*); sin embargo, el proyecto debió abandonarse debido a la falta de personal en la imprenta, las dificultades para ofrecer los cables a tiempo y la escasez de papel (*El Correo de la Costa, 17-06-1915: 1*).

*El Correo de la Costa* es un claro ejemplo de que hacer circular un periódico a nivel provincial no era una tarea sencilla y menos en tiempos de guerra, el 26 de mayo de 1917 en un editorial se exponía que *“sostener una empresa periodística aquí [Puntarenas y Guanacaste] es un constante milagro de multiplicación de facultades y actividades”*, dadas las dificultades para conseguir redactores y, sobre todo, lectores (*El Correo de la Costa, 26-05-1917: 1*).

La escasez de papel que a nivel internacional generó la Gran Guerra golpeó fuertemente a esta empresa, que constantemente tuvo que disculparse por el retraso en sus ediciones debido a esta situación. Por ejemplo, el 1° de noviembre de 1916 el periódico se dirigió a sus lectores para justificarse en estos términos:

Grandes esfuerzos ha hecho la Empresa de El Correo de la Costa para llenar sus compromisos con el público, de servirles el periódico con toda regularidad, hasta pagando el papel a precios fabulosos, pero ahora que el artículo ha escaseado constituye para nosotros un intrincado problema cada número (*El Correo de la Costa, 01-11-1916: 1*).

*El Correo del Atlántico*, es el último de los tres impresos en aparecer: vio la luz el 23 de noviembre de 1914. Surgió con el fin de defender *“los intereses generales del país y los de esta provincia [Limón] en particular”*, para lo cual dedicarían sus mayores esfuerzos con tal de conseguir *“el resurgimiento de esta aletargada, pero rica región” (El Correo del Atlántico, 23-11-1914: 1)*.

Este periódico nunca contó con un taller de impresión propio, razón por la cual tuvo que recurrirse a diversas imprentas para su confección, todas fuera de Limón. Sus primeros números se estamparon en la tipografía Moderna, durante 1915 se imprimió en la Imprenta Trejos Hermanos, en 1916 se dio a la estampa en la Imprenta Bonilla,

en Cartago para luego recurrir al taller de *El Imparcial*, que fue cerrado por el gobierno de Federico Tinoco. La lejanía de los talleres tipográficos con respecto a Limón generó algunos inconvenientes en la regularidad de la circulación, por ejemplo:

...pero como quiera que las imprentas de San José, donde por necesidad del formato tiramos nuestro periódico, no trabajarán, por ser días festivos, en los tres primeros días del presente, hubiéramos tenido necesidad de publicarlo con retraso, lo que no hubiera sido de nuestro agrado (*El Correo del Atlántico*, 01-01-1915: 1).

Este periódico limonense salió a la luz pública una vez a la semana, excepto entre marzo y agosto de 1915 cuando se ensayó hacerlo bisemanario, el aumento se debió al traslado que hicieron de la sala de redacción a la ciudad de Cartago, lo cual permitió mejorar la sección informativa al poder disponer del telégrafo y del teléfono (*El Correo del Atlántico*, 19-03-1915: 1). En lo que a la Gran Guerra respecta, este periódico fue germanófilo y, por tanto, fue la voz de la colonia alemana, de la cual recibía una subvención de dos mil quinientos colones mensuales (*El Correo del Atlántico*, 11-11-1916: 3).

## 2 La oferta de bienes y servicios

La oferta de bienes supera en los tres periódicos a la de servicios. En total, durante el periodo analizado se publicaron 328 anuncios publicitarios que promocionaban bienes, mientras que solo 160 se referían a servicios. Para analizar la oferta de bienes se establecieron nueve categorías: alimentos, bebidas, artículos de belleza y cuidado personal, cigarros, ferretería, hogar, medicamentos, ropa y una más donde se incluían los productos que no calzaban en las categorías anteriores (Cuadro 1).

**Cuadro 1**

**Bienes ofertados a través de El Correo de la Costa,  
El Correo del Atlántico y El Pacífico, enero de 1915, 1916 y 1917**

	El Correo de la Costa		El Correo del Atlántico		El Pacífico	
	#	%	#	%	#	%
Alimentos	27	16,67	20	10,64	24	17,39
Bebidas	12	7,41	4	2,13	5	3,62
Belleza	0	0	2	1,06	1	0,72

Cigarros	3	1,85	3	1,6	6	4,35
Ferretería y materiales de construcción	11	6,79	7	3,72	10	7,25
Hogar	2	1,23	8	4,26	7	5,1
Medicamentos	4	2,47	89	47,34	29	21,01
Ropa	9	5,55	11	5,85	4	2,3
Otros	15	9,26	9	4,79	6	4,35
<b>TOTAL</b>	<b>83</b>	<b>51,23</b>	<b>153</b>	<b>81,39</b>	<b>92</b>	<b>66,09</b>

**Fuente:** *El Correo de la Costa*, *El Correo del Atlántico* y *El Pacífico*, enero de 1915, 1916 y 1917.

Al observar con detalle los datos del Cuadro 1, salta a la vista que los medicamentos ocupan el primer lugar entre los bienes ofertados, con 122 anuncios en total. Este dato no resulta sorprendente, pues ya desde el siglo XIX este tipo de bienes ocupaban un lugar de privilegio en los periódicos costarricenses, debido al crecimiento del comercio exterior y el impacto de la segunda revolución industrial (Vega, 2000: 288).

Destacan dos marcas de medicamentos: Emulsión de Scott y Bayer. La primera tenía una fuerte presencia en los impresos latinoamericanos desde fines del siglo XIX, por ejemplo en Veracruz ya era popular para 1880 (del Palacio, 2005: 11) y en Costa Rica para la misma década ocupaba el primer lugar entre los fármacos anunciados (Vega, 2000: 280). En *El Pacífico*, de los 29 anuncios que corresponden a esta categoría, 21 son de Emulsión de Scott, mientras que en *El Correo del Atlántico* el número es menor: 13 de los 89 anuncios. Durante el segundo semestre de 1916 se importaron al país 568 kilogramos de este producto (Dirección General de Estadística, 1916: 44), lo que explicaría su constante presencia en los periódicos nacionales, incluso en los locales.

Bayer y su producto estrella (la aspirina) pautaban únicamente en *El Correo del Atlántico*, que como ya se dijo era germanófilo y tenía ligámenes con la colonia alemana. La defensa a ultranza que este impreso hacía de Alemania fue más allá de los temas relacionados con la guerra, el 18 de diciembre de 1915, se denunciaba la falsificación de la aspirina y otros fármacos alemanes diciendo que:

sólo por el abuso cometido que entraña una estafa, el hecho merece acerbas censuras, pero si se considera que a más de estafar al público dándole gato por liebre y de defraudar a la casa productora, se comercia infamemente con la salud del público estafado suministrándole un preparado que carece de propiedades curativas (*El Correo del Atlántico*, 18-12-1915: 3).

En cuanto a la orientación de los otros dos impresos, puede afirmarse que el *Correo de la Costa* era aliadófilo y recibía sus cables de la Prensa Asociada (AP). Por su parte, *El*

*Pacífico* mostró neutralidad y un generalizado desinterés por las noticias de la confrontación bélica. Salvo el caso de Bayer, no se encontró evidencia de que la división ideológica que desencadenó la guerra afectara significativamente a la publicidad.

La otra categoría que merece atención son los alimentos. Podría pensarse que en tiempos de crisis la publicidad de productos de consumo básico se mantendría inalterada; no obstante, son las “*exquisitas conservas*”, los productos de Francia e Italia, los “*ostiones frescos de Nueva Orleans*” y demás productos de lujo que “*se renuevan por todos los vapores*” los que dominan la publicidad y no aquellos de la canasta de subsistencia. Esta situación puede explicarse a partir de la bonanza que, a pesar de la Gran Guerra, tuvo la élite costarricense, que no solo le permitió seguir consumiendo los productos a los que estaban habituados sus miembros, sino que también pudieron obtener ganancias producto de las exportaciones (Barrantes et. al, 2005: 111).

La insistencia de la publicidad por promover el consumo de alimentos de lujo importados sorprende si se toma en cuenta que la guerra europea impactó negativamente a los importadores costarricenses. León (2008: 9) indica que el comercio de importación se redujo abruptamente durante los años del conflicto, pasando de un promedio de \$8.3 millones en los años 1910-1913 a solo \$5,4 millones entre 1914 y 1918. Indudablemente, esta contracción tuvo graves efectos en las provincias de Limón y de Puntarenas, sedes de los principales puertos internacionales de Costa Rica. Durante los años de la guerra, la importación se redujo un 35%, lo cual afectó el abastecimiento de productos de consumo básico y redujo los ingresos del fisco costarricense, que mantenía una alta dependencia de los impuestos de aduana.

Para analizar la oferta de servicios, se construyeron doce categorías, que se detallan en el Cuadro 2. Entre los servicios, la publicidad de hoteles tiene gran preponderancia, sobre todo en Puntarenas, más que en Guanacaste o Limón, puesto que esta ciudad portuaria se encontraba entre los sitios de veraneo privilegiados por los costarricenses (Fumero, 1999: 318). Además, el atractivo turístico de Puntarenas se vio impulsado por el Ferrocarril al Pacífico –concluido en 1910– y por la apertura del Canal de Panamá en 1914, que provocó el arribo de mayor cantidad de embarcaciones a este puerto.

Otro de los servicios que se anunciaba con frecuencia era el de transportes, sobre todo aquellos viajes marítimos que conectaban el puerto de Puntarenas con los puertos del sur de esta provincia y con los de Guanacaste. La red de caminos en estas provincias era casi inexistente, razón por la cual, a partir de 1903, el Estado debió establecer contratos con el fin de garantizar la comunicación entre estos territorios (Oficial, 1903: 94-101).

Vega constata que para el periodo 1900-1930 los periódicos josefinos publicaron con frecuencia anuncios que ofrecían transporte internacional (2007: 15-16). Por el contrario, los periódicos provincianos analizados anuncian únicamente el servicio entre comunidades del Pacífico costarricense.

Esta situación puede deberse a dos factores: el primero es el encarecimiento que experimentaron los fletes durante el conflicto europeo y que afectó la cantidad de embarcaciones que ingresaron al principal puerto de Costa Rica: Limón. En 1913, este puerto recibió 574 naves, un año después 438, en 1915 arribaron 317 y en 1916 solo 282 (Dirección General de Estadística y Censos, 1916: XXII). El otro factor pudo ser la dinámica comercial de las provincias costeras. Los transportistas prefirieron anunciarse en la zona central del país donde se concentraba la actividad cafetalera y, por tanto, los principales clientes del servicio. Limón se dedicaba al cultivo del banano, que era transportado por los barcos de la United Fruit Company, mientras que la economía de Guanacaste y Puntarenas se orientaba a la ganadería y a la producción de subsistencia.

**Cuadro 2**  
**Servicios ofertados a través de *El Correo de la Costa*,**  
***El Correo del Atlántico* y *El Pacífico*, enero de 1915, 1916 y 1917**

	El Correo de la Costa		El Correo del Atlántico		El Pacífico	
	#	%	#	%	#	%
Abogacía	2	1,23	7	3,72	2	1,45
Alquiler	0	0	3	1,6	1	0,72
Bar	6	3,7	0	0	0	0
Botica	3	1,85	4	2,13	0	0
Cine	3	1,85	0	0	5	3,62
Educación	4	2,47	1	0,53	1	0,72
Hotel	12	7,41	4	2,13	11	7,97
Imprenta	7	4,32	4	2,13	1	0,72
Medicina	5	3,1	0	0	3	2,17
Sastrería	5	3,1	0	0	5	3,62
Transporte	11	6,79	0	0	3	2,17
Otros	21	12,96	12	6,38	14	10,14
<b>TOTAL</b>	<b>79</b>	<b>48,78</b>	<b>35</b>	<b>18,62</b>	<b>46</b>	<b>33,3</b>

**Fuente:** *El Correo de la Costa, El Correo del Atlántico y El Pacífico*, enero de 1915, 1916 y 1917

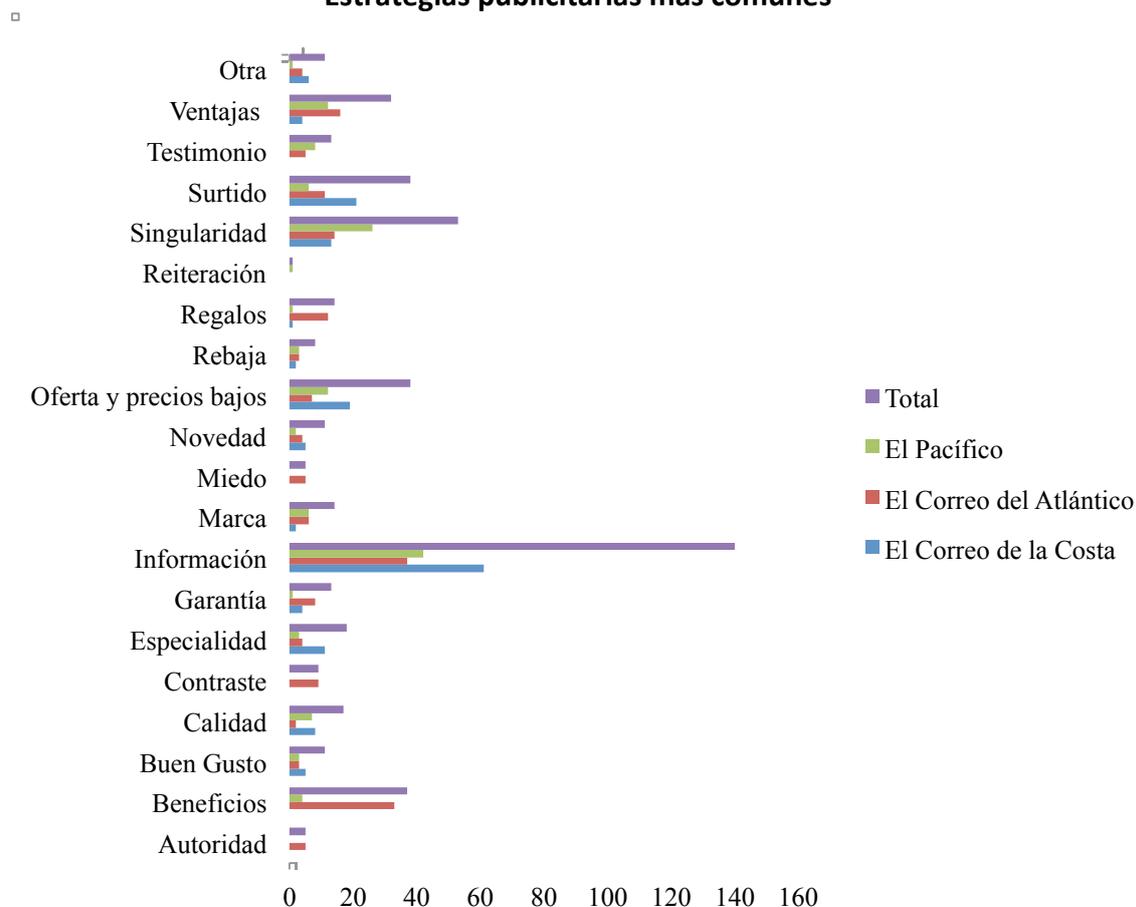
## 3 Las estrategias publicitarias

De acuerdo con Sánchez (1989: 12), la publicidad puede definirse como *“la utilización de un conjunto de técnicas persuasivas a través de diferentes medios de comunicación, cuyo objetivo final es favorecer la venta de una determinada mercancía”*, ese conjunto de técnicas persuasivas no son otra cosa que las estrategias publicitarias, las cuales serán analizadas en este apartado. Para efectos del análisis se han establecido dos categorías: aquellas más comunes que se presentan en todos los anuncios y otras estrategias más particulares que se manifiestan solo en algunos de los avisos.

### 3.1 Estrategias publicitarias más comunes

El Gráfico 1 revela que la estrategia publicitaria más utilizada en los tres periódicos analizados es la de información, es decir, ofrecer al lector detalles sobre el bien o el servicio que se publicita. Esta estrategia se practicaba ya desde los inicios del periodismo costarricense (Vega, 1995: 180) y continuó siendo la más utilizada en los periódicos josefinos hasta 1930 (Vega, 2008: 50). Por tanto, se observa en los periódicos de provincia una continuidad en la forma de hacer publicidad, pues sigue viva la herencia del siglo XIX de los anuncios por palabras, meramente informativos (Checa, 2007: 37).

**Gráfico 1**  
**Estrategias publicitarias más comunes**



**Fuente:** *El Correo de la Costa, El Correo del Atlántico y El Pacífico, enero de 1915, 1916 y 1917*

La segunda estrategia publicitaria en importancia es la singularidad, que consiste en presentar el producto o el servicio como único entre los de su clase, por ejemplo el Hotel Europa se autopromocionaba como el “*único de primera clase en Puntarenas*” (*El Correo de la Costa, 07-01-1916: 2*) y los cigarrillos La Turpinita se promocionaban como “*los mejores y más exquisitos de puntarenas*” (*El Pacífico, 13-01-1917: 1*).

Destacan también aquellos anuncios que mencionan el surtido, principalmente de bienes de lujo, que poseen los locales como forma de enganchar al público, en 1915 el almacén El Toro de Limón avisaba a sus clientes que poseía “*un surtido completo de artículos de lujo, como son: perfumes, jabones finos, etc. etc.*” (*El Correo del Atlántico, 01-01-1915: 4*) y en 1916, el doctor Alberto López afirmaba contar “*con un surtido completo de medicinas frescas para el despacho de recetas*” (*El Correo de la Costa, 05-01-1916: 2*).

El cuarto puesto lo ocupa la estrategia de beneficios que, lógicamente, remite a los favores que puede obtener una persona mediante el consumo de un determinado producto. Era mayoritariamente usada en anuncios de medicamentos, en donde los beneficios se presentaban exagerados; es el caso de las Píldoras de Brandreth (Figura 1), útiles porque:

purifican la sangre, activan la digestión y limpian el estómago y los intestinos. Estimulan el hígado y arrojan del sistema la bilis y demás secreciones viciadas. Es una medicina que regula, purifica y fortalece el sistema (*El Correo del Atlántico*, 20-01-1917, p. 3).



Figura 1. *El Correo del Atlántico*, 20-01-1917: 3

Esta estrategia también se hizo presente en otros productos, por ejemplo, la Cerveza Traube ofrecía a quienes la bebían “*vigoriza[r] la vejez, fortifica[r] la juventud y embellece[r] a las mujeres*” (*El Pacífico*, 01-01-1917: 4).

En quinta posición se halla la estrategia de exponer las ventajas que ofrece un bien o un servicio y que, por tanto, lo colocan en una posición superior al resto de los que se ofrecen en el mercado. En 1915, una academia de detectives con sede en Castellón, España invitaba a los costarricenses a estudiar la “*carrera del porvenir*” ofreciendo como ventajas: “*estudios y preparación completa y racional por correo y sin abandonar el propio domicilio, para ejercer con éxito tan delicadísima especialidad criminológica*” (*El Pacífico*, 07-01-1915: 3). Otro ejemplo lo ofrece la publicidad de la máquina de escribir Monarch (Figura 2) en la cual se le atribuía ser “*sencilla, ligera, fuerte y silenciosa*” (*El Correo del Atlántico*, 25-01-1915: 2).



Figura 2. *El Correo del Atlántico*, 25-01-1915: 2

En el caso del aviso de la academia de detectives, es claro que obtener un título en el extranjero y estudiar una profesión poco usual en Costa Rica no son las únicas ventajas. Para la fecha en la que se publica el anuncio, el desempleo azota el país y, además, en una nación sin universidades y con que apenas había abierto su primera escuela normal en 1914, este tipo de ofertas daban la posibilidad de insertarse en un mercado laboral poco diversificado.

Es importante también referirse a otras estrategias publicitarias que aunque no se repiten tanto como las hasta ahora tratadas, ponen en evidencia una diversificación de las técnicas empleadas por el sector publicitario y, por consiguiente, la génesis de un cambio cualitativo en la publicidad de los periódicos costarricenses.

La primera de ellas es la inserción de discursos de autoridad, es decir, recurrir a una persona que tiene conocimiento en algún tema para que sustente los argumentos que se exponen en el texto publicitario. De acuerdo con García (2000: 4), no puede aceptarse cualquier autoridad por prestigiosa que parezca, sino que esta debe ser genuina; es decir, competente en la materia que le es propia.

García (2000: 1) propone tres posibles usos del argumento de autoridad: por conveniencia, por necesidad o para informar, en el caso de la publicidad se da un uso del primer tipo, puesto que se utiliza con el propósito de acelerar la persuasión. Esta estrategia se empleó sobre todo en la publicidad de un medicamento llamado *Hierro Nuxado*, en la que es constante la inserción de opiniones de médicos respecto al fármaco, por ejemplo, en un anuncio publicado en 1917 el Dr. Sauer afirmaba lo siguiente:

He visto infinidad de personas nerviosas, anémicas y faltas de energía, siempre con alguna dolencia, duplicar sus fuerzas y poder de resistencia y librarse por

completo de síntomas de dispepsia, desarreglos del hígado y otros malestares en un período de 10 a 14 días, simplemente tomando Hierro Nuxado (*El Correo del Atlántico*, 10-01-1917: 2).

El contraste es una táctica publicitaria en la que se parte de lo negativo para destacar en el producto o servicio lo positivo (Vega, 2011: 192), por ejemplo en uno de los avisos de las Píldoras Rosadas del Dr. Williams (Figura 3) se expresaba lo siguiente:

Esta enfermedad afecta generalmente a la mujer y el mal se halla muy a menudo asociado con otras enfermedades propias del sexo. Si no se desarrolla en la infancia, es casi seguro que presentará sus manifestaciones al llegar a la edad de la pubertad. Las personas propensas a dolores de cabeza son por regla general de un temperamento altamente nervioso. La medicina indicada es un tónico que, como las Píldoras Rosadas del Dr. Williams, reconstruya el sistema, nutra los nervios y renueve el organismo entero (*El Correo del Atlántico*, 20-01-1917: 2).

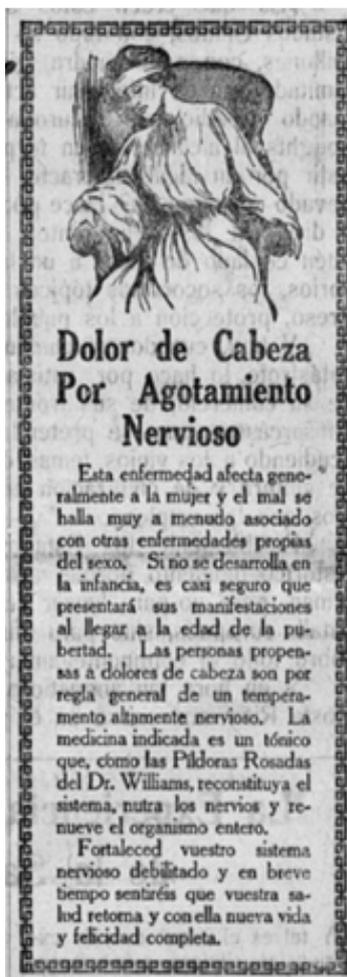


Figura 3. *El Correo del Atlántico*, 20-01-1917: 2

Otro de los cambios que puede apreciarse a partir de la muestra seleccionada es el uso cada vez más recurrente de la marca como estrategia publicitaria y elemento diferenciador. Los años entre los que se desarrolla la Gran Guerra son entonces el inicio –al menos en estos tres periódicos– del tránsito de la “pequeña publicidad” basada en el reclamo a la “gran publicidad” cuya misión es construir marcas (Caro, 2009: 109).

Durante estos años (1915-1917) se gesta la transición hacia la “época en que la marca comienza a distanciarse decisivamente del producto, privilegiando de esto modo su componente sígnico” (Caro, 2009: 112), el cual puede descomponerse en tres signos identificadores: el nombre, que define qué es y cómo es la marca; el logotipo que es una versión gráfica estable de la marca y, finalmente, el imagotipo que consiste en un signo no verbal que mejora las condiciones de identificación (Chaves, 2001: 41-50). Estos signos son claramente visibles en la publicidad de Bayer y de Emulsión de Scott, marcas que conservan sus elementos diferenciadores hasta la actualidad (Figura 4).



Figura 4. *El Pacífico*, 15-01-1916: 4 y *Correo del Atlántico*, 20-01-1917: 2

El miedo es otra estrategia que evidencia la diversificación de las técnicas publicitarias, era utilizada para indicar al posible comprador que si no adquiría determinado producto podría sufrir consecuencias negativas. Un buen ejemplo de esta estrategia lo ofrece el anuncio de las Pastillas del Dr. Richards (Figura 5) titulado ¿Va Ud. para abajo? en el cual se muestra un hombre conversando con un demonio.

De acuerdo con Lakoff & Johnson (1998: 50-51) existe en el lenguaje cotidiano un tipo de concepto metafórico que organiza un sistema global de conceptos con relación a otro, al que llaman metáforas orientacionales, pues la mayoría tiene que ver con la orientación espacial. Estos autores señalan que en la vida cotidiana la salud y la vida

son arriba, mientras la enfermedad y la muerte son abajo. Dentro de esta misma perspectiva, en la cultura occidental se asocia el cielo arriba, mientras que al infierno se le confiere la posición abajo.

El mensaje que emite este anuncio es claro: si el consumidor no adquiere el fármaco su salud decaerá (se irá para abajo), si se pierde la salud se corre el riesgo de morir e ir al infierno (abajo), la solución para librarse de estos males está entonces en comprar las Pastillas del Dr. Richards.



Figura 5. *El Correo del Atlántico*, 10-01-1917: 4

Finalmente, se encuentra la estrategia de incluir testimonios en el discurso publicitario. Se utilizaba sobre todo en anuncios de medicamentos con el propósito de convencer a los consumidores de que el producto era realmente eficaz, aportando para ello casos de pacientes que habían obtenido buenos resultados a partir de su ingesta. Por ejemplo, el Vino de Cardui para la Mujer presentaba el testimonio de la puertorriqueña Leonor Agrait, la cual expresaba: *“no me sentía muy bien, pues me encontraba muy pobre de sangre y sufría mucho entré meses. Hasta la fecha llevé tomados seis frascos del Cardui y me siento mejor”* (*El Pacífico*, 12-01-1915: 2).

## 3.2 Otras estrategias publicitarias

Una estrategia recurrente entre los anunciantes fue la de presentar la publicidad con un formato similar al de las noticias: con titulares en negrita e historias que hacían creer al receptor que leía un hecho insólito y noticioso, pues la información del producto se guardaba para el final del mensaje. Noticias y publicidad se confundían entre las columnas de los periódicos como lo muestra la Figura 6, donde aparecen destacados dos anuncios publicitarios.



Figura 6. *El Correo del Atlántico*, 08-01-1916: 1

Esta fue una tendencia internacional, en España, por ejemplo, todavía en la década de 1930 los anuncios presentados bajo el formato de noticias eran frecuentes (González, 2010: 204). González (2010: 204) afirma que este tipo de avisos iban dirigidos a un público poco adiestrado en diferenciar los mensajes periodísticos de los publicitarios; no obstante, para el caso costarricense, la presencia de la estrategia contraria (simular noticias en páginas dedicadas enteramente a la publicidad) (Figura 7) conduce a pensar en la posibilidad de que los lectores costarricenses sabían diferenciar ambos tipos de mensajes y que rechazaban el publicitario, lo que llevó a los anunciantes a idear estrategias que confundieran a los receptores y los obligaran a leer el anuncio.

Esta situación pudo deberse a los altos índices de alfabetización que mostró Costa Rica desde inicios del siglo XX. Ya para la década de 1916-1925 el porcentaje de varones

urbanos que sabían leer era de 95,5%, mientras que ese mismo porcentaje en mujeres alcanzaba 93,3%. La situación era diferente en las zonas rurales, para el mismo periodo 73,7% de los hombres y 68% de las mujeres estaban alfabetizados (Molina, 2004: 63-64).



Figura 7. *El Correo del Atlántico*, 18-01-1915: 4

Otra estrategia utilizada fue tomar el contexto de la Gran Guerra para atraer al público; a pesar de que fue utilizada por un mínimo porcentaje de los anuncios analizados vale la pena rescatarla. Por ejemplo, la publicidad de la Farmacia Universal de Puntarenas titulada “Últimos aerogramas” mencionaba que “a pesar de la escasez general de todos los artículos europeos con motivo de la guerra, la Farmacia Universal continúa sosteniendo los precios más bajos de la plaza” (*El Correo de la Costa*, 17-01-1916: 2).

La tienda La Primorosa también recurrió a esta herramienta. Aprovechándose de la expectativa que generaban las noticias de la guerra europea, tituló su aviso “Cayeron los Dardanelos”, con esto atraía la atención y de paso enteraba a sus clientes que había cambiado de domicilio (Figura 8).



Figura 8. *El Correo de la Costa*, 01-01-1916: 3

La publicidad en épocas de crisis tiende a transmitir a los receptores una sensación de normalidad y optimismo, lo cual explica el cauteloso uso de esta estrategia publicitaria. Rodríguez Mateos (2009: 34) ha señalado que durante la guerra civil española la publicidad intentaba mantener una imagen de normalidad respecto a la vida cotidiana y mantener su distancia con respecto a las noticias.

Finalmente, se halla la estrategia de llamar la atención mediante el uso de imágenes dentro del anuncio, lo cual lo hacía más vistoso que el resto. Existían dos posibilidades para incluir imágenes dentro de la publicidad: el dibujo publicitario y la fotografía. El primer recurso fue más frecuente que el segundo, pues las tecnologías de impresión disponibles en las provincias de Costa Rica aún no permitían hacer un uso extensivo de la fotografía y ésta se reservaba para las secciones informativas, aunque tampoco fueron muy recurrentes. El Cuadro 3 resume los detalles del uso de imágenes en los 488 anuncios analizados.

**Cuadro 3**  
**Uso de imagen en la publicidad de *El Correo de la Costa*,  
*El Correo del Atlántico* y *El Pacífico*, enero de 1915, 1916 y 1917**

	Uso de imagen		Tipo de imagen	
	Sí	No	Dibujo	Fotografía
<b><i>El Correo de la Costa</i></b>	8	154	4	4
<b><i>El Correo del Atlántico</i></b>	40	148	39	1
<b><i>El Pacífico</i></b>	22	116	22	0

**Fuente:** *El Correo de la Costa*, *El Correo del Atlántico* y *El Pacífico*, enero de 1915, 1916 y 1917

*El Correo del Atlántico* es el periódico que muestra la mayor cantidad de anuncios con imágenes, casi todos ellos corresponden a fármacos y sus clichés provienen del extranjero. Por su parte, *El Correo de la Costa* muestra la particularidad de utilizar la mayor cantidad de fotografías dentro de sus avisos. De acuerdo con Checa (2007: 73), la fotografía rompe el monopolio del dibujo publicitario y en muchos casos la desplaza, sobre todo cuando se trata de una publicidad “realista” o la denominada industrial.

Para el periodo en estudio, la fotografía está muy lejos de remplazar al dibujo en los periódicos provincianos de Costa Rica, es más ni siquiera existe todavía un predominio del dibujo en la publicidad, tal y como lo muestran las cifras del Cuadro 3. Aunque sí comienza aparecer tímidamente la publicidad realista de la que habla Checa, un ejemplo de ello es el aviso de la fábrica de jabón y velas de Teodoro Roiz, que muestra una fotografía del inmueble que ocupa en la ciudad de Puntarenas (Figura 9).



Figura 9. *El Correo de la Costa*, 08-01-1915: 2

## 4 Consideraciones finales

Durante los años que duró la Gran Guerra, la publicidad de los periódicos provincianos costarricenses evitó recurrir al contexto para atraer compradores de los bienes o servicios anunciados, más bien trató de transmitir un mensaje de normalidad, lo cual se evidencia en el ofrecimiento constante de artículos de consumo de lujo y no tanto de productos de primera necesidad.

Las estrategias publicitarias heredadas de la centuria decimonónica continúan utilizándose en los periódicos de provincia. La estrategia de ofrecer información sigue

predominando de manera abrumadora y los anuncios continúan siendo, en su mayoría, simples, utilizando solo palabras y una estructura discursiva muy básica.

A pesar de eso, comienza a manifestarse tímidamente un proceso de diversificación de las estrategias publicitarias, gracias a los anunciantes extranjeros (sobre todo de medicamentos) que han consolidado sus marcas y cuyas campañas publicitarias son desarrolladas en el exterior, donde a diferencia de Costa Rica la publicidad se ha profesionalizado.

Las tecnologías de impresión disponibles condicionan la publicidad que se inserta en las páginas de los periódicos. *El Correo del Atlántico* presenta anuncios con estrategias más elaboradas, muchos hermoeadas con grabados, lo cual se debe a que este periódico se daba a la estampa en talleres del Valle Central, donde se disponía de imprentas más avanzadas que en Puntarenas y Guanacaste, donde se plasmaban *El Correo de la Costa* y *El Pacífico*.

Además, el ligamen que mantuvo *El Correo del Atlántico* con los alemanes le permitió tener estrategias más elaboradas, dados los instrumentos innovadores y la actitud agresiva que impulsaron los alemanes y que se orientaron a incrementar las ventas, sobre todo en el territorio latinoamericano.

## Referencias bibliográficas

- BARRANTES, E.; BONILLA, H & RAMÍREZ, O. (2005). Costo y condiciones de vida: la canasta de subsistencias en Costa Rica, 1914-1920. En: Viales, R (ed.). (2005). *Pobreza e historia en Costa Rica. Determinantes estructurales y representaciones sociales del siglo XIX a 1950* (pp. 101-154). San José: EUCR
- CARO, A. (2009). Una fase decisiva en la evolución de la publicidad: la transición del producto a la marca. En: *Pensar la Publicidad, III* (2), pp. 109-132
- CHAVES, N. (2001). *La imagen corporativa. Teoría y metodología de la identificación institucional*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili
- CHECA, A. (2005). *Las rutas de la publicidad en Andalucía*. Sevilla: Andalucía abierta
- (2007). *Historia de la publicidad*. La Coruña: Netbiblo
- DEL PALACIO, C. (2005). La transición al periodismo industrial de tres periódicos mexicanos. Finales del siglo XIX y principios del XX. En: del Palacio, C. (2005). *Catálogo hemerográfico veracruzano (1794-1950)*. Universidad de Guadalajara y CONACYT

- DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA. (1918). *Anuario Estadístico, Año 1916*. San José: Imprenta Nacional
- FUMERO, P. (1999). Vida cotidiana en el Valle Central: 1850-1914. Los cambios asociados con la expansión del café. En: Botey, A. (coord.). (1999). *Costa Rica: desde las sociedades autóctonas hasta 1914*. San José: EUCR
- GARCÍA, R. (2000). "Los argumentos de autoridad". En: *Uso de la razón*. Disponible en: <http://perso.wanadoo.es/usoderazonweb/html/conten/argum/argautori/autori dad.pdf>
- GONZÁLEZ, I. (2010). El espejo mágico: la sociedad española de la II República según la publicidad de la revista Crónica (1931-1936). *Revista Mediterránea de Comunicación* (1), pp. 195-212
- LAKOFF, G. & JOHNSON, M. (1998). *Metáforas de la vida cotidiana*. Madrid: Catédra
- LEÓN, J. (2008). El comercio exterior de Costa Rica en el siglo XX: 1880-2000. Disponible en internet (15-8-2014): <http://www.iice.ucr.ac.cr/temacomercio.pdf>
- (2010). Las políticas económicas en Costa Rica 1890-1950. La primera mitad del siglo XX. Disponible en internet (5-9-2014): <http://www.iice.ucr.ac.cr/PoliticaEconomica1890-1950.pdf>
- MOLINA, I. (2004). *La estela de la pluma. Cultura impresa e intelectuales en Centroamérica durante los siglos XIX y XX*. Heredia: EUNA
- OFICIAL. (1903). *Colección de Leyes y Decretos de Costa Rica*. San José: Tipografía Nacional
- PASTOR, J. (2009). Segovia, 1936-1937. La publicidad en los tiempos de la Guerra Civil. *Pensar la Publicidad*, 3 (1), pp. 83-100
- RODRÍGUEZ, A. (2009). La publicidad como fenómeno comunicativo durante la Guerra Civil española. *Latina de Comunicación Social* (64)
- SALAZAR, J. (2003). *Crisis liberal y estado reformista: análisis político electoral 1914-1949*. San José: EUCR
- SÁNCHEZ, J. (1989). *Breve Historia de la Publicidad*. Madrid: Ciencia 3
- VEGA, P. (1995). *De la imprenta al periódico. Los inicios de la comunicación impresa en Costa Rica 1821-1850*. San José: Porvenir
- (2000). El consumo diferenciado de bienes en San José (1887-1898). En: Vega, P. (comp.). (2000). *Comunicación, política e identidad*. San José: EUCR

- (2007). El reinado de la publicidad. Historia de la publicidad en los periódicos de Costa Rica (1900-1930). En: Vega, P. *Encrucijadas de la Comunicación Social*. San José: EUCR
- (2008). Estrategias publicitarias en Costa Rica (1900-1930). En: *Pensar la Publicidad, II* (1), pp. 45-78
- (2012). Estrategias publicitarias en tiempos de crisis (publicidad en la prensa costarricense 1931-1932). *Reflexiones 91* (2), pp. 33-49

## LA REPRESENTACIÓN DE LA MUJER EN LA PRENSA SATÍRICA: *POR FAVOR* (1974 – 1978)

Jessica Lluch Giménez  
Universitat de València  
[jeslluch@alumni.uv.es](mailto:jeslluch@alumni.uv.es)

**Recibido: 29-9-2014**  
**Aceptado: 30-10-2014**

**Resumen:** *El presente trabajo comprende el estudio de la representación de la mujer en las portadas de la revista satírica Por Favor, que estuvo en activo desde marzo de 1974 hasta julio de 1978. Principalmente se analizan las estrategias empleadas por los autores en la construcción de las imágenes y textos que conforman la primera plana de los distintos números de la revista. Para ello, utilizaremos la técnica del análisis de contenidos con la que someteremos a la muestra a doce parámetros de estudio concretos. La finalidad es comprobar si dicha publicación actuó como una tecnología del género, capaz de trasladar a los lectores una imagen concreta de la mujer.*

**Palabras clave:** *Por Favor, humor, prensa satírica, representación de la mujer, tecnología de género.*

---

**Abstract:** *This paper is a study of the woman's representation in the satirical magazine Por Favor, which worked between March 1974 and July 1978. Above all we analyse the strategies used by the authors in the building of pictures and texts that are included in the cover of the different numbers of the magazine. For this, we use the technique of contents analysis that subjects the sample to twelve parameters of study. With this, we want to know if the magazine worked as a gender technology, capable to transfer the readers a certain image of the woman.*

**Keywords:** *Por Favor, humour, satirical press, woman representation, gender technology.*

## Introducción y objetivos

La presente investigación pretende abordar la cuestión de la representación de la mujer en una tecnología social determinada: las revistas satíricas. Concretamente, nos centraremos en *Por Favor*, una publicación semanal editada en Barcelona que estuvo en activo entre marzo de 1974 y julio de 1978. Una época, la transición del franquismo a la democracia, en la que la sociedad española fue testigo de una profunda transformación a todos los niveles: político, económico y social.

En este marco, analizaremos los modos de representación de la figura femenina en las portadas que durante la trayectoria del semanario estuvieron protagonizadas por mujeres. La primera página de una publicación posee una enorme importancia, ya que adquiere el poder de interpelar la atención del lector. Así, la portada de cualquier medio se alza como “la tarjeta de presentación, el escaparate o la vitrina, desde la que se intenta llamar la atención de la audiencia, ofreciéndole lo mejor de su contenido” (Martín Aguado, 1992: 70). En este sentido, esta necesidad de captar al lector con la simple visualización de una página conlleva a que la misión principal sea influir en su decisión de compra. Es decir, una portada tratará de seducir al receptor desde el primer contacto con el producto para que termine adquiriéndolo. Así, “*la portada se trata de un espacio comercial que permite estimular las ventas*” (Puebla, 2011: 100).

No obstante, las funciones de la primera página de una publicación van más allá de la mera atracción de consumidores potenciales. Las portadas son también la seña de identidad del medio, que desea transmitir una imagen de sí mismo (Biselli, 2005: 105). Por tanto, refleja un modo particular de entender y plasmar la actualidad. De igual forma, se exhiben los temas que han sido seleccionados como los más relevantes, proceso en el que tiene una importancia crucial la ideología del medio de comunicación. Es la propia publicación la que decide qué temas son los que van a ocupar ese espacio privilegiado y cuáles quedan fuera. La primera página constituye, en ese sentido, “*la esencia decantada de una edición informativa*” (Palau, 2013: 825).

Por otro lado, es necesario subrayar que en el contexto en el que se enmarca este estudio se produjo un cambio trascendental en la representación de la figura de la mujer en los distintos dispositivos sociales. A finales de la década de los 60, la censura respecto al erotismo, habitual en España durante todo el régimen franquista, se redujo produciéndose una *“cierta liberalización en temáticas sexuales, que terminará afianzándose en los años 70, en el que se enaltece la imagen del hombre español y empiezan a aparecer los primeros desnudos”* (Collado, 2011: 200). Por tanto, la representación del cuerpo de la mujer comienza a producirse y normalizarse, pero siempre pensando en el placer del hombre como objetivo principal. En esta línea, Laura Mulvey sostiene que ese modo de erotización de la imagen femenina desemboca en la construcción de un imaginario social basado en el sexismo:

En su papel exhibicionista tradicional, las mujeres son simultáneamente miradas y expuestas, con su apariencia codificada para un impacto fuertemente visual y erótico, de modo que pueda decirse que connotan mirabilidad. (Mulvey, 2007: 86).

Teniendo en cuenta estas consideraciones, matizamos que el objetivo de la investigación es comprobar si el semanario satírico *Por Favor* actuó como tecnología de género a través de sus portadas. Consecuentemente, estudiaremos si los modos de representación de la figura femenina llevados a cabo por la publicación influyeron en la construcción de un determinado modelo arquetípico de mujer en el imaginario de los lectores de la época. Por tanto, nos centraremos en el análisis de las estrategias empleadas por la plantilla de la revista a la hora de elaborar las primeras páginas, tanto a nivel visual como en el ámbito textual.

## 1 El humor desde la historia social

En el texto, *Una historia cultural del humor*, Jan Bremmer y Herman Roodenburg dedican un capítulo introductorio a hablar del humor desde una perspectiva histórica. Los dos autores definen el humor como *“cualquier mensaje –se transmita por el gesto, la palabra, hablada o escrita, la imagen o la música- que se proponga provocar la sonrisa y la risa”* (Bremmer y Roodenburg, 1999: 1-10).

Estos autores identifican tres elementos que muestran la existencia de factores que han afectado a la evolución del humor como fórmula comunicativa y cultural. En primer lugar, han variado los teóricos del humor. Los primeros en estudiar la risa fueron los retóricos y filósofos, quienes dieron paso en la Edad Media a los monjes y teólogos. A partir de la Ilustración, los psicólogos se encargaron de la tarea investigadora. Hoy en día, el análisis se lleva a cabo principalmente por los sociólogos. Esto demuestra que el humor ha cambiado a lo largo de la historia porque siempre se

han ocupado de él profesionales distintos. También han variado los productores. En Grecia y Roma los hacedores de la sátira fueron las élites sociales; mientras que en la Edad Media, la misión se le encargaba a las clases sociales más bajas con los juglares y los bufones. Hoy en día, cualquiera puede elaborar humor e incluso convertirse en personaje mediático gracias a ello (Gómez Mompert, 2010: 44-45). Por último, el humor se ha transformado según las épocas. En el pasado nos hemos reído de cosas que ahora suscitarían nuestro horror. En *La gran matanza de los gatos*, Robert Darnton afirma que se está produciendo una batalla entre lo viejo, que no acaba de morir, y lo nuevo, que no acaba de nacer. Pero hay también un conflicto entre las concepciones de la risa. Existe una visión vitalista, materialista, popular. Y otra que pide comedimiento. Es decir, que apuesta por la risa, pero defiende su domesticación. Por tanto, hay dos modelos que chocan y esto hace que nos riamos de dos formas distintas.

Estudiar el humor desde la historia social conlleva entender las claves del mismo. Y éstas están intrínsecamente relacionadas con las culturas en las que se produce e inserta y con su evolución diacrónica. Cuestiones que también han ido cambiando a lo largo del tiempo. En la Edad Media, el humor participaba de la cultura popular, que no era otra que la de la fiesta en la plaza pública. Este tipo se relaciona con el concepto de "*realismo grotesco*" acuñado por Mijail Bajtin, basado en realizar una inversión sociológica momentánea en la que las clases bajas satirizaban a las clases altas a través de la cultura del cuerpo o carnavalesca. A finales del siglo XVIII y principios del XIX, la sátira sirvió para "*expresar una visión del mundo subjetiva*" (Bajtin, 1995: 39). Es una risa más comedida, basada en la ironía o el sarcasmo como mecanismos constructivos. En palabras del propio Bajtin (1995: 41): "*En lo grotesco, beber, comer, la satisfacción de las necesidades naturales, coito, alumbramiento, pierden casi por completo su sentido regenerador y se transforman en vida interior*".

Actualmente, el humor postmoderno se caracteriza por ser hedonista. Es un mecanismo que posee un fin por sí mismo. Es decir, carece de un objetivo aplicable más allá del placer. En este sentido, se podría llegar afirmar que la era satírica ha muerto. Pero esto no quiere decir que no se emplee en los métodos para construir el género humorístico. Lo que sucede es que se utiliza de otra forma. Consecuentemente, la denuncia satírica se ha sustituido por un humor sin pretensiones. Para Gilles Lipovetsky, el humor contemporáneo tiene los siguientes rasgos: omnipresencia, hedonismo, ausencia superficial de angustia, habilidad social, igualdad, es un indicador de la angustia social, capacidad novedosa, individualismo, autoreferencialidad y utilidad. De esta forma,

...evacúa lo negativo, característico de la fase satírica o caricaturesca. La denuncia burlona correlativa de una sociedad basada en valores reconocidos es

sustituida por un humor positivo y desenvuelto, un cómico *teenager* a base de absurdidad gratuita y sin pretensión. (Lipovetsky, 1986: 140).

Siguiendo con el humor contemporáneo, el teórico Peter Berger establece cuatro categorías en cuanto a formas de expresión cómicas. En primer lugar, existe un humor benigno que surge como reacción a las diversas incongruencias que van apareciendo dentro del ámbito cotidiano. También se observa un humor consolador, que plantea situaciones dramáticas o trágicas y las resuelve incitando a “*reír mediante las lágrimas*”. Por otro lado, el humor ingenioso desvela incoherencias de la realidad, pero que no se consideran serias. De este modo, solo quiere sacar a la luz y no incidir en el hecho. Por último encontramos la sátira, que utiliza lo cómico con fines agresivos. A diferencia del humor ingenioso, la sátira ataca con todos los recursos disponibles para conseguir un fin concreto (Berger, 1999: 169-280).

En los últimos años, las investigaciones en torno a la prensa satírica han aumentado. Recientemente, la investigadora María Irazo ha presentado, en la Universidad de Valencia, su tesis doctoral titulada *La revista satírica El Popus (1973-1987). Contrapoder comunicativo en la Transición política española. El tratamiento informativo crítico y popular de la Transición española*. En su trabajo, Irazo realiza un análisis detallado sobre la historia, contenidos y modos de producción de la revista a lo largo de toda su trayectoria. Sobre la misma publicación también está trabajando Marine Lopata, investigadora especializada en el estudio de revistas satíricas de la Transición. De igual forma, Lopata ha realizado textos sobre la revista *Hermano Lobo*. Por su parte, José Antonio Llera ha firmado diversos escritos sobre humor y prensa satírica. En 2003 vio la luz *El humor verbal y visual de La Codorniz*, una adaptación de su tesis doctoral que plasma la evolución del semanario. Por su parte, Roselyne Mogin-Martin ha llevado a cabo varios estudios sobre la revista *El Jueves*. Esta publicación sirvió a Gema Martínez Espronceda para analizar la serie de historietas “Martínez el Facha” durante el periodo que va desde 1977 a 1979.

No obstante, todavía no se han realizado investigaciones exhaustivas sobre el semanario satírico *Por Favor*. La única aproximación analítica ha sido llevada a cabo por el profesor e investigador Josep Lluís Gómez Mompert. En el texto *Leve crítica a la monarquía, el ejército y la iglesia en el periodismo satírico de Por Favor (1974-1978)*, Gómez Mompert analiza el modo de representación de las tres instituciones en los contenidos del semanario. De este modo, concluye que para el ejército y la monarquía hubo una “autolimitación” para evitar una represión directa por parte del Estado. En cuanto a la iglesia, se optó por ridiculizarla porque “*la moral de las nuevas*

*generaciones demócratas estaba muy alejada de esta institución que quería seguir en su mayoría con su ideología y moral nacionalcatólicas”* (Gómez Mompert, 2014)<sup>1</sup>.

## 2 La tecnología de género

Teresa de Lauretis, en su obra *Diferencias. Etapas de un camino a través del feminismo*, trata cómo varios dispositivos sociales se convierten en tecnologías capaces de crear un imaginario social en cuanto a género. La autora se inspira en las ideas de Michel Foucault<sup>2</sup>, quien en su teoría de la sexualidad ya habla del género como el producto de varias tecnologías sociales y de discursos institucionales, epistemologías y prácticas críticas culturales (Lauretis, 2000: 35). En este sentido, De Lauretis propone que el género sea visto como el *“conjunto de los efectos producidos en cuerpos, comportamientos y relaciones sociales debido a la existencia de una compleja tecnología política”*. La escritora va más allá y extiende esa tecnología política hasta la tecnología social. Logra, de este modo, superar la noción de Foucault ya que el autor se olvida de *“la sollicitación diversificada a la que ésta [la tecnología social] somete a los sujetos/cuerpos masculinos y femeninos”* (Lauretis, 2000: 36).

Tradicionalmente, el concepto de género se ha relacionado con la diferencia sexual femenina y masculina<sup>3</sup>. Una matización que está muy lejos de acercarse a las posturas de Teresa de Lauretis, ya que sostiene que continuar aplicando esta tendencia género/diferencia sexual hace que el pensamiento feminista permanezca vinculado al patriarcado occidental, postura que se vería reproducida y reforzada a través de los discursos culturales dominantes y de las *“grandes narraciones”* que lo sustentan (Lauretis, 2000: 34). Sobre esta base, la teórica considera que para poder describir correctamente a este tipo de sujeto es necesario delimitarlo dentro de un campo social en el que el concepto de género no esté únicamente ni estrechamente ligado a la diferencia sexual.

---

<sup>1</sup> El texto de Gómez Mompert se incluirá en el libro *El humor frente al poder. Prensa humorística, cultura política y poderes fácticos en España (1927-1987)*, que tiene previsto publicar Biblioteca Nueva (Madrid) a comienzos de 2015.

<sup>2</sup> La teoría de la sexualidad de Michel Foucault está recogida en su obra *Historia de la sexualidad*. Madrid: Siglo XXI, 3 vols., 2005.

<sup>3</sup> La Real Academia Española distingue en sus acepciones entre género femenino y género masculino. El primer tipo queda definido como el *“rasgo inherente de las voces que designan personas del sexo femenino, algunos animales hembra y, convencionalmente, seres inanimados”*. Por su parte, el género masculino es el *“rasgo inherente de las voces que designan personas del sexo masculino, algunos animales macho y, convencionalmente, seres inanimados”*. <http://lema.rae.es/drae/?val=género> (12-8-2014).

Consecuentemente, el sistema de sexo/género se alza como un artefacto de representación que confiere significado a los individuos de una sociedad dada. Así, si las representaciones de género vehiculan significados que sancionan posiciones sociales diferentes, el representar a un macho o a una hembra implica la asunción de ese determinado conjunto de efectos de sentido (Lauretis, 2000: 39). Por tanto, la representación de la mujer en las diversas tecnologías sociales se ve previamente afectada por la aceptación de unos valores previos impuestos socialmente.

El siguiente paso consiste en cuestionarse cómo dichas asunciones se instauran en la conciencia personal y colectiva. Para Louis Althusser es la ideología la que se encarga de cumplir esta misión: *“Toda ideología tiene la función de construir individuos concretos en cuanto a sujetos”* (Althusser, 1971: 171). De este modo, la representación del género es también su construcción siendo el arte y la cultura del mundo occidental los encargados de elaborar la historia de esta construcción (Lauretis: 2000, 36).

Esta noción del concepto de género ha hecho que diversos pensadores atisben varias problemáticas. Michèle Barret amplía las ideas de Althusser y sostiene que la ideología no es solo un lugar primario de la construcción del género, sino que *“ha jugado un papel muy importante en la construcción histórica de la división capitalista del trabajo y en la reproducción de la fuerza de trabajo”* (Barret, 1985: 74). Por su parte, Parveen Adams afirma que el sistema de representación de la figura de la mujer *“presupone una opresión homogénea de las mujeres”* ya que se siguen diversos arquetipos en los procesos de representación (Adams, 1979: 56).

Son varias las investigadoras que han estudiado el papel que ejercen las distintas tecnologías sociales en relación con la figura de la mujer. Este es el caso de María Castejón, que ha centrado su producción investigadora en la representación de género en el ámbito audiovisual. En su artículo *Mujeres y cine. Las fuentes cinematográficas para el avance de la historia de las mujeres*, Castejón sostiene que el gran avance logrado por la teoría fílmica feminista<sup>4</sup> consistió en poner de manifiesto la importancia del cine como constructor de modelos de comportamiento, y la importancia que éste puede ejercer en cuanto a la construcción de la subjetividad y de la identidad del espectador (Castejón, 2004: 306). En esta línea, la profesora Guilia Colaizzi indica que ese poder que ejerce el cine a la hora de instituir una conciencia cultural del pensamiento en tanto representación se logra a través de un máximo nivel de artificio cuya misión principal es seducir al espectador para hacerle creer que está ante una imagen coherente, reflejo de la realidad (Colaizzi, 1995: 19).

---

<sup>4</sup> Algunas de las autoras que, a partir del siglo XX, comienzan a teorizar sobre la representación fílmica de los personajes femeninos son la propia Teresa de Lauretis, Mary Ann Doane, Guilia Colaizzi, Ann Kaplan, Annette Khun y Laura Mulvey.

Juana Gallego centra su trabajo en el análisis de la representación de la mujer en varios medios de comunicación. En su primer libro, *Mujeres de papel. De Hola a Vogue: la prensa femenina actual*, Gallego afirma que las revistas femeninas proponen un modelo de mujer, y que la portada sirve como dispositivo para concretarlo y trasladarlo a las lectoras (Gallego, 1990: 55). Ana Jorge Alonso, en su voluntad de estudiar la representación de la mujer en la actualidad, sostiene que los medios de comunicación difunden una imagen de la feminidad en correspondencia con los “presupuestos ideológicos y culturales de épocas pasadas que poco se parecen a la realidad socioeconómica de las mujeres actuales” (Jorge Alonso, 2004: 61).

### 3 Metodología

Para analizar el humor y la sátira mediática, Josep Lluís Gómez Mompert propone contemplar cinco elementos y sus derivaciones. El primero de ellos es el medio, que condicionará los formatos y las líneas de expresión. Nuestro caso, al tratarse de un medio escrito, se vincula a formas literarias e iconográficas del humor. Seguidamente encontramos la teoría, que implica un vínculo entre el humor institucionalizado y la sociedad. De igual forma, se hace necesaria una operacionalización de las variables a través de los conceptos que sirven para capturar las formas de hacer el humor y para exponer “*qué se dice*” y “*cómo se dice*” desde el medio o desde el programa. Por otro lado, el análisis del humor y la sátira requiere un estudio de la producción. Es decir, conocer la incardinación del humorista con su contexto para entender sus motivaciones, las influencias y las tradiciones que percuten sobre su acción humorística. Asimismo, es relevante realizar un análisis del consumo y de la recepción para comprender el papel del medio en el posicionamiento de la audiencia y en los procesos de hibridación de las formas culturales (Gómez Mompert, 2010: 53-54).

Nuestra investigación se va a centrar en el estudio de los métodos empleados para representar a la mujer en las portadas de la revista satírica *Por Favor*. Por tanto, nos situaremos en el tercer nivel propuesto por Gómez Mompert, pues nuestra intención es revelar qué temas se relacionan con la imagen de la mujer y de qué forma son tratados tanto en la parte iconográfica como textual de la primera página de los números seleccionados. Con lo cual, el estudio operará mediante el análisis de contenidos. En esta línea, Sinclair Goodlad cita siete mecanismos cómicos (la exageración, la inversión, la impropiedad, la sustitución, el doble significado, la expresión limitada y la repetición) que se asocian con cinco descriptores formales (la idea, la emoción, el sonido, la característica y la visión) (Gómez Mompert, 2010: 41).

Este esquema analítico desemboca en 35 categorías separadas, y si se combinan con los mecanismos cómicos y sus elementos surgen 425 tipos posibles de observación aplicables a cada unidad de análisis. Inevitablemente, la utilización de estas categorías analíticas termina por causar algunos problemas de manejo. Por este motivo, esta investigación se basará en la propuesta de ficha de análisis de contenidos realizada por Enrique Bordería, Francesc Martínez Gallego y Josep Lluís Gómez Mompert en su obra *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica*<sup>5</sup>. Los diversos parámetros se aglutinan en el siguiente modelo, que han sido comunes en el estudio de toda la muestra.

- Tipo de pieza gráfica.
- Personajes que conforman la imagen.
- Autoría.
- Temática principal de la pieza.
- Superficie total que cubre la imagen en la página.
- Intencionalidad del autor respecto al mensaje transmitido.
- Valores expresados por el creador de la pieza.
- Método constructivo del humor.
- Papel de las mujeres en las piezas; y dentro de esta división, el rol ejercido por las mismas.
- Eje moral de la pieza.
- Metodología empleada por el autor para alcanzar los objetivos.

Las fichas de análisis de contenidos han permitido la extracción de datos relevantes que después se han convertido en porcentajes cuya misión no es otra que es apoyar empíricamente las ideas extraídas tras el análisis comparativo de todos los parámetros. Este método de investigación nos llevará a conocer cómo se realizó la representación de la mujer en las portadas de la revista y a revelar si dicho medio que actuó como una tecnología de género capaz de trasladar al receptor una imagen concreta de la figura femenina.

El corpus de nuestra investigación está compuesto por 28 portadas de la revista, cuya principal característica es la aparición de la figura de la mujer como protagonista<sup>6</sup>. Tras

---

<sup>5</sup> Dicha propuesta de ficha de análisis de contenidos se encuentra en el tercer capítulo, escrito por el investigador Josep Lluís Gómez Mompert, titulado: “Metodología para el estudio de la sátira mediática”.

<sup>6</sup> Para realizar este estudio se ha recurrido a la revista digital sobre historieta *Tebeosfera*. En su sitio web, están disponibles casi la totalidad de las portadas que componen la colección de *Por Favor*: [http://www.tebeosfera.com/obras/publicaciones/galeria/por\\_favor\\_punch\\_garbo\\_cumbre\\_1974.html](http://www.tebeosfera.com/obras/publicaciones/galeria/por_favor_punch_garbo_cumbre_1974.html) (5-7-2014).

realizar un rastreo por 157 números<sup>7</sup>, hemos considerado que estas portadas son las más significativas para llevar a cabo nuestra investigación porque son las que alcanzan como figura principal de la imagen a la mujer. Dichos ejemplares se publicaron entre el 29 de abril de 1974 y el 15 de mayo de 1978, periodo que se engloba dentro de la transición del franquismo a la democracia en España.

## 4 *Por Favor*: la revista satírica

El 4 de marzo de 1974 vio la luz el primer número de la revista satírica *Por Favor*. Fue un proyecto impulsado por el editor José Ilario, consciente de que el humor periodístico ocupaba un lugar trascendente en una España que estaba siendo testigo de la decadencia del franquismo, y la llegada de un proceso de renovación, la transición a la democracia<sup>8</sup>. Con la pretensión de hacer una revista humorística, Ilario llamó a Jaume Perich –el Perich– para dirigirla, ya que gozaba de un importante prestigio al haber trabajado como redactor y dibujante en publicaciones como *La Vanguardia*, *El Correo Catalán*, *El Periódico de Catalunya* o *Hermano Lobo*. Perich propone a Manuel Vázquez Montalbán como codirector literario. Ambos, con una prima de fichaje de cerca de un millón de pesetas, firman por *Por Favor* (Fontes y Menéndez, 2004: 545-547).

El resultado fue un semanario muy pegado a la actualidad, especialmente política. Esta primera experiencia tuvo una gran acogida entre los lectores, hasta que finalmente se estabilizaría el mercado contabilizando una tirada media de 40.000 ejemplares. Su éxito se debió, en parte, al importante elenco de dibujantes, periodistas y escritores que compusieron el equipo y sacaron a relucir una sátira mordaz e inteligente<sup>9</sup>. Esta forma de construir el humor y tratar la actualidad hizo que el semanario se crease

---

<sup>7</sup> La colección completa de la revista *Por Favor* está integrada por 213 números publicados entre marzo de 1974 y julio de 1978. Sin embargo, la muestra sobre la que trabaja nuestro estudio es menor (157 ejemplares), puesto a que en el momento del estudio no se disponía físicamente de todos los ejemplares de la colección.

<sup>8</sup> El año en que *Por Favor* comenzó su andadura, el panorama mediático español ya contaba con publicaciones satíricas como *La Codorniz*, la más veterana pues estaba en activo desde 1941; *Hermano Lobo*, nacida en 1972; *Barrabás*, la revista satírica del deporte (1972); o *El Papus*, que publicó su primer número en 1973.

<sup>9</sup> Entre los personajes que formaron parte del equipo creativo de *Por Favor* encontramos al propio Manuel Vázquez Montalbán, Perich, José Luis Guarnier, José Martí Gómez, *Mac Macarra*, Máximo, Maruja Torres, Núria Pompeia, Amando de Miguel, Soledad Balaguer, Bolinaga, Manuel Campo Vidal, Cesc, Guillén, El Cubri, Kim, Martín Morales, Outumuro, Josep Ramoneda, Romeu, Fernando Savater, Tom, Tex, Vallés, Luis Vigil Vives, Ángel García Pintado.

enemigos pronto. De hecho, antes de cumplir los cuatro meses en el kiosco, el Consejo de Ministros suspendió *Por Favor* durante cuatro meses y le impuso una multa de 250.000 pesetas al director, Eduardo Arce. Después de este castigo, León Herrera, ministro de Información y Turismo, no dudó en secuestrar el número 18, es decir, el mismo de la reaparición, fechado el 4 de noviembre de 1974<sup>10</sup> (Fontes y Menéndez, 2004: 549-552).

Tras el secuestro del número 18, la redacción de *Por Favor* optó por incluir en la siguiente publicación una viñeta de Perich donde un funcionario censor incomoda a un dibujante mediante acusaciones por la reproducción de un chiste anterior. En ese mismo número se lanza una reflexión esencial que tomamos como base en el inicio de nuestra parte argumentativa: ¿Acaso ignora que una de las causas del cierre de *Por Favor* fue el “mal gusto”? [...] ¡En *Por Favor* no debe haber ni mal gusto, ni indecencia ni lucha de clases!<sup>11</sup> En este sentido, el equipo que conformaba el semanario en 1974 estaba disconforme con los motivos alegados por los sancionadores porque, a diferencia de otras revistas de humor que se estaban publicando en ese momento, *Por Favor* no utilizaba la desnudez femenina si no era con alguna fotografía de “*sutil erotismo que exigiera el guión*” (Fontes y Menéndez, 2004: 552).

## 4.1 La mujer en las portadas de *Por Favor*

En una primera instancia podemos calificar la presencia de la mujer en la primera página de *Por Favor* como minoritaria, pues las portadas con representación femenina únicamente se extienden en 28 de los 157 casos estudiados, lo que supone un porcentaje del 20,38%. Por tanto, el hombre es el protagonista indiscutible con 95 muestras (60,51%).

De estas 28 piezas, únicamente tres cuentan con autoría especificada (10,71%). Dos de ellas contienen la firma del dibujante Guillén; mientras que la residual está firmada por Núria Pompeia. Por tanto, no es posible conocer quién estuvo detrás de la creación de 25 portadas, un 89,29%. Esto puede justificarse por la hegemonía que ejerce la fotografía y el fotomontaje, con 24 imágenes, frente a otros modos de expresión gráfica que en la esfera periodística han ido tradicionalmente firmados por sus creadores, como las viñetas o las tiras gráficas (en este caso se han contabilizado 4 muestras).

---

<sup>10</sup> La portada estaba compuesta por una fotografía donde aparecen Manuel Vázquez Montalbán, Perich, Joan Marsé, Martí Gómez y Rosa Esteve vendados y con diversas heridas, acompañados por el titular: “Volvemos dispuestos a dar la cara”.

<sup>11</sup> Este fragmento se ha extraído del número 19 de *Por Favor*, publicado el 4 de noviembre 1974.

En nuestro estudio dividimos el análisis de las portadas protagonizadas por mujeres en dos apartados. El primero se extiende desde el nacimiento del semanario (04/03/1974) hasta el anuncio de la celebración de elecciones democráticas (18/03/1977); mientras que el segundo comprende todo el proceso previo a los comicios hasta la desaparición del semanario (31/07/1978). Distinguimos entre estos dos periodos porque en un primer momento la imagen de la mujer sirve para tratar temas de diversa índole. Pero desde que se proclaman las elecciones libres, la figura femenina se utiliza principalmente para representar los hechos noticiosos relacionados con ese tema.

## 4.2 La mujer antes de 1977

Desde la publicación del primer número de *Por Favor* hasta el inicio del año electoral, la imagen de la mujer apareció en 12 portadas relacionada con temas de muy diversa índole. Así, en esta primera etapa de *Por Favor* distinguimos dos bloques temáticos: uno de naturaleza política y otro relacionado con la liberación del cuerpo de la mujer<sup>12</sup>. El más abundante es el perteneciente a temas políticos, con 11 muestras. No obstante, las subdividimos dos apartados. Por un lado, se recogen las portadas publicadas durante el gobierno de Carlos Arias Navarro (desde el 22 de noviembre de 1975 hasta el 1 de julio de 1976); y por otro, aquellas que fueron difundidas a partir del nombramiento de Adolfo Suárez como presidente del gobierno (02/07/1976).

La tendencia general que siguió *Por Favor* durante el gobierno de Carlos Arias Navarro consistió en dejar constancia del debilitamiento progresivo del mismo y criticar las acciones llevadas a cabo por el ejecutivo. De este modo, podemos leer titulares como “España se queda en cueros”<sup>13</sup> (fig. 1.1.), aludiendo al poco acierto en la gestión del ejecutivo; “De la mar al mero y de los ministros ni Gamero”<sup>14</sup> (fig. 1.2.), texto que acompañó a la portada del 5 de julio de 1976 tras la dimisión forzada de Arias Navarro;

---

<sup>12</sup> En esta primera etapa encontramos una excepción en cuanto a construcción temática que se produce en el número 4, publicado el 25 de marzo de 1974. En la portada se puede ver a una mujer que posa ligera de ropa y un titular que pronuncia: “Tráfico de mujeres hinchables al descubierto”. Esta construcción da pie a un texto de Manuel Vázquez Montalbán que está recogido en las páginas 4 y 5, y que es una pequeña historia cómica basada en el tema.

<sup>13</sup> El titular pertenece a la portada del número 73. En la fotografía que lo acompaña, se puede ver a una mujer posando en un paisaje rural. La correlación de la parte textual con la visual termina por elaborar el humor puesto que se trata de un doble significado. En esta ocasión, la expresión “quedarse en cueros” hace referencia tanto a permanecer desnudo, sin ropa, como a perder el rumbo a nivel político.

<sup>14</sup> El texto utilizado varía el dicho popular “de la mar el mero, y de la tierra el cordero” para burlarse de la situación del gobierno de Carlos Arias Navarro. De este modo, se apuesta por un juego de palabras que adecúa el refrán al contexto político del momento.

o “Las ventajas de la ruptura”<sup>15</sup> (fig. 1.3.), haciendo referencia a la decisión del Parlamento Europeo que había dado el visto bueno a la disolución del pacto de apoyo entre los partidos de la oposición y el gobierno, después de que el equipo de Arias Navarro presentara un programa reformista que no terminaba de gustar en Europa ni en España. En todas estas muestras, la intencionalidad de los autores fue desfavorable y refleja una actitud de resentimiento frente a la forma de actuar del gobierno. Asimismo, el papel que encarna la mujer en todas estas portadas es de actor recayente, ya que no dirige la acción principal. La forma de representar la figura femenina, ligeras de ropa o semidesnudas y con una actitud sugerente, recalca que la importancia recae en la mostración del cuerpo para llegar a apelar la atención del receptor en el mayor grado posible.



Fig. 1.1. 24/11/1975



Fig. 1.2. 05/07/1976



Fig. 1.3. 24/05/1976

A partir de la entrada en la presidencia del gobierno de Adolfo Suárez, las portadas de *Por Favor* utilizaron la imagen de la mujer para reflejar las novedades políticas puestas en marcha por el nuevo ejecutivo. De esta forma, apreciamos una portada protagonizada por la figura femenina que hace referencia a la reforma en la ley de amnistía, aprobada el 30 de julio de 1976. La mujer interpreta el papel de actor recayente porque su imagen desnuda sirve para dar sentido al titular: “Amnistía. Ni total ni tetal”<sup>16</sup> (fig. 2.1.).

<sup>15</sup> La totalidad de la portada del número 99 de *Por Favor* está ocupada por la fotografía de una mujer en plano medio, ataviada con una camisa blanca rasgada, por lo que se puede ver parte de su pecho, su brazo y su vientre. La construcción del humor en esta muestra se inspira en el doble significado, en este caso de la palabra ruptura. Si prestamos atención al contenido textual, vemos que ruptura hace referencia al hecho político comentado. Sin embargo, la imagen desvela algo totalmente diferente: la virtud de que a una mujer se le rompa la camisa de cara a visualizar su cuerpo desnudo.

<sup>16</sup> Dicha ley extinguía la responsabilidad parcial de algunos presos políticos. De ahí que el titular de la portada del número 110 del semanario fuera: “Amnistía. Ni total ni tetal”. Por tanto, los autores de la pieza construyen el humor mediante un juego de palabras entre “total” y “tetal”, pues solamente se diferencian en una vocal. Además, la imagen que le acompaña está totalmente acorde con el texto, ya que vemos a una mujer desnuda al lado de una cascada a la que una cinta negra le tapa los pechos y el trasero.

En septiembre de 1976, Suárez presentó un proyecto de ley destinado a realizar una reforma política que se sometió a referéndum el 15 de diciembre de ese año. El resultado final fue la aprobación de la propuesta con un total del 94,17% de los apoyos. El equipo creativo de *Por Favor*, utilizó la imagen de la mujer para representar este acontecimiento en la portada del número 128. En ella se puede leer: “Haz el amor o el referéndum”<sup>17</sup>(fig. 2.2.). En esta ocasión, la intencionalidad del artífice de la pieza es neutra, pues no se posiciona ni a favor ni en contra de la celebración de la consulta. Por su parte, el papel de la mujer es el de actante, pues con su actitud se dirige directamente al lector con la única finalidad de captar su atención.



Fig. 2.1. 09/08/1976



Fig. 2.2. 13/12/1976

El segundo bloque temático de este primer periodo está relacionado con la liberación del cuerpo de la mujer. En los años en que la publicación estuvo en activo se legalizó el destape en materia cinematográfica. Así, la Orden Ministerial publicada en el Boletín Oficial del Estado el 19 de febrero de 1975 acogió legalmente el desnudo, siempre y cuando estuviese exigido en pro de la unidad temática y total de la película. Dos portadas de *Por Favor* se hacen eco de este hecho. La primera fue publicada justo después de que se aprobase la reforma (fig. 3.1.). En la parte superior de la página se lee: “¡Intolerable!”, y seguidamente se vislumbran tres figuras femeninas desnudas que son una reproducción fotográfica del cuadro “Las tres gracias” de Rubens. En la zona inferior, un texto anuncia: “El desnudo al alcance de todos los españoles normales”. La intención desfavorable del autor se basa en la burla ante un cambio que llega en una época considerada como moderna. Por ese motivo, la utilización de un cuadro que fue pintado entre 1636 y 1639 y ya incluía imágenes de mujeres desnudas supone una burla hacia la postura adoptada en la cinematografía española.

<sup>17</sup> La parte visual de esta portada está compuesta por la fotografía de una mujer ataviada con una bata roja a través la cual se insinúa el cuerpo desnudo de la protagonista. Esta es una nueva muestra del empleo del juego de palabras como técnica, pues se varía la frase reconocible: “Haz el amor, no la guerra”.

En esa misma línea, el semanario catalán publicó otra imagen en la portada del número del 8 de septiembre de 1975 (fig. 3.2.). En esa ocasión se eligió un fotograma de la película italiana *Malizia*, protagonizada por Laura Antonelli, una actriz que se alzó como “símbolo sexual” en la década de los 70. Antonelli adquiere un papel activo, pero siempre con la voluntad de seducir al receptor. El autor de la pieza basa la creación del mensaje humorístico en dos técnicas. En primer lugar, opta por la personificación del texto en la revista, ya que la define como víctima (“*Por Favor*, víctima de la escalada del erotismo”). Por otro lado, se aprecia un juego entre el significado de la palabra “escalada” y la imagen de Antonelli. El término, hace referencia a un aumento, mientras que la actriz italiana aparece subida en una escalera. Por tanto, parece que cada vez que Antonelli se sube a una escalera en esta película, el nivel de erotismo asciende. Consecuentemente, la visión que se plasma es favorable y se inspira en el valor de reforma.

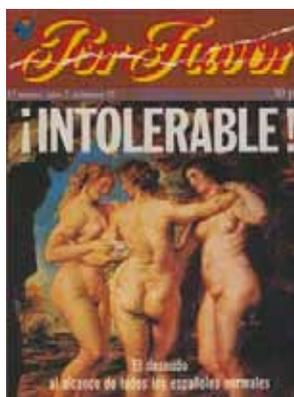


Fig. 3.1. 17/03/1975



Fig. 3.2. 08/09/1975

### 4.3 La mujer a partir de 1977

*Por Favor* inaugura 1977 con una portada que, basándose en los regalos de navidad, parodiaba los importantes acontecimientos vividos en el año anterior: amnistía, cambio en la dirección del gobierno, el referéndum y la legalización del destape. No obstante, si 1976 fue relevante en cuanto a hechos noticiosos, 1977 se convertiría en un año crucial en la historia contemporánea de España.

El 18 de marzo de 1977, los españoles conocieron la noticia de la celebración de elecciones libres a través del Real Decreto 20/1977. La primera página del número 143 de *Por Favor*, publicado el 23 de marzo de ese año, utilizó la temática sexual para referirse al hecho desde un punto de vista favorable. En la fig. 4.1. se vislumbra en plano medio la fotografía de un hombre y una mujer desnudos. Arriba, se lee a modo de titular, “erecciones libres”; al mismo tiempo que de la mujer surge un bocadillo que sentencia: “Por fin”. El autor de la imagen revela una intencionalidad favorable basada en el valor de reforma. En cuanto a la producción de la sátira, el método empleado es

el juego de palabras, pues en vez de optar por el titular informativo “elecciones libres”, traslada de nuevo un acontecimiento político a la esfera sexual (“erecciones libres”), mediante dos palabras que únicamente se diferencian en una letra.



Fig. 4.1. 23/03/1977

Hasta la llegada de la cita electoral, el semanario satírico optó por reflejar en sus portadas lo que podía suceder en los resultados. De este modo, se publicaron portadas cuyos titulares dictaban: “Nos mutilaron”<sup>18</sup> (fig. 4.2.), “Último sondeo de opinión. Solo pensamos en follar”<sup>19</sup> (fig. 4.3.) y “Nos van a dar por el centro”<sup>20</sup> (fig. 4.4.). En todos estos casos, la intención de los creadores es desfavorable y muestra valores de resentimiento ante la situación tanto de la política española como de la actitud del pueblo español. Por otra parte, el rol ejercido por la mujer vuelve a ser recayente porque su cuerpo sirve para plasmar la idea cómica transmitida con el titular con la misión de que el mensaje sea más efectivo.

---

<sup>18</sup> En la portada del número 144, una mujer usa la frase “menos mal que no os lo cortaron todo” para hacer referencia a la homogeneización de los partidos políticos. La mujer adquiere el papel activo de la acción para dejar constancia del debate que se está produciendo en la sociedad de la época.

<sup>19</sup> La portada está compuesta por la imagen de una mujer, situada en el centro, desnuda en plano medio y dos hombres vestidos a su lado. Estamos ante una burla hacia el modelo de sociedad vigente. Una vez más, la figura en cueros de la mujer sirve para ilustrar la proclama del titular, con un claro trasfondo sexual.

<sup>20</sup> El titular, que atisba qué partido va ser el ganador, está reforzado con la imagen de un trasero desnudo. La conexión entre la parte textual y visual revela el método constructivo del humor: el juego de palabras. El autor de la pieza reelabora la expresión popular “dar por el culo” para aplicarla en el contexto político del momento a través de la frase “dar por el centro”.



Fig. 4.2. 04/04/1977



Fig. 4.3. 09/05/1977



Fig. 4.4. 23/05/1977

Tal y como pronosticó *Por Favor*, los comicios del 15 de junio de 1977 dieron la victoria a Unión de Centro Democrático (UCD). El partido de centro se quedó a pocos escaños de la mayoría absoluta, haciéndose con el 34,44% de los apoyos y obteniendo 166 escaños. Le siguió el Partido Socialista Obrero Español (PSOE) que, con Felipe González encabezando las listas electorales, conseguiría 118 representantes en la Cámara.

En los días posteriores a la conclusión de las elecciones, *Por Favor*, publicó dos portadas en las que la mujer servía como recurso principal para tratar el tema. Así, el número 156 plasmó esa hegemonía que según los resultados iban a ejercer UCD y PSOE en la vida política española (fig. 5.1.). En la portada titulada “Dos guapos y un destino”, Suárez y González se convierten en gimnastas que deben conquistar a la dama (España). Consecuentemente, el humor de esta pieza se construye a través de la personificación, en este caso de España, que se convierte en la mujer a la que los hombres seducen. Así, son los dos personajes políticos los que inician la acción, mientras que ésta recae sobre la figura de la mujer. Estamos ante una intencionalidad neutra, pues la consecución de los resultados de las elecciones refuerza a los personajes.

Cuatro números después, la primera página del semanario estuvo compuesta por un fotomontaje revelaba a una mujer desnuda en plano medio bebiendo de un vaso con el logo de UCD (fig. 5.2.). El texto que lo acompaña dictaba: “A chupar del centro”. La construcción del humor se lleva a cabo mediante una sustitución a dos niveles. En primer lugar, el partido liderado por Suárez está cosificado mediante el vaso. Por otro lado, la mujer personifica tanto a las formaciones políticas de la oposición como a la propia ciudadanía, ya que son las partes que van a tener que aceptar las políticas del gobierno porque se ha elegido democráticamente. Inevitablemente, la protagonista femenina vuelve a ejercer el rol de actor recayente.

La revista satírica valoró de nuevo los resultados de las elecciones tras seis meses de gobierno centrista. La portada del 9 de enero de 1978 retoma la construcción humorística plasmada en el número 151 (fig. 5.3.). De esta forma, vislumbramos dos

traseros de mujer que acompañan al texto: “Nos han dado por el centro... Pero no está mal”. Por tanto, se vuelve a aprovechar la elaboración visual mediante los traseros así como la parte textual readecuando el dicho popular “dar por culo”. La elaboración del humor será, pues, el juego de palabras. Claramente, la intención del autor en este caso es favorable y se basa en principios de reforma. Igual que en el número 151, el papel de la mujer es de actor recayente, dado que su trasero sirve para ilustrar el titular.



Fig. 5.1. 27/06/1977



Fig. 5.2. 25/07/1977



Fig. 5.3. 04/01/1978

El nuevo gobierno poseía una ardua tarea de cara a avanzar en derechos de las mujeres. El equipo de *Por Favor* era consciente de ello y así lo reflejó en sus portadas, obviamente mediante la figura de la mujer. En el número 185, publicado el 16 de enero de 1978, la primera página criticó los escasos avances en materia de divorcio y la vigencia de normas recogidas en el Código Penal que desprotegían a la mujer en caso de adulterio, mientras que el hombre lo tenía totalmente permitido<sup>21</sup>. La viñeta estaba protagonizada por un hombre y una mujer totalmente desnudos. En la parte textual se proclama: “El divorcio va para largo. ¡Practique el adulterio!” La idea se refuerza a través de una apreciación que hace la figura masculina, a modo de monólogo: “¡Está despenalizado!” (fig. 6.1.) Consecuentemente, la pieza gráfica se construye en torno a una posición desfavorable del hecho, desde la perspectiva de una reforma. Igualmente, la base satírica reside en la burla. Simplemente hay que prestar atención a la actitud del hombre a la hora de indicar su visión, y la respuesta totalmente pasiva de la mujer.

Por otra parte, el papel fundamental que todavía se les asignaba a las mujeres en la década de los 70 era el reproductor. Y obviamente dentro del matrimonio. A pesar de que la mujer ya comenzase a adentrarse en el ámbito laboral, las tareas de la casa continuaron siendo competencia de los miembros femeninos de la familia. La revista *Por Favor* consiguió realizar una profunda crítica que aunó tanto esa misión

<sup>21</sup> Según los artículos 449 y 453 del Código Penal, si el marido ponía una querrela contra su mujer aludiendo amancebamiento, ésta se enfrentaba a penas que oscilaban entre seis meses y seis años de prisión.

reproductora como el mantenimiento del hogar. En la portada del número 201, Núria Pompeia<sup>22</sup> realiza una viñeta completada con un fotomontaje aprovechando la celebración del día de la madre (fig. 6.2.). A partir del sexo de una mujer desnuda, salen unos cables que conectan aparatos electrónicos, utilizados en el ámbito doméstico. El titular indica: “Día de la madre”. De este modo, la elaboración del humor se realiza mediante una sustitución/cosificación porque la mujer se convierte en una fuente de corriente eléctrica con la que hacer funcionar los aparatos que ella utiliza en las tareas del hogar. Asimismo, la correlación texto-imagen deja clara una intención desfavorable basada en el resentimiento ante la asignación de la función reproductiva como la principal en las mujeres y debido a la permanencia de un modelo familiar en que la figura femenina era la que tenía que llevar el hogar hacia delante.



Fig. 6.1. 16/01/1978



Fig. 6.2. 15/05/1978

## 5 Análisis de resultados

La práctica totalidad de las portadas de *Por Favor* analizadas, revelan a una mujer sumisa, que casi nunca ejerce el papel principal en la acción. En este papel de actor recayente, el personaje es mayoritariamente subalterno, ya que es una mujer anónima que se corresponde con el perfil del ciudadano de a pie que no ejerce ninguna influencia notoria en el marco común. La tabla 1 muestra las técnicas usadas por las mujeres protagonistas para lograr sus objetivos de influencia en el receptor:

<sup>22</sup> La dibujante Nuria Pompeia destacó junto a la periodista Soledad Balaguer –también vinculada a *Por Favor*-, por ser la única que trató cuestiones de género e introdujo la crítica feminista en la actualidad de la revista de manera constante gracias a su sección fija “Las mujeres objeto-ras”.

<b>Método</b>	<b>Número de repeticiones</b>	<b>Porcentaje</b>
Convicción	17	60,72%
Fuerza coercitiva	8	28,57%
Fuerza Moral	3	10,71%
	<b>28</b>	<b>100%</b>

Tabla 1. Fuente: elaboración propia

Por otro lado, los autores optan por tratar las temáticas desde una intención mayoritariamente desfavorable, apreciándose en el 64,28% de los casos. Únicamente un 17,86% siguió una tendencia favorable y un 14,29% neutra. El 3,57% residual pertenece a un caso ambiguo. El cuadro dos recoge los valores expresados por los creadores de las portadas en las muestras analizadas, siempre que la intencionalidad fuera favorable o desfavorable.

<b>Valores</b>	<b>Número de repeticiones</b>	<b>Porcentaje</b>
Resentimiento	7	30,43%
Reforma	6	26,09%
Reflejo del debate social	5	21,74%
Debilitamiento	2	8,69%
Reforzamiento	1	4,35%
Destrucción	1	4,35%
Condescendencia	1	4,35%
	<b>23</b>	<b>100%</b>

Tabla 2. Fuente: elaboración propia

Por último, se observa una enorme variedad en la construcción del humor de las imágenes principales de las portadas. Los autores de las piezas se sirven de diversos mecanismos para despertar la risa del lector, hecho que influye positivamente a la hora de valorar la calidad satírica de la publicación.

<b>Método construcción del humor</b>	<b>Número de piezas</b>	<b>Porcentaje</b>
Juego de palabras	8	28,57%

Doble significado	5	17,86%
Personificación	4	14,29%
Sustitución/cosificación	3	10,72%
Burla	2	7,14%
Impropiedad	2	7,14%
Sarcasmo	2	7,14%
Incongruencia	1	3,57%
Exageración	1	3,57%
	<b>28</b>	<b>100%</b>

Tabla 3. Fuente: elaboración propia

## 6 Conclusiones

Tras el análisis de la muestra, concluimos que las tecnologías sociales crean una idea de género. Los factores políticos y sociales del contexto en el que opera afectan a la creación de sistema sexo/género que esta publicación transmite. De igual forma, al tratarse de un medio de comunicación, éste ejerce un poder de significación de cara a los lectores. Así, la representación de la mujer hace que el receptor asuma esos efectos de sentido transmitidos por la primera página de la publicación.

Mostrar la figura femenina desnuda en la mayoría de los casos de *Por Favor* conlleva que el lector interiorice que este recurso sirve para poner en relación un tema de diferente naturaleza (política, costumbrista, económica) con la idea crítica que quiere transmitir el autor de la pieza. Por tanto, queda patente, tal y como afirma Teresa de Lauretis que: “la construcción del género es al mismo tiempo el producto y el proceso de su representación” (Lauretis, 2000: 39). No obstante, el mensaje podría haber calado de igual forma si se hubiese construido con otras técnicas. Por consiguiente, la representación del cuerpo femenino en el semanario catalán tiene también como objetivo la sexualidad y la obtención del placer visual, sobre todo para los hombres.

Foucault afirma que esa sexualidad se percibe como atributo o propiedad del macho. De este modo, la sexualidad femenina estaría en constante relación con la masculina. Esta hipótesis se da en la totalidad de las imágenes. En todos los casos, la utilización de la imagen de la mujer tiene como objetivo influir a un receptor que se presupone que es principalmente masculino. La imagen a gran escala en una portada de una mujer con ciertos atributos apela la atención del lector potencial, presumidamente un hombre, para que finalmente adquiriera el producto.

En definitiva, a pesar de tratarse de un semanario que centra su mensaje en provocar la risa, las portadas de *Por Favor* protagonizadas por mujeres se revelan como una tecnología de género que trasladan al lector un modelo concreto de feminidad, basada principalmente en el erotismo y en la mostración del cuerpo. Este modo de representación queda justificado, en parte, por la apertura que los medios de comunicación comenzaron a experimentar en la Transición tras una dictadura, la franquista, que se caracterizó en esta materia por la fuerte censura y la represión política y sexual.

## Referencias bibliográficas

- ALTHUSSER, L. (1971): "Ideology and ideological state apparatuses (Notes towards an investigation)", en *Lenin and Philosophy*, Nueva York, Monthly Review Press, p. 171.
- BAJTIN, M. (1995): *La cultura popular en la Edad Media y en el Renacimiento. El contexto de François Rabelais*, Madrid, Alianza Editorial, pp. 39-41.
- BARRET, M. (1985): "Ideology and the cultural production of gender", en Newton, J., Rosenfelt, D. (editores), *Feminist criticism and social change*, Nueva York, Methuen, p. 74.
- BERGER, P.L. (1999): *Risa redentora. La dimensión cómica de la experiencia humana*, Barcelona, Kairós, pp. 169-280.
- BISELLI, R. (2005): "La portada de *La Nación* como dispositivo discursivo", en *La trama de la comunicación*, volumen 10, 2005, p. 105.
- BREMMER, J., ROODENBURG, H. (1999): "Introducción: humor e historia", en *Una historia cultural del humor*, Madrid, Sequitur, pp. 1-10.

- CASTEJÓN, M. (2004): “Mujeres y cine. Las fuentes cinematográficas para el avance de la historia de las mujeres”, en Berceo. Revista Riojana de Ciencias Sociales y Humanidades, nº 147, 2004, pp. 305-310.
- CLARET, J. [Ed.] (2000): *Por favor, una historia de la transición*, Barcelona, Crítica.
- COLAIZZI, G. (1995): *Feminismo y teoría fílmica*, Valencia, Episteme, p. 19.
- DARNTON, R. (1987): *La gran matanza de los gatos y otros episodios en la historia de la cultura francesa*, México, Fondo de cultura económica.
- FONTES, I., MENÉNDEZ, M.A. (2004): *El parlamento de papel*, Madrid, APM, pp. 545-552.
- FOUCAULT, M. (2012): *Historia de la sexualidad. La voluntad del saber*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- GALLEGO, J. (1990): *Mujeres de papel. De ¡Hola! a Vogue: la prensa femenina en la actualidad*, Barcelona, Icaria Editorial, p. 55.
- GÓMEZ MOMPART J.LL. (2010): “Metodología para el estudio de la sátira mediática”, en Bordería, E., Martínez Gallego, F.A., Gómez Mompert, J.LL. (directores), *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica*, Valencia, Tirant lo Blanch, pp. 39-54.
- GOODLAD, S. (1982): “De la importancia social de la comedia televisiva”, en Bigsby, C.W.E. (editores), *Examen de la cultura popular*, México, FCE, pp. 313-333.
- IRANZO, M. (2014): “La revista satírica ‘El Papus’ (1973-1987). Contrapoder comunicativo en la Transición política española. El tratamiento informativo crítico y popular de la Transición española”, tesis doctoral, Universitat de València. Disponible en Internet (26/11/2014):  
<http://roderic.uv.es/handle/10550/39651>
- JORGE, A. (2004): *Mujeres en los medios, mujeres de los medios. Imagen y presencia femenina en las televisiones públicas: Canal Sur TV*, Barcelona, Icaria Editorial, p. 61.
- KELLY, J. (1984): *Women, history and theory*, Chicago, University of Chicago Press.
- LAURETIS, T. de (2000): “La tecnología del género” en Lauretis, T., *Diferencias. Etapas de un camino a través del feminismo*, Madrid, Horas y horas, pp. 33-54.
- LIPOVETSKY, G. (1986): *La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo*, Barcelona, Anagrama, p. 140.

- LLERA, J.A. (2003): *El humor verbal y visual de la Codorniz*, Madrid, Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- MARTÍN AGUADO, J.A. (1992): “La maqueta de un diario: evolución, diseño e informatización”, en BARTOLOMÉ CRESPO D. (coord.): *Estudios sobre tecnologías de la información 2*. Madrid, Dykinson, p. 70.
- MULVEY, L. (2007): “El placer visual y el cine narrativo”, en Cordero K. y Sáenz, I. (compiladoras), *Crítica feminista en la teoría e historia del arte*, México, Universidad Iberoamericana, p. 86.
- PALAU, D. (2013): “La actualidad decantada. Enfoques y estilos en los titulares de portada”, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, volumen 19, nº 2, 2013, p. 825.
- PUEBLA, B., CARRILLO, E. e ÍÑIGO, A.I. (2011): “La imagen de los protagonistas de las portadas en las revistas españolas”, *Jornadas de diseño en la sociedad de la información*, Madrid, Universidad Rey Juan Carlos. Disponible en Internet (26/11/2014):  
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4161581>
- SEGADO, F. (2007): *Cincuenta años de humor gráfico*, Madrid, Universidad Complutense.
- TORRALBO, A. (2011): *El rol de la mujer en el Código Civil. Especial referencia a los efectos personales del matrimonio*, Universidad de Salamanca, Máster en estudios interdisciplinarios de género. Disponible en Internet (20/06/2014):  
[http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/101364/3/TFM\\_EstudiosInterdisciplinariosGenero\\_TorralboRuiz\\_A.pdf](http://gredos.usal.es/jspui/bitstream/10366/101364/3/TFM_EstudiosInterdisciplinariosGenero_TorralboRuiz_A.pdf)

## LA TRANSICIÓN ESPAÑOLA EN LA PRENSA PORTUGUESA A TRAVÉS DE UN ESTUDIO DE CASO: EL *DIÁRIO DE NOTÍCIAS* (1976-1979)

Gregorio Sabater Navarro  
Universidad Autónoma de Madrid  
[gsabaternavarro@gmail.com](mailto:gsabaternavarro@gmail.com)

**Recibido: 4-8-2014**  
**Aceptado: 6-10-2014**

**Resumen:** *Dentro de los estudios que conceptualizan las transiciones a la democracia en España y Portugal como parte de un mismo proceso político y social; que a pesar de sus lógicas diferencias mantuvo un importante flujo de interrelaciones, la influencia de la transición española en la consolidación de la democracia portuguesa post-revolucionaria ha sido un campo de estudio prácticamente ignorado por la historiografía. Como parte de un mejor conocimiento de este periodo, el presente artículo pretende identificar el impacto del cambio español en el vecino país a través de uno de sus periódicos de referencia: el Diário de Notícias. Así pretendemos valorar hasta qué punto pudo constituir un polo de referencia en Portugal lo que aconteció al otro lado de la frontera a partir del verano de 1976.*

**Palabras clave:** *Transiciones, España, Portugal, prensa.*

---

**Abstract:** *The influence of the Spanish transition to democracy in the post-revolutionary Portugal has not been a well investigated issue until nowadays; despite the increasing number of studies that conceptualized the Iberian change in 70s as part of the same political and social process. Accordingly, this article aims to identify the media impact of the Spanish transition in the neighboring country through one of its most important newspapers: Diário de Notícias. To put this into perspective, this study will try to evaluate how this process could have become a reference in Portugal since the summer of 1976.*

**Keywords:** *Transitions, Spain, Portugal, press.*

## 1 Introducción

Los estudios que se han realizado desde la historia de la comunicación o la historia contemporánea sobre el tratamiento de determinados acontecimientos fundamentales de los países ibéricos en los *mass media*, sin ser algo totalmente desconocido, resulta un campo de estudio todavía por profundizar.

Hasta hace poco, la historiografía española no había prestado una atención excesiva a las influencias mutuas entre los estados ibéricos, sobre todo en un periodo tan importante como el de las transiciones a la democracia del siglo XX. En un primer momento, se desarrollaron trabajos que analizaron ambas experiencias desde el punto de vista de la historia comparada, tales como los de Juan José Linz o Ronald H. Chilcote, siendo posteriores los que comenzaron a utilizar una perspectiva netamente transnacional.

Así, quizás uno de los primeros autores que conceptualizaron la Edad Contemporánea española y portuguesa de una forma interrelacionada, demostrando la presencia de una realidad global propia de la Península Ibérica perceptible con claridad desde una perspectiva exterior político-internacional, fue Hipólito de la Torre, planteando el concepto de “historias paralelas” (De la Torre, 1998: 135).

La existencia de importantes diferencias –tales como la guerra colonial o un acceso a la democracia por ruptura mediante un proceso revolucionario en el caso de Portugal-, no constituyen elementos suficientes como para determinar que el planteamiento de De la Torre no resulte a grandes rasgos acertado.

Dentro de las investigaciones que han comenzado a poner en relación las diferentes transiciones de ambos países, han ganado por goleada aquellos que se han centrado en la profunda influencia recibida en España durante el periodo revolucionario desencadenado tras el 25 de abril de 1974, dada la pervivencia del franquismo en aquellas fechas y la “lección” que supuso tanto para aquellos que pretendieron una democratización “controlada” como para los que ansiaban una ruptura similar.

Sin embargo, escasos autores han analizado las interrelaciones desarrolladas en una cronología posterior, que son precisamente las que terminarían por completar lo que Encarnación Lemus definió como “transiciones ibéricas”, ya que existió una influencia de España que se canalizó hacia Portugal tras la llegada de Adolfo Suárez al Gobierno en el verano de 1976, impulsando en Portugal el refuerzo de la sociedad civil frente a los militares (Lemus, 2010: 43-62).

El hecho de que, además, en el periodo 1977-1979 la realidad política española fuera un fenómeno de popularidad creciente y que estuviera generalmente bien vista por la opinión pública y la prensa internacional, lo sitúa como la cronología perfecta para medir el tratamiento dado por la prensa portuguesa en dicha etapa; que se justificaría por la importante crisis política y la difícil situación económica que vivía en aquel tiempo el país, en la que aquellos sectores que pretendían una “occidentalización” de Portugal, miraron hacia España de la misma forma que años antes desde España se había mirado a Portugal.

Que a partir de 1979, y sobre todo 1980, se iniciara igualmente una crisis política en la incipiente democracia española, con su cénit en la dimisión del Presidente Suárez y el golpe de Estado del 23-F de 1981, nos enseña otra parte del proceso en donde la imagen idílica transmitida durante los primeros años fue sustituida por la preocupación. De ahí que en este artículo nos centremos fundamentalmente en la cronología donde los estímulos positivos hacia Portugal fueron más evidentes: 1976-1979.

Consideramos que un análisis del tratamiento otorgado por un sector importante de la prensa lusa hacia la democratización en España, puede ayudar a conocer mejor esta desconocida etapa de las “transiciones ibéricas”; incidiendo en cómo se interpretó y trasladó la información a la opinión pública portuguesa, logrando definir la naturaleza y alcance de esta influencia española a través de un objeto de estudio que, creemos, permite testarla en profundidad, como es el histórico periódico lisboeta *Diário de Notícias*.

## 2 Metodología y estado de la cuestión

Esta investigación se basa en un vaciado de fuentes realizado en la Biblioteca Nacional de Portugal, sita en la ciudad de Lisboa, en cuya hemeroteca se encuentran microfilmados todos los ejemplares de *Diário de Notícias* desde su fundación en 1864.

Realizando un exhaustivo escrutinio de los ejemplares de dicho periódico desde 1976 hasta finales de 1979, hemos podido localizar numerosas referencias a la Transición española. Al seguir un criterio de búsqueda cronológico pudimos evidenciar el carácter ascendente que tuvo la atención mediática lusa para con España desde 1976 en adelante, alcanzando su momento álgido en el periodo 1977-1978.

Durante la investigación no sólo fueron objeto de búsqueda las crónicas o reportajes del corresponsal del diario en Madrid, sino que también se localizaron entrevistas, distintos suplementos temáticos, editoriales, portadas, recortes de prensa e incluso viñetas, de cara a conseguir el más amplio análisis sobre la cobertura informativa desarrollada.

Teniendo en cuenta la multitud de periódicos publicados en Portugal en el mencionado espacio temporal, hemos considerado que un estudio de caso del diario más representativo del sector sociológico al que representa –que fue el sector que mayor influencia recibió del proceso vivido en España dada la naturaleza del mismo-, y que no por casualidad también era el que disponía de una mayor tirada por aquel entonces (Marques, 2012: 369), puede otorgarnos una imagen bastante aproximada de la actividad periodística producida.

En aquel tiempo, el *Diário de Notícias* se significó especialmente dentro del sector de la sociedad portuguesa partidario de la democracia de corte occidental y capitalista, con posturas que iban desde el socialismo no marxista a la derecha conservadora, opuesto frontalmente a los sectores próximos al PCP y a la izquierda revolucionaria, a los cuales vencieron el 25 de noviembre de 1975<sup>1</sup> tras un tiempo de profundo enfrentamiento entre ambos.

La expresión mediática en prensa de este mayoritario segmento social<sup>2</sup> fueron cabeceras como *Diário de Notícias*, *Jornal Novo*, *A Luta*, *O Comércio do Porto*, *A Capital*, semanarios como *Expresso*, *O Jornal*, o publicaciones menores como *O Día* o *Tempo*. Sin embargo, a diferencia del resto, el *Diário de Notícias* era ya un periódico de referencia, de los más veteranos y leídos de Portugal, disponía de un corresponsal en

---

<sup>1</sup> Golpe que supuso el fin del Proceso Revolucionario en Curso al tomar el control el sector militar llamado “Grupo de los Nueve”, partidarios del modelo de democracia occidental.

<sup>2</sup> Lo definimos como “mayoritario” a tenor de los resultados electorales obtenidos tanto en las elecciones de abril de 1975 como las del año siguiente.

Madrid y no por casualidad es el único de todos que hoy día sigue existiendo junto con *Expresso*. De ahí su carácter representativo para el estudio de caso.

A la hora de exponer las novedades que la investigación ha deparado, analizaremos aquellos aspectos esenciales que fueron resaltados por el periódico sobre la Transición española, insertándolo así mismo en la actividad periodística que el medio desarrolló en el contexto de la simultánea democratización portuguesa, algo que también nos ayudará a entender la naturaleza del enfoque proporcionado.

Aunque se han escrito algunos trabajos sobre el reflejo de los acontecimientos españoles en la prensa extranjera, éstos se han centrado en países de la importancia de Francia, Reino Unido, Italia y EEUU (Guillamet, Mauri, Rodríguez-Martínez, Salgado y Tulloch, 2014) o la República Federal Alemana (Reckling, 2014), pero en ningún caso el objeto de estudio ha sido Portugal, algo paradójico teniendo en cuenta las ya mencionadas interrelaciones históricas entre ambos países y por el trascendente hecho de que ambos estados estaban inmersos en un mismo proceso democratizador en curso, en el que las miradas mutuas a través de los medios de comunicación se dieron necesariamente.

En el ámbito de las crecientes investigaciones en historia transnacional sobre la llegada de la democracia en la Península Ibérica, los estudios de su reflejo en los medios de comunicación –y en particular en la prensa–, sin haber sido abundantes, nos ofrecen algunos ejemplos interesantes sobre dicha interrelación, aunque centrados en una cronología más temprana.

Es aquí donde aparecen trabajos como los de Inmaculada Cordero, que considera probado el carácter aleccionador de la Revolución de los Claveles en España, asegurando que ningún otro acontecimiento de índole internacional despertó parecida curiosidad en los medios del momento: “*cuanto se publicó sobre Portugal se hizo en clave española*” (Cordero, 2010: 68). En dicho trabajo se hace un exhaustivo análisis del tratamiento informativo de numerosas publicaciones de todas las tendencias ideológicas, señalando que para la mayoría de los españoles, la prensa fue el principal medio de configuración de la imagen que sobre la revolución portuguesa se creó en España, destacando el paso de una imagen benévola en los primeros momentos, a una clara manipulación de la información cuando la deriva del régimen luso se tradujo en un creciente volumen de noticias de carácter negativo, de cara a evitar un posible contagio de la situación.

Obras posteriores, como la de Rita Luis, han venido a completar el cuadro anterior al retratar cómo y de qué manera la prensa española expuso la finalización del periodo revolucionario portugués tras el golpe del 25 de noviembre de 1975, que acabó por ser conceptualizado como “*el brote de la democracia en Portugal*”, en el momento preciso en que la democracia, después de la muerte de Franco, tenía su oportunidad en España –

confirmando así la constante lectura doméstica que tuvieron los hechos portugueses en nuestro país- (Luis, 2014: 49-61).

Sin embargo, estos trabajos sólo han analizado la primera etapa definida por Sánchez Cervelló (1995: 265) –la de influencia portuguesa en España-, mientras que no se ha investigado de forma comparable el segundo periodo establecido por Encarnación Lemus (2001: 94-95) –el de la posterior influencia de la transición española en Portugal- constituyendo hoy un terreno todavía por explorar para los historiadores, dada la ausencia casi total de trabajos al respecto.

### **3 El *Diário de Notícias* en la democratización portuguesa**

Aunque en un primer momento *Diário de Notícias* fue exponente de los periódicos de tradición liberal en Portugal, a partir de 1919, en virtud de sus nuevos propietarios, abrazó la causa de las clases dirigentes y las élites económicas lusas, las cuales apoyaron la implantaron de la Dictadura Nacional en 1926, dando fin a la experiencia de la I República portuguesa. Convertido en uno de los diarios que mejor reflejaba las orientaciones del salazarismo (Ferro, 1933), la experiencia del 25 de abril y el proceso revolucionario supusieron un giro radical en su trayectoria dado el inesperado colapso del régimen.

Con la Revolución de los Claveles el periodismo escrito en Portugal adquirió una importante relevancia política, debido en gran medida a la recuperación de la libertad de prensa, pero también a la intensa confrontación centrada en la definición del sistema político a instaurar en el país tras el golpe de los capitanes. En este contexto, el periodismo fue llevado a tomar parte activa de la lucha ideológica que marcó el periodo revolucionario de 1974-75 (Figueira, 2007). Algo que quedó potenciado sobremanera cuando, como consecuencia indirecta de las nacionalizaciones de los sectores bancarios y de los seguros, gran parte de los periódicos de tirada nacional pasaron a estar bajo dominio del Estado, entre los que se encontraba el *Diário de Notícias* (Marques, 2012: 372).

Sin embargo, los acontecimientos que se desarrollaron a partir del 25 de noviembre de 1975 –cuando finalmente se impuso en el seno del MFA<sup>3</sup> el sector “moderado” afín al

---

<sup>3</sup> Movimento das Forças Armadas, organización militar que controló el proceso revolucionario y que tras el 25 de Noviembre de 1975 cedió el protagonismo a los partidos políticos, aunque continuó teniendo un importante papel a través del Conselho da Revolução.

Partido Socialista y al Partido Popular Democrático- afectaron de forma igualmente decisiva a los medios portugueses. El periodo que comenzó a partir de esa fecha se caracterizó por la neutralización de las fuerzas del PCP y de la extrema izquierda en la prensa nacionalizada (Mesquita, 1993).

En ese nuevo contexto, *Diário de Notícias* –que permaneció cerrado un mes- volvió a la actividad con una dirección que podemos considerar “próxima” al PS, ya que el nuevo director fue el periodista y diplomático Vítor Cunha Rego –Ministro de Exteriores con Mário Soares desde 1976- y el periodista y diputado socialista Mário Mesquita como director adjunto. Sin embargo, la persona clave en el periodo que vamos a analizar sería finalmente Mesquita, ya que Cunha Rego ocupó el cargo sólo hasta que fue nombrado ministro, y a partir de 1978 la dirección recayó ya en exclusiva en Mesquita, marcando la línea editorial del mismo (aunque para entonces ya se había alejado un tanto del PS). Aún así, su condición de publicación estatal hizo que tratara de cumplir una función de “servicio público”, garantizando el pluralismo de opiniones y una relativa independencia de los poderes políticos.

A pesar de ello, su alineación con el bloque moderado tras el 25 de noviembre del 75, y por lo tanto su apuesta por un modelo de democracia occidental capitalista, le llevó a mantener diversos choques con el PCP al igual que justificó en gran medida la especial atención que prestó al proceso político español, en un momento en el que los primeros Gobiernos Constitucionales –presididos por el PS- buscaban consolidar la democracia política, eliminando los vestigios socializantes del periodo anterior (Reis, 1996: 447-449).

## 4 Los comienzos de la Transición en España

Una vez que Adolfo Suárez llegó a la Presidencia del Gobierno en el verano de 1976, el ritmo y el lenguaje de la prometida apertura democrática en España alcanzaron la necesaria intensidad como para que se notara que algo –ahora sí- se estaba moviendo por parte de la nueva monarquía instaurada en noviembre de 1975. Aún así, la complejidad del mecanismo de reforma que se puso en marcha –un proceso interno en el que las Cortes franquistas tenían que aprobar una ley ratificada luego en referéndum-, y el hecho de que un político joven de perfil hasta entonces medio, relacionado con el Movimiento Nacional, fuera el elegido para dirigirlo –aparte de que la oposición seguía apostando por una ruptura y no por una reforma- lanzaban todavía serias dudas sobre el recién iniciado proceso, por lo que durante este periodo,

prácticamente la totalidad del año 1976, no se informó con un cariz especialmente positivo de lo que acontecía en el vecino país por parte de la prensa portuguesa en general y del *Diário de Notícias* en particular.

Por tanto, la realidad española todavía no era concebida –por los medios del espectro ideológico antes señalado- como un “espejo” en el que mirarse, en el que aprender lecciones o del que analizar posibles soluciones. El hecho de que en puridad todavía no se pudiera dar por iniciada la democracia española hace que podamos observar una importante diferencia entre el tratamiento informativo dedicado durante este año y el desarrollado más adelante, en donde ya sí que se produjo una auténtica “explosión” de contenidos, noticias, crónicas, reportajes y reflexiones, que en esta primera etapa no se podía dar.

Aún así, ya en el mes de diciembre de 1976, antes de que se celebrara el referéndum sobre la Ley para la Reforma Política –que tuvo lugar el día 15-, a pesar de que todavía no se podía intuir el triunfo que dicho referéndum supuso para el Gobierno –ya que la oposición pedía la abstención o el voto negativo al mismo-, el corresponsal de *Diário de Notícias* en Madrid, José Antonio Novais,<sup>4</sup> calificó en una crónica como “hábil” las negociaciones de Suárez, evidenciando una consideración positiva hacia el proyecto político del presidente español: “Después de haber negociado con el búnker y los neofranquistas en las Cortes, ahora se dispone a negociar con la oposición para culminar así la hábil maniobra política de abrir a España el camino de la democracia” (*Diário de Notícias*, 1 diciembre 1976: sf).

Estas aseveraciones del corresponsal del periódico lisboeta constituían una apuesta de facto por la opción que el líder español representaba, en un momento en el que todavía tenía en contra a la mayor parte de la oposición política –que seguía insistiendo en una opción rupturista-, aunque a esa altura se tratara más bien de una forma de presión que otra cosa tras el fracaso que supuso la por otro lado masiva Huelga Nacional del 12 de noviembre de 1976 (Andrade, 2012: 67).

La postura al respecto del *Diário de Notícias* se puede enmarcar por tanto en la misma línea que desarrollaron otros medios internacionales que trabajaban por aquel entonces en Madrid, en donde la actitud común era la de estar a favor de la conversión de España en una democracia, como así sucedía con las principales cabeceras francesas –*Le Monde* y *Le Figaro*-, británicas –*The Times*, *The Daily Telegraph* y *The Guardian*-, italianas –*Il Corriere della Sera* y *La Stampa*–, y norteamericanas –*The New York Times* y *The Washington Post*- (Guillamet, Mauri, Rodríguez-Martínez, Salgado y Tulloch, 2014: 112).

---

<sup>4</sup> El corresponsal del *Diário de Notícias*, José Antonio Novais, era español y había trabajado igualmente para el diario *Madrid* y *Le Monde*.

Así, conforme se fue produciendo la legalización de los diferentes partidos y se acercaba la fecha de las primeras elecciones libres a Cortes constituyentes –que tuvieron lugar el 15 de junio de 1977-, la atención concedida por el periódico comenzó a intensificarse.

De esta manera, antes incluso de que tuvieran lugar los comicios, José Antonio Novais trató diversos aspectos de la actualidad española, como la irrupción de un partido nuevo, la Unión de Centro Democrático (UCD), basado casi en exclusiva en la figura de Suárez –dado el prestigio que había alcanzado por haber propiciado precisamente las referidas elecciones-.

El corresponsal criticó que el Presidente se valiera de su poder como administrador del proceso para rentabilizarlo electoralmente –con una presencia continua en los medios del Estado-. Sin embargo, la consideración general resultaba ampliamente positiva. Para Novais, la democracia en España se convertía en algo irreversible, valorando dos de los elementos que lo hicieron posible –en una clara contraposición a lo acontecido en Portugal-, como *“la sensatez del pueblo y la madurez de las Fuerzas Armadas”* (*Diário de Notícias*, 3 junio 1977: sf).

El hecho de que el Ejército español no tutorizara el proceso como en Portugal –aunque obviamente lo condicionó en un sentido opuesto- apareció como el primer rasgo diferenciador valorado por el sector moderado portugués dado el conflictivo papel que había desarrollado en el caso luso. España no iba a recorrer el mismo camino a la democracia que sus vecinos, por lo que cualquier problema en el proceso de consolidación democrática en Portugal se iba a analizar en comparación o contraposición.

## 5 España en portada: el proceso constituyente

Después del exitoso proceso electoral, en el que votó cerca del 80% del censo y en el que los dos partidos con más apoyo fueron los dos situados en un espectro de *“centro”* –el centro-derecha representado por el gubernamental UCD y el centro-izquierda representado por el PSOE-, con los *“sorprendentes”* malos resultados del PCE o el escaso apoyo a la opción más próxima al franquismo, los análisis de todo tipo por parte del *Diário de Notícias* no se hicieron esperar, aumentando en número y profundidad.

El director adjunto del periódico, Mário Mesquita, escribió un editorial en la que consideraba que la victoria de Suárez no constituía sorpresa alguna, pero lo que sí que

veía sorprendente era la contundencia de los resultados del PSOE, que impidieron que el gobierno alcanzara la pretendida mayoría absoluta, demostrando que a pesar del mérito del rey Juan Carlos por favorecer la evolución democrática, el patrocinio de la Corona no había sido suficiente para convencer y motivar al electorado de cara a apoyar masivamente al líder de UCD.

En cuanto los resultados de la izquierda, valoró la victoria del *“socialismo en libertad”* de González frente al *“eurocomunismo”* de Carrillo, reducido a un mínimo electoral que lo alejaba de sus partidos hermanos italiano y francés, y a distancia también del PCP.

Lo que quedaba claro para Mesquita era que el franquismo estaba políticamente muerto: *“Se equivocaron cuantos buscaban vientos ibéricos de aliento o inspiración para restauraciones conservadoras en Portugal. Estaban equivocados de modelo y de país”* (*Diário de Notícias*, 17 junio 1977: 1), en referencia a los que veían en la España franquista el origen de una posible contrarrevolución en Portugal –algo que en parte se fundamentaba por haber sido el destino habitual de las figuras del antiguo régimen depuesto y de las grandes fortunas que huyeron durante el *“verano caliente”* de 1975-.

En aquel momento Mesquita seguía ligado al Partido Socialista portugués por lo que resulta evidente un componente de mayor simpatía para con los resultados del PSOE cuando realmente también era de destacar la victoria de una novísima coalición como UCD, que con escasos meses de vida y sin contar apenas con militancia había logrado imponerse en las primeras elecciones libres desde 1936. Esta línea editorial favorable a los socialistas también fue compartida por el corresponsal español José Antonio Novais, que incluso llegó a considerar que el auténtico ganador de las elecciones fue el PSOE, ya que la UCD no era un partido político sino *“una coalición electoral oportunista con un único punto de unión –la conjunción de figuras políticas que ambicionan un mandato apoyándose en la figura del primer ministro Suárez”* (*Diário de Notícias*, 18 junio 1977: sf).

Tras el impacto de las primeras elecciones, las analogías donde se utilizaba la nueva realidad democrática española para entender y comparar la situación en Portugal –al igual que había sucedido en España tras el 25 de abril del 74- se multiplicaron.

Y es que todos aquellos sectores político-sociales que resultaron victoriosos del envite del 25 de noviembre de 1975, constataron durante los años siguientes que el país se encontraba todavía profundamente polarizado en lo ideológico –generando una intensa crisis política con seis gobiernos distintos y cinco Primeros Ministros entre 1976 y 1980- aspirando a una serie de reformas que garantizaran el anclaje *“occidental”* de una democracia que había sido diseñada con ciertas concesiones socializantes fruto de los rescoldos revolucionarios. De esta manera, el difícil contexto

de consolidación democrática era sin duda el propicio para que el modelo español – aunque incipiente- se conceptualizara como un “espejo” en el que compararse.

Siguiendo este esquema conceptual, si ya hemos comentado el papel destacado que se le atribuyó al PSOE por parte de periodistas ligados al socialismo luso, dentro del enfrentamiento que todavía se desarrollaba en el seno de la izquierda portuguesa entre el PS y el PCP, aparecieron artículos ligando el fracaso del PCE con su partido hermano ibérico (*Diário de Notícias*, 22 junio 1977: sf), ignorando de forma intencionada lo mucho que separaba ideológicamente a ambas formaciones –el PCP siempre renegó de las derivas “*moderadas*” de sus camaradas españoles al igual que los españoles de la “*ortodoxia*” lusa-. Sin embargo, por parte del director adjunto, Mário Mesquita, cabía una puntualización al defender la apuesta eurocomunista española frente al modelo soviético (*Diário de Notícias*, 2 julio 1977: 1).<sup>5</sup>

El tratamiento informativo especial que el diario dedicó a la resaca electoral fue destacado, mereciendo un cuaderno político de los domingos –sección semanal que el periódico consagraba a temas de actualidad-. En el mismo intervinieron diversos periodistas portugueses<sup>6</sup> a los cuales se entrevistó para recabar su opinión. En un análisis más detallado, alguno de los participantes en el cuaderno destacaron que el *establishment*, los grandes grupos económicos, la Iglesia y muchas fuerzas franquistas, que en un principio estaban interesados en mantener el sistema anterior, incluso barnizarlo, acabaron por aceptar las reglas del juego democrático a través de un frente electoral de centro. Igualmente José Sampaio rebatió las palabras de otro de los periodistas participantes ya que para él, el gran perdedor de estas elecciones no podía ser el franquismo dado gran parte del mismo estaba en la UCD (*Diário de Notícias*, 24 junio 1977: sf).

Como se puede comprobar, la recién estrenada democracia española se encontraba en el centro del debate mediático de cara a escudriñar quiénes fueron los ganadores, quiénes los perdedores, de qué forma se había expresado el resultado electoral y cómo se podía interpretar el mismo. No obstante, se trataba de un novedoso proceso que despertó un increíble interés internacional debido a que se estaba produciendo una democratización sin rupturas desde un régimen autoritario, evitando los “*traumas*” de un proceso revolucionario. Precisamente por eso, como parte de la influencia que comenzó a ejercer España en Portugal, y que con toda lógica fue en estas fechas cuando empezó a hacerse evidente, la atención de la prensa portuguesa en general y del *Diário de Notícias* en particular fue *in crescendo*. Actitud opuesta a las principales cabeceras europeas y norteamericanas, que según Guillaumet, Mauri,

---

<sup>5</sup> No obstante, para la izquierda moderada portuguesa el papel jugado por el PCE en España siempre fue un referente en contraposición al PCP.

<sup>6</sup> Entre los que destacan João Soares, José Sampaio y Alexandre Manuel.

Rodríguez-Martínez, Salgado y Tulloch (2014: 115), tras el verano de 1977, su interés decreció de forma paulatina.

Una de las explicaciones básicas para entender este hecho diferencial es que, para la opinión pública internacional, la “innovadora” Transición española adquiría especial relevancia precisamente en contraposición a la Revolución portuguesa, por la estabilidad y el diálogo que se dió frente a la inestabilidad de la deriva izquierdista inicial del país vecino. Así, en los medios internacionales, el caso español ganó una importante credibilidad a pesar de que también estaban presentes ciertos temores con el papel del Ejército, el terrorismo y la dura represión policial. Ante dicha imagen externa, resulta lógico que la influencia en Portugal y sus medios de comunicación fuera más intensa, profunda y duradera que en el resto de sociedades europeas o americanas dado que los estados ibéricos se encontraban inmersos en un proceso común de construcción o afianzamiento de la democracia, según el caso, que los singularizaba frente al resto.

Además, en aquel momento *Diário de Notícias* era sumamente crítico con la situación política en Portugal. La minoría parlamentaria en la que se movía el Primer Ministro socialista Mário Soares y la falta de apoyos y consensos que propiciaran una adecuada gobernación, generaron una importante sensación de inestabilidad y de crisis institucional. Para el director adjunto, Mário Mesquita, una de las consecuencias del periodo revolucionario era el hastío de los portugueses hacia los cambios, con (...) “*las tempestades del Parlamento y (...) los desfiles de la Inter*”<sup>7</sup> (*Diário de Notícias*, 4 julio 1977: 1). En dicho contexto, el ejemplo de España pasó a constituir un reclamo para lograr el necesario reforzamiento de la democracia a través del realismo de los partidos políticos.

Ésto fue lo que pidieron, a través de las páginas del periódico, importantes figuras del socialismo luso como João Cravinho, que en un artículo de opinión anhelaba que un nuevo escenario de entendimiento se materializara en Portugal de la mano del PS, como “bisagra” entre las izquierdas y derechas portuguesas:

Cuando tantos y tan significativos ejemplos nos llegan desde la vecina España, patentes los partidos políticos de un sano realismo para eliminar obstáculos y crear mecanismos que hagan eficaz el funcionamiento de la democracia, no deja de ser un cierto alivio que se reciban noticias reveladoras de los pasos positivos entre nosotros avanzados, (...) la tendencia dialogante, un margen de aproximación entre las fuerzas de izquierda y la derecha del gobierno ha demostrado, una vez más, que sólo el Partido Socialista reúne condiciones y evidencia posibilidades de, en momentos difíciles, unir a las organizaciones

---

<sup>7</sup> La CGTP-Intersindical o “*Inter*” era el sindicato único afín al PCP.

políticas más significativas, dar sentido y substancia a nuestra democracia...  
(*Diário de Notícias*, 18 julio 1977: sf).

Dicho esto, el periódico lisboeta también se hacía eco de las muchas dificultades y peligros que se cernieron sobre el proceso español, a las cuales también dedicó una importante cobertura; desde la primera crisis en el Gobierno Suárez por diferencias sobre las medidas económicas a implantar, que evidenciaron las distintas tendencias de la coalición UCD (*Diário de Notícias*, 22 julio 1977: sf), hasta el problema de la cuestión territorial y su encaje en el nuevo modelo de Estado, además de la incidencia del terrorismo, aunque este punto será más determinante a partir de 1979.

Sin embargo, *Diário de Notícias* destacaba sistemáticamente cualquier logro o acuerdo conseguido por Suárez con la oposición, donde no sólo se resaltaba la estrategia de Suárez sino la disposición del PCE al pacto (en clara contraposición a la actitud de bloqueo del PCP) para “*pactar medidas político económicas capaces de atajar la crisis que amenaza a la joven democracia española*” (*Diário de Notícias*, 19 septiembre 1977: sf). Así, los comunistas españoles continuaron siendo vistos por los sectores socialistas y conservadores como un referente en el comunismo ibérico frente a la ortodoxia del PCP.

Pero si hubo un aspecto destacado por los medios en aquel momento y sobre el que se ejerció una lectura netamente doméstica, fueron los Pactos de la Moncloa, dado su carácter económico-político; en un momento en donde no sólo la política preocupaba en Portugal sino también la profunda crisis que se venía padeciendo,<sup>8</sup> algo que generó un importante efecto en la opinión pública lusa. Y es que para muchos, se trató de una auténtica lección de la que aprender:

Tendrá por eso Mário Soares que pasar la prueba que la situación del país le impone (...) Suárez en Madrid, consiguió hace días firmar con la oposición un programa económico común, conteniendo medidas que si hubieran sido aplicadas a tiempo en Portugal tal vez atenuasen el contenido de los paquetes (del FMI) que ya tenemos y de los que han de venir. Es verdad que Suárez cuenta con una oposición diferente a la nuestra (...). Es verdad también que la transición a la democracia en España no se hace a través de un proceso revolucionario.  
(*Diário de Notícias*, 28 septiembre 1977: sf).

Como podemos comprobar, la “*herencia revolucionaria*” y el “*radicalismo del PCP*” se convirtieron –para un sector importante de Portugal– en responsables de la crisis que la joven democracia lusa estaba viviendo. El impacto fue tal que Mário Soares intentó una versión portuguesa de los Pactos iniciando una negociación con los líderes de los principales partidos, algo que se demostró completamente imposible. Ante la

---

<sup>8</sup> Agravada por la difícil asimilación de la multitud de retornados de las ex colonias africanas.

frustración generada, el *Diário de Notícias* recogió, a través de recortes de prensa, los análisis al respecto de periódicos extranjeros –como el suizo *Journal de Genève*- que incidían en la idea de que lo que había sido posible en España, no lo había sido en Portugal a pesar de que contaba con una situación económica que lo hacía más necesario (*Diário de Notícias*, 3 noviembre 1977: sf).

Pero si lo acontecido tras las primeras elecciones supuso el aldabonazo de dicha influencia en el contexto socio-político luso –similar al que despertó en España varios años antes el 25 de abril y su revolución-, lo que tuvo lugar durante 1978 no hizo sino intensificar esta dinámica. El proceso de elaboración de la Constitución española, a pesar de lo dificultoso de su desarrollo, acabó por constituir otro hito que no pasó desapercibido, llegando a generar incluso, sobre todo en los sectores más de centro o derecha, un importante debate sobre la calidad del texto constitucional portugués y la necesidad de su reforma.

El corresponsal en Madrid del *Diário de Notícias* informó pertinentemente del trabajo de la Comisión Constitucional durante aquel año, pero aunque en sus crónicas también mencionó los problemas y desencuentros producidos en dicha comisión –como los reparos de sectores de UCD, AP y el Ejército sobre la inclusión del concepto “nacionalidades”-, los aspectos “positivos” que se fueron aprobando recibieron una mayor atención, como el “reconocimiento expreso a la libertad de empresa en el marco de una economía de mercado” –cuando en Portugal se había apostado por una economía con ciertos toques socializantes y con más intervención estatal-, o que el texto se iba a someter a referéndum –cuando en Portugal su Constitución fue ratificada exclusivamente por la Asamblea de la República- (*Diário de Notícias*, 20 marzo 1978: sf).

El hecho de que cuando se produjo la definitiva aprobación del texto constitucional en las Cortes –“por abrumadora mayoría”- (*Diário de Notícias*, 1 noviembre 1978: sf) la crisis política en Portugal estuviera en su momento álgido –con los socialistas y Soares fuera del Gobierno y una sucesión de Primeros Ministros nombrados por el Presidente Ramalho Eanes que no contaban con apoyo alguno en la Asamblea de la República-, no hizo sino agrandar la atracción portuguesa hacia España y su nueva Constitución consensuada como una posible fuente de inspiración para la superación de sus problemas.

La importancia dada a este hecho resulta evidente en la cobertura otorgada por el *Diário*, que aunque ya contaba con un corresponsal en Madrid decidió mandar a una enviada especial –la periodista Helena Marques- para que cubriera en exclusiva el referéndum constitucional. Según escribió Marques, en un día tan importante como el 6 de diciembre de 1978, “es imposible dejar de sentir el peso histórico de un acontecimiento que es aclamado en España por la abrumadora mayoría de las fuerzas democráticas (...)”, relacionándolo en contraposición con el auténtico anatema por

excelencia de todos los partidos opuestos al PCP –el verano revolucionario de 1975-: “(...) y amargamente recuerdo cuantos en Portugal, en el verano del 75, intentaron impedir el funcionamiento de las Constituyentes y apostaron a fondo contra la Constitución que nacía” (*Diário de Notícias*, 7 diciembre 1978: sf).

En numerosos artículos de opinión aparecieron múltiples alabanzas hacia el texto español, donde se resaltaba la ecuanimidad del mismo, su carácter conciso –frente al largo y minucioso portugués-, que todas las opciones políticas habían renunciado a algo en pos del consenso final y también que se aprobaba en referéndum, algo que le proporcionaba una mayor legitimidad. Políticos de la rama más progresista del centro como António de Sousa Franco se expresaron al respecto en los siguientes términos:

El proceso (español) es más ejemplar que el nuestro (...) Inevitablemente no es verdad el conocido “España es diferente;” Portugal es el que se revela enfermizamente diferente, cada vez menos europeo en el nivel y el estilo de vida (...) Tenemos una Constitución mala, eso es un hecho; pero con tanta cosa mala que tenemos, ¿será ese un problema prioritario? (...). (*Diário de Notícias*, 3 noviembre 1978: sf).

De esta manera, importantes sectores del centro y la derecha comenzaron a cuestionar el texto constitucional luso tan sólo dos años después de su aprobación, al atribuirle gran parte de los males de la situación política y económica presente. Aunque los más centristas o progresistas de este espectro –como Sousa Franco- se opusieron a una reforma adelantada que contravenía lo dispuesto en la propia Constitución,<sup>9</sup> los más conservadores presionaron para que incluso se conculcara dicho principio. Otros, como José Medeiros Ferreira –que había sido ministro con Soares- defendieron que cuando se pudiera realizar la reforma, ésta se concretara a través de referéndum tal y como había ocurrido en España (*Diário de Notícias*, 19 febrero 1979: sf), posición compartida por los empresarios portugueses del CIP –Confederação da Indústria Portuguesa- (*Diário de Notícias*, 24 marzo 1979: sf).

A la luz de este intenso debate, resulta evidente que la aprobación de la Constitución española de 1978 ejerció un profundo efecto en Portugal –en cierto modo similar al que la Constitución portuguesa de 1976 provocó en una España por democratizar-. Sin embargo, esta influencia española en Portugal planteaba un serio dilema con el nacionalismo defensivo luso, opuesto al “iberismo” de un sector minoritario de la intelectualidad portuguesa. Es por ello que el propio Mesquita reflexionó sobre el mismo, analizando otros periodos de crisis en donde desde Portugal resurgió el debate. Sin embargo, para el director del *Diário*, no era el tiempo de nuevos iberismos,

---

<sup>9</sup> La Constitución de 1976 establecía la posibilidad de reforma durante la II Legislatura, que debía desarrollarse a partir de 1980, por lo que cualquier modificación anterior supondría una conculcación de la misma.

como tampoco de nuevas cruzadas anti españolas, ante una perspectiva de futuro en la CEE (*Diário de Notícias*, 18 marzo 1978: 1). Europa adquiriría así un valor determinante para los sectores más moderados, planteándose la adhesión comunitaria –como afirmó en Lisboa el diputado de UCD Javier Rupérez- como una forma de “convergencia ibérica” (*Diário de Notícias*, 19 abril 1978: sf).

Durante el periodo constituyente comprobamos cómo de igual forma, el desarrollo del sistema de partidos en España supuso otro polo de influencia en Portugal. El hecho de que durante el periodo revolucionario el espectro ideológico luso se escorara considerablemente hacia la izquierda generó que durante los años posteriores, principalmente a partir de 1977 y en el contexto de la mencionada crisis político-económica, se viviera una especie de “corrección” –en gran medida conservadora- por la que el PS adoptó de forma paulatina posturas más propias de la socialdemocracia europea y el PSD (Partido Social Demócrata) –que durante la revolución representó precisamente dichas posturas- fuera deslizándose hacia el centro con tintes conservadores; espectro sociológico que no contaba en Portugal con una representación adecuada. Todo este difícil proceso supuso para ambos partidos un importante número de debates, escisiones y renunciaciones de diputados.

El hecho de que en España, donde en cierta medida también se produjo esa “corrección” –principalmente en la izquierda con el abandono del “leninismo” y del “marxismo” por PCE y PSOE; aspecto que recibió de igual manera gran atención mediática- los partidos aparecieran con un esquema partidario más asimilable al europeo; con dos grandes siglas centristas definidas, una de centro-derecha y otra de centro-izquierda-, sin contar la ya mencionada valoración que siempre se tuvo por el eurocomunismo español frente al pro soviético PCP, provocó que también en este ámbito se generara un foco de atención por parte del sector social al que *Diário de Notícias* representaba.

El periodista Manuel Dias, reflexionó ampliamente sobre las peculiaridades de la Transición española en una serie de artículos que *Diário de Notícias* dedicó a España con motivo de la visita oficial de los Reyes a Portugal –que tuvo lugar en mayo de 1978-. En ellos no sólo se centró en la distinta realidad política, sino que también destacó la diferente realidad sindical de Portugal –donde se decretó la unidad obrera durante el periodo revolucionario- subrayando que CCOO (próxima a los comunistas) y UGT (socialista) celebraron conjuntamente la festividad del 1º de mayo con un programa acordado con las autoridades, algo que evidenciaba para Dias “*la prudencia con la que la oposición actúa en España*” (*Diário de Notícias*, 5 mayo 1978: sf).

Aunque en dicho artículo también se señalaba que la “democratización sindical” era todavía un asunto pendiente en el proceso español, su esquema de representación partía de una base más asimilable al modelo europeo que el luso, donde un único sindicato, la CGTP-Intersindical, de clara filiación comunista, boicoteaba cualquier

intento de desmontar las “conquistas revolucionarias” por parte del Ejecutivo. De ahí que se instalara fuertemente el debate en el seno del socialismo luso sobre la paradoja de no contar con un sindicato propio como los socialistas españoles, franceses o alemanes (*Diário de Notícias*, 12 mayo 1978: sf).

## 6 Los comienzos de la España constitucional

Tras la aprobación por referéndum de la nueva Constitución democrática española a finales de 1978, se pudo dar por iniciada la andadura de la España constitucional, realizándose durante 1979 las primeras elecciones legislativas constitucionales, las primeras elecciones municipales, al igual que los primeros referéndums sobre los nuevos Estatutos de autonomía para aquellas nacionalidades históricas que según lo previsto en la propia Constitución podían acceder a ello.

El éxito que supuso el desarrollo del edificio constitucional durante aquel primer año – a pesar de que la crisis económica no aflojaba, el terrorismo iba en aumento, el “consenso” entre fuerzas políticas empezaba a resquebrajarse y los conflictos territoriales seguían inquietando al Ejército-, permitió a Adolfo Suárez mantener en gran medida su prestigio y popularidad, repitiendo victoria por segunda vez consecutiva en las elecciones de marzo de 1979. Sin embargo, lo cierto es que fue precisamente a partir de las elecciones municipales de abril del mismo año –en donde la izquierda aumentó su apoyo popular y el pacto entre PSOE y PCE hizo posible que gobernaran en la mayoría de los grandes ciudades-, cuando comenzó a gestarse la crisis en el seno de UCD, que derivaría en una crisis gubernamental en la que la democracia española pasaría una de sus grandes pruebas de fuego.

Ante dicho contexto todavía favorable, la influencia española en Portugal no pudo sino continuar durante aquel año y quedar fielmente reflejada en la prensa del momento, más si cabe cuando la crisis político-económica continuaba en el país vecino, tras el fracaso de los Gobiernos presidencialistas nombrados por Ramalho Eanes y la convocatoria de elecciones anticipadas como única salida.

De la campaña electoral española y su desarrollo, el corresponsal en Madrid destacó la ausencia de un debate programático y la reducción bipartidista sobre “*si gana González o gana Suárez*” o si “*habrá gobierno de centro-derecha o centro izquierda*”, apareciendo las demás opciones como simples “*comparsas*” (*Diário de Notícias*, 20 febrero 1979: sf). El periodista también apreció una adaptación estratégica del

lenguaje en los dos grandes partidos, *“Suárez habla y viste como el Primer Ministro que es y González habla y viste como el Primer Ministro que puede llegar a ser”* (*Diário de Notícias*, 1 marzo 1979: sf). Se hizo así evidente la utilización durante la campaña de las modernas técnicas de marketing político que favorecían la elección entre dos candidatos principales que representaban las posturas centradas del espectro ideológico. La democracia española daba así sus primeros pasos hacia el bipartidismo.

Durante este periodo, todavía fueron perceptibles en *Diário de Notícias* numerosos artículos de opinión que a la hora de valorar la mencionada crisis portuguesa deseaban un escenario consensual que no dejaba de ser una trasposición del español (*Diário de Notícias*, 22 junio 1979: sf). Hitos en política territorial obtenidos durante aquel año como la consecución del llamado Estatuto de Guernica, fue considerado tras unas durísimas negociaciones como otra *“victoria política de Suárez”* y *“otro triunfo de la política de consenso”* (*Diário de Notícias*, 21 julio 1979: sf), poniendo en evidencia que a pesar del empeoramiento de la situación, España y su Transición seguían siendo un referente en 1979 para una parte importante de la prensa portuguesa.

Tras las primeras elecciones municipales de abril de aquel año, en donde se produjo la victoria de la izquierda hasta en ciudades de tradicional voto conservador, Novais destacó que con el pacto de gobernación municipal entre PSOE y PCE, cerca de dos mil ayuntamientos y más de veinte millones de españoles pasarían a estar gobernados por la izquierda por primera vez en más de cuarenta años. También resaltó que la preocupación en el seno de UCD fue en aumento tras las municipales, más que por el resultado electoral en sí mismo –con una ligera pérdida de voto–, porque la experiencia municipal de la izquierda hiciera creíble a corto plazo una alternativa gubernamental de diferente signo ideológico (*Diário de Notícias*, 20 abril 1979: sf). En este aspecto, contar con un corresponsal español ofrecía al periódico un valioso análisis nativo de la situación.

Sin embargo, a pesar de su posición claramente favorable, *Diário de Notícias* tampoco eludió informar de los cambios que se iban produciendo y que anunciaban la diferente etapa hacia la que se iban encaminando los acontecimientos. De hecho, Novais publicó tras las elecciones que la era del consenso daba a su fin pues la oposición se mostraría más dura con el gobierno a partir de entonces: *“Suárez se va a encontrar con una dura oposición, a la que no está acostumbrado. Los grandes problemas con los que se enfrenta son los mismos que existían en la era del consenso: desempleo, inflación, autonomías...”* (*Diário de Notícias*, 3 abril 1979: sf).

Si a la idea de que el consenso político estaba en retirada se le une que cada vez tenía mayor protagonismo mediático la ingente actividad terrorista de ETA,<sup>10</sup> GRAPO y la

---

<sup>10</sup> A la cual *Diário de Notícias* dedicó una edición de su Cuaderno Internacional (el del 08/08/1979), definiéndola como “el principal factor desestabilizador del proceso democrático en marcha”.

ultra derecha, es perfectamente comprensible que se propagara la impresión de que la situación en España se estuviera deteriorando por momentos, algo que por otro lado entra dentro de la lógica como parte de un difícil proceso de consolidación del novísimo régimen democrático –tal y como había acontecido en Portugal-.

## 7 Conclusiones

En primer lugar, queda probado –a través del estudio de caso del *Diário de Notícias*- que una parte importante de la prensa lusa; aquella comprometida al menos con una idea de democracia de tipo occidental próxima a sectores socialistas y de centro-derecha, mostró un gran interés por el proceso de construcción democrática en España, valorando dicho proceso –como hicieron casi todos los medios internacionales- en contraposición a lo ocurrido años antes en Portugal.

La situación que atravesaba la democracia portuguesa permitió que, a diferencia del resto de medios de otros países, el interés por el cambio político hispano no decayera tras las primeras elecciones democráticas, sino que se potenciara debido al desarrollo consensual y moderado del mismo durante el resto del periodo (1977-1979), mientras que en el país luso tenía lugar un escenario bien distinto.

Las grandes dificultades político-económicas por las que atravesaba Portugal durante aquel tiempo, agravadas por el encono ideológico heredado del proceso revolucionario que hacía imposible la consecución de una gobernabilidad comparable a la española, y la necesidad que asumió una parte del país para adaptarse al esquema de los países occidentales de Europa –algo que España parecía cumplir de mejor manera-, convirtieron a la Transición en un modelo a través del cual aprender soluciones, algo curiosamente similar a lo que ocurrió entre 1974 y 1976 pero en sentido inverso.

A través del análisis de los contenidos tratados por *Diário de Notícias*, podemos establecer que la influencia española se concretó fundamentalmente a través de una lectura netamente doméstica de aspectos como el consenso y la moderación ideológica, la evolución del sistema de partidos; y ya en menor medida, otras realidades como la adopción de un modelo económico más en consonancia con el contexto capitalista, la consecución de una Constitución menos doctrinaria o la diversidad sindical en contraposición a una unidad por decreto. Todo este esquema fue –no por casualidad- el defendido por el mayoritario sector moderado de los socialistas portugueses, en cuya órbita se encontraba el periódico, y a los que –como hemos visto- el modelo español les resultaba de tremenda utilidad. La proximidad

existente entre estas posturas y las del centro político (en su versión más progresista), motivó que el diario también se hiciera eco de sus posicionamientos.

En el campo exclusivamente comunicativo, *Diário de Notícias* demostró una importante atención mediática expresada no sólo en la prolífica actividad de su corresponsal en Madrid –del cual se publicaron numerosas crónicas siendo sin lugar a dudas la corresponsalía con más actividad en aquel momento-, sino que también se hizo evidente la importancia dada por la dirección al desplazar a enviados especiales en diversos momentos clave para realizar un tratamiento en profundidad.

A este análisis habría que añadir la reiterada presencia de noticias españolas en la portada del diario, algunas de las cuales eran ciertamente importantes pero otras demostrarían un grado de atención muy elevado hacia temas que en otras circunstancias no hubieran pasado de ser secundarios.

La dedicación de muchas de las secciones semanales del periódico –como la del Cuaderno Internacional o la de Cultura-, la realización de entrevistas a políticos españoles, la publicación de numerosas editoriales de temática española firmadas por el director adjunto Mário Mesquita, o la recopilación de recortes de prensa con opiniones similares de otros medios del mismo sector ideológico, no hacen sino reafirmarnos en el diagnóstico: para la gran mayoría de prensa portuguesa, desde la próxima a posturas de izquierda no comunista hasta la conservadora –y más concretamente para *Diário de Notícias* como representante de ese espectro-, la Transición española fue un auténtico referente mediático entre 1977 y 1979.

## Referencias bibliográficas

- ANDRADE BLANCO, J. A. (2012): El PCE y el PSOE en (la) transición. La evolución ideológica de la izquierda durante el proceso de cambio político, Madrid, Siglo XXI.
- CORDERO OLIVERO, I. (2010): “<<Lo que no debe ser>>. La revolución portuguesa en la prensa española”, en Lemus, E., Rosas, F. y Varela, R. (coordinadores), El Fin de las dictaduras ibéricas (1974-1978), Centro de Estudios Andaluces, Edições Pluma, pp. 63-86.
- FERRO, A. (1933): Salazar –O homem e a sua Obra-, Lisboa, Empresa Nacional de Publicidade.
- FIGUEIRA, J. (2007): Os jornais como actores políticos. O Diário de Notícias, Expresso e Jornal Novo no Verão quente de 1975, Coimbra, Minerva.

- GUILLAMET, J., MAURI, M., RODRÍGUEZ-MARTÍNEZ, R., SALGADO, F. y TULLOCH, C. (2014): "La transición española en la prensa europea y norteamericana. Cuatro miradas: Francia, Italia, Reino Unido y EEUU (1975-1978)", en Guillamet, J. y Salgado, F. (editores), *El periodismo en las transiciones políticas: de la Revolución Portuguesa y la Transición Española a la Primavera Árabe*, Madrid, Biblioteca Nueva, pp. 111-135.
- LEMUS, E. (2001): *En Hamelin... la Transición Española más allá de la Frontera*, sl, Septem Ediciones.
- Id. (2010): "Las reacciones de la administración Ford ante el 25 de abril", en Lemus, E., Rosas, F. y Varela, R. (coordinadores), *El Fin de las dictaduras ibéricas (1974-1978)*, Centro de Estudios Andaluces, Edições Pluma, pp. 43-62.
- LUIS, R. (2014): "<<Por el buen camino>>. El final del proceso revolucionario portugués bajo la mirada de la prensa española", en Guillamet, J. y Salgado, F. (editores), *El periodismo en las transiciones políticas: de la Revolución Portuguesa y la Transición Española a la Primavera Árabe*, Madrid, Biblioteca Nueva, pp. 49-61.
- MARQUES GOMES, P. (2012): "A Imprensa na Revolução portuguesa: o caso do *Diário de Notícias* (1974-1975)", en *Estudos de Jornalismo e Mídia*, Vol. 9, Nº 2, Universidade Federal de Santa Catarina, pp. 368-382.
- MESQUITA, M. (1993): "Os Meios de Comunicação Social", en Reis, A. (coordinador), *Portugal. 20 Anos de Democracia*, Lisboa, Cículo de Leitores, pp. 360-405.
- REIS, A. (1996), "Os governos contitucionais: a alternancia no poder em busca da estabilidade", en REIS, A. (director), *Portugal Contemporâneo*, Volumen 3, 2ª parte, s.l., Publicações Alfa, pp. 447-458.
- RECKLING, T. (2014): "Entre la dictadura y la democracia. La muerte de Franco y las primeras elecciones democráticas de 1977 vistas desde Alemania", en Guillamet, J. y Salgado, F. (editores), *El periodismo en las transiciones políticas: de la Revolución Portuguesa y la Transición Española a la Primavera Árabe*, Madrid, Biblioteca Nueva, pp. 137-143.
- SÁNCHEZ CERVELLO, J. (1995): *La revolución portuguesa y su influencia en la transición española (1961-1976)*, sl, Editorial Nerea.
- DE LA TORRE, H. (1998): "Portugal y España: ¿Historias paralelas?", en De la Torre, H. y Pedro Vicente, A. (coordinadores), *España- Portugal. Estudios de Historia Contemporánea*, Madrid, Editorial Complutense, pp. 135-143.

# Fuentes

## Artículos firmados

- Novais, José Antonio, *O Governo espanhol desposto a negociar*, 1 de diciembre de 1976, sf.
- Novais, José Antonio, *Espanha: vitoria do povo e do exército*, 3 de junio de 1977, sf.
- Mesquita, Mario, *A derrota do franquismo*, 17 de junio de 1977, 1.
- Novais, José Antonio, *O partido vencedor das eleições foi o PSOE de Felipe González*, 18 de junio de 1977, sf.
- Ferreira, Francisco, *A derrota electoral de Santiago Carrillo, uma ligação para os comunistas portugueses*, 22 de junio de 1977, sf.
- Mesquita, Mario, *As desgraças do eurocomunismo*, 2 de julio de 1977, 1.
- Mesquita, Mario, *Cansaço de mudanças*, 4 de julio de 1977, 1.
- Cravinho, João, *Fortalecer a democracia*, 18 de julio de 1977, sf.
- Novais, José Antonio, *Em clima de crise governamental: Juan Carlos inaugura hoje as Cortes de Espanha*, 22 de julio de 1977, sf.
- Novais, José Antonio, *Para debelar a crise político-económica. Suarez tenta obter consenso dos partidos da Oposição*, 19 de septiembre de 1977, sf.
- De Andreu, Dinis, *O beco da historia*, 28 de septiembre de 1977, sf.
- Novais, José Antonio, *Nova Constituição espanhola irá a referendo em Setembro*, 20 de marzo de 1978, sf.
- Marques, Helena, *O enterrar definitivo do franquismo*, 7 de diciembre de 1978, sf.
- De Sousa Franco, Antonio, *Um problema à portuguesa*, 3 de noviembre de 1978, sf.

- Medeiros Ferreira, José, *A questão constitucional e o poder político: as razões do referendo*, 19 de enero de 1979, sf.
- Mesquita, Mario, *Os equívocos do neo-iberismo*, 18 de marzo de 1978, 1.
- Ahmed, Igbal, *Conseguiremos integrar a Espanha na NATO. Entrevista a Javier Rupérez*, 19 de abril de 1978, sf.
- Dias, Manuel, *Impresoes de Espanha. Consolidar a democracia*, 5 de mayo de 1978, sf.
- Brandão, Nuno, *O paradoxo sindical*, 12 de mayo de 1978, sf.
- Novais, José Antonio, *Apatia é nota dominante no electorado espanhol*, 20 de febrero de 1979, sf.
- Novais, José Antonio, *A UCD parece ter assegurada vitória nas eleições espanholas*, 1 de marzo de 1979, sf.
- D'Oliveira Martins, Guilherme, *O conto de fadas e a realidade*, 22 de junio de 1979, sf.
- Novais, José Antonio, *Aprovação do estatuto vasco é vitória política de Suarez*, 21 de julio de 1979, sf.
- Novais, José Antonio, *Mais de dos mil municípios espanhóis dirigidos por alcaides de esquerda*, 20 de abril de 1979, sf.
- Novais, José Antonio, *Suárez aposta na via reformista*, 3 de abril de 1979, sf.

#### **Artículos sin firmar**

- *Que futuro para o cenário político espanhol?*, Diário de Notícias, 24 de junio de 1977, sf.
- *Imprensa suíça comenta situação em Portugal*, Diário de Notícias, 3 de noviembre de 1977, sf.

- *Constituição espanhola aprovada por esmagadora maioria nas Cortes, 1 de noviembre de 1978, sf.*
- *Confronto democrático por vía refrendaria, 24 de marzo de 1979, sf.*

# CATALUÑA, NACIÓN Y MEDIOS. LA CONSTRUCCIÓN DEL ESPACIO NACIONAL DE COMUNICACIÓN (1978-2014)<sup>1</sup>

Pablo Giori  
Universidad de Girona  
[pablogiori@gmail.com](mailto:pablogiori@gmail.com)

**Recibido: 6-9-2014**  
**Aceptado: 14-11-2014**

**Resumen:** *Crear el espacio nacional de comunicación era una necesidad práctica que se convierte en un concepto teórico desarrollado por la Escuela catalana de comunicación a comienzos de los años 70. Este propone a las nacientes instituciones políticas catalanas, recuperadas con la transición, un compromiso por crear unos medios catalanes de comunicación capaces de reproducir y socializar en la nueva nación. El artículo recupera esta propuesta, su evolución y sus principales actores, haciendo un balance sobre la situación en los diferentes momentos históricos para comprender la situación en la actualidad.*

---

<sup>1</sup> Esta investigación recibe el soporte de una beca FPU del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (MECD) del Gobierno de España.

**Palabras clave:** *Cataluña, nacionalismo, espacio nacional de comunicación, Josep Gifreu, medios de comunicación.*

---

**Abstract:** *The creation of a national space of communication was a practical need that becomes a theoretical concept developed by the Catalan School of Communication in the 70s. This concept proposes to the newly recovered Catalan political institutions a major commitment to create a Catalan mass media system powerful enough to reproduce and to socialize in the new Catalan nation. This article recovers this proposal, its evolution and its major agents to provide a historical balance of the situation until the present days.*

**Keywords:** *Catalonia, nationalism, national space of communication, Josep Gifreu, mass media.*

## Introducción

Este artículo pretende repasar la historia de una serie de teorías que rondan la problemática propuesta por el concepto de “*construcción del espacio nacional de comunicación*”, a partir de las reflexiones de Josep Gifreu, Miquel de Moragas y Joan Manuel Tresserras. Dentro de un contexto de lo que algunos llaman de “*reconstrucción nacional*”, la Escuela Catalana de Comunicación comienza a reflexionar sobre el papel de los medios, y de la universidad misma, en la construcción de una Cataluña postfranquista.

A partir del regreso de la democracia y de las primeras elecciones autonómicas que dan como victorioso a un partido nacionalista moderado, Convergencia i Unió (CiU), la universidad catalana y el campo académico de estudios sobre comunicación comienza lentamente a configurarse, en un diálogo permanente entre reflexión teórica y práctica mediática. Es también el contexto de las reflexiones sobre el Nuevo Orden Mundial de la Comunicación y con el Congreso de Cultura Catalana de 1978 algunos investigadores catalanes se plantean la necesidad de llevar adelante una investigación teórica, evaluativa, práctica y política, sobre la necesidad de construir unas instituciones mediáticas propias para una Cataluña, y unos Países Catalanes<sup>2</sup>, que consideran una nación diferente de la española (de Moragas, 1988: 39 y Gifreu, 1986b). Así es que la necesidad de erigir este espacio nacional de comunicación nace con tres objetivos: construir medios de socialización para una “nueva Cataluña”, fortalecer el campo

---

<sup>2</sup> El concepto de Países Catalanes abarca, para los autores, aquello que une a los territorios de habla y de cultura catalana: Valencia, Baleares, Cataluña y la Cataluña Nord en Francia (Gifreu, 1991: 23). Ver también Romeu Jover (1977).

catalán de comunicación y producir nuevas instancias de acción práctica para los intelectuales. En este sentido sostenían que construir este espacio de diálogo que abarcara las comunidades de lengua y cultura catalanas era también reconstruir la nación catalana, Cataluña, pero también fundar un campo de estudios académicos sobre comunicación.

El artículo se organiza en tres partes: la primera es una introducción con aportes metodológicos; la segunda entra en tema con unas propuestas teóricas, el contexto histórico en que se desarrollan las mismas y un recorrido histórico por los aportes teóricos más importantes para concluir con un balance; y una tercera parte donde se esbozan las conclusiones. La propuesta, entonces, hace una historia que busca ayudarnos a pensar en la relación existente entre los medios masivos de comunicación y la construcción de colectividad; sobre la nación, la identidad nacional y los medios y sobre el papel de estos en la socialización (la interiorización de la nación) y el *nation building*.

## 1 Metodología

El trabajo se estructuró sobre dos momentos, superpuestos en los resultados. Para el primer momento desarrollé una recogida de datos de fuentes secundarias, los libros y artículos académicos e institucionales de los autores centrales, que son analizados y sintetizados en una discusión histórica general. En un segundo momento, desarrollé entrevistas en profundidad con Josep Gifreu (en febrero de 2013), centrales para enriquecer un balance historiográfico, y una lectura y corrección del texto final para puntualizar algunos aspectos. La selección de Josep Gifreu como el entrevistado clave proviene de su continuidad en la reflexión sobre la temática, una que recorre toda su producción académica y política. En el caso de los otros dos autores trabajados, Miquel de Moragas y Joan Manuel Tresserras, estos han ido cambiando de tema de investigación o han desarrollado la mayor parte de su trabajo dentro de la política partidista, lo que se aleja del tema aquí expuesto.

El arco temporal, 1975 y 2014, es el resultado del marco temporal que los propios autores marcan como centrales para su tarea investigadora y que se abre con una ventana de oportunidad con la llegada de la democracia y se cierra con una etapa que consideran de declive (Gifreu, 2012). A partir de los sucesos políticos de 2012 en relación a la posible independencia de Cataluña, se renuevan las expectativas sobre el "*espacio nacional de comunicación*". Recuperar los discursos de forma indirecta, los textos producidos para difundir las ideas en su momento inicial, y ponerlos en diálogo

con las entrevistas desde las fuentes primarias, nos permitió completar el arco temporal de toda la gestación y desarrollo de la propuesta analizada.

## 2 Construir el espacio nacional de comunicación

Entendidos como los principales generadores de representaciones sociales y culturales en las sociedades contemporáneas, los medios hace tiempo que han conseguido superar a instituciones tradicionales como la escuela o la familia en la constitución de un imaginario colectivo. (Castelló, 2007: 62).

### 2.1 Marco y propuestas teóricas

La relación existente entre los medios masivos y la construcción de colectividad, desde su capacidad de crear agendas compartidas, cartografías y referentes hasta su capacidad de representación y de construir realidad, ha ido creciendo a medida que estos han ido tomando un papel más importante en la vida cotidiana. En el periodo comprendido por este trabajo, 1975 y 2014, los medios masivos, las nuevas tecnologías y los *social media*, han sido motores del cambio en las formas de socialización. Hoy los medios ocupan un lugar central en la forma en que construimos nuestra identidad y su lógica, la *media logic*, nos han enseñado a comunicar y a convivir de una manera totalmente nueva. Dentro de este contexto, Cataluña desarrolló varias estrategias paralelas para apropiarse de las instituciones que le permitirían reconstruirse, y reconsiderarse, como una nación: las instituciones políticas, los centros educativos, la sociedad civil y los medios de comunicación.

Son muchos los autores que han teorizado sobre la nación, la identidad nacional y los medios. Como lo explica Àlvar Peris Blanes (2008: 4), en su afán por determinar las causas que contribuyeron a la construcción y consolidación de la nación durante los siglos XVIII y XIX, los teóricos modernistas han destacado la importancia del sistema comunicativo. Sin duda fue Karl Deutsch con su libro *Nationalism and Social Communication* de 1966 quien puso más énfasis en la participación de la estructura comunicativa en este proceso, íntimamente ligada al desarrollo industrial y tecnológico. Pero fue Ernest Gellner en *Nations and Nationalism* de 1983 quien constató la trascendencia de los medios masivos en la formación de las “comunidades

imaginadas” y del Estado-nación y especialmente cuando éste quiere incorporar a sectores más amplios de población.

Como señala desde una perspectiva histórica Josu Amezaga (2004: 2), así como no se puede dudar sobre la importancia que tuvo la imprenta en la formación de la identidad nacional hacia mediados del siglo XIX, tampoco puede haber dudas sobre la importancia que han tenido la radio y la televisión para la homogeneización cultural de los Estados nación durante el siglo XX. En este proceso, algunas de las comunidades culturales han conseguido hacer llegar su propia lengua a las nuevas instituciones y otras han tenido que resignar este aspecto fundamental de su identidad.

De hecho, los Estados-nación han puesto siempre mucho esmero en impulsar y regular toda una serie de infraestructuras que permitan la efectividad de unas políticas de cultura y comunicación en la consolidación de su legitimidad política y cultural (de Moragas, 1988: 29).

Por la misma línea va lo propuesto por Enric Castelló cuando habla de la importancia de la creación de sistemas mediáticos nacionales, al mismo tiempo que nos recuerda las medidas proteccionistas implementadas en diversos países para defenderse frente a la entrada masiva de productos provenientes de las industrias culturales norteamericanas.

Si tienes un Estado, las políticas son aplicadas naturalmente, automáticamente. Todo el mundo implementa políticas culturales. El Estado implementa sus políticas como si fuese esta su misión primordial. Todo el mundo lo da por sentado. Pero si no tienes un Estado, incluso te sientes como pidiendo perdón o, por lo menos, como justificándote (Castelló, 2012: 99).

Los medios masivos son fundamentales para consolidar la democracia y para fundar una memoria colectiva que proponga puntos de referencia compartidos, una nación.

Como indicamos en otra investigación, hay casos de Estados donde existe una coordinación perfecta entre el Estado y la nación representada, donde no hay un conflicto, y hay otros que son Estados plurinacionales, donde esta relación es conflictiva (Giori, 2013: 808). En estos casos, suele producirse un conflicto cuando los Estados, controlados principalmente por una de las varias naciones en sus fronteras, se autorepresentan como uninacionales, dejando de lado la pluralidad. El caso español, a diferencia de Suiza o Bélgica, donde la voluntad pluralista marca dinámicas comunicativas plurales, es paradigmático porque continúa reproduciendo las formas de presentación de una España uniforme. Esto no es solamente una sensación cotidiana de aquellos que no se sienten representados por RTVE, sino que ha sido analizado por los académicos y ha impulsado la mayoría de las políticas de

construcción de los medios de comunicación autonómicos alternativos al discurso estatal (Bustamante, 1985). Con el regreso de la democracia, la transición comunicativa fue finalmente continuista y no logró impulsar una perspectiva pluralista, razón por la cual actualmente continuamos con un modelo televisivo de la España castiza y mononacional, como bien indica en sus investigaciones Àlvar Peris Blanes (2008: 12).

Hablamos entonces de socialización, interiorización de la nación, *nation building*, vida cotidiana y medios, pero ¿cómo se da la correlación entre la nación y los espacios de comunicación? Como explica Josep Gifreu, cada nación necesita que las instituciones mediáticas colaboren en validarla y reproducirla simbólicamente. En los casos en que esto no sucede, hay disputas de los nacionalismos por controlar el espacio de comunicación, porque ambos espacios se superponen. En este sentido, decimos que un espacio nacional se construye sobre la base de una comunidad de cultura con unos referentes compartidos, instituciones políticas representativas o voluntad de tenerlas, con instituciones comunicativas en lengua propia que lleguen a todo el territorio (Gifreu, 1987: 54). Así, el objetivo central del espacio nacional de comunicación catalán es hacer del catalán lengua vehicular y hegemónica, recuperar la lengua y recuperar la nación, sobre la base de la comunicación. Como se ve aquí, la relación entre instituciones y construcción de comunidad y entre relaciones políticas y culturales es fundamental porque quien logra hacer que su visión de la nación sea hegemónica es quien puede dictaminar su forma y sus contenidos. Cuando los autores hablan de “reconstrucción nacional” hablan del proceso por el cual se pueden recuperar los “*perfiles culturales propios*”, en este caso reprimidos por el estado español en su etapa franquista, sobre la base de crear espacios de comunicación donde se desarrollen las “*aspiraciones políticas nacionales*” y reproduzca la idea de nación compartida (Cardús, 2008: 29).

Para Josep Gifreu, *El meu país: narratives i combats per la identitat* de 2001, el Estado es el policía de la nación, es el centro vertebrador de la gran narrativa que sostiene la identidad nacional reproducida por el estado. Las narrativas sobre la nación son parte de la cultura nacional, no son esencias, sino discursos que van cambiando constantemente; al igual que el sentimiento nacional, que es un habitus internalizado, como diría Bourdieu, a través de un proceso de socialización que produce esquemas de percepción, ideas comunes, actitudes emocionales compartidas intersubjetivamente y predisposiciones a la acción. En el caso catalán, con un índice tan importante de inmigración, los medios de comunicación y la construcción de un espacio propio es fundamental para socializar en la nación a todos aquellos que llegan a Cataluña habiendo ya superado las instancias educativas obligatorias. Sin la posibilidad de asimilar tanta cantidad porcentual de recién llegados, con grandes

dificultades para conocer catalanes y sin la existencia de beneficios directos de la integración, los medios masivos son unas de las pocas fuentes que los inmigrantes tienen de contacto con la cultura catalana (Gifreu, 2001: 99).

Tenemos entonces planteado el problema: en un territorio pueden coexistir diferentes nacionalidades, diferentes disputas entre nacionalismos por ser hegemónicos y diferentes espacios con dinámicas nacionales en conflicto por consolidar estas nacionalidades. Pero hay otro problema, los medios pueden ser públicos y privados y, según esta realidad, pueden colaborar con las lógicas de una o de otra nación. Como indica Peris Blanes, en el caso catalán existen medios públicos (RTVE) y privados (Telecinco, etc.) que apoyan el espacio español y reproducen la nación española y únicamente medios públicos autonómicos (TV3 y Cataluña Radio) que apoyan el espacio catalán. En el caso del espacio español de comunicación en Cataluña, los medios públicos y privados colaboran en un objetivo común, reinventar y reproducir la nación, lo que no sucede en el caso catalán. Además, tenemos que tener en cuenta que el espacio español se reproduce dentro del territorio catalán, porque forma parte del Estado, pero no a la inversa, desconociendo la variedad pluricultural del Estado.

En las televisiones públicas y privadas, prevalece casi siempre la unidad y homogeneidad de la nación española, fundamentalmente porque nunca se pone en cuestión. (...) Las televisiones españolas, públicas y privadas, saben perfectamente a quién se dirigen (la nación) y en qué lengua deben hacerlo (la castellana). Asimismo, conocen cuáles son sus principales instituciones, (monarquía, Cortes Generales, religión católica); las fiestas 'nacionales', a las que dedican una programación especial; y cuáles son los elementos que caracterizan la cultura nacional española, como los toros y el flamenco (Peris Blanes, 2008: 13).

Los medios masivos reproducen la nación como una obviedad, en los debates, en los mapas, en los temas seleccionados, en el clima. Los medios desarrollan y sostienen la nación porque cumplen una función narrativa rutinaria, de fundar marcos y de mediación, se encuentran entre nosotros y nuestra realidad, y están presentes en las formas en que nos informamos y decidimos sobre nuestra realidad. Si bien es cierto que analíticamente hay que considerar los medios como actores autónomos, también hay que pensarlos como instrumentos mediadores (producen objetos desde un punto de vista, ponen en circulación visiones del mundo y de cómo va el mundo, ponen orden en el caos aparente del mundo, valoran y toman posición) y como objetos de negociación estratégico (como factor de poder en las negociaciones de la opinión pública son disputados por las diferentes perspectivas).

## 2.2 Contexto histórico

*“No hay autonomía comunicativa sin autonomía política”* (de Moragas, 1988: 12)

Con el regreso de la democracia en España, las instituciones catalanas comienzan a prepararse para recuperar sus instituciones y la autonomía que se había perdido con la Guerra Civil. La recuperación política fue posible gracias a las negociaciones para la restauración de la Generalitat, la firma de la Constitución española de 1978 y del Estatuto de Autonomía de Cataluña en 1979. A partir de esta nueva Constitución y de los pactos de gobernabilidad firmados por el partido catalán mayoritario, CiU, con ambos partidos españoles, las competencias catalanas se fueron recuperando poco a poco.

La recuperación cultural en Cataluña fue paradójicamente más simple, ya que existían instituciones de la sociedad civil que habían continuado la tarea de reproducción nacional y cultural durante el franquismo, si bien con un alcance limitado. Aunque el panorama parece mejor en el aspecto cultural que en el político, no hay consenso entre los analistas en que la cultura catalana se encuentre a salvo. Por esta razón, diferentes académicos, políticos y sectores de la sociedad civil concuerdan en que hay que crear políticas institucionales de producción cultural. El inicio de las transmisiones de la cadena autonómica (la Corporación Catalana de Radio y Televisión CCRTV) y de la escolarización en catalán de modelo único parece un éxito a medias porque muchos indican que no se ha logrado construir un espacio catalán de comunicación ni un uso público mayoritario del catalán como lengua vehicular.

Como señala Miquel de Moragas (1988), a partir de esta preocupación es que surge la reflexión sobre la necesidad de construir y potenciar un espacio nacional propio, proyecto llevado adelante por un grupo de la Escuela Catalana de Comunicación y apoyado en las reflexiones de la UNESCO. Durante los años sesenta, esta institución internacional recomendaba a los estados importar tecnologías de comunicación para poder desarrollarse, pero luego de una serie de investigaciones latinoamericanas que indicaban que estas políticas generaban más dependencia y no menos, se comienzan a recomendar formas de desarrollo independiente, conocidas como el Nuevo orden mundial de la comunicación. Este es el contexto también del debate intervencionismo estatal o libre comercio, la propuesta del eje socialista y de los países del Estado de Bienestar, como Suecia, frente a los neoliberalistas, principalmente Estados Unidos e Inglaterra. Los nuevos proyectos, que iban por la primera vía, buscaban expandir la comunicación y la alfabetización para fomentar el conocimiento, la producción y la democracia. *“A la idea aceptada tradicionalmente de que no es posible la democracia sin circulación pluralista de información, le sigue ahora la evidencia de la necesidad de*

*una política más amplia para dinamizar los programas culturales, sociales, económicos y políticos” (de Moragas, 1988: 39).*

Este nuevo orden se encontraba directamente relacionado con las Políticas Nacionales de Comunicación, producto del debate sobre el Informe MacBride (1980), y el del apoyo de la UNESCO a los Países No Alineados en su pugna contra el neoliberalismo occidental que, al proponer la libre circulación de bienes culturales, beneficiaba a las grandes multinacionales en detrimento de las especificidades y necesidades de las naciones en vías de desarrollo. Esta disputa, que termina siendo un problema diplomático internacional, concluyó con la retirada de los Estados Unidos y de Gran Bretaña de la UNESCO por la presión de sus grandes periódicos y grupos de poder. La UNESCO comienza entonces a impulsar propuestas de neutralización de los desequilibrios comunicativos, por ejemplo vía la creación de agencias de noticias nacionales. La Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales organizada en México (Mondiacult-1982), estaba destinada principalmente a fortalecer las políticas culturales en un contexto de imperialismo cultural: *“limitar las influencias que pueden conducir al dominio cultural es hoy una tarea urgente”* (Gifreu, 1986a: 251). Para 1986, y sobre esta base, en la Conferencia de Ministros europeos en Viena se propone definitivamente un modelo europeo de solidaridad para la defensa de los espacios nacionales de comunicación.

Retomaremos el pasado de Cataluña para entender un poco mejor por qué el regreso de la democracia es fundamental para el desarrollo de esta teoría. Luego de la *Renaixença* (Risques, 1999), se logra a finales del siglo XIX organizar una cierta prensa en catalán, con el *Diari Català* o la propia revista *Renaixença*, pero los grandes diarios como el *Diario de Barcelona* o *La Vanguardia* son en castellano. Podemos decir que hay una escisión entre la cultura de élite, de habla castellana, y la cultura más popular, de habla catalana. Luego de la Guerra Civil y con el franquismo, los sectores populares urbanos se alejan del catalán y será una apuesta política, antifranquista, recuperar poco a poco la lengua (Tresserras, 2010: 13). Durante este periodo dictatorial de cuarenta años, la televisión en castellano fue el elemento más importante de nacionalización y de difusión cultural del franquismo. Como observa Joan Manuel Tresserras: *“¡Nosotros simplemente no podíamos aceptarlo! Al final de la dictadura no había prensa escrita en catalán, no había radio en catalán, no había televisión en catalán, etc. Estábamos cercanos a la nada”* (Castelló, 2012: 93).

Recién cinco años después de iniciada la transición política, en 1982, se comienzan a sentir en Cataluña los efectos de la transición comunicativa y de la modernización definitiva de los medios de comunicación que permitirán su democratización (Guillamet, 1996: 233). Esto se produce gracias al apoyo de varios actores: la iniciativa privada con objetivos político-culturales (principalmente catalanista), las empresas

mediáticas (a favor de la democracia pero en lengua castellana), las iniciativas locales y populares y la CCRTV (la acción comunicativa de la Generalitat de Cataluña desde 1984). Dentro del contexto del final de la dictadura y sobre las bases del proyecto MacBride, cierto sector de los académicos catalanes de la comunicación comienzan a llevar adelante una propuesta teórica, con incidencias políticas, de análisis del sistema comunicativo para poder construir el espacio catalán de comunicación.

## 2.3 La teoría, el concepto y la acción

La formulación de esta idea como una estrategia de reconstrucción nacional fue fruto fundamentalmente de una línea de investigación, no de un proyecto político (Gifreu, 2007: 4).

Como propone Jordi Berrio en su análisis de la Escuela catalana de comunicación, es con la transición que se dan las condiciones propicias dentro del campo político y académico para llevar adelante sus propuestas. Durante este periodo desarrollaron sus tareas Miquel de Moragas, Josep Gifreu y Joan Manuel Tresserras. Estos fueron interesándose por diferentes temas, pero el de las estructuras y políticas de cultura y comunicación fue siempre el más trabajado. Gracias a la tarea desarrollada por ellos y por sus equipos de investigación se ha llegado a una buena descripción del sistema comunicativo, si bien no se ha avanzado lo suficiente en la implementación de medidas políticas concretas (Berrio, 1998: 48).

El mundo académico, la sociedad civil y las instituciones catalanas se fueron coordinando, principalmente a partir del Congreso de Cultura Catalana de 1978, haciendo propuestas públicas y organizando centros como el CIC, el Centro de Investigaciones en Comunicación, o el CAC, el Consejo Audiovisual de Cataluña, etc. En 1979 la situación de la lengua catalana preocupa y Josep Gifreu hace un análisis de la prensa en Cataluña donde indica que el 94% es en castellano. Al mismo tiempo que urge a revertir estos índices, denuncia que las propuestas del nuevo Estatuto de Autonomía no lo contemplan y que la Generalitat debería desarrollar “*una política proteccionista para toda la prensa en catalán*” (Gifreu, 1979: 27). Este proceso debería permitir pasar 6%, en 1978, al 25%, el porcentaje correspondiente a 1936, antes de la Guerra Civil y del Franquismo.

El proyecto de análisis mediático desde este paradigma da sus frutos en el libro colectivo *Comunicació, llengua i cultura a Catalunya: horitzó 1990. Prospectiva sobre la transformació del sistema de comunicació a Catalunya i la seva incidència en la llengua i la cultura* dirigido por Josep Gifreu (1986a), el análisis más exhaustivo del sistema mediático en los Países Catalanes que se haya emprendido hasta ahora. Ya

desde la introducción los autores dejan en claro tres aspectos: por un lado la nueva realidad de la penetración gradual pero irresistible de las nuevas tecnologías en el tejido social; los problemas técnicos y culturales derivados de los procesos globalizadores neoliberales; y los problemas propios de Cataluña provenientes de ser una nación sin Estado<sup>3</sup> y con un mercado integrado al español.

Como consecuencia, hay que entender que puede resultar altamente temerario para el futuro de la reconstrucción nacional no disponer de unos mecanismos políticos adecuados para el control de la nueva dinámica cultural, impuesta por las industrias transnacionales de la cultura y de la información (Gifreu, 1986: 255).

A partir de aquí se hacen una serie de propuestas de actuación, lo que demuestra no solamente una voluntad teórica-analítica, sino también política, de acción. En relación con la identidad nacional indican que hay que: 1. garantizar el uso del catalán; 2. valorar la producción propia y no la importación; 3. trabajar sobre la apropiación y no sobre la difusión de la cultura ajena; 4. apoyar las prácticas colectivas sobre el consumo individual; 5. promocionar un espacio compartido y de colaboración para potenciar la identidad de los Países Catalanes. Este concepto, que venía del antifranquismo, es fundamental para entender la propuesta del espacio catalán de comunicación porque este incluía a todos los territorios de habla catalana y no únicamente a la Comunidad Autónoma de Cataluña. En relación con la necesidad de construir una democracia cultural, señalan que hay que asegurar: 1. la diversidad; 2. la disponibilidad; 3. la participación activa (acceso, participación y autogestión) y; 4. la articulación entre culturas (élite, masas y popular). En última instancia indican que no es cierto que la política no pueda controlar la tecnología, pero hay que estar decididos y esta no ha sido esta la actitud de la Generalitat (Gifreu, 1986a: 245).

En un libro del año 1989, *Comunicació i reconstrucció nacional*, Josep Gifreu, que ya había reflexionado sobre las lógicas internacionales del nuevo orden mundial y había hecho un análisis del sistema comunicativo, decide reflexionar sobre la historia del siglo de las dictaduras españolas en clave comunicacional. Propone así pensar el franquismo en dos etapas: la primera entre 1937 y 1966, cuando la dictadura va anexionando los diversos espacios del territorio español para instituir un único espacio, así es que se implementa la Ley de prensa de 1938 y la censura (ver Guillamet, 1996: 57), se crea Radio Nacional de España (donde se excluyen todas las lenguas que no sean el español), la Escuela Oficial de Periodismo en 1941 y el Ministerio de Información y Turismo en 1951; y una segunda etapa entre 1966 y 1975, donde la crisis

---

<sup>3</sup> El concepto de nación sin Estado es utilizado extensamente en la bibliografía sobre comunicación y sobre nacionalismo para describir la situación catalana, un territorio que se considera una nación pero que no tiene un Estado como marco político. Para más información ver Guibernau Montserrat 1999.

del régimen promueve una serie de medidas, como la nueva Ley de Prensa de 1966, que buscaba actualizar los postulados franquistas a la nueva realidad, pero, poco a poco, comienzan a resurgir circuitos de difusión sobre la base de los antiguos espacios de comunicación regionales. Guillamet considera que a partir de 1966 comienzan once años de libertad vigilada donde, si bien se había superado ya la censura como institución, el Estado y los propios redactores seguían actuando como censores y autocensores (Guillamet, 1996: 89 y 111). Con el postfranquismo se quieren restituir estos espacios nacionales pero no se toca el modelo heredado, lo que termina generando que la transición consolide democráticamente la conciencia nacional creada por el franquismo.

Finalmente, para Gifreu (2007: 3) hay cuatro momentos fundacionales de esta reflexión: 1. en 1986 da la conferencia inaugural de las II Reflexions Críiques de la Cultura Catalana, donde propone por primera vez la necesidad de promover el espacio comunicacional catalán; 2. en 1991, cuando el Presidente de la Generalitat, Jordi Pujol, presenta en público el informe *Construir l'espai català de comunicació*, elaborado por él con un grupo de colaboradores de todos los Países Catalanes; 3. en 1999, cuando el Parlamento de Cataluña aprueba por unanimidad la resolución 3/VI donde se proponen las bases normativas para la promoción del espacio comunicativo; 4. en 2005, cuando el mismo Parlamento aprueba la nueva Ley de la Comunicación Audiovisual.

El informe de 1991 deja entrever que el prometido espacio europeo de comunicación no existe, probablemente porque Europa no tiene un proyecto político ni cultural conjunto. Una vez cerrada la posibilidad de un diálogo entre las regiones europeas, el camino pasa por establecer un Pacto Cultural y de Comunicación de los Países Catalanes, la creación de una agenda de noticias, una cadena de TV y un diario interregional, además de estimular la investigación sobre la base de informes periódicos sobre *"el estado de la catalanidad"*. Cuatro años después, y con el ingreso del Partido Popular en la presidencia de la Comunidad Valenciana, comienza lo que la mayoría de los análisis cifran como el final del proyecto de los Países Catalanes. Los problemas serán constantes a la hora de intentar realizar proyectos pancatalanes que reunifiquen la nacionalidad catalana distribuida entre cuatro comunidades autónomas separadas, no solo administrativamente sino también ideológicamente.

En los noventa, el panorama catalán cambia significativamente por el ingreso de las nuevas tecnologías, el crecimiento del poder adquisitivo y de la inmigración. Esto modifica la problemática propuesta, pero no cambia la perspectiva, es más, se acentúa el escepticismo y el sentimiento de que se ha dejado pasar una gran oportunidad. En el año 2001 Josep Gifreu publica el ensayo *El Meu país: narratives i combats per la identitat*, *"con la sensación de que el país se está acabando"*. Las estadísticas indican

que en el año 2000 el 70% del consumo televisivo en Cataluña es producido en España y en español, lo que puede empeorar con la liberalización de las nuevas cadenas de TV y la TDT, un golpe duro producido por la incapacidad de la Generalitat de controlar estas nuevas realidades tecnológicas. Para este contexto propone una serie de hipótesis de trabajo: 1. el ecosistema televisivo presente en Cataluña tiende a la minorización del catalán; 2. los altos rendimientos de las audiencias catalanas son un factor productivo para la industria española, pero no para la catalana; 3. la comunicación política tiende a considerar a la política catalana como subsidiaria de la política española; y 4. las cadenas españolas de televisión crean y distribuyen una imagen distorsionada de la identidad catalana (Gifreu, 2001: 151).

Finalmente, Gifreu en su penúltimo libro, *La Pell de la diferència: comunicació, llengua i cultura des de l'espai català* de 2005, propone otro diagnóstico esclarecedor: 1. no ha habido un análisis claro de la crisis ni se han entendido las nuevas formas de dependencia de la cultura catalana; 2. se ha entendido la cultura como una cuestión administrativa de gestión del patrimonio; 3. han faltado los mecanismos políticos para llevar adelante una política cultural que desarrolle las estrategias centrales de la reconstrucción nacional. La cuestión de fondo es:

¿Qué capacidad de control tiene Cataluña sobre la dinámica cultural impuesta, de un lado, por sus relaciones de dependencia del Estado español y de la cultura castellana y, del otro, por las industrias transnacionales de la cultura de la información? (Gifreu, 2005: 38).

## 2.4 Balance de una propuesta

Tenemos derecho legítimo a intervenir sobre un mercado heredado y que fue configurado por unas políticas impuestas de los que habían ganado una guerra (Tresserras, 2010: 20).

Hasta aquí hemos recuperado una propuesta teórica-política histórica y presente, la forma en que la escuela catalana de comunicación ha participado de la reconstrucción nacional catalana. Esta perspectiva de análisis, que busca crear propuestas concretas para el avance cultural, ha ido de la mano de la historia de la nación y del Estado y de esta relación han nacido sus posibilidades y sus limitaciones. En este apartado hacemos un balance de la situación y de los temas que fueron centrales en el proceso de construcción del espacio catalán durante los últimos treinta años.

Joan Manuel Tresserras (2010) apunta que no se ha logrado que los productos catalanes tengan el valor agregado de ser expresión de catalanidad, de ser diferentes y

más próximos que los españoles; no se ha logrado que el público los sienta cercanos como un factor de complicidad. El esfuerzo debería estar puesto acá, en producir con calidad y, al mismo tiempo, ganar autoestima para lograr que el negocio de los productos catalanes funcione económicamente. En este sentido, el fracaso más grande ha sido la imposibilidad de crear un mercado normalizado con su dinámica propia, aunque, paradójicamente, la escolarización y el espacio catalán se hayan desarrollado más o menos efectivamente. Son las instituciones públicas catalanas las que tienen que asegurarse de crear el público y de que les lleguen los productos, la empresa privada no se encargará de crearlo y seguirá haciendo el negocio donde más beneficios obtengan.

El balance propuesto por Josep Gifreu (2007) comienza actualizando la definición del espacio catalán que se ha propuesto como una estrategia general de acción no partidista, donde se ha de implicar a todos los partidos, no limitada a un área del dominio lingüístico y destinado a la reconstrucción cultural. En relación con los puntos fuertes en los Países Catalanes hay que valorar las nuevas fortalezas de las políticas autonómicas regionales y el desarrollo de corporaciones públicas de radio y televisión regionales (RTVV Radio y Televisión Valenciana y IB3 Radiotelevisión de las Islas Baleares), la existencia de redes de colaboración entre entidades culturales de la sociedad civil (Xarxa Vives, la Federació Llull, etc.) y el despliegue de algunas iniciativas empresariales en el campo de la comunicación en catalán (*El Temps*, Vilaweb y el Baròmetre de la Comunicació).

En relación con los puntos fuertes hay que tener en cuenta el reconocimiento social de las políticas lingüísticas de discriminación positiva para el catalán, principalmente en los medios masivos, la tarea indiscutible en generar consenso social de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales (la CCMA, heredera de la CCRTV), la capacidad creativa de las industrias culturales catalanas, una dinámica activa entre las propuestas locales y comarcales y los nuevos medios digitales territoriales. En relación con los puntos fuertes del espacio exterior, hay que valorar la creciente presencia internacional del espacio cultural catalán, la importancia del .cat y del lugar del catalán en internet, al igual que de la marca Cataluña (por ejemplo con el éxito de la Feria del libro de Frankfurt de 2007) y de los referentes culturales considerados catalanes, Antoni Gaudí, Pau Casals, Salvador Dalí, Joan Miró, etc.

Los puntos débiles del espacio cultural en los Países Catalanes son la extrema politización de la lengua y de la cultura catalana, la falta de un estatuto de la lengua catalana en el Estado español y en la Unión Europea, las dudas sobre su unidad o sobre los territorios de referencia, falta de un mercado común protegido y de unas industrias culturales fuertes, la progresiva españolización de los contenidos y referentes de los grandes medios así como la inexistencia de organizaciones interterritoriales de

producción y distribución. Los puntos débiles en Cataluña tienen que ver con que ninguno de los grandes grupos mediáticos han apostado por el espacio catalán, orientándose al mercado español y en español; si bien existe el CAC (Consejo del Audiovisual de Cataluña), este no tiene autoridad sobre el 80% de los productos que se consumen en Cataluña y, finalmente, la peligrosa penetración de grupos privados españoles en todos los sectores. En relación con los puntos débiles del exterior, hay que admitir una falta de reconocimiento del Estado español, y por lo tanto de Europa, de la excepción cultural catalana.

En relación con los puntos negros de los Países Catalanes, Gifreu reconoce la inexistencia de medios que cubran informativa y culturalmente las necesidades de los ciudadanos del territorio común, así como la falta de un pacto por la cultura y la comunicación entre las regiones catalanoparlantes y la expansión inexorable del espacio español sobre el catalán. Y para terminar, los puntos negros hacia el exterior provienen de la falta de reconocimiento del catalán como lengua oficial en la Unión Europea, la falta de visibilidad global y la imposibilidad del acceso a los programas de promoción, la falta de un Estado protector y de un canal internacional de radio y televisión representativos. Como reconocía en su balance de 2008 Salvador Cardús:

La comunidad lingüística catalana, como es sabido, es superior a la del territorio de la Comunidad Autónoma de Cataluña, ya que incluye las comunidades autónomas valencianas – el País Valenciano – y de las Islas Baleares, así como una parte del sur del territorio francés, incluyendo un total aproximado de 12 millones de personas. TV3 y Cataluña Radio han llegado a la totalidad del espacio de comunicación, pero los obstáculos políticos – en un tiempo que se dice “sin fronteras”- han sido constantes y en muchas ocasiones insalvables (Cardús, 2008: 43).

Como ha quedado en claro luego de este recorrido teórico e histórico, la mayoría de los autores trabajados consideran que, por lo menos, el proceso de construcción del espacio nacional catalán fue insuficiente. Lo que sí se ha logrado es un reconocimiento, no formal, de la condición de nación de Cataluña y de sus características culturales diferenciadas del resto de España. Si bien este reconocimiento social, que no legal, ha ayudado mucho a la dignificación de la cultura, se ha dado un proceso inverso de politización y de negación que ha minado las posibilidades de coordinar políticas comunes entre las cuatro comunidades que conforman los Países Catalanes. En este sentido, el proyecto conjunto se ha estancado y los cambios tecnológicos han ido generando nuevos problemas que han terminado reduciendo los beneficios que la construcción del espacio catalán había conseguido.

Es unánime la crítica de la mayoría de los intelectuales al desinterés de los partidos políticos sobre este tema, la reconstrucción nacional ha sido en gran parte fruto de la participación de la sociedad civil. Aunque se ha avanzado mucho, existen muchos más catalanoparlantes que hace treinta años, hay una gran presencia en la red y se han construido espacios interesantes de producción y distribución de la cultura catalana, la opinión generalizada de los expertos es que hay mucho por hacer (Gifreu, 2008: 8). Si miramos hacia el pasado, veremos que la Europa de las naciones no se ha desarrollado; al no intervenir de manera conjunta en la educación, las culturas y las lenguas, Europa ha perdido su poder de crear un futuro mejor para sus naciones sin Estado.

Finalmente, Gifreu en su último informe *L'acadèmia i les polítiques nacionals de comunicació a Catalunya: ideació, fulgor i declivi d'una escola* de 2012 indica que nos encontramos en una etapa de declive de esta escuela. Para nosotros lo que está sucediendo no es un declive, sino un proceso de cambio que, al ser tan extremo, no reconoce su pasado, pero que es continuista. No podemos hablar de decadencia, pero sí de recambio generacional, cuando los intelectuales que comenzaron a defender este proceso en la transición política están dejando lugar a una nueva generación de jóvenes investigadores. Hablar de declive es muy complicado cuando los historiadores de la comunicación (Berrio, 1998) indican que los estudios sobre el sistema comunicacional catalán siguen creciendo y más investigadores que nunca trabajan para entender la realidad. Tampoco podemos hablar de decadencia cuando reconocemos la consolidación, de la Corporación de Radio y Televisión de Cataluña como eje vertebrador de las organizaciones mediáticas nacionales y cuando vemos la innegable importancia de la web 2.0. Más que decadencia, habría que hablar de recambio, de un nuevo contexto político, de nuevos actores académicos y políticos y de nuevos medios, de nuevas formas de participar de la comunidad catalana, más allá de las leyes y de las fronteras.

El recorrido nacional no es ajeno a su cultura y a sus medios de comunicación, por eso al preguntarle a Gifreu en una entrevista sobre los posibles escenarios del futuro, el horizonte del día después de un proceso de independencia de Cataluña de España, se muestra optimista, si bien cauteloso. En el hipotético caso de que el referéndum fuese negativo y no se produjese la independencia, Gifreu considera que las estructuras construidas hasta este momento son poderosas y están bien consolidadas, que no hay peligros frente a un futuro conflicto. En el caso contrario, con el horizonte de una transición nacional, Gifreu nos recuerda dos aspectos importantes: por un lado, que la independencia se produciría por parte de un territorio, si bien no menor, de los Países Catalanes que incluso generaría una nueva distancia frente a los otros territorios históricos de habla catalana y; por otro lado, indica que habría que redactar una

Constitución catalana, construir nuevas estructuras estatales de comunicación y renegociar el 85% de los productos comunicativos españoles que se consumen en Cataluña sobre la base de acuerdos de cooperación y respetando la diversidad interna del país. Según Gifreu, estos son los dos frentes abiertos a la hora de pensar un futuro nacional y los espacios donde más disputas podrían plantearse.

Mucho se ha hecho y el futuro parece prometedor pero, por otro lado, la sensación es de fragilidad, que lo avanzado es insuficiente y queda siempre la posición de defensa. Es posible que esta sea la postura de aquellos intelectuales que provienen de la Transición y que el lugar de los nuevos académicos sea adelantarse al futuro haciéndolo posible, generando las condiciones de posibilidad para seguir avanzando en un proyecto colectivo catalán y pancatalán con objetivos nacionales.

### 3 Conclusiones

El nacionalismo, la idea de nación (y las estrategias para hacerla cotidiana) y los medios de comunicación son tres aspectos que no suelen relacionarse en las reflexiones académicas. Es por esta razón que para este artículo recurrimos a la historia y a la teoría para ver los puntos de contacto y convergencia entre la recuperación de la nación catalana en la transición y en la democracia y la construcción de un espacio nacional de comunicación en Cataluña. Un recorrido de 36 años entre políticas públicas y proyectos académicos que buscaban crear las instituciones necesarias para reproducir la idea de que Cataluña no era únicamente una región, sino una nación.

Luego de la muerte de Francisco Franco se marca la fecha de 1978 como clave para la transición cultural catalana gracias al Congreso de Cultura Catalana, al Nuevo Orden Mundial de la Comunicación apoyado por la UNESCO y a los nuevos espacios académicos que se iban creando. Este mismo año, la transición política saca adelante la nueva Constitución española y, al año siguiente, el Estatuto de Autonomía de Cataluña. Estaban ya sentadas las bases para superar el modelo comunicativo franquista de cultura única, para recuperar la pluralidad regional y nacional de una España democrática, la España de las Autonomías. La situación en que se encuentran los medios de comunicación catalanes al inicio de la década de los 80 preocupa a Miquel de Moragas, a Joan Manuel Tresserras y a Josep Gifreu, quien constata que el 94% de la prensa que se consume en Cataluña es en castellano.

El proyecto de crear un espacio nacional catalán de comunicación busca entonces que el catalán se convierta en lengua vehicular (y la cultura catalana en cultura compartida)

de los medios de comunicación y de las industrias culturales que se consumen, no solamente en Cataluña, sino en los Países Catalanes. Este aspecto del proyecto, el territorial, fue el que menos éxito tuvo por las diferencias entre el gobierno catalán de CiU y el de Valencia y de las Islas Baleares, del Partido Popular. Las disputas políticas son también índice de las disputas entre concepciones nacionales diferentes, conflictos sobre la manera de concebir la nación catalana y española. La colaboración entre medios públicos y privados en la reproducción de esta idea de nación fue también poco beneficiosa para Cataluña, donde los medios privados españoles reproducen la misma idea monocultural de España que los medios estatales.

Finalmente, si bien el avance es considerable (para el año 2000 el 30% del consumo televisivo era en catalán) la capacidad normativa de la Generalitat no ha mejorado ni las políticas compensatorias son suficientes. El tardío apoyo institucional a los medios tradicionales (positivo para la televisión y la radio y escaso para la prensa escrita) se suma a nuevos problemas, propios de las nuevas tecnologías de la comunicación y de la información: los nuevos medios, los *social media*, internet y las redes sociales. Los investigadores de la academia catalana han denunciado constantemente la falta de apoyo político a sus propuestas, la incapacidad política de entender la relevancia de las medidas propuestas. Con la nueva situación política catalana que se generó luego de las elecciones anticipadas de 2012 y con el proceso independentista, se abren nuevas posibilidades para reflatar el proyecto del espacio nacional de comunicación, nuevas posibilidades pero también nuevos retos.

## Referencias bibliográficas

- AMEZAGA, J. (2004): "Televisión por satélite en el mundo: nuevos retos para viejas lenguas", en: *Portal de la Comunicación*, Fórum Barcelona, 2004. Disponible en Internet (06-09-2014): [http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/16\\_amezaga.pdf](http://www.portalcomunicacion.com/dialeg/paper/pdf/16_amezaga.pdf)
- BERRIO, J. (1998): "La recerca sobre comunicació social a Catalunya: assaig de realització d'un panorama comprensiu", en: *Anàlisi: Quaderns de comunicació i cultura*, nº 22, p. 47-59.
- BUSTAMANTE, E. (1985): "Políticas de comunicación: un reto actual", en de Moragas, M., *Sociología de la comunicación de masas*, Barcelona, Gustavo Gili, vol. 4, p. 125-143.

- CARDÚS, S. (2008): "Televisió i identitat nacional. Esplendor i declivi de la televisió autonòmica catalana" en *VIA06 Valors, Idees, Actituds*, Barcelona, p. 36-52.
- CASTELLÓ, E. (2007): *Sèries de ficció i construcció nacional: imaginant una Catalunya televisiva*, Tarragona, A+C.
- (2008): *Identidades mediáticas: introducción a las teorías, métodos y casos*, Barcelona, UOC.
- (ed.) (2012): *La mediatización del conflicto político: discursos y narrativas en el contexto español*, Barcelona, Laertes.
- COROMINAS, M. (1994): "Aproximació catalana a la comunicació", en Berrio, J. (dir.), *Un Segle de recerca sobre comunicació a Catalunya*, Bellaterra, UAB, p. 110-127.
- DE MORAGAS, M. (ed.) (1986): *Sociología de la comunicación de masas*, Barcelona, Gustavo Gili.
- (1988): *Espais de comunicació: experiències i perspectives a Catalunya*, Barcelona, Edicions 62.
- (1990): *Teorías de la comunicación: investigaciones sobre medios en América y Europa*, Barcelona, Gustavo Gili.
- DE MORAGAS, M., FERNÁNDEZ, I. (eds.) (2008): *Communication and cultural policies in Europe*, Barcelona, INCOM-UAB.
- FERNÁNDEZ, J. A. (1995): "Becoming Normal: Cultural Production and Cultural Policy in Catalonia", en Graham, E, Labanyi, J., *Spanish cultural studies: an introduction*, Oxford, University Press, p. 343-346.
- GIFREU, J. (1979): "Premsa a Catalunya: quasi tota en castellà", en *Revista L'Hora de Catalunya*, nº 36, p. 25-28.
- (dir.) (1986a): *Comunicació, llengua i cultura a Catalunya: horitzó 1990*, Barcelona, Institut d'Estudis Catalans.
- (1986b): *El debate internacional de la comunicación*, Barcelona, Ariel.
- (dir.) (1987): *Segones reflexions crítiques sobre la cultura catalana*, Barcelona, Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.
- (1990): "España, un espacio de comunicación en crisis", en *Revista Telos*, nº 23, Madrid, p.10-12.
- (1989): *Comunicació i reconstrucció nacional*, Barcelona, Pòrtic.

- (dir.) (1991): *Construir l'espai català de comunicació*, Barcelona, Generalitat de Catalunya y Centre d'Investigació de la Comunicació.
  - (2001): *El meu país: narratives i combats per la identitat*, Lleida, Pagès.
  - (2003): *La potenciació de l'espai cultural i audiovisual català: estudi prospectiu i proposta de línees d'actuació*, Barcelona, Generalitat de Catalunya.
  - (2005): *La pell de la diferència: comunicació, llengua i cultura des de l'espai català*, Barcelona, Pòrtic.
  - (2007): “20 anys de l'espai Català de comunicació. Un objectiu encara possible?”, en *ESCACC, Documents 8, Barcelona*. Disponible en Internet (06-09-2014):  
[http://culturaisocietatalsppcc.wikispaces.com/file/view/Tema+4.+Mitjans+de+comunicaci%C3%B3.+Conferencia\\_escacc.pdf](http://culturaisocietatalsppcc.wikispaces.com/file/view/Tema+4.+Mitjans+de+comunicaci%C3%B3.+Conferencia_escacc.pdf)
  - (2012): “L'acadèmia i les polítiques nacionals de comunicació a Catalunya: ideació, fulgor i declivi d'una escola”, en *L'Informe de la comunicació a Catalunya 2011–2012*. Disponible en Internet (06-09-2014): <http://incom.uab.cat/informe/>
- GIORI, P. (2013): “Catalanisme cultural: reptes i possibilitats de construir una nació en democràcia”, en *Revista Afers: fulls de recerca i pensament*, n.76, Catarroja, p.807-824.
- GUIBERNAU, M. (1999): *Nacions sense Estat: nacionalisme i diversitat en l'era global*, Barcelona, Columna.
- GUILLAMET, J. (1996): *Prensa, franquisme i autonomia. Crònica catalana de mig segle llarg (1939-1995)*, Barcelona, Flor del Vent.
- INFORME MACBRIDE (1980): *Voces múltiples, un solo mundo*. Disponible en Internet (06-09-2014): <http://unesdoc.unesco.org/images/0004/000400/040066sb.pdf>
- LO CASCIO, P. (2008): *Nacionalisme i autogovern: Catalunya, 1980-2003*, Catarroja, Afers.
- PERIS BLANES, À (2008): “Identidad nacional, televisión y vida diaria. Perspectivas para un debate sobre el caso español”, en MARÍN, N., ENCARNA, M., GONZÁLEZ, C., *Ayeres en discusión. Temas clave de Historia Contemporánea hoy*, Murcia, Universidad de Murcia, p. 1-23.
- RISQUES, M. (dir.) (1999): *Història de la Catalunya contemporània*, Barcelona, Pòrtic.

ROMEU JOVER, X. (ed.) (1977): *Debat sobre els Països Catalans: ponències i comunicacions de les Jornades de Debat sobre els Països Catalans (octubre 1976)*, Barcelona, Curial.

TRESSERRAS, J. M. (2010): *Polítiques de cultura i comunicació i construcció nacional*, Barcelona, Generalitat de Catalunya.

VVAA. (1978): *Congrés de Cultura Catalana*, Resolucions 3, Barcelona, Curial.

## **SOBREVUELO DE LA TELEGRAFÍA ÓPTICA EN LUSITANIA<sup>1</sup>**

Gilles Mutigner

Universidad Complutense de Madrid

[email@email.com](mailto:email@email.com) (estilo RiHC\_DatosAutor)

**Resumen:** *La telegrafía óptica en Portugal, cuyos orígenes se sitúan en los albores del siglo XIX, es poco conocida, por no decir desconocida. En el transcurso del último decenio, diversos historiadores y aficionados de este país, y también del extranjero, civiles y militares, han estudiado este tema, con resultados, a veces imprecisos e incluso contradictorios, muy interesantes. En el presente trabajo me he propuesto hacer el balance de la cuestión y proporcionar una visión de conjunto, partiendo de las distintas obras publicadas, de los documentos extraídos de los archivos históricos, de contactos con especialistas y de búsquedas personales sobre el terreno. Visión de conjunto que integra las iniciativas que han conducido a la reconstrucción de algunas estaciones y que también atañe, aunque sólo sea tangencialmente, a la Extremadura española. No se trata, propiamente dicho, de una investigación, sino más bien de un artículo de divulgación que recoge, del conjunto de informaciones recogidas, los aspectos, tanto*

---

1 Este estudio, en su versión francesa, fue objeto de exposición en las IV Journées d'Études (Télégraphie Chappe) de la Fédération Nationale des Associations de personnel de La Poste et de France Télécom pour la Recherche Historique (FNARH), celebradas en Épiniac (Francia), entre el 9 y el 11 de marzo de 2012.

*históricos como técnicos, más significativos, sin excluir por ello la incorporación de nuevos datos.*

---

**Abstract:** *The optical telegraphy in Portugal, whose origins are in the dawn of the nineteenth century, little is known, not to say unknown. In the course of the last ten years, various historians and amateurs of this country, and also from abroad, civil and military, have studied this subject, with results, at times vague and even contradictory, very interesting.*

*In the present work I have proposed to make an assessment of the issue and provide an overview, starting from the various published works, of the documents extracted from the historical archives, contacts with specialists and personal searches on the ground; overall vision that integrates the initiatives that have led to the reconstruction of some stations and that also applies, even if only tangentially, to the Spain's Estremadura.*

*It is not, itself, an investigation, but rather a disclosure paper that picks up, from the set of gathered information, the aspects, both historical and technical, more significant, without excluding the incorporation of new data.*

**Keywords:** *Telegraph, net, Wellington, Ciera, Folque*

## Introducción

La telegrafía óptica, “aérea” en Francia y “visual” en Portugal, también arranca, en este segundo país, hacia finales del siglo XVIII.

La primera línea de telegrafía visual (semafórica) portuguesa se extendía a lo largo del estuario del Tajo y de la costa atlántica, entre la ciudad de Lisboa y el Cabo da Roca [Fig. 1]. Según las fuentes en las que han buceado Isabel de Luna y Ana Catarina Sousa (2009: 75, n.22), el itinerario de la *Linha da Barra o do Mar* (cuyo nombre proviene de los bancos de arena en la desembocadura del río), partiendo de la ciudad, era el siguiente:

- 01.- **Castel(l)io de S(ão) Jorge** (antiguo Castelo dos Mouros)
- Freguesia do Castelo, Lisboa.
- 02.- *em um dos guindastes da Ribeira (\*) ou no Observatorio da Caza das Fornias* (instalado en uno de los dos cabrestantes [del Astillero] de **Ribeira [das Naus]** [Hoy Praça do Comércio/Terreiro do Paço] o *bien en el Observatorio de Caza das Fornias* [?]. Observatorio y emplazamiento no localizados.
- Freguesia de Madalena/São Nicolau.
- 03.- *no navio que serve de Cabria* (en el navío que sirve de cabrestante) [?]. Ninguna referencia complementaria.
- 04.- **Torre de Chagas** [ ?] Torre no localizada.
- 05.- **Forte de Alcântara** [ ?] Fuerte no localizado.

- Freguesia de Alcântara?
- 06.- na **Cordoaria** (en la Cordelería) o Cordoaria Nacional o Real Fábrica da Cordoaria da Junqueira o Real Cordoaria da Junqueira.
- Freguesia de Santa María de Belém.
- 07.- **Torre de Belém** (\*)
- Freguesia de Santa María de Belém.
- 08.- **Forte de (São Bruno de) Caxias** (\*)
- Freguesia de Caxias/ Concelho de Oeiras.
- 09.- **Forte das Mai(y)as** o **Forte de São João das Maias** o **Forte de Oeiras**
- Freguesia de Oeiras e São Julião da Barra/Concelho de Oeiras/Vila de Oeiras.
- 10.- **Fortaleza (o Forte) de S(ão) Julião da Barra** (\*)
- Freguesia de Oeiras e São Julião da Barra/ Concelho de Oeiras/Vila de Oeiras.
- 11.- **Forte de Santo Antônio** (\*) [da Barra] o **Forte de Santo Antônio do Estoril o Forte Velho**
- Freguesia de Estoril/Concelho de Cascais/Povoação de São João do Estoril.
- 12.- **Fortaleza de Cascaes** o **Fortaleza/Forte de Nossa Senhora da Luz de Cascais (Cidadela)** [Torre de Santo Antônio de Cascais o Torre Fortificada de Cascais o Torre de Cascais]
- Freguesia de Cascais/Concelho de Cascais/Vila de Cascais.
- 13.- **Farol (Faro) da Guia** (\*)
- Freguesia de Cascais/ Concelho de Cascais/Vila de Cascais.
- 14.- **Forte de Oitavos** (\*) o **Forte de São Jorge de Oitavos**
- Freguesia de Cascais/Concelho de Cascais.
- 15.- **Forte das trez pedras** [ ?] Sin huella del fuerte.
- 16.- **Forte da Roca** [ ?] Fuerte no localizado.
- 17.- **Farol da Roca**
- Freguesia de Colares/Concelho de Sintra.

(\*) Puestos estratégicos también mencionados por Maria Fernanda Rollo (véase más abajo).

La mayoría de estas estaciones (18 según la fuente, pese a que sólo he logrado inventariar 17, a las que he añadido las distintas denominaciones atribuidas, así como su actual dependencia administrativa [freguesia/concelho, equivalentes a parroquia/municipio], si bien no he conseguido despejar las incógnitas que aún encierran algunos puntos estratégicos, señalados con [?]) estaban ubicadas en las fortalezas y faros que jalonan la costa. Estos puestos tenían por finalidad ejercer la vigilancia marítima y el control militar y aduanero del litoral,<sup>2</sup> así como transmitir

---

2 Según Raeuber (1993, 96), "Conforme a las directrices, esta línea de comunicaciones estaba al servicio del almirantazgo portugués así como de las autoridades portuarias de Lisboa. Todos los navíos, tanto los buques de guerra como los mercantes, habían de ser señalados y debía especificarse la clase de

mensajes por medio de banderas izadas en mástiles, como en los barcos. Un documento (Luna & Sousa, 2008: 75)<sup>3</sup>, fechado en 1796, conservado en los Archivos de la Biblioteca Central de la Marina, en Lisboa, permite acreditar la existencia de un Reglamento (código) que comprendería 36 señales.

Según Maria Fernanda Rollo (2009 :37), entre las estaciones permanentes o utilizadas con más frecuencia figuran:

- 02.- Ribeira das Naus (Almirantado) [Astillero/Almirantazgo]
- nn.- Rocha do Pragal (Almada) [margen izquierda o Sur]
  - Freguesia de Pragal/Concelho de Almada
- 07.- Torre de Belém
- 08.- Caxias
- 10.- Torre de San Julião
- 14.- Oitavos
- 11.- St. António
- nn.- [Vigia do] Facho o Vigia da Boca do Inferno
  - Freguesia de Cascais/Concelho de Cascais
- 13.- Guia

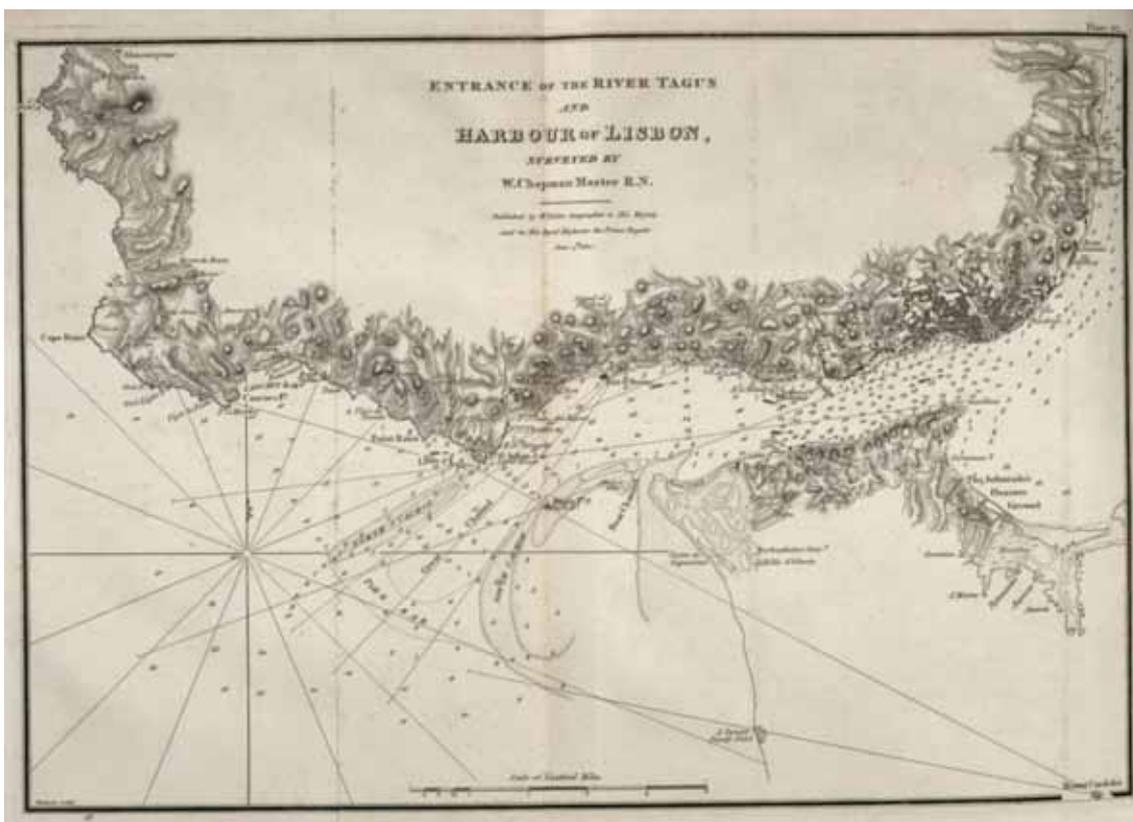
Algunas de estas estaciones, tales como las de Rocha do Pragal y Facho, corresponden muy probablemente a la ampliación de la red desarrollada por Ciera unos años más tarde y que llegará hasta la margen izquierda del Tajo (Luna & Sousa, 2008: 76; Rollo, 2009: 38). Habría que añadir entre los nuevos puestos de la *Linha da Barra*, los de Penedo y Buenos Aires, este último perteneciente a la freguesia de Lapa.

---

embarcación, su nacionalidad, si entraba o salía del Tajo, si se acercaba o acababa de pasar la barra, o si permanecía fondeada, y demás”.

3 Signaes que a Rainha Nossa Senhora manda estabelecer e executar nas fortalezas e lugares nomeados (PT BCM – RDd4-31).

**Fig 1. De Lisboa al Cabo de Roca**



Entrance of the River Tagus and Harbour of Lisbon [1812 ?] / Surveyed by W. Chapman Master R. N.  
Museo Naval. Signatura: MN\_A\_10022\_18 (Biblioteca virtual del patrimonio bibliográfico)

Queda por señalar, a título de curiosidad, recogida por varios investigadores portugueses, que las primeras referencias relativas al telégrafo Chappe habrían llegado hasta Portugal por mediación de soldados que habían participado en la campaña del Rosellón, entre 1793 et 1795. Nada lo impide, pero el hecho de que la *ligne du Midi* (Línea del Mediodía) no alcanzará Montpellier hasta 1832, invita a pensar que los ecos también podrían haber llegado por otros conductos... Cabe también reseñar que un primitivo servicio telegráfico podría haber sido implantado por antiguos combatientes, con ocasión de la “Guerra de las Naranjas”, en 1801 (Rollo, 2009: 37; Luna & Sousa, 2008: 71).

## Francisco Ciera

En 1803, la responsabilidad de la dirección de las *comunicaciones Telegráficas* (hasta entonces la transmisión de señales era competencia de la Marina) recayó en un civil, de ascendencia ítalo-portuguesa, el científico Francisco António Ciera (1763-1814), matemático, astrónomo, profesor de la Real Academia de Marina, quién acababa de

concluir, en ese mismo año, un primer esbozo de los trabajos de triangulación geodésica de Portugal, emprendidos bajo su tutela en 1800, e interrumpidos en 1804.

Aparentemente, la incorporación de Ciera obedecía más a su reputación científica y al interés del Regente (el futuro rey D. João VI), atraído personalmente por la telegrafía óptica, que a sus conocimientos específicos en la materia.

Ello no obstante, aquél mismo año 1803, Ciera publica un “Regimento de signaes para os anuncios das circunstancias mais notáveis da navegação dos navios que se avistão do Cabo da Roca e dos que entrão ou sahem do porto de Lisboa (Luna & Sousa, 2008: 76).

En 1804, veía la luz un nuevo Reglamento,<sup>4</sup> editado por la Imprenta Real, pero cuya paternidad permanece en la sombra (Rollo, 2009: 37; Pedroso de Lima, 2009: 61; Pedroso de Lima, 2010: 11; Luna & Sousa, 2008: 76).

La explicación suministrada en la página III del texto de 1804 (Pedroso de Lima, 2010, 11), permite saber que había dos tipos de señales: I. de Correspondencia, para anunciar las embarcaciones avistadas desde el Cabo de Roca, así como las “*circunstancias de navegación*” más importantes; II. *Permanentes*, emitidas desde el Castillo de San Jorge e “*izadas durante un tiempo suficiente para garantizar la notoriedad de las informaciones obtenidas por mediación de varias de las primeras [señales] y reunidas en una sola [señal] de las segundas*”. Queda por añadir a este respecto que el código (cuando menos las señales “*permanents*”) estaba al alcance de cualquiera, gracias a las copias manuscritas que circulaban. Un aviso publicado en el *Diario oficial* portugués el 24 de agosto de 1804 (Soares, 568), por el que se anunciaba la publicación del código de 1804, cuya utilización se había iniciado el 1º de enero, advertía de la introducción, en el transcurso de la impresión, de numerosas modificaciones, referidas tanto a los barcos mercantes como a los navíos de guerra, respecto del contenido de las copias manuscritas reproducidas hasta entonces y que, por consiguiente, estas dejarían de estar vigentes a partir del mes de septiembre, una vez que el telégrafo del Castillo de San Jorge hubiera izado durante todo un día la señal [5] para indicar que los anuncios se transmitían conforme al nuevo código impreso (y puesto a la venta, hemos de añadir...). En otras palabras, el telégrafo de la *Linha da Barra* tenía una vertiente de información pública sobre asuntos relativos al tráfico marítimo y fluvial.

Este mismo código de 1804 establecía el empleo, para la transmisión de las “*señales de correspondencia*”, de 10 banderas, un gallardete y un balón, y sus combinaciones.

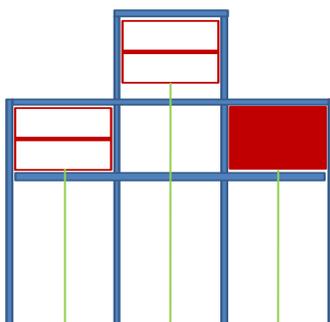
---

4 Regimento de signaes para os telegraphos da marinha/feito por ordem de S.A.R. Principe Regente N.S.

Sea como fuere, no parece ofrecer dudas que la misión atribuida a Ciera se situaba más allá de la línea de semáforos y señales heredados de la tradición naval, y que su objetivo consistía en mejorar las prestaciones de la comunicación a todos los niveles.

También en 1803, y según un documento fechado el 16 de septiembre, o sea dos meses después de una comunicación (12 de julio) que atestigua el desempeño de sus nuevas funciones (Luna & Sousa, 2008: 76; Pedroso de Lima, 2010: 28), Ciera proporcionaba una descripción del primero de los dos sistemas de su invención: el Telégrafo de persianas (*postigos, persianas o palhetas*) [Fig. 2]. Las combinaciones binarias (abierto/cerrado, mediante el accionamiento de las respectivas cuerdas manipuladas por el operador) de tres tablas o persianas de madera, cuadrangulares, pintadas de rojo (Raeuber, 1993: 96),<sup>5</sup> enmarcadas en un bastidor, también de madera, y situadas a dos niveles (una, en el centro, sobre la línea superior; dos laterales, sobre la línea inferior) permitían componer 8 posiciones (6 cifras de 1 a 6 y dos signos de servicio) que remitían a un código.

**Fig. 2.**  
**Telégrafo de persianas (*Telégrafo de palhetas*)**



Croquis Marta Multigner

5 Una descripción mucho más tardía (reproducida a continuación por los datos que proporciona) afirma que las persianas estaban pintadas en blanco y negro: Recordamo-nos de ter, por algumas vezes, visto funcionar esse telegrapho, a cujo serviço estavam dois veteranos que se revezavam de seis em seis horas. Era muito curioso o seu serviço que demandava a maior atenção. O telegraphista estava sentado n.um banco alto, para melhor poder consultar alternadamente os dois oculos de alcance que se conservavam assestados, cada um, em orificio proprio aberto na parede. Do tecto da pequena e estreita casita pendiam tres cordas, cada uma das quaes correspondia a uma das tres grades de madeira, pintadas de branco e preto, para signaes. O veterano servia-se da mão esquerda para com o auxilio das cordas imprimir movimento aos quadros e transmittir signaes; e com a direita ia escrevendo n.uma ardósia os signaes que recebia, designados por algarismos, os quaes depois passava ao papel, enviando-o ao governo civil, onde eram decifrados (Augusto de Oliveira Cardoso Fonseca, *Outros Tempos ou Velharias de Coimbra. 1850 a 1880*, Lisboa, Livraria Tabuense, 1911, 88-89, nota 6, en Rodrigues, M., 88-89).

Los operadores recibían las “Instrucciones para el servicio”, mientras que los remitentes y destinatarios cifraban y descifraban los mensajes recurriendo a las “Tablas Telegráficas”, concebidas, unas y otras, por el propio Ciera. Cabe señalar que estos textos eran manuscritos y que sólo una edición de las “Tablas”, la de 1810, llegó a imprimirse, a cargo de la Imprenta Real. La estructura de las tablas impresas (90 páginas, 108 entradas –letras, palabras o frases- en la mayoría de las páginas, es decir 9720 entradas, en números redondos) y la expresión de los términos (mediante la conjunción de las cifras correspondientes a cada una de las 36 líneas y de las tres, o cuatro, columnas por página) evocan las que se adoptarán en España para la confección del Diccionario Telegráfico impreso en 1858, presumiblemente aplicado, según Sebastián Olivé (1990: 51-53), a la codificación de mensajes transmitidos por el telégrafo eléctrico.

En el transcurso de esta primera década del siglo XIX, Ciera pondría a punto otro sistema, conocido como Telégrafo de puntero (*Telégrafo de ponteiro*), de flecha o de aguja. Se trata<sup>6</sup> [Fig. 3 a], en efecto, de una pieza de madera que pivota 360º alrededor de un mástil sobre el que está engastada, mediante el movimiento de una manivela accionada por el operador, que transcribe sobre una pizarra los signos observados a través del catalejo. La flecha, también pintada de rojo<sup>7</sup>, adopta 8 posiciones respecto del mástil [Fig. 3 b], el mismo número que en el caso del telégrafo de persianas. Dicho de otro modo, el puntero forma ángulos equivalentes de 45º, que corresponden, en el sentido de las agujas de un reloj, a las cifras que van de 1 a 6, teniendo en cuenta que las posiciones 12h y 6h se atribuyen a dos señales de servicio. Según Ciera, estas cifras tomadas de dos en dos, tres cuatro, cinco y seis, permiten componer más de 60.000 entradas recogidas en su diccionario.

**Fig. 3 a**  
**Telégrafo de puntero (*Telégrafo de Ponteiro*)**

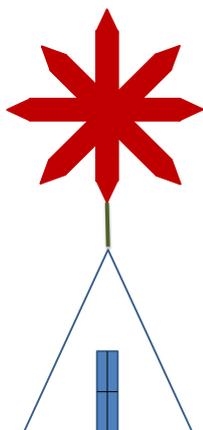


Dibujo Ciera 25.10.1808. PT AHM-DIV-1-14-170-07\_m0002[1]

6 Vid. Ciera, carta del 25 de octubre de 1808, PT AHM-DIV-1-14-170-07\_m0002[1].

7 Para destacar respecto del fondo azul del cielo, atendiendo a la situación de ambos colores en el espectro y a la utilización de anteojos acromáticos (Vid. Costa Dias, Comunicação...).

Fig 3 b.



Puestos a establecer semejanzas entre los telégrafos de Ciera y otros sistemas previos, es inevitable mencionar (pese a que entre aquellos y estos hay diferencias muy apreciables) el del Almirantazgo británico o de Georges Murray (1795) comparado con el *telégrafo de palhetas*, o el *Radiated Telegraph* del reverendo John Gamble (1797) como precedente del *telégrafo de ponteiro*. Pero de ahí a ignorar a Ciera, su telégrafo de flecha y el papel desempeñado por este último durante la guerra peninsular, o confundirlo con Gamble, como podrá verse más adelante, media un considerable equívoco. A riesgo de buscar otras semejanzas, puede apuntarse la que cabe establecer entre el telégrafo de puntero y el de Bréguet-Betancourt (1798).

Por lo que se refiere a la fecha de implantación de esos dos sistemas, las versiones de los investigadores son un tanto contradictorias (Luna & Sousa, 2008: 76; Pedroso de Lima, 2009: 61). Sin perjuicio de lo cual, es presumible que la del telégrafo de persianas haya precedido a la del telégrafo de puntero.

Frente a su ventaja desde el punto de vista de la instalación y de la maniobrabilidad, sobre todo en campaña, el flanco débil del telégrafo de puntero era su alcance o visibilidad: mientras que éste, según su propio autor, no debía llegar a superar las 2,5 leguas (siempre en función de las dimensiones de la flecha),<sup>8</sup> el telégrafo de persianas permitía alcanzar entre las 3 y las 6 leguas.<sup>9</sup>

Aunque se carece de datos precisos sobre esta cuestión, parece que la simplicidad de los sistemas de Ciera representaría una cierta desventaja respecto de otros telégrafos por lo que se refiere a la velocidad de transmisión.

8 PT AHM-DIV-1-14-170-07\_m0002[1] et m0003[1]

9 Para más amplia información acerca de estos dos sistemas, véanse los autores ya citados: Luna & Sousa, 76-77; Pedroso de Lima, 2010, 16-23; 2009, 61-65.

También sería arriesgado pretender trazar con exactitud el estado de las líneas y de los sistemas instalados entre 1803 y finales de 1807, coincidiendo con la primera invasión napoleónica. El interés del Príncipe Regente por este medio de comunicación se plasmaría en la instalación de una red que enlazaba los reales sitios de Queluz, Salvaterra de Magos, Mafra (donde el Regente se había instalado en 1805) y Ajuda. A tenor de la ya mencionada carta de Ciera, el enlace entre Lisboa y Mafra se establecía a través de una línea que pasaba por Monsanto, Sabugo y la Tapada de Mafra. Tanto Mafra, donde se había instalado un telégrafo en la terraza del palacio, como Queluz, tenían comunicación con la torre de Belém y el Fuerte de S. Julião da Barra.

Al menos el, o los, telégrafo(s) de Mafra<sup>10</sup>, si no toda la red real, estaba bajo la responsabilidad de Pedro Folque Brun (1799-1848) [Fig. 4]. Este jefe del ejército portugués era de origen español. Nacido en una pequeña aldea de los Pirineos catalanes, Estahis (hoy Estais), en la provincia de Lérida, llegó a Portugal con menos de veinte años e hizo una brillante carrera en el seno de las instituciones militares de este país. El 11 de mayo de 1804 había sido destinado a los *Telegraphos do Reino* en calidad de Ayudante del Director General<sup>11</sup>, o sea de Francisco Antonio Ciera, con quien había colaborado durante los trabajos geodésicos emprendidos anteriormente por este último. El 25 de junio de 1807, el Príncipe Regente en persona expresaba su reconocimiento y recompensaba a Pedro Folque, entonces Teniente Coronel de Ingenieros, por el hecho de haber anunciado por el telégrafo de Mafra, el 23 de diciembre de 1806, el nacimiento de su hija, la infanta Ana de Jesús María.<sup>12</sup>

---

10 No hay que excluir la posibilidad de que en Salvaterra y en Queluz (puesto destinado a servir de escuela de formación de futuros telegrafistas en virtud de Real Orden) se hubiera instalado más de un telégrafo (Vid. Rollo, 37 et 78 [n. 19]).

11 Vid. Hoja de Servicio, Brigadeiro Graduado Pedro Folque, Archivo Histórico Militar (AHM).

12 <http://monarquia-real.blogspot.com.es/2008/05/infanta-d-ana-de-jesus-maria-herdeira.html>



Fig. 4

En Raeuber, il. Nº 23 [Revista da Engenharia Militar. Número comemorativo do III Centenario da Engenharia Militar 1947]

Durante este período, las fuentes mencionan la instalación, a lo largo de la *Linha da Barra*, de los dos modelos de telégrafo concebidos por Ciera.

Ya funcionaban dos telégrafos de puntero, en Belém y en S. Julião, en octubre de 1808.<sup>13</sup> Simultáneamente, con toda probabilidad, con los telégrafos de banderas allí instalados. Habría que añadir que, a partir de una fecha todavía imprecisa, durante el mandato de Ciera, sólo la Torre de Belém comunicaba con los navíos.<sup>14</sup> Teniendo en cuenta el alcance y la manejabilidad de los telégrafos de puntero, muy superiores a los de banderas, y que la distancia entre los distintos puestos de la *Linha da Barra* no sobrepasaba los 3 kilómetros, la petición de Ciera del 19 de octubre de sustituir nueve de estos por cuatro de aquellos, parece estar plenamente justificada (Pedroso de Lima, 2010, 29).

Según Luna & Sousa (78), antes de finales de octubre de 1808 <<dos de los semáforos de la línea costera, entre Oitavos y Lisboa, ya habían sido sustituidos por los nuevos telégrafos de persianas>>. Uno de ellos quizás era el que corona la Torre de Belém, de acuerdo con los dos testimonios gráficos que he podido recoger y que se reproducen a continuación. En el primer grabado [Fig. 5 a] se aprecia el telégrafo de persianas, pero también dos mástiles que podrían corresponder a los de los telégrafos de banderas y

13 Ciera, carta de 25.10.1808, PT AHM-DIV-1-14-170-07\_m0001[1]; Pedroso de Lima, 2010, 29.

14 Vid., en relación con esta red áulica, Luna & Sousa, 77; Pedroso de Lima, 2010, 12-13; As transmissões militares, 15.

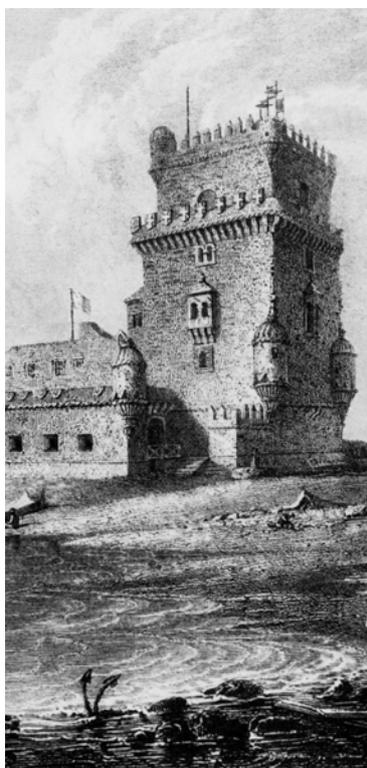
de puntero... En el segundo [Fig. 5 b], el telégrafo de persianas compone el signo 2 o el 4, y también se distingue claramente un mástil.

**Fig. 5 a**



As transmissões militares, 15.

**Fig. 5 b**



Tele-Comunicações Militares. Inovação e Soberania Nacional, Fundação Portuguesa das Comunicações, Museo das Comunicações. . Exposición 19.5.2008-31.3.2009

## Red regia

Queda por confirmar el tipo de aparatos instalados en la red de las residencias reales (presumiblemente telégrafos de puntero, sin excluir por ello los de persianas)<sup>15</sup> y la suerte que estos últimos corrieron.

Recordemos que Junot, quien se instalaría en el palacio de Queluz, había entrado en Lisboa el 30 de noviembre de 1807<sup>16</sup> y que la familia real había embarcado la víspera para Brasil. A comienzos de mes, el Príncipe Regente había dispuesto “*el establecimiento de telégrafos en las márgenes del Tajo y costas adyacentes*” (Luna & Sousa, 2008: 77). En la Orden se habla del suministro de las “barracas” (término aplicado a las tiendas o cabañas cónicas que daban cobijo a los operadores y a los instrumentos de transmisión de los telégrafos de puntero) necesarias. No obstante, en su carta del 25 de octubre, Ciera manifestaba que, además de los 11 telégrafos construidos por el capitán Matheus, dos de los cuales, como hemos visto, estaban instalados en Belém y en S. Julião, y los restantes almacenados, se habían encargado al Arsenal del Ejército otros 7, cuya construcción “*no había podido concluir a consecuencia de la marcha de S.A.R.*”. De ahí que no parece arriesgado afirmar la presencia de telégrafos de puntero en la red regia.

Raeuber (1993: 96), por su parte, al referirse a los “*enlaces o redes de comunicación telegráfica operativos de forma permanente o durante breves períodos*” a lo largo de la campaña de 1810-1811, afirma que *El aparato de transmisión* [instalado en la Linha da Barra, entre Oitavos y Lisboa] “*era un telégrafo óptico del tipo ‘de persianas’*”.

El próximo capítulo, que se corresponde cronológicamente con la segunda y con la tercera invasión napoleónica de Portugal, abordará la presencia del telégrafo durante las guerras peninsulares. Antes de adentrarnos en este apartado, no estaría de más, a riesgo de adelantar algunas conclusiones, aportar algunas precisiones relativas a los ejércitos imperiales.

## Las comunicaciones en el ejército imperial

---

15 As transmissões militares, 15.

16 La derrota de Vimeiro del 21 de agosto de 1808, a la que siguieron la capitulación de las tropas imperiales y el Convenio de Sintra, marca el fin de la primera invasión napoleónica.

Con objeto de reproducir textualmente las opiniones de algunos autores que se han ocupado del tema de las transmisiones,

Napoleón preocupado por la eficacia de su estrategia, siempre prestó gran interés al desarrollo de las comunicaciones telegráficas, sin depositar, no obstante, una confianza absoluta y definitiva en este sistema que podía fallarle bruscamente. Razón por la que Órdenes verbales, redobles de tambores, toques de trompetas, envíos de estafetas, tales eran pues los grandes medios de telecomunicaciones del Gran Ejército. (Rolland & Quennevat).

En este mismo sentido, Raeuber (95) subraya que

Francia no disponía en aquél entonces de una red muy extensa de telégrafo del tipo Chappe que sin embargo no se implantó en la Península ibérica. En efecto, el ejército francés de Portugal sólo utilizó fuegos de alarma, y ello cuando se encontraba en posiciones más o menos estacionarias, como ocurrió durante los asedios de Ciudad Rodrigo o de Almeida y, más tarde, ante las líneas de Torres Vedras, así como en la posición de Santarém. Sólo hay unas pocas referencias a este sistema.

¿A qué se debe entonces esta afirmación del poeta e historiador británico Robert Southey?:

The French had some small garrisons upon the coast, about twenty miles off, in the little fort of Nazareth [Nazaré], S. Giam [São Gião] and S. Martinho, which communicated with each other by telegraphs, and drew rations every day from the adjoining country. The Juiz of Pederneira was compelled to furnish these; in this time of alarm he was called upon to store them with a convenient stock beforehand and because this was not, and could not be done in a few hours, they began to pillage the neighbourhood. Provoked at this, the fishermen fell upon a Frenchman, who was going with dispatches from S. Martinho to Nazareth and murdered him, crying, Down with the French! The Sentinel at the Signal-post had the same fate.. the signal-post was broken and the country round about was presently in insurrection. (1823: 491)

Los acontecimientos descritos se producían en julio de 1808. Luna & Sousa (2008: 78), de quienes procede la referencia, plantean la hipótesis más verosímil, en el sentido de que los fuertes costeros en cuestión, entonces ocupados por las tropas napoleónicas, podían disponer efectivamente de semáforos navales, instalados con anterioridad por los portugueses.

Por lo que se refiere a España, convendría señalar que, al margen de una expresión gráfica, más propia de la ficción que del anacronismo, observada por Olivé (27),<sup>17</sup> no hay ninguna huella telegráfica en el seno de las campañas y ocupación imperiales.

## La red nacional Ciera/Folque

Mientras Napoleón no experimentaba la necesidad de comunicaciones telegráficas en el marco de la estrategia de sus campañas, tanto Francisco António Ciera y el ejército portugués, por un lado, como el futuro duque de Wellington, por otro, apostaban por este medio de comunicación. En el bien entendido de que las circunstancias de una iniciativa ofensiva e invasora no son las mismas que las de un planteamiento defensivo.

Así las cosas, en diciembre de 1808, con el fin de reforzar la defensa y la seguridad nacional y, en la medida de lo posible, la independencia del país, Ciera presenta un presupuesto de red, a implantar en un plazo de seis meses. Red que comprendía una línea que iba desde Monsanto [estación que empalmaba, vía Castillo de San Jorge, con la Linha da Barra (31 kms) que, en aquella época, según Raeuber (98), no llegaba más allá de Oitavos/Cabo Raso, y que, por tanto, se convertía en el eje de la telegrafía óptica en Portugal] hasta Almeida (305,5 kms). A la altura de Santarém, la línea entroncaba con una primera ramificación que llegaba hasta Elvas (130 kms), en la frontera española con Badajoz, en Extremadura. Una segunda ramificación, un poco más al Norte, partía de Atalaya hasta Abrantes (21 Kms). En total, 24 nuevas estaciones, es decir sin contar las cuatro supervivientes de la *Linha da Barra*, para apenas 500 kms de líneas (487,5 kms exactamente), atendidas por voluntarios entre los oficiales subalternos y militares inválidos o en la reserva (Luna & Sousa, 78). Esto representaba, incluidos los operadores de la *Linha da Barra*, una plantilla de 82 personas (Raeuber, 1993: 98-99). Lo que suponía un promedio de 3 personas por estación, y una distancia media de 17,4 kms entre estaciones, que iba de los 7,5 kms entre la Torre de Belém y el Castillo de San Jorge, hasta los 40 kms entre Almeirim y Montargil, en la línea de Elvas.

Los trabajos, bajo la dirección de Pedro Folque, arrancaban a comienzos de 1809. La línea de Abrantes ya funcionaba en el mes de noviembre. Y las de Almeida y Elvas lo hacían, presumiblemente, desde enero/febrero de 1810 (Rollo, 2009: 38 y 79 [n. 33]; Pedroso de Lima, 2010: 15; Luna & Sousa, 2008: 79 [n.39]). En cambio, según Raeuber, “a 12 de abril de 1810, la línea de Almeida sólo era operativa hasta Carvalhadas” (1993: 98) mientras que la de Elvas no lo sería hasta 1812 (1993: 99), lo que parece

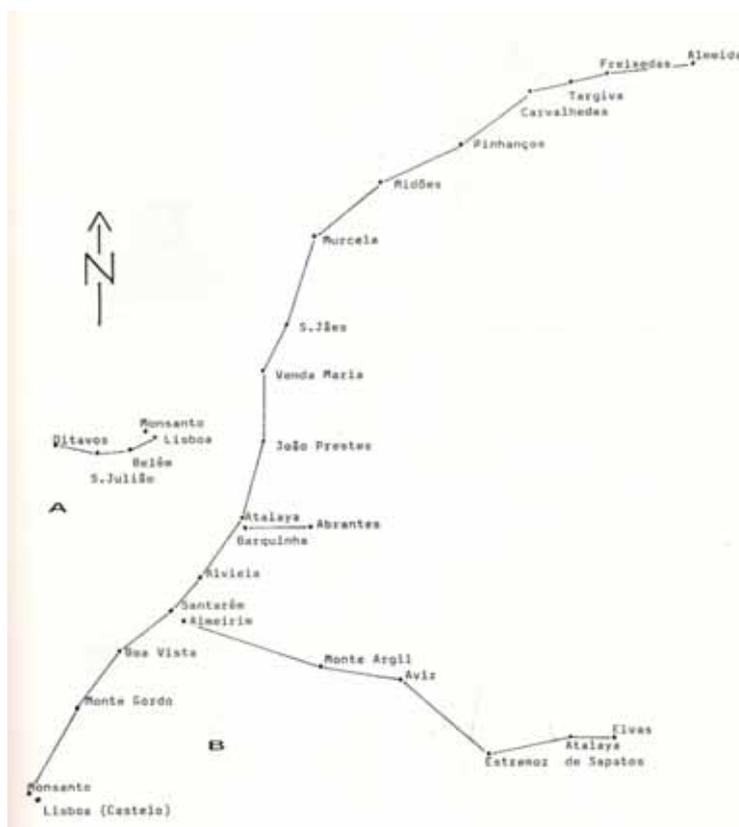
---

17 El libro de este especialista reproduce un fragmento de una imagen de Épinal (Entrée de Napoléon à Madrid), litografía de Pellerin, fechada en 1877, en la que, en primer plano, se ve a Napoleón a caballo, y al fondo, sobre la torre de una iglesia, un telégrafo Chappe...

improbable. También según Raeuber (99 y 103), los aparatos utilizados son objeto de hipótesis. No obstante, el historiador suizo, aun admitiendo la existencia de “*otro aparato portugués*”, se inclina por los telégrafos de persianas, en razón de las distancias “a veces enormes entre las estaciones de relevo”, lo que, según él, exigiría “persianas mucho más grandes que las utilizadas en la línea Oitavos-Lisboa”, aspecto sobre el que volveré con ocasión de las líneas de Torres Vedras. En cuanto a los anteojos, algunos documentos permiten confirmar su importación de Inglaterra.

El siguiente croquis reproduce la red del “telégrafo portugués” [Fig. 6], a la que Raeuber llama de buen grado “Red Folque”, en funcionamiento ya desde febrero de 1810 (con las reservas expresadas más arriba).

**Fig. 6**



En Raeuber, il. N° 21, Réseau du télégraphe au Portugal 1810 (État au 12 avril 1810)

La función crea el órgano. De tal forma que, por Decreto de 5 de marzo de 1810,<sup>18</sup> nacía, dependiendo del ministerio de la Guerra, el *Corpo Telegráfico*, el Cuerpo telegráfico, situado bajo la dirección de un civil, o sea de Francisco António Ciera, y de su adjunto, João Leal Garcia, entonces Sargento Mayor de milicias, quien, más adelante, sustituiría a Ciera, fallecido en 1814, al frente del Cuerpo. Con fecha 13 de mayo de 1810, la red se dividía en tres distritos cuya responsabilidad recaía en los oficiales de Ingenieros Pedro Folque, Francisco Blank y José Freire.

## La defensa de Lisboa

Arthur Wellesley tenía ideas muy arraigadas sobre las prioridades estratégicas en Portugal. El 20 de octubre de 1809, es decir una vez rechazada la segunda invasión del país por las tropas de Napoleón, en su informe dirigido al teniente coronel Fletcher, comandante del Real Cuerpo de Ingenieros, desde Lisboa, donde había desembarcado el 2 de abril, el vizconde de Wellington afirmaba: *“The great object in Portugal is the possession of Lisbon and the Tagus, and all our measures must be directed to this object”*. Tras haber expuesto las distintas posibilidades de ataque y defensa, en función de las circunstancias y de las estaciones, y de haber destacado la importancia de Torres Vedras, le transmitía 21 instrucciones a Fletcher para estudiar el terreno, adoptar determinadas medidas y emprender diferentes trabajos de construcción y de fortalecimiento. Entre estas consignas, la 18, cuyo tenor era el siguiente: *“He [Fletcher] will fix upon spots on which signal posts can be erected upon these hills, to communicate from one part of the position to the other”* (*Dispatches [Services]*, 1836, Vol. V, 230 et 235). En otras palabras, Wellington adoptaba sus primeras disposiciones relativas a la defensa de la capital, incluidas las que permitían garantizar las comunicaciones.

Las tareas de fortificación empezaron a finales de 1809. A grandes rasgos, los británicos construyeron cinco líneas de defensa para proteger Lisboa. Las dos primeras, las más conocidas, las de Torres Vedras, a 30/40 kms al Norte de la ciudad, de 46 y 40 kms de longitud, respectivamente, y a 13 kms de distancia una de otra, se extendían desde el Tajo hasta el Atlántico. La tercera línea, cuya única finalidad era la de proteger, en su caso, el reembarque de las tropas inglesas, de unos 3 kms de largo, rodeaba la bahía del Fuerte de São Julião da Barra, desde Paço de Arcos hasta Carcavelos. Las dos últimas estaban situadas en la margen izquierda del Tajo para prevenir una eventual incursión enemiga desde el Alentejo; la cuarta, entre Costa de Caparica y Almada, compuesta por 17 reductos a lo largo de 7,5 kms; y la quinta, dotada de 7 reductos, en las elevaciones al Norte de Setubal.

---

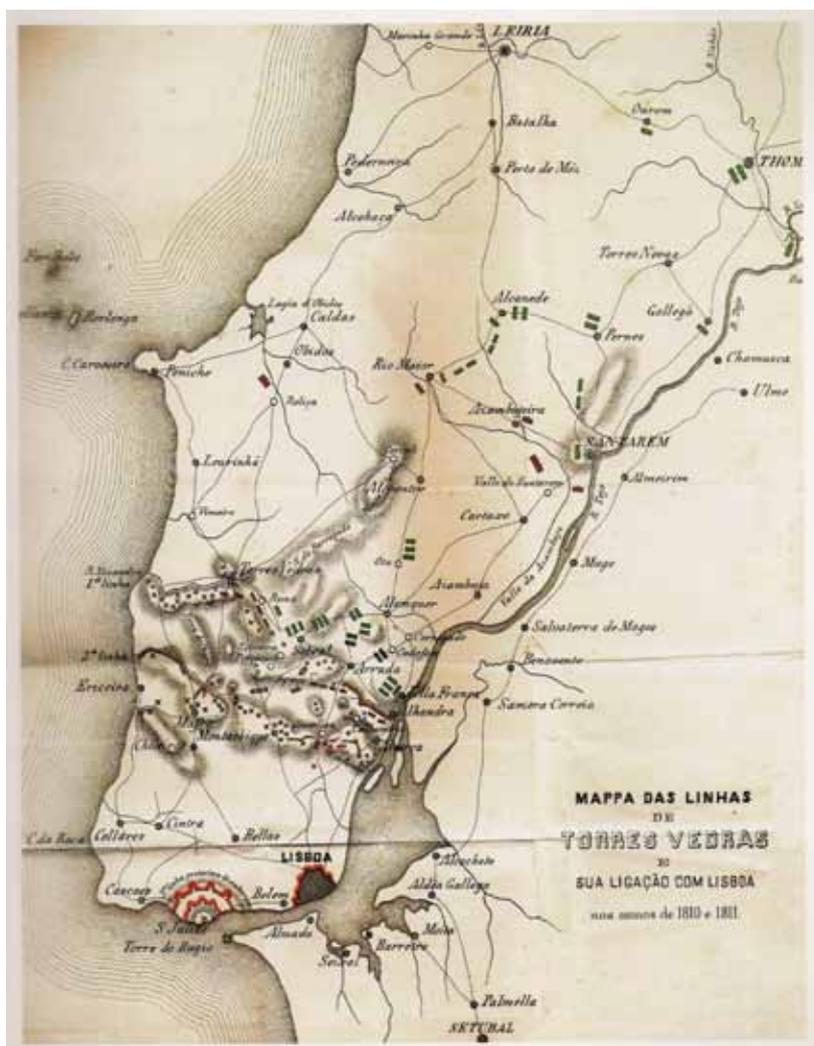
18 Disposición respaldada por un documento firmado por el ministro de Asuntos Exteriores y de la Guerra, Miguel Pereira Forjaz, y que llevaba por título: *Organizaçao e Regulamento de disciplina do Corpo destinado ao Serviço dos Telégrafos, com aprovação de SAR o Principe Regente.*

Las líneas estaban constituidas por 152 fortalezas y reductos. Las 126 que pertenecían al sistema defensivo de Torres Vedras, de las que se conserva un gran número, construidas en un plazo digno de mención (entre noviembre de 1809 y septiembre de 1810), ya estaban terminadas a la llegada de Masséna. La construcción del resto se escalonará hasta 1812. El mapa reproducido a continuación [Fig. 7] recoge las tres primeras líneas y permite situar el emplazamiento de las dos últimas.

### La tercera invasión y los telégrafos de Wellington

En los relatos de los expertos António Ventura, Alexandre de Sousa Pinto y Antonio Pedro Vicente, incluidos en la obra coordinada por Miguel Corrêa (*As linhas de Torres Vedras*), el lector encontrará una amplia y precisa descripción histórica, bellamente ilustrada, de este decisivo episodio de la guerra peninsular, que señalará el comienzo del fin de la última invasión napoleónica de Portugal.

Fig. 7



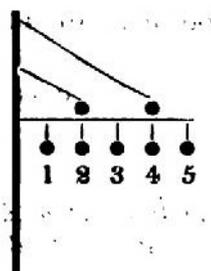
En Simão Luz Soriano, *Historia da Guerra Civil e do estabelecimento do governo parlamentar em Portugal*, 2ª época, T.3, Lisboa, Imprensa Nacional, 1874

La investigación histórica emprendida por Isabel de Luna y Ana Catarina Sousa, con la colaboración de Rui Sá Leal (*Telegrafia visual na guerra peninsular.1807-1814*) representa, por otra parte, el análisis más exhaustivo de la red de telegrafía óptica implantada en Portugal durante la campaña 1810-1811 por Wellington, red que, con toda justicia, podría llevar el nombre de este último, sin olvidar por ello la estrecha colaboración de Ciera y del Corpo telegráfico portugués.

El comandante supremo de las fuerzas británicas en la península ibérica tenía conocimiento del sistema semafórico de la Navy (*flags and pendants/pennants*, banderas y gallardetes) así como del código utilizado, obra del almirante Home Popham. El vicealmirante Berkeley y el teniente coronel Fletcher eran depositarios de su confianza, pese a las discrepancias que le enfrentaban al primero. La copiosa correspondencia de guerra de Wellington<sup>19</sup> proporciona informaciones apreciables sobre el telégrafo, ámbito en el que se proponía desempeñar un papel influyente.

Ya desde el 15 de junio de 1810, reclamaba, desde Celorico da Beira, la colaboración de Berkeley para la implantación del servicio telegráfico. Poco tiempo después, en un despacho fechado el 24, también dirigido a Berkeley, quien le había contestado el 20, le da abundantes precisiones y plantea diversas preguntas sobre la estructura del telégrafo (mástil, verga –Berkeley era partidario de una verga atravesada en el centro por el mástil, mientras que Wellington prefería, como así ocurrió, que sólo tuviera un brazo, para facilitar la lectura-, travesaño...), el número de estaciones y de operadores, etc., acompañadas de un croquis que se reproduce a continuación [Fig. 8]. En un mensaje dirigido a Charles Stuart, unos días antes, el 20, no tenía reparos en decirle que el código Popham le parecía *very intricate and very imperfect*, opinión compartida por Beresford (*Dispatches*, 1836, Vol. VI, 188, 215-216 y 207).

**Fig. 8. Telégrafo propuesto por Wellington**



*Dispatches*, 1836, vol. VI, 216

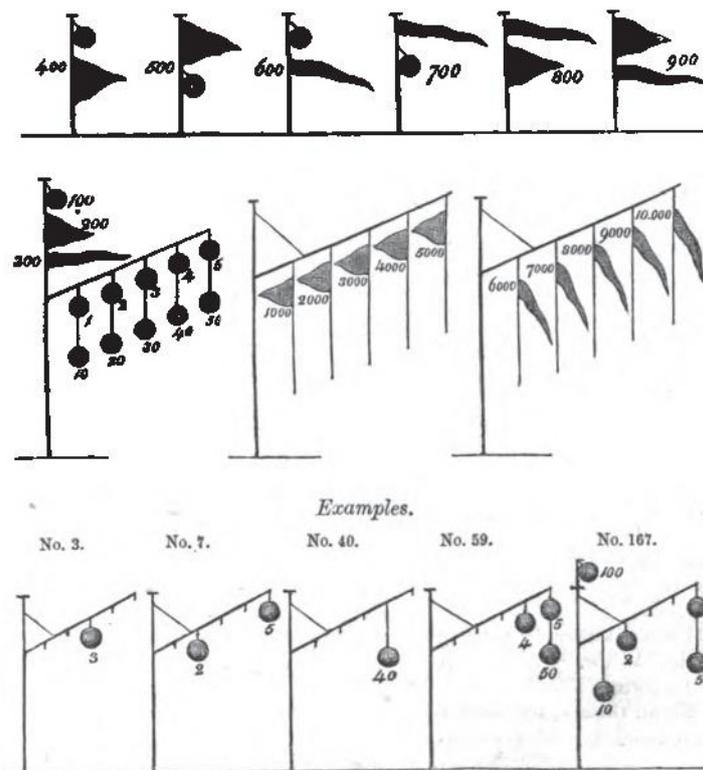
<sup>19</sup> Recogida especialmente en *Dispatches* y *Supplementary Dispatches*.

En su informe, muy minucioso, del 8 de junio de 1810 (*Supplementary Despatches*, 1840, Vol. VI, 546-547), Fletcher proporciona una descripción bastante detallada del telégrafo de las líneas de Torres Vedras en los siguientes términos:

*This telegraph consists only of five balls, a flag and pendant, of any colour; and if more than one thousand signals are requisite, then an additional flag and pendant. It might be executed, with four balls, but the combination would require sometime three balls to be hoisted; whereas, by having five balls, no more than two are ever hoisted on the same combined line. The drop balls, which are only two in number, ought to have distance-lines fixed to them, not only for ascertaining their position, but likewise to hook to the bottom of the upper ball when a combination of the sort is wanted.*

Descripción a la que siguen varios croquis muy ilustrativos [Fig. 9], reproducidos a continuación:

Fig. 9



Supplementary Despatches, 1840, vol. VI, 547

Dicho de otro modo, se trataba de combinar 1 o 2 banderas, 1 o 2 gallardetes y un máximo de 5 balones, izados en el mástil [Fig. 10], por encima y/o por debajo de la verga, mediante cinco drizas verticales y paralelas, para componer líneas de cifras que

remitían a un código e iban del 1 al 9: centenas (balón, bandera, gallardete), unidades de millar (bandera, gallardete), unidades y decenas (balón).<sup>20</sup> Estaba previsto un mecanismo para, en su caso, enganchar, a la distancia adecuada, dos balones sobre la misma driza. Mientras que el color de las banderas y los gallardetes carecía de importancia, los balones, presumiblemente, eran negros. Luna y Sousa (98) estiman que la altura del mástil era del orden de los 10 a 12 metros. Según el capitán John Thomas Jones (105), estos telégrafos, manejados por los hombres (oficiales y marineros) de la Navy, podían comunicarse sin dificultad a una distancia de 7 u 8 millas (11 a 13 kms).

En suma, el telégrafo instalado en las dos líneas de Torres Vedras era una adaptación del sistema propuesto por Berkeley a las necesidades de la guerra en tierra firme, conforme a las recomendaciones de Wellington.

## La red telegráfica de las líneas de Torres Vedras

Según las distintas fuentes y atendiendo al cuadro diseñado por Luna & Sousa (2008: 92), la red de Torres Vedras estaba constituida por 10 estaciones telegráficas instaladas en las fortalezas y emplazamientos siguientes (los guarismos que preceden a la fortaleza corresponden a la numeración atribuida en los planos de los trabajos emprendidos):

### 1ª línea de Torres Vedras

- |   |                        |
|---|------------------------|
| • 30.- Forte de Grilo                       | Torres Vedras          |
| • 20.- Forte de S. Vicente                  | Torres Vedras          |
| • Centrale Nossa Senhora do Socorro (Serra) | Mafra/Torres Vedras    |
| • 14.- Forte do Alqueidão                   | Sobral do Monte Agraço |
| • 118.- Forte dos Sinais/Moinho Branco      | Vila Franca de Xira    |

### 2ª línea de Torres Vedras

- |                                 |       |
|---------------------------------|-------|
| • 91.- Forte de Alagoa          | Mafra |
| • 97.- Forte de S. Julião       | Mafra |
| • 80.- Forte da Serra de Chipre | Mafra |
| • 76.- Forte do Sonível         | Mafra |
| • Cabeço de Montachique         | Mafra |

---

<sup>20</sup> Véase también Pedroso de Lima, 2010, 51-53.

**Fig. 10**



Mástil y estacas (recreación) para atar las drizas del telégrafo de balones en el Fuerte de S. Vicente

La existencia de otras estaciones (tales como las de Picanceira y Marvão) parece estar confirmada, sin que pueda precisarse su emplazamiento. En una carta dirigida a Fletcher el 3 de agosto de 1810, Jones (164) le confirma haber transmitido un mensaje (que parece ser un ensayo de comunicación) entre Alhandra y Mafra y que con un tiempo aceptablemente claro la respuesta ya no debe plantear más inquietudes.

### **El telégrafo en Beira Alta**

A raíz de la caída de Ciudad Rodrigo, y ante el inminente regreso de las tropas napoleónicas a Portugal, lo cual acontecería el 24 de julio de 1810, Wellington tenía prisa por reforzar las defensas de los alrededores de Guarda y establecer un sistema de comunicaciones en la región (Raeuber, 1993: 99-103; Luna & Sousa, 2009: 103-106). De hecho, desde comienzos de julio, el teniente coronel Fletcher estaba dedicado a la instalación de una red telegráfica que terminaría por enlazar (finales de julio-principios de septiembre) Guarda, Celorico da Beira (sede del cuartel general de Wellington donde la instalación del telégrafo había concluido el 12 de agosto), Maçal do Chão, Alverca, Freixedas y Almeida. Las estaciones de esta efímera línea padecerían numerosas vicisitudes como consecuencia de la capitulación de Almeida y otros episodios de guerra. En octubre de 1810 (Luna & Sousa, 2009: 104), más al Sur, se habrían construido otras dos estaciones, en Castelo Branco y en Sarzedas.

El modelo de telégrafo escogido era el que había sido propuesto al principio por Berkeley, es decir, una verga atravesada al centro por el mástil que la sostiene, pero, en este caso, basculante, de forma que podía adoptar tres posiciones: horizontal, inclinada a izquierda y a derecha; 4 balones negros que podían ser utilizados simultáneamente para componer las 24 letras del alfabeto inglés y un quinto balón, en lo alto del mástil, para la representación de las cifras. El código utilizado era el de Popham; pero entre las estaciones de Freixedas y Almeida se utilizaba un código suplementario de 24 cifras (el mismo número que el de letras del alfabeto) que se correspondían con otras tantas frases preestablecidas (Luna & Sousa, 2009: 104-105).

### **El telégrafo portugués, y sus interpretaciones, en Torres Vedras**

Los dos sistemas esbozados anteriormente no agotan la telegrafía óptica durante las campañas de la Beira Alta y de Torres Vedras. Ha llegado el momento de volver a ese “*otro aparato portugués*” evocado más arriba.

La línea Lisboa-Almeida, de Ciera/Folque, construida aparentemente sin que Wellington hubiese sido advertido (Raeuber, 1993: 99-100), pasaba por Carvalheda, Targiva et Freixedas, lugares próximos de Celorico da Beira. Aquí es donde Wellington habría tenido conocimiento del telégrafo portugués, cuya facilidad de manejo tenía en considerable aprecio. Hasta tal punto que, en una carta remitida desde Celorico al teniente general Stapleton Cotton, el 20 de agosto de 1810, le pedía que transmitiera a William Cox, gobernador de la plaza fuerte de Almeida, la siguiente comunicación:

*Lord W. Finds the Portuguese Telegraph so convenient, that he recommends you to prepare one of the upright ones, to be put up, and used occasionally when that now in use shall be knocked down. Let the upright be as high as the present telegraph, and the board attached to the moveable beam be three feet English square, and we shall be able to distinguish it. The mode of using this telegraph is described in the Portuguese book. Have two or three of them made, in case the enemy should destroy one of them by his fire. (Dispatches, 1836, vol. VI, 348).*

Este texto es especialmente interesante porque aporta la respuesta a varios interrogantes. En primer lugar, explica la presencia del telégrafo portugués en las líneas de defensa instaladas por los británicos. Luego, concreta el papel que desempeñaba: el de refuerzo o salvaguardia de los sistemas de *Pennants and balls*. Finalmente, informa sobre el tipo de aparato. No parece que queden dudas de que se trata del telégrafo de puntero. Y por tanto, éste era el que se empleaba en la línea Lisboa-Almeida (lo que no excluye, sin embargo, la utilización de telégrafos de persianas en esta línea...).

La cuestión se plantea respecto de las tablas de 3 pies cuadrados ingleses (0,2787 m<sup>2</sup>), atadas al puntero. ¿Se trata de alguna innovación sugerida por Wellington o alguien de su entorno para aumentar la visibilidad? Muy probablemente. Porque, por un lado,

este añadido no figura en la descripción ni en el croquis de Ciera. Y por otro, pese a las afirmaciones de ciertos historiadores anglosajones<sup>21</sup> en este sentido, no parece que el *Radiated Telegraph* del reverendo John Gamble haya hecho acto de presencia en Portugal. Más bien parece que, partiendo de la, antes mencionada, recomendación de Wellington, Raeuber sustenta una hipótesis o, más bien, retoma por su cuenta esta descripción para proponer una interpretación, mediante un croquis, en el que el mecanismo de manivela se sustituye, aparentemente, por una polea en la que se desliza una cuerda. Más allá de esta interpretación, nada hay para sostener la utilización, ni siquiera la existencia real de tal artefacto. De igual modo, la noción de telégrafo “portátil”, “móvil” o “volante” que se pretende aplicar al telégrafo de puntero, sigue siendo bastante, incluso muy, confusa. ¿Quería señalarse quizás la ligereza de su estructura y su fácil instalación? Añadamos, finalmente, que Raeuber (1993: 103 y 97) aplica, erróneamente por cierto, las dimensiones indicadas por Wellington para esta hipotética tabla, a las de la persiana del telégrafo de Ciera.

Sea como fuere, cabe la posibilidad de que el telégrafo de puntero, caracterizado o no de esta manera, haya sido instalado en el triángulo de la Beira Alta (Celorico-Guarda-Almeida), y le permitiera así a Wellington estar enlazado con la red portuguesa. Según Luna & Sousa, estos telégrafos eran manejados por soldados portugueses, y los mensajes transmitidos en su lengua y posteriormente traducidos. Raeuber cita informes de finales de 1810 que dan cuenta de la instalación de dos telégrafos “portátiles” (sin más) en Alverca y en Maçal de Chão. Según Luna & Sousa, se trataría de telégrafos de puntero. De ser así, las informaciones proporcionadas por Raeuber (el emplazamiento en Alverca había sido localizado el 29 y el telégrafo estaba ya instalado al día siguiente “*con la primera luz del día*”; a pesar de que “*se había desplomado inmediatamente después*”, había sido “*reparado y reinstalado con la ayuda del capitán Bull de la Real artillería montada*”) confirmarían que la instalación, a cargo de las tropas británicas, no exigía mucho tiempo. Para añadir algo más de confusión sobre este asunto, en un extracto de una carta dirigida al coronel Murray por el general Cotton, este último explica que “*se han llevado el telégrafo [de Maçal do Chão] y el de Guarda ha sido destrozado*”. Obsérvese que se habla “*del*” telégrafo, cuando debía de haber dos: un telégrafo de balones y un telégrafo de puntero... Luna & Sousa añaden que el castillo de Guarda disponía “*de un telégrafo de la red nacional*”, lo que plantea otra pregunta sin respuesta, toda vez que la línea de Almeida no pasaba por Guarda (Raeuber, 1993: 101-102; Luna & Sousa, 2009: 106).

En septiembre de 1810, Wellington, en vista de las dificultades experimentadas para abonar las retribuciones de los marinos responsables de las estaciones de Torres Vedras, proseguía con su proyecto de instalar los telégrafos de puntero, al tiempo que

---

21 Tales como Ken Beauchamp (103), según el cual Wellington’s commanders used a portable semaphore telegraph designed by Gamble.

se planteaba la posibilidad de sustituir los telégrafos de balones, y no ya como mera salvaguardia. La implantación de los telégrafos portugueses que funcionaron simultáneamente con los otros (si bien eran incompatibles por los códigos) permitió enlazar con Lisboa y eventualmente con nuevas estaciones (Serra de Serves) desde Cabeço de Montachique, a través de la estación de Monsanto (Luna & Sousa, 2009: 108).

Los telégrafos de las líneas de Torres Vedras, en relación con el resto de la red anglo-portuguesa, desempeñaron un papel importante en el desenlace de la guerra. Los puestos de balones fueron desmontados a raíz de la retirada del ejército de ocupación, en abril de 1811, mientras que los telégrafos portugueses continuaron prestando sus servicios hasta que las guarniciones desocuparon las líneas.

El desmantelamiento de los telégrafos de balones en Torres Vedras no implicó su desaparición. A medida que las tropas aliadas perseguían a los invasores, Wellington experimentaba la necesidad de mantener el contacto con los cuerpos de ejército y con la Navy. Así es como encargó al Corpo Telegráfico que suministrara los aparatos necesarios<sup>22</sup> para la instalación de nuevas líneas (Línea de Abrantes hasta el Sur del Tajo) o la imbricación de nuevos puestos en las líneas preexistentes (Línea de Almeida). En una carta de fecha 1 de marzo de 1811, dirigida a Beresford, Wellington, entonces en Cartaxo, cerca de Santarém, le decía que la víspera había recibido una comunicación telegráfica desde Elvas, relativa a un ataque francés sobre Badajoz (*Dispatches*, vol. VII, 1837, 313), despacho que podría haberle llegado, bien a través de nuevas estaciones ad-hoc, bien a través de la línea portuguesa de Elvas que, según algunas fuentes, podría haber sido prolongada hasta la vecina ciudad española.<sup>23</sup>

## Un nuevo modelo de telégrafo

Otros testimonios confirman que durante el asedio de Badajoz de 1812, y mientras avanzaba por el Norte de España (Pamplona, 1813) y el Sur de Francia (Bayona, invierno 1813-1814), Wellington no se separaba de su telégrafo de balones. Un documento conservado en la Universidad de Southampton, concretamente un código de Popham, proporciona datos sobre el sistema utilizado por Wellington durante el asedio de la ciudad vasco-francesa. Contrariamente al que había sido utilizado en Portugal, no permitía componer números de más de tres cifras. El mecanismo consistía en una verga atravesada en el centro por el mástil que la sostenía y que, por tanto, presentaba dos brazos, sobre cada uno de los cuales se izaban balones, según las combinaciones establecidas para cada cifra, del 1 al 10. Teniendo en cuenta que *“la misma disposición de los balones equivalía en uno de los brazos a las unidades, y en el*

---

22 Que, eventualmente, funcionaban sólo con tres balones, según un testimonio de Ciera fechado el 20 de marzo de 1811 (Luna & Sousa, 111).

23 <http://badajoz1812.blogspot.com.es/2010/02/la-red-de-telegrafo-optico-entre-lisboa.html>

otro a las decenas, la distinción se establecía con la izada de una bandera en la driza de las decenas. De este modo el telégrafo podía ser leído desde ambos lados [origen y destino] de una línea continua de puestos de comunicación". Así es como Luna & Sousa<sup>24</sup> explican el funcionamiento de esta versión del telégrafo de balones (tres como máximo, simultáneamente) que puede ser considerada, muy acertadamente, como un aparato de campaña.

## El telégrafo en tiempo de guerra civil y de paz

Una vez concluida la guerra peninsular, el interés de la línea de Almeida y de sus ramificaciones a Abrantes y Elvas decaerá considerablemente, hasta el punto de ser suprimidas, mientras que la actividad del Cuerpo telegráfico, cuya importancia también disminuirá sensiblemente, se concentrará exclusivamente en la *Linha da Barra*. En 1816, época en la que ésta había quedado reducida a Buenos Aires, Almada, S. Julião da Barra y Oitavos, se instalará un nuevo telégrafo en el Arsenal de Alfeite. Cinco años más tarde, el regreso del João VI a Portugal traerá consigo la instalación de un telégrafo en el Palacio de Bemposta, en Lisboa, y la reinstalación de otros tres, en el Castillo de S. Jorge, en Queluz y en Mafra, cuyo funcionamiento estaba reducido a las jornadas del soberano (Rollo, 2009: 38-39; Pedroso de Lima, 2010: 41-43). En ese mismo año 1821,<sup>25</sup> Pedro Folque, entonces Coronel de Ingenieros, será encargado de la Inspección de Telégrafos, función de nuevo cuño que desempeñará de forma intermitente hasta 1833 (Hoja de servicios, AHM).

Durante este período, el de la Revolución liberal, el telégrafo, por razones de seguridad nacional, recuperará un papel primordial que se plasmará en la construcción de la línea Lisboa (Castillo de S. Jorge)-Oporto, línea prevista en el Reglamento del Cuerpo telegráfico (entonces al servicio de los absolutistas de D. Miguel), de 1828,<sup>26</sup> cuyo autor era Pedro Folque; en la creación, por los liberales, en 1833, de un servicio de telegrafía óptica mediante balones en la misma Oporto, ciudad donde, en 1810, también se había instalado un telégrafo para comunicarse con los navíos ingleses; en el establecimiento de un sistema de telegrafía óptica en las Azores, para el ejército liberal; y, finalmente, en la instalación de un telégrafo de balones en la isla de Madeira, en 1836 (Luna & Sousa, 2009: 114; Pedroso de Lima, 2010: 43-47).

En 1832 se comprueba la existencia de una red de tres líneas. La *Linha da Barra*, que se extendía desde el Castillo de S. Jorge hasta Mafra, y que llegaba hasta el Cabo de Roca, pasando por la margen izquierda, al Sur, del Tajo, y las residencias reales. La línea del

---

24 112-113. En relación con el asedio de Bayona, véase también Wilson, 187.

25 En esa época, el itinerario de la *Linha da Barra* era el siguiente: Arsenal de la Marina, Pragal, Torre de Belém, S. Julião, Parede, Oitavos, Cabo Raso, Cabo da Roca, Alfragide y Queluz.

26 Que confirma la utilización de telégrafos de persianas. Vid. Pedroso de Lima, 2010, 44 (n.78).

Algarve, entre el Castillo de S. Jorge y Sagres. Y la línea de Oporto. Aparentemente, se había suprimido la línea de Elvas.

Doce años más tarde, o sea en 1846, seguían existiendo tres líneas, pero el trazado ya no era el mismo, salvo el de la *Linha da Barra*. La línea de Sagres había desaparecido, mientras que la de Oporto era sustituida por las Líneas del Norte que, partiendo de la capital y atravesando, entre otras localidades, Santarém, Abrantes, Castelo Branco, Coimbra y Porto, terminaban en Chaves (cerca de la frontera con la provincia española de Orense), el punto más septentrional jamás alcanzado por el telégrafo en Portugal. En cuanto a la línea de Elvas, se restablecía el nombre de Línea del Alentejo.

## **Por quién doblan las campanas: el advenimiento del telégrafo eléctrico**

El tiempo de la telegrafía óptica tocaba a su fin. El 26 de abril de 1855, el ministro portugués de Obras Públicas y Alfred Bréguet firmaban un contrato para el establecimiento, en el plazo de un año, de una red de telegrafía eléctrica, de 632 kms, que enlazaba Lisboa con Mafra, Carregado (estación de empalme), Oporto (línea ferroviaria del Norte) y Elvas. El primer tramo (entre la estación principal de Terreiro do Paço, sede del ministerio de Obras Públicas; Palacio das Cortes, hoy de São Bento, sede de la Asamblea Nacional; el Palacio das Necessidades y Sintra) se inauguraba el 16 de septiembre de 1855, el mismo día de la mayoría de edad de Pedro V y de su aclamación como rey de Portugal. Algún tiempo después, las líneas se extendían ya hasta Oporto, Santarém y Elvas. Mientras que las estaciones de telegrafía óptica se iban suprimiendo a medida que iban cayendo en desuso

La red, que seguía reservada para el servicio oficial (pese a que la ley preveía un uso “*secundario para las correspondencias particulares*”) como antes la de la telegrafía óptica, también era administrada por el *Corpo Telegráfico*. No obstante, la presión ejercida por los particulares desembocará en la aprobación de un Decreto, el 23 de junio de 1857, por el que se regulaban la apertura del servicio al público y las tasas a percibir. En 1864 (Ley de 23 de junio), el *Corpo Telegráfico*, progresivamente emancipado de la tutela militar desde el advenimiento de la telegrafía eléctrica, se integraba definitivamente en la Dirección General de Telégrafos del Ministerio de Obras Públicas.<sup>27</sup>

---

27 En lo referente al final de la telegrafía óptica y la llegada de la telegrafía eléctrica, vid. Pedroso de Lima y Rollo, op. cit; *Revista de Telégrafos* (Madrid), nº 2, 30 diciembre 1856, 16.; Leonardo, António José F., et al., “A telegrafia eléctrica nas páginas de “O Instituto”, *Revista da Academia de Coimbra*”, en *Revista Brasileira de Ensino de Física*, v. 31, n. 2, 2601 (2009), 3-4; Pereira, Pedro Vaz, A telegrafia eléctrica em Portugal. Disponible en internet (2-12-2013): <http://filaneiva.com/Documents/0001%20A%20Telegrafia%20Electrica%20em%20Portugal.pdf>

Como en la mayoría de los países en los que la telegrafía óptica había echado raíces, la llegada del telégrafo eléctrico a Portugal anunciaba su desaparición, del mismo modo que anuncia la conclusión de este trabajo que espera haber alcanzado el objetivo propuesto, expresado en las siguientes y someras conclusiones:

La telegrafía óptica, o visual, en Portugal, a lo largo de la primera mitad del siglo XIX, ofrece una amplia variedad de sistemas y aplicaciones, tanto en el ámbito civil como en el militar, siendo éste el principal caldo de cultivo, en el que emergen las figuras de Francisco Ciera, Pedro Folque y Arthur Wellesley.

La telegrafía óptica representa una herramienta indispensable al servicio de la estrategia militar desplegada por Wellington, acérrimo partidario de su empleo durante la Guerra peninsular, a diferencia de lo que ocurre en los ejércitos napoleónicos que prescindían absolutamente de este instrumento en sus expediciones invasoras, tanto en Portugal como en España.

Contrariamente a lo que ocurre en España o Francia, donde se conservan muchas torres o torretas que sustentaban los mecanismos de los telégrafos (éstos también desaparecidos), y debido a la fragilidad de los materiales empleados para la construcción de las estructuras y elementos de señalización (madera, tela,...), no subsisten prácticamente vestigios, por lo que la investigación está circunscrita al ámbito documental, sin perjuicio del trabajo de campo a la que ésta puede dar, y da, origen.

En los últimos años, apenas veinte si se parte de las aportaciones pioneras de Raeuber, y apenas un lustro desde que se han implicado historiadores e investigadores portugueses, han surgido empeños y han aflorado trabajos respecto de los cuales el presente es manifiestamente deudor.

A este objeto de búsqueda le aguardan todavía días apasionantes porque dista mucho de estar agotado. Debo reseñar aquí las distintas iniciativas puestas en pie últimamente por diferentes organismos, civiles y militares, para la recuperación de la memoria histórica, tales como las actividades de la Comissão da Historia das Transmissões o las de varios municipios, que han desembocado en la edición de publicaciones, la construcción de maquetas, la recreación de los aparatos utilizados hace dos siglos, como es el caso del Fuerte de San Vicente, o la puesta en escena de transmisiones de época, in situ, como ocurre en la Serra de Socorro, así como sus derivadas turísticas, tales como la <<Ruta Wellington>>.

Agradecimientos:

Deseo expresar mi gratitud a la familia Ribeiro Cardoso-Neves Simão; a los coroneles Jose Gardete, Jorge Costa Dias y Francisco Soares, así como al general Antonio Pedroso de Lima (Comissão da Historia das Transmissões/Regimento de Transmissões); al Arquivo Histórico Militar (D. João Tavares); a la Fundação Portuguesa das Comunicações (D<sup>a</sup> Cecilia Gomes); a la FNARH.

El presente trabajo ha sido posible gracias a la amistad y hospitalidad de unos, a la acogida dispensada y a la información facilitada por otros, así como a los buenos oficios, colaboración y comprensión de los restantes.

## BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

### Fuentes

GACETA de Madrid. Disponible en internet (16-4-2013):  
[[http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases\\_datos/gazeta.php](http://www.boe.es/aeboe/consultas/bases_datos/gazeta.php)]

REVISTA de Telégrafos. Disponible en internet (14-6-3013):  
[<http://archivodigital.coit.es/index.php/mod.articulos/mem.catalogos/relcategoria.1096>]

### Bibliografía

AS TRANSMISSÕES Militares da Guerra Peninsular ao 25 de Abril (2008), Lisboa, Comissão Portuguesa de História Militar.

BEAUCHAMP, K. G. (2001) *A History of Telegraphy; its technology and application*. Londres, The Institution of Engineering and Technology, 2008.

CHARTRAND, R. & YOUNGHUSBAND, B. (2000) *The Portuguese Army of the Napoleonic Wars (2)*, Batley, Oxford, Osprey Publishing.

CORRÊA MONTEIRO, M. (coord.) (2011): *AS LINHAS de Torres Vedras: um sistema defensivo a norte de Lisboa*. Torres Vedras : PILT (Plataforma Intermunicipal para as Linhas de Torres).

COSTA DIAS, J. (s/f.), *Comunicação sobre Francisco António Ciera no Bicentenário da criação do Corpo Telegráfico*.

*DISPATCHES [SERVICES] of Field Marshal The Duke of Wellington, K.G. during his various campaigns in India, Denmark, Portugal, Spain, The Low Countries, and France from 1799 to 1818, The.* Compiled from official and authentic documents, by Lieut. Colonel Gurwood, Londres, John Murray, 1834-1839.

*EDINBURGH Encyclopaedia, The* (1832), 1ª edición norteamericana, vol. XVII, Filadelfia, Joseph Parker, 1832. Entrada: Telegraph.

FORO histórico de las telecomunicaciones. Disponible en internet (6-8-2013): [<http://www.coit.es/foro/index.php?op=inicio&PHPSESSID=0546d55e72642c44347248c6d93de5bc>]

JONES, John T. (1829) *Memoranda relative to the Lines thrown up to cover Lisbon in 1810*, Londres.

LUNA, I. & SOUSA, A. C. (2009), en col. con Rui Sá Leal, « Telegrafia visual na guerra peninsular.1807-1814 », en *Boletim Cultural 2008*, Mafra, Câmara Municipal de Mafra, p. 67-141.

MULTIGNER, Gilles & ROMERO FRÍAS, Rafael, (2012) “Un siglo de comunicaciones telegráficas en Extremadura: 1810-1923”, *e-BIS*, número 2 (julio-diciembre 2012), SEHCYT.

OLIVÉ ROIG, S. (1990), *Historia de la telegrafía óptica en España*, Madrid, Secretaría General de Comunicaciones, Ministerio de Transportes, Turismo y Comunicaciones.

*ORGANIZAÇÃO e Regulamento de Disciplina do Corpo destinado ao Serviço dos Telégrafos.* Lisboa: Imprensa Régia, 1810.

PEDROSO DE LIMA, A. L. (2010), *Bicentenario do corpo telegráfico 1810-2010*, Lisboa, Comissão Portuguesa de História Militar.

PEDROSO DE LIMA, Major-General (2009), “A telegrafia [eléctrica] óptica em Portugal e a figura de Francisco Ciéra”, en *A Almenara*, nº 1, p. 60-65.

QUENNEVAT, J.-C. (1975), «Napoléon et les télécommunications», *Revue du Souvenir Napoléonien*, pp. 2-18. Disponible en internet (23-4-2014): [[http://www.napoleon.org/FR/salle\\_lecture/articles/files/Napoleon\\_telecommunications1.asp](http://www.napoleon.org/FR/salle_lecture/articles/files/Napoleon_telecommunications1.asp)]

RAEUBER, Ch-A. (1993), *Les renseignements, la reconnaissance et les transmissions militaires du temps de Napoléon: l'exemple de la troisième invasion du Portugal : 1810*, Lisboa, Comissão Portuguesa de História Militar.

*REGIMENTO de signaes para os telegraphos da marinha/feito por ordem de S.A.R. Principe Regente N.S.*, Lisboa, Impressão Régia, 1804.

RODRIGUES, Mário Rui Simões, *Da Estrada Romana ao Telégrafo Visual... por terras de Alvaiázere*, Editora Folheto, 2007.

ROLLO, M. F. (2009), *Historia das Telecomunicações em Portugal*, Lisboa, Fundação Portugal Telecom e Edições Tinta-da-China.

SOARES, J. P. C. (1863), *Quadros navaes ou coleccão dos folhetins marítimos do patriota*, Lisboa, Imprensa nacional.

SOUTHEY, R. (1823), *History of the Peninsular War*, Vol. I, Londres, John Murray.

*SUPPLEMENT to the fourth, fifth, and sixth editions of the Encyclopaedia Britannica* Vol. VI, Edimburgo, 1824. Entrada: Telegraph

*SUPPLEMENTARY Despatches, Correspondence, and Memoranda of Field Marshal Arthur [Wellesley, 1<sup>st</sup>] Duke of Wellington, K.G.* Edited by his Son, The Duke of Wellington K.G., Vol. VI, Londres, John Murray, 1840.

WILSON, G. (1976), *The Old Telegraphs*, Londres, Phillimore, 1976.

## **BLOGS**

Comissão da História das Transmissões (CHT). Disponible en internet (12-6-2013):  
[<http://historiadastransmissoes.wordpress.com/tag/telegrafos-opticos/>]

Real Monarquía. Disponible en internet (2-5-2013)[<http://monarquia-real.blogspot.com.es/2008/05/infanta-d-ana-de-jesus-maria-herdeira.html>]

La red de telégrafo óptico entre Lisboa y Badajoz. Disponible en internet (2-6-2013):  
[<http://badajoz1812.blogspot.com.es/2010/02/la-red-de-telegrafo-optico-entre-lisboa.html>]

Líneas de Torres Vedras. Disponible en internet (2-5-2013):  
[<http://linhasdetorres.blogspot.com/>]

## APORTACIONES BIBLIOGRÀFIQUES A LA HISTÒRIA DE LA PREMSA I DEL PERIODISME A CATALUNYA (2000-2010)

Josep M. Figueres  
Universitat Autònoma de Barcelona  
JosepMaria.Figueres@uab.cat

**Resum:** *Visió de conjunt de la bibliografia produïda a Catalunya a la dècada 2000-2010 sobre història de la premsa i del periodisme amb especial èmfasi en l'apartat dels estudis sobre autors i publicacions així com els censos hemerogràfics i els estudis monogràfics tant de conjunt com específics. L'autor s'acosta a la producció bibliogràfica ordenant-la i presentant-la sense valoracions interpretatives.*

**Paraules clau:** *Periodisme català, Bibliografia, hemerografia, Estudis història premsa*

---

**Resumen:** *Visión de conjunto de la bibliografía editada en Cataluña, en la década 2000-2010 sobre historia de la prensa y del periodismo con especial énfasi en los estudios sobre autores y revistas y censos hemerográficos y los estudios monográficos tanto de conjunto como específicos. El autor se acerca a la producción bibliográfica ordenándola y presentándola sin valoraciones interpretativas.*

**Palabras clave:** *Periodismo catalán, Bibliografía, hemerografía, Estudios historia prensa*

## Objectiu

Presentar la bibliografia recent més interessant d'història de la premsa i del periodisme del present decenni a Catalunya publicada per autors catalans i no catalans, sobre aquesta disciplina. Disposem de referències anteriors<sup>1</sup>. Presentem la bibliografia classificada en estudis sobre capçaleres (estudis, censos), autors<sup>2</sup> (memòries, biografies i estudis), i els textos i fonts (obres completes, facsímils de publicacions) amb la finalitat que permetin elaborar un balanç de les àrees cobertes i de les possibles investigacions a desenvolupar.

## Metodologia

Ens hem basat en la bibliografia acadèmica accessible des del catàleg universitari de Catalunya a ([www.cbuc.cat](http://www.cbuc.cat)) eina molt valuosa a internet i amb constant actualització a partir de la presència en biblioteques, ho hem acarat, quan ha calgut, amb la bibliografia d'*Índice Histórico Español* on col·laborem en la nostra especialitat d'història de la premsa catalana. El treball l'ordenem sota criteris operatius en quatre grans apartats temàtics:

- 1.- Censos i estudis de caràcter local i comarcal
- 2.- Autors: memòria, obra pròpia i estudis
- 3.- Estudis sobre diaris i revistes

---

<sup>1</sup>Jaume Guillamet: «Estat de la investigació en història de la premsa i del periodisme a Catalunya. Consultable al web de la UPF dins Aula de periodisme i consultable a <http://www.upf.edu/depeca/auladb/pdf/guillamet.pdf> (vist el 9-XI-2010) i que ens estalvia de considerar el període anterior al present segle. Guillamet es fixa en el total de referències, de Pella i Forgas (1879) fins a treballs del 2002. Aquesta aportació és essencial, al costat dels articles apareguts a *Anàlisi* on es glossa la recerca hemerogràfica al País Valencià, Illes Balears i Catalunya.

<sup>2</sup>Només d'autors catalans, tot i la qualitat i la llengua en autors foranis com Robert Fisk: *La gran guerra per la civilització. La conquesta de l'Orient Mitjà* (Barcelona: RBA-La Magrana, 2006).

#### 4.- Altres estudis

No incloem capítols d'obres ni tampoc les parts en obres més genèriques d'àmbit superior al català<sup>3</sup> o superior tot i la presència sovint de dades interessants<sup>4</sup>. Ens fixem en l'àmbit geogràfic de Catalunya i en el d'autors també d'aquesta zona. Si bé els facsímils els recollim no ho fem amb les edicions digitals<sup>5</sup> ni tampoc les publicacions penjades a webs on es recullen integres<sup>6</sup> fora de les populars RACO, XAC i ARCA que ofereixen premsa acadèmica viva, premsa local i comarcal i premsa barcelonina en una molt notable eina de gran interès per l'especialista o pel simple curios.

Partim de dos treballs anteriors nostres. El primer «Fonts documentals per a l'estudi de la premsa catalana» sobre el conjunt de la bibliografia que ordenarem i presentarem a *Tripodos*, 1 (Barcelona, URL, 1996) i que intenta aplegar tota la bibliografia específica fins el moment de la seva aparició. El segon, dedicat a la bibliografia sobre premsa a la UAB el presentarem a l'Aula del Diari de Barcelona (Barcelona, UPF), amb el títol «Las producció bibliogràfica d'història de la premsa a la UAB. Dades per a un informe historiogràfic (1992-2003) i aparegué a *Treballs de Comunicació*, núm. 18 (desembre 2003). Amb aquests antecedents ens hem cenyit a presentar la bibliografia apareguda en format llibre, descartant l'especialitzada tot i que n'hem recollit quan apareix en una obra també unitària sobre història de la premsa.

## 1 La recerca el període 2000-2010

A «Estat de la investigació en història de la premsa i del periodisme a Catalunya» Jaume Guillaumet afirma:

El periodisme català disposa d'una tradició investigadora intensa i variada, però manca encara d'una explicació global i completa del seu procés històric i de

---

<sup>3</sup>Per exemple els treballs d'Antonio Checa Godoy: *El ejercicio de la libertad. La prensa española en el Sexenio Revolucionario (1868-1874)* (Madrid: Biblioteca Nueva, 2006) o *La prensa española durante la guerra de la Independencia (1808-1814)* (Madrid: Quorum editores, 2009).

<sup>4</sup>Jaume Guillaumet: *Història del periodisme: notícies, periodistes i mitjans de comunicació*, (Bellaterra (Cerdanyola del Vallès): Universitat Autònoma de Barcelona, 2003), Aldea global; 14.

<sup>5</sup>*Revista Cambrils* [Recurs electrònic]: 50 anys pàgina a pàgina guió i direcció: Marcel Blàzquez Mañé Cambrils, 2006, 1 disc òptic (DVD) (57 min.): col. (PAL). Conté: Documental (Evolució de *Revista Cambrils* i el seu compromís amb la informació local) - 13 galeries fotogràfiques (extretes de l'arxiu fotogràfic de la publicació). També: *L'Om, revista de Riudoms* [Recurs electrònic]: Any Gaudí 2002 [Riudoms]: Om, 1 disc òptic (CD-ROM), 2003.

<sup>6</sup>Convindria disposar d'un únic gran portal d'informació on es pogués accedir a les capçaleres històriques digitalitzades que la iniciativa privada o altres entitats han posat en línia.

treballs importants sobre les principals publicacions i els periodistes i editors més destacats. L'atenció principal dels investigadors s'ha dirigit, fins fa dues dècades, a la documentació i interpretació dels problemes específics dels periòdics en llengua catalana i del seu desigual desenvolupament històric. Les aportacions més destacades s'han produït en moments d'auge del catalanisme cultural i polític com el del darrer quart del segle XIX i primer terç del segle XX - interromput per la guerra civil de 1936-39- i el nou cicle iniciat a partir de la segona meitat dels 60, amb una continuïtat expansiva a través dels anys de la transició democràtica, de la Constitució i de l'Estat de les Autonomies.

En altres paraules, la tradició catalana en història del periodisme ha estat molt important, fins i tot s'han estudiat les capçaleres, diàries o periòdiques, i els esdeveniments amb una prioritització per les fetes en llengua catalana com veurem. S'ha produït una distorsió considerable, tenim tesis dels primers periòdics però estudis exhaustius dels més destacats en influència, com pugui ser *El Diluvio*, *La Veu de Catalunya* o *La Publicitat* o en tiratge com la mateixa *La Vanguardia*. Coneixem més de periodistes i de la seva obra, de capçaleres i de tribunes així com de les capçaleres existents. El catàleg de tesi doctorals –[www.tdx.cat](http://www.tdx.cat)– ofereix una notable sèrie de autors. Si posem l'entrada periodisme i relacionades amb història trobem pel període que ens ocupa pocs autors, en altres paraules sembla que hi ha poc interès en l'elaboració de tesis doctorals en aquest àmbit específic<sup>7</sup> quan trobem gairebé dos centenars de tesis per altres aspectes genèrics de la comunicació.

---

<sup>7</sup>Entre altres: Sergi Dòria (2000): *La voluntat cosmopolita: Imatges, setmanari gràfic d'actualitats*, Barcelona, 1930, (UAB, 2000); Joan Carreras i Pera: *Ideari i poètica de Josep Maria Capdevila* (UAB, 2001); Carles Castro: *La reconversión tecnológica y empresarial en un periódico consolidado: el caso de La Vanguardia* (UAB, 2002); Montserrat Satorre, Benjamí: *Jaume Collell i Bancells. Perfil biogràfic d'un activista catòlic del catalanisme* (UPF, 2002); José M. Perceval: «Opinión pública y publicidad (siglo XVII): nacimiento de los espacios de comunicación pública en torno a las bodas reales de 1615 entre Borbones y Habsburgo», (UAB, 2003); Josep Camps i Arbós: *Ramon Xuriguera (1901-1966): ideologia, activitat cultural i literatura* (UAB, 2004); Pere Gómez: *Quinze anys de periodisme: les col·laboracions de J. V. Foix a La Publicitat (1922-1936)* (UAB, 2005); Núria Simelio: *Prensa de información general durante la transición política española (1974-1984): pervivencias y cambios en la representación de las relaciones sociales* (UAB, 2006); Maria Soledad Vargas: *Estilos de vida, ética y estética en los dominicales de los diarios ABC, La Vanguardia y El País (1974-1999)* (UAB, 2006); Enric Xicoy: *Interpretació periodística del conflicte basc (Avui, El Periódico i La Vanguardia. Setembre 1998 - abril 2000)* (URL, 2008); Francesc Salgado: *La construcció de la identitat periodística de Manuel Vázquez Montalbán: de la censura a la transició (1960-1978)* (UPF, 2009); Àngel Rodríguez: *La comunicació catòlica a la diòcesi de Girona. Passat i present* (UAB, 2009); Marcel Mauri: *Funció i evolució de la premsa de Barcelona durant la transició democràtica (1975-1978)* (UPF, 2010).

## 1.1 Censos i estudis de caràcter local i comarcal

Ens trobem amb desigualts materials editats i el primer que cal constatar és la varietat de models. Des d'estudis que inclouen un cens fins a censos o repertoris hemerogràfics estrictes o treballs mitxes que contenen dades sense ser un cens. Hem aplegat tots els títols que contenen informació sobre publicacions i així les consignem. En una perspectiva geogràfica ens fixem en censos de Barcelona i en trobem de premsa de barris en treballs sobre la premsa de barris per Maristany i Musons<sup>8</sup>, Guaita i Insa<sup>9</sup> en la d'uns anys de la Restauració<sup>10</sup>, la musical<sup>11</sup>, la mèdica i la farmacèutica<sup>12</sup>, la castellera<sup>13</sup>, visions actuals<sup>14</sup> del fenomen de la premsa local i comarcal de tanta importància en la comunicació catalana contemporània.

Sobre la premsa política i amb el lideratge del CEDOC, dirigit per Eugeni Giral al si de la UAB, trobem censos de la premsa trotsquista<sup>15</sup>, socialista<sup>16</sup> i d'ERC<sup>17</sup>. La de l'exili ha

---

<sup>8</sup>Gerard Maristany i Albert Musons: *Del desencant a la contrainformació: la premsa de barris a Barcelona, 1976-2001*, (Barcelona: Diputació de Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2002); Albert Musons i Agell: *Cens de premsa local de la ciutat de Barcelona* (Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2000).

<sup>9</sup>Pere Guaita Jiménez i Yolanda Insa Sauras: *Publicacions, articulistes i editors a Sant Andreu de Palomar (1868-1938)*, (Sant Andreu del Palomar –Barcelona-, Centre d'Estudis Ignasi Iglésias, 2006).

<sup>10</sup>Josep M. Figueres: «Les publicacions periòdiques a Catalunya en el moment del *Diari Català* (1879-1881): cens i estudi estadístic: premsa comarcal» Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 2006), p. 111-139, *Butlletí de la Societat Catalana d'Estudis Històrics*, 17.

<sup>11</sup>Claudi Fuster i Sobrepere: *Catàleg de la premsa musical barcelonina des dels seus orígens fins el final de la Guerra Civil (1817-1939)*, [Barcelona]: Arxiu Municipal de Barcelona.

<sup>12</sup>Alfons Zarzoso i Sara Fajula Colom: *Premsa mèdica catalana*, (Barcelona: Col·legi Oficial de Metges de Barcelona, 2009) i *Premsa farmacèutica corporativa catalana*, (Barcelona: Societat d'Amics de la Història i de la Ciència Farmacèutica Catalana, 2003).

<sup>13</sup>Guillermo Soler García de Oteyza: *El periodisme casteller: un cas d'identitat*, Tarragona: Arola, 2004).

<sup>14</sup>*La premsa comarcal: actes i debats del 25è aniversari de l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal (1981-2006)* [coordinació de continguts: Pere Font], [Barcelona]: Generalitat de Catalunya, Departament de la Presidència, Dir. Gral. de Difusió Corporativa, 2007).

<sup>15</sup>Rafael Iniesta de Manresa: *La premsa trotskista (1939-2000). Catàleg de les publicacions periòdiques troskistes a les biblioteques catalanes*. (Bellaterra: UAB, 2003)).

<sup>16</sup>Eugeni Giral: *Les publicacions periòdiques del Partit dels Socialistes de Catalunya (PSC-PSOE), Juliol de 1978 - Desembre de 2007* [Recurs electrònic] (Bellaterra: Cedoc-UAB, 2008), 1 disc òptic (CD-ROM).

<sup>17</sup>A *Gaceta*, 2 (2010) revista digital de l'IEC en el número monogràfic que aplega el col·loqui *La premsa d'Esquerra Republicana de Catalunya, 1931-1975 hi ha dos treballs sobre el cens de les revistes d'ERC*: «Per un catàleg de les publicacions periòdiques d'ERC» per Eugeni Giral, Xavier Ginesta i Antoni Estupí i «Catàleg de la premsa històrica d'ERC i entitats adherides (1931-1939)» per Natàlia Lara i Otalora.

estat, amb la clandestina objecte de diversos repertoris generals de centres<sup>18</sup> i de caràcter general<sup>19</sup> o censos específics a cura de Robert Surroca<sup>20</sup> i Teresa Llorens<sup>21</sup>.

De caràcter general voldríem arrancar amb l'inventari de Josep Faulí sobre la premsa en català<sup>22</sup>. S'han estudiat les primeres publicacions a cura d'Hettinghausen<sup>23</sup> i Guillamet<sup>24</sup> i les de la Restauració per Figueres<sup>25</sup> i Sánchez Cervelló<sup>26</sup>. En un àmbit local disposem de repertoris i estudis específics amb dades de les publicacions i visions de conjunt del periodisme de les següents ciutats i comarques o estats: Sabadell<sup>27</sup>, Manresa<sup>28</sup>, Tordera<sup>29</sup>, Figueres<sup>30</sup>, Lleida<sup>31</sup>, Terrassa<sup>32</sup>, Girona<sup>33</sup>, Vic<sup>34</sup>, Reus<sup>35</sup>, Canet de

---

<sup>18</sup>*Prensa de l'exili català i republicà: 1936-1975: catàleg del Fons del CEHI al Pavelló de la República*, (Barcelona: Centre d'Estudis Històrics Internacionals: Universitat de Barcelona: Fundació Ramon Trias Fargas, 2002); Javier Tébar Hurtado, Juanma García Simal (coords.); *La premsa silenciada: clandestinitat, exili i contrainformació: (1939-1977)* [Sergi Draper... ], ([Barcelona]: Fundació Cipriano García-Arxiu Històric CONC: CCOO, 2003); Instruments de l'arxiu; 1; *Catàleg de publicacions sindicals clandestines a Catalunya* [Recurs electrònic]: 1939-1975 [coordinador investigador: Rafael Iniesta de Manresa; investigador: Daniel Escribano], Barcelona: CESL, [2006], 1 disc òptic (DVD-ROM); Inclou els fons digitalitzats de publicacions sindicals clandestines de l'hemeroteca General de la UAB, de l'Arxiu Històric de la Ciutat de Barcelona i de la Biblioteca Pública Arús; Javier Tébar Hurtado, Juanma García Simal (coords.).

<sup>19</sup>Josep M. Figueres: *Aproximació a la primera premsa d'exili (1936-1952)*, a *L'Exili català del 1936-1939. Un balanç*. (Girona: Cercle d'Estudis Històrics i Socials, 2003), p. 211-226.

<sup>20</sup>Robert Surroca i Tallaferro, *Prensa catalana en México: (1906-1982)*, Jalisco: El Colegio de Jalisco i, especialment: *Prensa catalana de l'exili i de l'emigració (1861-1976)*, (Barcelona: Generalitat de Catalunya, Departament de Governació i Administracions Públiques, 2004).

<sup>21</sup>Teresa Llorens Sala: *Prensa clandestina i de l'exili a l'hemeroteca de l'Arxiu Històric de la Ciutat, (1939-1977)*, (Barcelona: Arxiu Municipal de Barcelona, 2000).

<sup>22</sup>Josep Faulí: *Repertori d'una recuperació (aportació): premsa en català 1939-1976* (Barcelona: Abadia de Montserrat, 2006).

<sup>23</sup>Henry Ettinghausen: *Notícies del segle XVII: la premsa a Barcelona entre 1612 i 1628*, (Barcelona: Arxiu Municipal de Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 2000), Textos i documents (Arxiu Municipal de Barcelona); També en format sintètic: *Barcelona, un centre mediàtic abans del 1714*, (Barcelona: Institut de Cultura, 2009).

<sup>24</sup>Jaume Guillamet: *Els orígens de la premsa a Catalunya: catàleg de periòdics antics (1641-1833)*, (Barcelona: Arxiu Municipal de Barcelona, 2003).

<sup>25</sup>Josep M. Figueres: «Les publicacions periòdiques a Catalunya en el moment del *Diari Català* (1879-1881): cens i estudi estadístic: premsa barcelonina», (Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 2007), p. 109-156: *Butlletí de la Societat Catalana d'Estudis Històrics*, 18, (2007).

<sup>26</sup>Josep Sánchez i Cervelló i Ma. Cinta Margalef: *Els límits a la llibertat de premsa a les Terres de l'Ebre durant la Restauració: (1875-1923)*, (Tortosa: Cooperativa Gràfica Dertosenca, 2003).

<sup>27</sup>Gisela Figueras i Cifuentes: *Inventari de l'hemeroteca local: publicacions periòdiques sabadellenques (1854-2004)*; pròleg: Maria del Tura Molas i Alberich, (Sabadell: Arxiu Històric de Sabadell, 2006).

<sup>28</sup>Rosa Maria Vila i Gangolells i Jordi Torner i Planell: *Catàleg de la premsa manresana: 1808-1939*, (Manresa: Arxiu Comarcal del Bages, 2008), Inventaris i catàlegs de l'Arxiu; 11.

<sup>29</sup>M. Mercè Torrellas: *Tordera en la primerenca premsa comarcal i local*, (Tordera: Ajuntament de Tordera, 2009).

<sup>30</sup>Jaume Guillamet Lloveras et al. [et al.]...: *Història de la premsa de Figueres: 1809-1980* (Figueres: Ajuntament de Figueres i Diputació de Girona, 2009) i del mateix autor: «Llengua i

Mar<sup>36</sup>, Baix Empordà<sup>37</sup>, Andorra<sup>38</sup>. De caràcter genèric hi ha censos oficials<sup>39</sup> tot i que la presència d'organitzacions que aplega els mitjans, diaris, revistes comarcals, premsa gratuïta, etc. fomenta la presència de repertoris digitals amb finalitats informatives, publicitàries i va desplaçant els repertoris escrits...

---

ideologia a la premsa de Figueres (1939-1974)», *Annals de l'Institut d'Estudis Empordanesos*, 36 (Figueres, 2003). p. 299-320 i de Manuel Moreno Chacón: «La premsa republicana figuerenca durant la Restauració: 1875-1923», *Annals de l'Institut d'Estudis Empordanesos*, 34, (Figueres, 2001), p. 427-458.

<sup>31</sup>Arxiu Municipal de Lleida. *Hemeroteca Publicacions periòdiques de Lleida (1854-2001): catàleg de l'Hemeroteca de l'Arxiu Municipal de Lleida*, (Lleida: Pagès: Ajuntament de Lleida, 2003). La col·lecció «Retalls» d'història del periodisme de l'editorial Pagès, dirigida per Ramon Badia, és una poderosa eina pel coneixement de la premsa lleidatana i de qüestions de caràcter general. Així citem: *Llengua i mitjans de comunicació*, Congrés de Llengua i Mitjans de Comunicació (1999), (2000); Xavier Díez: *Utopia sexual a la premsa anarquista de Catalunya: la revista Ètica-Iniciales, 1927-1937* (2001); Francesc Closa Salinas: *Catalanisme i renovació a la premsa carlina a Lleida: ideologia i poder a El Almogàvar leridano, El Loredan i L'Almogàver: 1890-1910*, (2002); Antonio Jiménez Hijazo: *La Revolució Russa a la premsa de Lleida (1917-1921)* (2006); Jordi Manzaneres Oliver: *Alegria: una revista per combatre En Patufet* (2007); Jaume Capdevila: *L'Humor gràfic de Tísner: una aproximació a les caricatures d'Avel·lí Artís Gener*, (2008).

<sup>32</sup>Joan Manel Oller: *Apunts per a una història de la premsa terrassenca*, (Terrassa: Fundació Torre del Palau, 2002), Els Llibres de Terrassa. Terrassa viva; 5.

<sup>33</sup>Salvador Cargol: *Fabricants de notícies: periodisme i canvi tecnològic a Girona*, (Girona: Col·legi de Periodistes de Catalunya. Demarcació de Girona, 2006). Lluís Costa: *Els mitjans de comunicació a Girona: (1787-2003)*; (Girona: Ajuntament de Girona i Institut d'Estudis Gironins, 2003).

<sup>34</sup>Miquel Codina i Genís i la col. de Josep M. Vivet i Falcó, Montserrat Teixidó i Florit: *Retalls de premsa vigatana: 1803-2000*, (Vic: Premsa d'Osona, 2000).

<sup>35</sup>Pere Anguera... [et al.]: *Pensament i literatura a Reus al segle XIX*, (Reus: Edicions del Centre de Lectura, 2006); Joan Vernet Borràs: *La Premsa a Reus durant el sexenni democràtic (1868-1874)* [S.l., s.n., 2000]; Joan Navais, Pere Anguera [et al.]: *La divulgació dels referents mítics a la premsa reusenca del primer catalanisme*, (Reus: Edicions del Centre de Lectura, [2006] p. 303-316;

<sup>36</sup>Francesc Arcas, Carles Sàiz, Marc Vidal: *La Premsa a Canet de Mar: (1885-2005)*, Canet de Mar: Edicions Els 2 Pins, 2004).

<sup>37</sup>Lluís Costa: *Temps de transició: la premsa municipal al Baix Empordà*, (Begur: Ajuntament de Begur, 2005).

<sup>38</sup>Carles Pont Sorribes i Jaume Guillaumet Lloveras: *Història de la premsa andorrana, 1917-2005*; ([Andorra la Vella]: Govern d'Andorra, 2009).

<sup>39</sup>*Guia de mitjans de comunicació en català*, (Barcelona: APPEC, 2003).

## 1.2 Autors: memòria, obra pròpia i estudis

Entre altres: Abdó Terrades<sup>40</sup> per J. Guillemet, V. Almirall<sup>41</sup> per diversos, J. Verdaguera<sup>42</sup> per diversos autors, F. Miquel i Badia<sup>43</sup> per E. Casany i A. Tayadella, Mañé i Flaquer<sup>44</sup> per M. Casas, Eugeni d'Ors<sup>45</sup> per diversos curadors, Santiago Rusiñol<sup>46</sup> per J. M. Cadena i per M. Casacuberta i V. Panyella, Josep M. Folch i Torres<sup>47</sup> per Eulàlia Pérez Vallverdú, Joan Maragall i la Setmana Tràgica<sup>48</sup> per I. Moreta, H. Raguera i J. C. García, Juan Luque<sup>49</sup> per J. Cañellas, Josep M. Planes que amb J. Finestres ha reeditat o publicat antologies o reculls d'articles diversos<sup>50</sup>, Ramon Xuriguera<sup>51</sup> per J. Camps,

---

<sup>40</sup>Jaume Guillemet: *Abdón Terradas: primer dirigent republicà, periodista i alcalde de Figueres* per, Figueres: Institut d'Estudis Empordanesos, 2000

<sup>41</sup>Josep Pich: «L'evolució política i ideològica de Valentí Almirall i Llozer (1841-1904)», *Afers*, 44, *Federalisme i catalanisme: Valentí Almirall (1841-1904)* (Vic: Eumo, 2004); (2003) p. 31-51; Josep M. Figueres: *Valentí Almirall, forjador del catalanisme polític*, (Barcelona: Generalitat de Catalunya, 2004). *Catalans il·lustres*; 17, 2ª ed. i de Valentí Almirall, *Obra completa (1867-1879)*, (Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 2009);

<sup>42</sup>Jacint Verdaguera: *En defensa pròpia*, (Barcelona: Tusquets, 2002), ed. a cura de N. Garolera

<sup>43</sup>Enric Cassany i Antònia Tayadella: *Francesc Miquel i Badia, crític literari al Diario de Barcelona (1866-1899)*, Barcelona: (Curial- Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2001).

<sup>44</sup>Montserrat Casas Nadal, *Juan Mañé y Flaquer: cròniques de un viaje a Italia: 1862*, (Lleida: Promociones Publicaciones Universitarias, 1997).

<sup>45</sup>El *Glosari* d'Eugeni d' Ors... s'ha editat en diverses edicions corresponents a les publicades a *La Veu de Catalunya* Així: *Glosari, 1908-1909*; edició i presentació de Xavier Pla; amb col·laboració en l'anotació de Jordi Albertí; (Barcelona: Quaderns Crema, 2001). 1910-1911; 1912-1913-1914 en edició i presentació de Xavier Pla; anotació de Jordi Albertí, (Barcelona: Quaderns Crema, 2003) i *Glosari 1915* en edició i presentació per Josep Murgades (Barcelona: Quaderns Crema, 1990).

<sup>46</sup>Josep M. Cadena se n'ha ocupat, entre altres amb un treball sobre el «Xarau» a L'Esquella a *Treballs de Comunicació*, (Barcelona: Institut d'Estudis Catalans) i «Santiago Rusiñol, col·laborador habitual de la premsa catalana del seu temps» al *Butlletí de la Real Academia de Belles Arts de Sant Jordi*, 20 (2006); Vinyet Panyella: Santiago Rusiñol, el caminant de la terra. (Barcelona: Edicions 62, 2003); Una selecció d'escrits a Santiago Rusiñol: *Espurnes de la guerra. Deu jorns al front italià*, (Barcelona: L'Avenç, 2004).

<sup>47</sup>Ultra la tesi doctoral, amb referències a l'activitat periodística ha tingut cura de l'aplec: *Cavalcant l'ideal: articles de batalla de Josep M. Folch i Torres*; (Valls: Cossetània, 2004), *Memòria del segle XX*; 3.

<sup>48</sup>Joan Maragall: *La Setmana Tràgica. Tres articles*, ed. d'Ignasi Moreta, (Barcelona: Fragmenta editorial, 2009) i *La Setmana Tràgica: tres articles de Joan Maragall*, ed. d'Hilari Raguera. (Barcelona: Claret, 2009). José Carlos García Rodríguez: *¿Arde Barcelona?: la Semana Trágica, la prensa y la caída de Maura*, (Astorga: Akrón, 2010).

<sup>49</sup>Juan Cañellas Romero, *Juan Luque corresponsal de Diario de Barcelona en Melilla: selección de crónicas (1921-1927)*, (Melilla: Consejería de Cultura, Servicio de Publicaciones, 2004); *Juan Luque García, El desembarco de Alhucemas: crónicas periodísticas de Juan Luque, Diario de Barcelona, 1925*, (Melilla: Consejería de Cultura. Servicio de Publicaciones, 2007) i *De Tánger a La Meca: crónicas de viajes y exploraciones publicadas en la revista Algo, 1933-1935* (Melilla: Servicio de Publicaciones, Consejería de Cultura 2009)

<sup>50</sup>Josep M. Planes: *Nits de Barcelona*, (Barcelona: Proa, 2001), ed. facsímil de l'original de 1931. El 2003 la Llibreria Catalònia la reedità, en edició no venal facsímil per la qualitat de les il·lustracions d'Oleguer Junyet i la bellesa de la composició. En ambdós casos amb pròleg de

Lluís Companys<sup>52</sup> per J. M. Figueres, Andreu Nin<sup>53</sup> per A. Benito, Domènec Guansé<sup>54</sup> per F. Foguer i per Josep Bargalló<sup>55</sup>, Irene Polo<sup>56</sup> per G. Santa Maria i M. Tur, Gaziel<sup>57</sup> per M. Llanas i P. García Planas, Carles Sentís<sup>58</sup> per J. Guillamon, Domènec de Bellmunt<sup>59</sup> per Francesc Canosa, M. Serra i Moret<sup>60</sup> per A. Mayayo i M. A. Velasco, Jaume Passarell<sup>61</sup> per V. Soler, Joaquim Xirau<sup>62</sup> per K. Moret, Josep M. Rendé<sup>63</sup> per A. Gavaldà, Joan Oliver<sup>64</sup> per C. Puig, Prat de la Riba<sup>65</sup> per A. Balcells, J. M. Ainaud, J. M. Casasús i J. M. Nespereira, J. M. de Sagarra<sup>66</sup> per N. Garolera,

---

Josep M. de Sagarra i colofó de Carles Soldevila. També *Els gàngsters de Barcelona* (Barcelona: Proa, 2002) i *1907-1936 Planes d'esport* (Barcelona: Proa, 2007) ambdues amb introduccions de Finestres i la biografia: *Josep M. Planes: set trets al periodisme de la Rabassada* (Barcelona: Pòrtic, 2007).

<sup>51</sup> Josep Camps i Arbós: *Ramon Xuriguera (1901-1966): biografia, activitat cultural i literatura* (Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2007).

<sup>52</sup> Josep M. Figueres: *Lluís Companys: diputat per Sabadell: periodisme, política i conflicte social, 1920-1925*, (El Prat de Llobregat: Rúbrica, 2004).

<sup>53</sup> Andreu Nin: *El Jove Andreu Nin: textos periodístics* a cura d'Ernest Benito; [presentació: Víctor Alba].

<sup>54</sup> Domènec Guansé: *La revolució cívica: articles de La Publicitat (1937-1939)*; edició a cura de Francesc Foguet i Boreu, (Valls: Cossetània, 2008), Memòria del segle XX; 13.

<sup>55</sup> Josep Bargalló: « Periodisme, crítica i biografia » a *Domènec Guansé. Revisió i actualitat*, Tarragona: Arola, 2005, p. 87-104

<sup>56</sup> Glòria Santa Maria i Maria Tur: *Irene Polo: La fascinació del periodisme. Cròniques (1930-1936)*, (Barcelona: Quaderns Crema, 2003).

<sup>57</sup> Manuel Llanas: «Índex de les col·laboracions de Gaziel a la premsa fins a 1938», (Barcelona: *Societat Catalana de Llengua i Literatura*, 2001); Agustí Calvet, Gaziel: *En las trincheras*, a cura de Plàcid García Planas (Barcelona: Diéresis, 2009).

<sup>58</sup> Carles Sentís: *L'Instant abans del 36* (Barcelona: La Campana, 2004).

<sup>59</sup> Bellmunt, Domènec de, *La Barcelona pecadora: els reportatges de l'Àngel bohemi*; edició de Francesc Canosa (Barcelona: Acontravent, 2009).

<sup>60</sup> Universitat de Barcelona. Centre d'Estudis Històrics Internacionals: Fons Manuel Serra i Moret: 1939-1963: cartes, articles de premsa i documents, edició, introducció i notes: Andreu Mayayo i Miquel Àngel Velasco (Catarroja: Afers; Barcelona: Centre d'Estudis Històrics Internacionals, 2006), Els Papers del Pavelló de la República; 3.

<sup>61</sup> Jaume Passarell: *Bohemis, pistolers, anarquistes i altres ninots: (articles 1929-1940)* edició a cura de Valentí Soler, (Barcelona: Acontravent, 2010).

<sup>62</sup> Kima Moret: «Textos de guerra i exili poc coneguts de Joaquim Xirau (1931-1941)» a *El pensament de Joaquim Xirau* (Girona: Documenta, 2007).

<sup>63</sup> Antoni Gavaldà: *El batec periodístic d'un dirigent cooperativista català: Josep M. Rendé i Ventosa: escrits 1903-1925*, (Valls: Cossetània, 2007).

<sup>64</sup> Carme Puig Molist: *Les col·laboracions de Joan Oliver al Diari de Sabadell: 1923-1928* (Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2001).

<sup>65</sup> Disposem de l'obra completa a cura d'Albert Balcells i Josep M. Ainaud de Lasarte, (Barcelona: Institut d'Estudis Catalans: Proa, 1998-2000 3 v. Monografies de la Secció Històrico-Arqueològica (Institut d'Estudis Catalans); Conté: Vol. 1. 1887-1898 - Vol. 2. 1898-1905 i Vol. 3. 1906-1917); de diversos estudis de Josep M. Casasús entre els que destaca la visió del seu periodisme (Castellterçol, Casa Museu Prat de la Riba) i de Manuel Pérez Nespereira, Manuel: *Prat de la Riba i la "Revista Jurídica de Catalunya": la proposta de codis*

J. V. Foix<sup>67</sup> per P. Gómez, Tomàs Garcés<sup>68</sup> per V. Soler, Fages de Climent<sup>69</sup> per J. Guillamet, Josep Pla<sup>70</sup> per X. Pericay, la família Manegat<sup>71</sup> per L. I. Manegat, Nèstor Luján<sup>72</sup> per A. Pons, Joan Gols<sup>73</sup> per diversos autors en el volum col·lectiu, Carles Esplà<sup>74</sup> per Angosto i per Puig, Just Cabot<sup>75</sup> per V. Soler, Pere Calders<sup>76</sup> per C. Puig, Josep Güell<sup>77</sup> per C. Duran, Joaquim Ventalló<sup>78</sup> per P. Vinyes, Vergés<sup>79</sup> per J. C. Vergés, Indaleci Castells<sup>80</sup> per J. Martí, Pere Aldavert<sup>81</sup> per Carola Duran i Núria Florensa, Pere

---

*jurídics de la indústria i el dret de coalició obrera* (Barcelona: Il·lustre Col·legi d'Advocats de Barcelona: Acadèmia de Jurisprudència i Legislació, 2007), p. 957-966.

<sup>66</sup>Narcís Garolera ha editat de Josep M. de Sagarra: *L'ànima de les coses. Articles a "La Publicitat" (1922-1929)*, (Barcelona: Quaderns Crema, 2001), *El perfum dels dies. Articles a "Mirador" (1929-1936)*, (Barcelona: Quaderns Crema, 2004) i *Cartas europeas. Cròniques en "El Sol" (1920-1928)*, de Sagarra i Josep Pla. (Barcelona: Destino, 2001) així com l'articulística de Sagarra en la seva obra completa (València, Tres i Quatre, 1998→) especialment: *Cafè, copa i puro* –vol. 9, i *L'aperitiu* (vols. 10 i 11).

<sup>67</sup>Pere Gómez i Inglada: *Quinze anys de periodisme: les col·laboracions de J.V. Foix a La Publicitat (1922-1936)*, (Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 2010).

<sup>68</sup>Valentí Soler: *Tomàs Garcés: periodisme i crítica*, (Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2010).

<sup>69</sup>Carles Fages de Climent: *Articles*; edició a cura de: Jaume Guillamet i Anna Teixidor, (Girona: Brau, 2003).

<sup>70</sup>Xavier Pericay: *Josep Pla y el viejo periodismo*, (Barcelona: Destino, 2009) Imago mundi; 161. També *Cuatro historias de la República* Julio Camba ... [et al.]; edició de Xavier Pericay (Barcelona: Destino, 2003) Imago mundi; 18. Conté: *Madrid, el advenimiento de la República* Josep Pla; prólogo de Xavier Pla. *Los Enemigos de la República* Manuel Chaves Nogales; prólogo de Andrés Trapiello. *Haciendo República* Julio Camba; prólogo de Arcadi Espada. *La República sin republicanos*.

<sup>71</sup>Luis Ignacio Manegat de Urmeneta: *Los Manegat y su historia*, edició privada, (Barcelona: Manuscrit Memory Press, 2006).

<sup>72</sup>Agustí Pons: *Nèstor Luján: el periodisme liberal*, (Barcelona: Columna: Fundació Catalunya Oberta, 2004).

<sup>73</sup>DD. AA.: *Joan Gols i Soler: un personatge singular*, (Tarragona: Arola, 2009).

<sup>74</sup>Pedro L. Angosto, Julia Puig (eds.): *Carles Esplà, un periodista republicà: cròniques, conferències i correspondència amb Tarradellas*, (València: Publicacions Universitat de València, 2007).

<sup>75</sup>Valentí Soler: *El periodisme silenciado: Just Cabot: vida i cartes de l'exili (1939-1961)*, (Barcelona: A Contravent, 2008), Periodisme; 1.

<sup>76</sup>Carme Puig Molist: *Pere Calders i el seu temps*, (Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona (Departament de Filologia catalana): Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2003), Biblioteca Milà i Fontanals; 43.

<sup>77</sup>Carola Duran i Tort: «Josep Güell i Mercader, cronista de *La Renaixensa*», (Reus: Arxiu Històric Municipal, 2007).

<sup>78</sup>Pau Vinyes i Roig: *Visca la República!: Joaquim Ventalló, periodista, polític, poeta i traductor*, (Barcelona: DUXELM i Fundació Josep Irla, 2010).

<sup>79</sup>Josep C. Vergés: *Un País tan desgraciat: memòria compartida amb l'editor de Destino Josep Vergés*; [introducció: Dolors Lamarca] [Barcelona]: Sd. edicions, 2007), La República Catalana; 1.

<sup>80</sup>Josep Martí i Baiget: *Indaleci Castells Oller (1864-1930): una vida al servei de Valls (biografia política)*, (Valls: Cambra de Comerç de Valls: Cossetània, 2010).

Mialet<sup>82</sup> per Josep Martí, Aurora Bertrana<sup>83</sup> per Neus Real, Ramon Barnils<sup>84</sup> per C. Serrat, M. Vázquez Montalban<sup>85</sup>, X. Vinader<sup>86</sup> per J. Busqué i Josep M. Huertas<sup>87</sup> per J. Roglan. Pel que fa a l'articulisme polític de l'extensa nòmina esmentem Pere Macias<sup>88</sup>, J. A. González Casanova<sup>89</sup>, Joan Ferran<sup>90</sup>, Francesc Ferrer i Gironès<sup>91</sup>. No recollim<sup>92</sup> la gran quantitat de llibres que procedeixen del periodisme i que poden ser tant de periodistes<sup>1</sup>, com de polítics, etc.

Comencem a disposar de dades sobre els periodistes dels quals hom coneix la vida i l'obra. Tota una fornada de periodistes, escriptors i polítics que han escrit en premsa, amagats pel franquisme, segeixen essent recuperats. Es cerca la vida i l'obra i s'amplia la cerca de altres camps com la il·lustració, amb autors estudiats, entre altres, com Pellicer<sup>93</sup>, Simont<sup>94</sup>, Bagaria<sup>95</sup>, Tísner<sup>96</sup>, o amb visions de conjunt<sup>97</sup>.

---

<sup>81</sup>Núria Florensa i Soler, *Pere Aldavert: l'home, el periodista i el polític catalanista*; pròleg de Josep Fontana, (Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2007).

<sup>82</sup>José Martí i Baiget: *Pere Mialet i Rabadà (1900-1968): periodista, narrador i comediògraf*, (Valls: Institut d'Estudis Vallencs, 2005).

<sup>83</sup>Neus Real Mercadal: *Aurora Bertrana, periodista dels anys vint i trenta: selecció de textos* (Girona: CCG Edicions: Fundació Valvi, 2007).

<sup>84</sup>Carles Serrat: *Ramon Barnils. Articles*, (La Magrana, Barcelona: 2002).

<sup>85</sup>Manuel Vázquez Montalbán, *Obra periodística*, ed. a cura de Francesc Salgado (Barcelona: Debate, 2010).

<sup>86</sup>Jaume Busqué i Barceló: *Xavier Vinader i Sánchez: periodisme i compromís*; pròleg: Antoni Segura i Mas (Catarroja: Afers; Barcelona: Centre d'Estudis Històrics Internacionals, 2009).

<sup>87</sup>Joaquim Roglan (cord.): *Lliçons de periodisme de Josep M. Huertas Claveria*, (Barcelona: Facultat de Comunicació Blanquerna, 2009), *Trípodos* (2009).

<sup>88</sup>Pere Macias i Arau: *Des d'Olot per a Catalunya*, (Olot: El Bassegoda, 2003).

<sup>89</sup>J. A. González Casanova: *Escrits de combat pel triomf de l'esquerra: 2001-2004*, (Barcelona: Mediterrània: Fundació Rafael Campalans, 2005), Reflexió; 13.

<sup>90</sup>Joan Ferran: *Els Pamflets d'en Ferran: recull d'articles polítics un xic grollers, àcids i malintencionats* Joan Ferran Barcelona: La Rosa de Barcelona, 2006.

<sup>91</sup>*Francesc Ferrer i Gironès: un patriota al servei d'un poble* coordinació i tria de textos: Miquel Torns, Pau Lanao, Carme Vinyoles, (Girona: Fundació Josep Irla: El Punt, 2005).

<sup>92</sup>Jaime Arias, *Tal como los conocí: grandes protagonistas del cine, la política y la cultura en la libreta de un periodista* Jaime Arias Barcelona: *La Vanguardia*, 2009.

<sup>93</sup>Jordi Artigas: «Josep Lluís Pellicer (1842-1901): corresponsal de guerra, antecessor dels repòrters fotogràfics actuals», (Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, 2005), *Treballs de Comunicació*, (2005, setembre) 19, p. 67-87.

<sup>94</sup>Glòria d'Escala i Romeu: *El dibuixant Josep Simont i Guillén (1875-1968), reporter gràfic de la I Guerra Mundial: un dibuixant d'actualitats a l'època de la naixent fotografia de reportatge*, (Barcelona: Rafael Dalmau, 2002).

<sup>95</sup>Així catàlegs d'exposicions: Josep M. Cadena: *Lluís Bagaria: caricaturista del món barceloní: llegat Maria Cladellas* [coordinació: Pilar Vélez]; ([Sabadell]: Museu d'Art de Sabadell, 2003). De monografies: Emilio Marcos Villalón: *Luis Bagaría entre el arte y la política*, (Madrid: Biblioteca Nueva, 2004); *Bagaría en El Sol: política y humor en la crisis de la Restauración*, (Madrid: Fundación Mapfre, 2007); *Lluís Bagaria: La guerra no fa riure: caricatures antifeixistes a La Vanguardia (1936-1938)*; selecció, introducció i comentaris: Jaume Capdevila, (Barcelona:

o s'han recollit sèries d'articles com en els casos de Josep M. Folch i Torres<sup>98</sup> o Quim Monzó<sup>99</sup>. També les antologies d'obra periodística han estat editades així B. Porcel<sup>100</sup>, Josep Pernau<sup>101</sup>.

En molts d'aquets casos els mateixos estudiosos han tingut cura de biografies o altres treballs que no anotem en ser editats amb anterioditat al 2000. En memòries de Joan Vinyas i Comas<sup>102</sup>, de les originals de F. González Ledesma<sup>103</sup>, Carles Sentís<sup>104</sup>, Blas Guimerà<sup>105</sup>, Jaume Castell<sup>106</sup>, Jaume Gascón<sup>107</sup>, Agustí Pons<sup>108</sup>, R. Font<sup>109</sup> també de

---

Duxelm, 2007); *La caricatura social y política: Hogarth, Grosz, Bagaria...* [et al.] [València]: Pentagraf, 2007); José Esteban: *Caricaturas republicanas Luis Bagaria*; ([Madrid]: Rey Lear, 2009).

<sup>96</sup>Jaume Capdevila: *L'humor gràfic de Tísner. Una aproximació a les caricatures d'Avel·li Artís Gener*, (Lleida, Pagès, 2009).

<sup>97</sup>Josep M. Cadena (coord.): *25 años de humor en "El Periódico de Catalunya"* (Barcelona: *El Periódico de Catalunya*, 2003); Anna Busto Bonvehí, Marc Macià Farré i Margarida Sabaté Vergé: *L'Humor gràfic a la premsa de Lleida, 1883-1975*, [Lleida]: IMAC: Pagès, 2005, Banqueta: quaderns de divulgació ciutadana, 33); Lluís Solà i Dachs: *La caricatura política i social a Catalunya (1865-2005)*, [Barcelona]: Duxelm, 2005) i *Papitu (1908-1937) i les publicacions eroticosicalíptiques del seu temps*, (Barcelona: Dux, 2008), Duxartis, 4. Com a monografies personals les de García Guatas, Manuel: «La daricatura en la premsa antes y después de una guerra: Manolo del Arco 1909-1971», *Artigrama*, 15, [Zaragoza: Departamento de Historia del Arte, 2000] p. 461-481).

<sup>98</sup>L'edició de les *Pàgines viscudes* de Josep M. Folch i Torres compta amb els volums: *El Llibant del pou* (Palau-Solità i Plegamans]: Fundació Folch i Torres, 2000); *Pàgines viscudes del temps de la guerra*, (Palau de Plegamans: Ramón Folch i Camarasa, 2000); *La veu dels àngels* (Palau-Solità i Plegamans: Fundació Folch i Torres, 2000); *1915* (Palau-Solità i Plegamans: Fundació Folch i Torres, 2006) i *1916* (Palau-Solità i Plegamans: Fundació Folch i Torres, 2008).

<sup>99</sup>*Hotel intercontinental* (1991); *No plantaré cap arbre* (1995); *El tema del tema* (2003); *Catorze ciutats comptant-hi Brooklyn* (2004) i *Esplendor i glòria de la Internacional Papanates*, (Barcelona: Quaderns Crema, 2010).

<sup>100</sup>*Porcel periodista. Sus mejores columnas en La Vanguardia*, (Barcelona: Libros de Vanguardia, 2009).

<sup>101</sup>Josep Pernau: *La democràcia com a norma en l'exercici del periodisme: recull d'articles (1954-2002)*, (Barcelona]: Diputació de Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2002) Vaixells de paper; 29.

<sup>102</sup>Lluís Costa: *Memòries d'un gironí. Una visió de la premsa de Girona*, amb estudi introductori de, Girona, Col·legi de Periodistes de Catalunya. 2000).

<sup>103</sup>Francisco González Ledesma: *Historia de mis calles*, (Barcelona: Planeta, 2006).

<sup>104</sup>Carles Sentís: *Memòries d'un espectador, 1911-1950*, amb la col·laboració de Xavi Ayén (Barcelona: La Campana, 2006).

<sup>105</sup>Blas Guimerà Altabás: *La meva aventura en la premsa local: (un capítol de la moderna i invisible Inquisició)*, (Tortosa: ed. d' autor, 2006).

<sup>106</sup>Jaume Castell i Abella: *Records per garbellar*, pròleg de Francesc Sanuy, (Maçaners: Abadia, 2005).

<sup>107</sup>Jaume Gascon i Rodà: *Memòries d'un periodista català (1904-1940)*, (Olot: Ajuntament d'Olot, Institut de Cultura de la Ciutat d'Olot, 2006), 2 vol.

<sup>108</sup>Agustí Pons: *Temps indòcils a Catalunya*, (Barcelona: Angle, 2007).

recopilacions d'entrevistes com les de W. Espina<sup>110</sup> i d'alguna reedició com les de Xammar en format diàleg<sup>111</sup> i obres d'homenatge com la d'Eugeni Molero<sup>112</sup>. A fegim treballs d'autors en conjunt com els d'Elvira Altés<sup>113</sup>, Quim Torra<sup>114</sup> i Just Arévalo<sup>115</sup> i narrativa amb to autobiogràfic com la de Puig i Ferrer en constant reedició<sup>116</sup>.

### 1.3 Estudis sobre diaris i revistes

Pel que fa a diaris la relació de treballs no és massa extensa. Disposem de treballs sobre el *Diari Català*<sup>117</sup> per J. Pich i sobre *La Renaixensa*<sup>118</sup> de Carola Duran i Tort que ha estudiat impremta, revista i diari. De *La Veu de Catalunya*<sup>119</sup>, de *Treball*<sup>120</sup> i, l'extensa monografia de Ll. Costa sobre *L'Autonomista*<sup>121</sup> gironí. De diaris més moderns destaquem *Segre*<sup>122</sup> com a obra feta pel periòdic i de conjunt. En relació a *La*

---

<sup>109</sup>Ricard Font Sugranyes: *Ni callar ni aplaudir: vint anys de periodisme crític a l'Alt Pirineu (1969-1989)*; pròleg: Margarita Rivière Lleida: Pagès, 1995).

<sup>110</sup>*Converses amb Wifredo Espina: cinc entrevistes entre 1968-2003*, a cura de Josep Maria Espina-Pahí; Elisenda Carbonell ... [et al.]; pròleg de Llorenç Gomis.

<sup>111</sup>*Seixanta anys d'anar pel món: converses amb Josep Badia i Moret d'Eugeni Xammar*, (Barcelona: Quaderns Crema, 2007). *L'ou de la serp* (Barcelona: Quaderns Crema, 1900) i Quim Torra i Pla: *Periodisme? Permetin!: la vida i els articles d'Eugeni Xammar*; pròleg d'Enric Vila, (Barcelona: Símbol, 2008).

<sup>112</sup>*Eugeni Molero: periodista, escriptor i sardanista*: Barcelona, 1943-Sant Pere de Ribes, 1984; (Vilanova i la Geltrú: Consell Comarcal del Garraf: Arxiu Comarcal del Garraf, 2008).

<sup>113</sup>Elvira Altés: *Les Periodistes del temps de la República*, Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya: Diputació de Barcelona: 2007, Vaixells de paper; 32

<sup>114</sup>Torra, Quim, *Viatge involuntari a la catalunya impossible: tres periodistes oblidats i l'espectre d'Eugeni Xammar*, (Barcelona : Proa, 2010).

<sup>115</sup>Just Arévalo: *La cultura de masses a la Barcelona del nou-cents*, (Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2002).

<sup>116</sup>Joan Puig i Ferrer: *Servitud*, (Barcelona: Proa, 2002). Nova edició.

<sup>117</sup>Josep Pich i Mitjana amb *Almirall i el Diari Català (1879-1881): l'inici del projecte politicoideològic del catalanisme progressista*; pròleg de Josep Fontana, Barcelona: Institut Universitari d'Història Jaume Vicens i Vives; Vic: Eumo, 2003.

<sup>118</sup>*Pere Aldavert i "La Renaixensa", veus discordants de la premsa barcelonina dels noranta*, (Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2000); *La Renaixensa, primera empresa editorial catalana*, (Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2001).

<sup>119</sup>Josep M. Figueres: «Prensa y política en la II República: el epistolario de F. Cambó a Lluís Duran i Ventosa sobre *La Veu de Catalunya* (1931-1932) [Alessandria: Edizioni dell'Orso], 2001-2002 a *Spagna contemporanea*, 19 (2001) i 21 (2002).

<sup>120</sup>*Treball: 1936-2006*: [diari dels treballadors de la ciutat i el camp], Barcelona: Fundació Nous Horitzons, 2006.

<sup>121</sup>Lluís Costa: *El Autonomista: el diari dels Rahola: els orígens del periodisme modern a Girona: 1898-1939*, Girona: Col·legi de Periodistes de Catalunya. Demarcació de Girona, 2000.

*Vanguardia*<sup>123</sup>, el periòdic de la família Godó, el portavions de la premsa barcelonina disposem de tres treballs de Josep M. Huertas. Anna Nogué i C. Barrera i M. Carol. Del diari *El Periódico*<sup>124</sup> esmentem una obra d'aniversari editada pel diari. D'altres diaris amb impacte a Catalunya ha estat el tancament irregular del periòdic basc *Egunkaria* vist com atemptat a la llibertat d'expressió i la resposta a Catalunya fou molt contundent, amnb actes, crítiques i llibres<sup>125</sup>.

De les publicacions disposem d'un ric apartat amb bibliografia específica i fins i tot de sèries de textos sintètics com els elaborats per Jordi Albertí a *Revista de Catalunya on* ha publicat al llarg la segona meitat de la primera dècada d'aquest segle gairebé una vintena de monografies de significatives revistes en la història del periodisme, s'ha ocupat així de: *Universitat Catalana* (1900-1902); *Auba* (1901-1902); *Palla Nova* (1904); *Art Jove* (1905); *Garba* (1905-1906); *Occitània* (1905); *Catalònia* (1906); *Jove Catalunya* (1906-1907); *El Gràfic* (1908); *Revista Catalana* (1909-1910); *Ciutat* (1910-1911); *Picarol* (1912); *Cultura* (1914); *Els Amics d'Europa* (1915-1919); *La mà trencada* (1924-1925); *Quart Creixent* (1957-1958), etc.. La revista consultable com totes les científiques importants a RACO disposa d'índexs a través dels quals podem accedir fàcilment al seu contingut.

Sobre indexacions disposem de Carles Albesa: *Excursionisme (1928-1931). Un periodíc més enllà de l'excursionisme*, (Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2003). En versió digital, de Teresa Ferriz, deu revistes d'exili en edició a la UOC un dels primers títols sobre història del periodisme en versió electrònica: *Escriptors i revistes catalanes a l'exili*, (Barcelona, UOC, 2009).

De títols concrets encetem amb *Destino* del qual han aparegut diverses aportacions: Alexandre Porcel: *La Crónica de Destino*, (Barcelona: Destino, 2003 a Imago mundi, 38); de Queralt Solé Barjau *El "Destino" de Burgos* [Catarroja]: Afers, [2004] p. 213-219 a *Sense memòria no hi ha futur: actes de les III Jornades de Joves Historiadors i Historiadors*. També: Isabel de Cabo: *La Resistencia cultural bajo el franquismo: en*

---

<sup>122</sup> *Segre*: [Lleida]: Prensa Leridana, 2002.

<sup>123</sup>Tots del mateix 2006 o sigui 125 anys després del naixement són l'assaig: Josep M. Huertas *Una Història de "La Vanguardia"* (Barcelona: Angle Editorial, 2006) on amplia un article de *L'Avenç* sobre els directors del mateix diari i la tesi doctoral d' Anna Nogué dirigida per Carlos Barrera signant els dos el treball: *La Vanguardia, del franquismo a la democracia*, (Madrid: Fragua, 2006). També el catàleg de l'exposició sobre el diari que va comissariar Màrius Carol: *El Pols dels dies: 125 anys de La Vanguardia*, Barcelona: Centre de Cultura Contemporània de Barcelona, 2006.

<sup>124</sup>*30 anys el Periódico: 1978-2008*, en doble edició, com el diari, en català i en castellà, ([Barcelona]: *El Periódico*, [2008]).

<sup>125</sup>*Egunkaria endavant: tots i totes som Egunkaria*, Gràcia [Barcelona]; Bages: Plataforma per Egunkaria, 2003 i, especialment, d'Alfredo Díaz i Sergio Arévalo: *Plouen mentides: crònica del tancament d'Egunkaria* Lorea Agirre, DVD, inclou: *El tancament d'Egunkaria: reaccions a Catalunya*, (Barcelona: Plataforma per Egunkaria, 2005).

torno a la revista *Destino*, 1957-1961, pròleg de Jordi Casassas, (Barcelona: Àltera, 2001).

Del conjunt de publicacions esmentem de Núria Codina Solà: *30 anys amb les nostres cooperatives: revista Cooperació Catalana* (Barcelona: Fundació Roca i Galés: ECOS, 2010) de Silvia Caballeria i M. Carme Codina: *Aproximació a "Oriflama": una revista catalana sota el franquisme*, (Barcelona: Publicacions Col·legi de Sant Miquel dels Sants: Editorialdiac, 2005). De la notable quantitat de monografies sobre publicacions esmentem monogràfies sobre *Occitània*<sup>126</sup>, *Revista Blanca*<sup>127</sup>, *En Patufet*<sup>128</sup>, *El Núvol Negre*<sup>129</sup>, *Studium*<sup>130</sup>, *El Europeo*<sup>131</sup>, *Serra d'Or*<sup>132</sup>, *Endavant*<sup>133</sup>, *Alegria*<sup>134</sup>, *Geminis*<sup>135</sup>, *L'Hora de Catalunya*<sup>136</sup>...

---

<sup>126</sup>Montserrat Corretger: *La revista Occitània (1905) i l'epistolari dels seus directors, Josep Aladern i Pròsper Estieu (1903-1913): baula en la contrucció de la identitat catalanooccitana*, (Valls: Cossetània, 2004) a *Literatura i identitats*, Magí Sunyer, Roser Pujadas i Pere Poy (eds).

<sup>127</sup>Javier del Valle-Inclán: *Biografía de La Revista Blanca: 1898-1905*, (Barcelona: Sintra, 2008).

<sup>128</sup>Tenim les actes d'una jornada dedicada a una revista, fou la de més alt tiratge en la història del segle XX i, efectivament, *En Patufet* fou estudiada per una desena d'especialistes des de diversos angles a *En Patufet, cent anys: la revista i el seu impacte: simposi celebrat a l'Aula Magna de la Universitat de Barcelona el dia 11 de març de 2004* edició i presentació: Jordi Castellanos, (Barcelona: Abadia de Montserrat: Departament de Filologia Catalana i Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la Universitat [Autònoma] de Barcelona, 2004).

<sup>129</sup>Albert Mas i Pimàs: *El Núvol Negre: 1932-1933*, Tordera: Ajuntament de Tordera, 2000.

<sup>130</sup>Jaume Guillaumet, Joan Ferrerós, Rafel Pascuet: *Studium, la revista del jove Dalí*, (Figueres: Brau, 2003).

<sup>131</sup>Paula A. Sprague, *El Europeo, Barcelona, 1823-1824: prensa, modernidad y universalismo* Madrid: Iberoamericana; Frankfurt am Main: Vervuert, 2009 1 v. (364, 408, 399, 138 p.); Inclou facsímil: *El Europeo: periódico de ciencias, artes y literatura*.

<sup>132</sup>Carme Ferré Pavia: *Intel·lectualitat i cultura resistents: Serra d'Or, 1959-1977* (Cabrera de Mar: Galerada, 2).

<sup>133</sup>*Endavant: òrgan del Moviment Socialista de Catalunya: federació democràcia, socialisme* (1945-1968); (Barcelona: Fundació Rafael Campalans, 2006).

<sup>134</sup>Jordi Manzanars: *Alegria una revista per combatre El Patufet*. (Lleida, Pagès, 2007), col. Retalls.

<sup>135</sup>Revista *Geminis* (Tarragona, Diputació de Tarragona, 2005) [Revista de Tortosa del 1952 al 1961], Edició facsímil.

<sup>136</sup>Josep M. Figueres: «Inventaris i catàlegs: "L'Hora de Catalunya": diari català clandestí irrecuperable o l'hemerografia com a eina de referència de la consciència nacional», *Revista de Catalunya*, (2001).

## 1.4 Altres estudis

Aquest decenni ha contemplat el naixement d'unes plataformes expositives cridades a projectar la bibliografia de forma notable més enllà de les revistes sobre la matèria procedents de les universitats com *Anàlisi* (UAB) o *Trípodos*<sup>137</sup> (URL) i de l'IEC: *Periodística* i *Treballs de Comunicació*. Cal sumar-hi en format digital<sup>138</sup> *Gazeta* l'IEC i *Obra Periodística* (UPF). Dues universitats públiques, UAB i UPF, tenen cura de les jornades bianuals d'història de la premsa<sup>139</sup> amb la col·laboració de la Generalitat de

<sup>137</sup>D'aquesta esmentem 20 el número monogràfic *Els clàssics del periodisme català de la Renaixença a la Guerra Civil* (2007) amb Carles Geli: «Entre somriure i plors: apunts per a un context de la premsa catalana (1890-1936)»; Ferran Toutain: «Un món de mones. La persistència de Robert Robert»; Miquel Tresserras: «Pedagogia i ciutat en el "Glosari" de Xènius»; Xavier Pla: «Eugeni d'Ors i el periodisme d'idees»; Enric Vila: «Josep Pla, periodisme i patriotisme»; Ferran Sáez Mateu: «El Montaigne de Pla: del "moralisme" clàssic al periodisme modern»; Narcís Garolera: «L'articulisme literari de Josep M. de Sagarra»; Francesc Canosa: «Eugeni Xammar: un superperiodista sobrevolant el futur»; Núria Santamaria: «Carles Soldevila, periodista»; Francesc-Marc Alvaro: «Influència i compromís en Gaziell»; Josep M. Casasús: «Gaziell en el canon i en la tradició d'escola»; Jordi Finestres: «Josep M. Planes, el reporter calidoscòpic»; Sergi Dòria: «Els cent vuitanta dies de Josep M. Planes a *Imatges*» i Antoni Aira: «Entrevista amb Carles Sentís, un periodista entre dos segles».

<sup>138</sup>El n. 2 conté les actes de la Jornada d'Història la Premsa d'Esquerra Republicana de Catalunya, 1931-1975 (2009: Barcelona, Catalunya). La Premsa d'Esquerra Republicana de Catalunya, 1931-1975: Barcelona, 30 octubre 2009, Museu d'Història de Catalunya [Barcelona]: Fundació Josep Irla: Generalitat de Catalunya, Memorial Democràtic; [Bellaterra]: Universitat Autònoma de Barcelona, [2009] (19 fasc.); A més de l'edició policopiada pels assistents, conservada en alguna biblioteca es pot consultar al web de l'IEC en el contingut: «La premsa i ERC (1931-1939) i l'exili» per Josep M. Cadena; «Els periodistes d'Esquerra» per Josep M. Casasús i Guri; «La premsa com a mirall i projecció d'una força política: ERC, 1931-1939» per Albert Balcells; «La premsa d'ERC a Badalona (1931-1936)» per Jordi Albadalejo i Blanco; «*Lluita*, setmanari d'ERC a Vic (1932-1933)» per Imma Albó i Vidal de Llobatera; «Imatges de paper: els diaris d'ERC i el projecte de televisió pública catalana a la República» per Francesc Canosa; «Dibuixant amb l'Esquerra. Els ninotaires de la premsa d'ERC durant la República» per Jaume Capdevila; «Josep Claret, combat per la Nova arquitectura» Gemma Domènech Casadevall, per Rosa Maria Gil Tort; «Lluís Capdevila, corresponsal de guerra. Les cròniques al front d'Aragó (1936-1938)» per Josep M. Figueres; «La Batalla de l'Ebre: una visió des del diari *La Humanitat*» per José Miguel Hernández López; «Julià Gual (1905-1964), periodista i escriptor de combat» per Josep Puig i Pla; «L'activitat periodística i literària d'Antònia Abelló i Filella, a les publicacions republicanes entre 1932 i 1939» per Carme Puyol Torres; «Capçaleres d'ERC al Penedès republicà, reflex de les problemàtiques socials de la marca vitivinícola» per Jaume Recasens i Bel; «Acció Ciutadana, Girona 1932-1934. Un setmanari de partit, model de premsa comarcal» per Carles Ribera Rustullet; «República: la premsa republicana a la Segarra» Jordi Soldevila i Roig; «*D'El Pueblo a El Poble*» per Josep Subirats Piñana; «Els butlletins de la secció departamental d'ERC del Sena (París): *JEREC-ERC*, *Som*, *Butlletí* d'ERC de París i *Tribuna*» per Robert Surroca i Tallaferró; «*Empordà Federal* i Josep Puig Pujades: expressió i guiatge d'un projecte periodístic i polític» per Anna Teixidor Colomer; «*L'Empordà Republicà*, 1978-1979: la difícil construcció d'una esquerra nacional durant la transició» per Albert Testart i Guri; «Joaquim Ventalló i Vergés en la seva etapa com a director de *L'Opinió*» per Pau Vinyes i Roig.

<sup>139</sup>Jornades d'Història de la Premsa (2es: 2007: Barcelona), *Poder polític i resistència periodística*: actes de les Segones Jornades d'Història de la Premsa edició a cura de Josep M. Figueres [Barcelona]: Generalitat de Catalunya, 2009, Lexikon papers; 4. El contingut dedicat a premsa catalana o feta a Catalunya és: Jaume Guillaumet: «La teoria del quart poder. La funció política de la premsa segons el diari *El Vapor* (1833-38)»; Jordi Llimargas: «La Junta de la Província de 1794-1795, comunicació i poder polític a la Catalunya a finals de l'Antic Règim»; Javier Diaz Noci: «La premsa en basc i Catalunya: models periodístics i polítics (1800-1939)»;

Catalunya les actes de les quals penja al web de la seva llibreria en accés obert, així ([www.libreriageneralitat.cat](http://www.libreriageneralitat.cat)) pot consultar-se Poder polític i resistència periodística. Actes de les Segones Jornades d'Història de la Premsa (2009). Aquestes noves tribunes que ens acostaran a la recerca amb notable quantitat de treballs. Per la dècada que ens ocupa disposem de monografies sobre la premsa local i comarcal que hem citat per ciutats i o en conjunt agrupant els treballs en formats temàtics: premsa local i comarcal<sup>140</sup> com abans hem vist col·leccions o revistes.

Pel que fa a estudis diversos de conjunt tenim treballs de Jaume Guillamet<sup>141</sup>, Josep M. Figueres<sup>142</sup> i Carme Ferré<sup>143</sup> així com els apartats específics catalans a l'exposició sobre periodisme espanyol<sup>144</sup>. Corresponents al segle XIX, a més dels autors, diaris, etc. anteriors trobem treballs de J. Guillamet<sup>145</sup> i del carlisme<sup>146</sup>. Del primer terç del segle

---

Jordi Ibarz: «Mirant cap a una altra banda. La representació gràfica del treball a *La Vanguardia* durant els temps de la Primera Guerra Mundial, 1914-1919»; Alfons González Quesada: «Què llegien els nostres voluntaris a la Gran Guerra»; Anna Teixidor Colomer: «Set anys de *Madame* censura: La repressió de la premsa figuerenca durant la dictadura primoriverista (1923-30)»; Ferran Aisa: «*Solidaridad Obrera*, centenari d'un periòdic anarcosindicalista (1907-2007)»; Josep M. Casasús: «Quan l'Estat es va imposar brutalment sobre la premsa»; Xavier Ferré Trill: «*Foment* i el catalanisme republicà en una conjuntura definitiva: 1906-1910»; José M. Perceval i Carles Figuerola: «La visió de l'altre a la premsa infantil durant la Guerra Civil: entreteniment i propaganda»; Francesc Canosa Farran: «La batalla per la realitat. La lluita a la premsa per uns mitjans audiovisuals catalans durant la República»; Jaume Recasens i Bel: «*Fructidor*, símbol de la resistència periodística al Penedès el primer terç del segle XX»; Josep M. Figueres: «Entre la informació i la propaganda. Premsa en la guerra civil espanyola (1936-1939)»; Carme Ferré Pavia: «Resistència cultural i exercici polític. *Serra d'Or* i l'entrenament per construir el país»; José M. Murià: «El *Butlletí* de Guadalajara: vint anys de catalanisme»; Francesc Salgado: «*Siglo 20*, un setmanari d'esquerres sota el franquisme. Vázquez Montalbán, redactor en cap i analista de política internacional»; Marcela Lucci: «La revista *Ressorgiment* a la Història catalana: la difusió dels ideals catalanistes a Buenos Aires durant les primeres dècades del segle XX»; Kima Moret: «Joaquim Xirau a la premsa de guerra i de l'exili (1939-1953)».

<sup>140</sup>*Els Reptes de la premsa local i comarcal al segle XXI: actes del V Congrés de l'Associació Catalana de la Premsa Comarcal*, (Valls: Cossetània, 2001); Associació Catalana de la Premsa Gratuïta, 1997-2007: *ACPG 10 anys: la força d'un gran mitjà* [Barcelona]: ACPG, 2007 ([Sant Adrià]: [IMGESA]); *Llibre blanc 2010 de la premsa comarcal* [Recurs electrònic]: premsa comarcal i local catalana d'informació general i amb difusió de pagament Barcelona: Fundació Catalana de la Premsa Comarcal i Local, 2010, 1 disc òptic (CD-ROM): Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació.

<sup>141</sup>Jaume Guillamet: *Las élites catalanas y la prensa: editores y directores*, Casa de Velázquez: Maison des Pays Ibériques: Université de Provence, [2002] Collection de la Casa de Velázquez; 71.

<sup>142</sup>Josep M. Figueres: *Premsa i nacionalisme: el periodisme en la reconstrucció de la identitat catalana*, pròleg de Josep Faulí; epílegs d'Andreu Mas i Joan Pons (Barcelona: Pòrtic, 2002) i també *Periodisme en la guerra civil (1936-39)*, (Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2010), Biblioteca Serra d'Or, 431.

<sup>143</sup>Carme Ferré Pavia (coord.): *Un país de revistes: història dels magazins en català*, (Barcelona: APPEC, 2009).

<sup>144</sup>*Periodisme i periodistes: de les gasetes a la xarxa*, (Barcelona: España Nuevo Milenio, 2001).

<sup>145</sup>Jaume Guillamet: *L'arrencada del periodisme liberal: política, mercat i llengua a la premsa catalana (1833-1874)*, (Vic: Eumo, 2010).

XX esmentem diverses monografies<sup>147</sup>. Per la guerra civil treballs de Josep M. Figueres<sup>148</sup> i en el marc del franquisme de F. Vilanova<sup>149</sup>. Més abundosos són els estudis per la transició amb aportacions de Josep M. Huertas<sup>150</sup> i obres col·lectives<sup>151</sup>.

Pel moment present treballs sobre l'àmbit digital de V. Partal<sup>152</sup> i R. Franquet<sup>153</sup>. Aspectes crítics i polèmics també són avaluats en dimensió històrica<sup>154</sup> i tanquem amb aspectes històrics de projecció internacional del periodisme.

---

<sup>146</sup>Seminari d'Història del Carlisme (6è: 2002: Solsona) *Carlisme, foralisme i qüestió nacional: la premsa carlina*: VI Seminari d'Història del Carlisme Solsona: Fundació Pública Comarcal Francesc Ribalta, 2002

<sup>147</sup> Francesc Santolària Torres: *El banquet de la Victòria i els fets de ¡Cu-Cut!: cent anys de l'esclat catalanista de 1905*, (Barcelona: Meteora, 2005); Carles Bastons i Vivanco: *Unamuno: sus colaboraciones y su recepción en la prensa de Cataluña y... (algo en la de Mallorca)*, (Salamanca: Ediciones Universidad, 2003) a *Miguel de Unamuno: estudio sobre su obra*, 2003; Julia Cabaleiro Manzanedo: *Paraules de dones en la premsa comarcal: primer terç del segle XX*, (Sant Feliu de Llobregat: l' Ajuntament, 2002); Sonia del Río Santos: *Corporativismo y relaciones laborales en Cataluña (1928-1929): una aproximación desde la prensa obrera* (Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 2002); Lluís Bonet i Armengol: *La Mort de Gaudí i el seu ressò a la revista "El Propagador de la Devoció a San José"*, Barcelona: Claret, 2001; Carme Riera: *La Recepció del Tercer Centenari d'El Quixot a la premsa de Barcelona (1905)* (Barcelona: Reial Acadèmia de Bones Lletres de Barcelona, 2002).

<sup>148</sup>Josep M. Figueres: *Periodisme en la guerra civil (1936-39)*, (Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 2010), Biblioteca Serra d'Or, 431.

<sup>149</sup>Vilanova, Francesc: *Una burgesia sense ànima: el franquisme i la traïció catalana* Francesc Vilanova, (Barcelona: Empúries, 2010).

<sup>150</sup>Josep M. Huertas: *El plat de llenties: periodisme i transició a Catalunya (1975-1985)* [pròleg: Andreu Mayayo] Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya: Diputació de Barcelona, 2005.

<sup>151</sup>*Memòria de la transició a Espanya i a Catalunya. 5, Els mitjans de comunicació* Rafael Aracil, Andreu Mayayo, Antoni Segura (editors); s: Carme Alcalde ... [et al.]

Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona, 2004. Ponències presentades al cinquè Curs Memòria de la Transició a Espanya i a Catalunya celebrat a la seu del Centre d'Estudis Històrics Internacionals (CEHI) i també: Francesc-Marc Álvaro... [et al.]; Joaquim Noguero (coord.) *Embolcats amb el periodisme: reptes dels mitjans de comunicació catalans (1975-2006)* Vilanova i la Geltrú: El Cep i la Nansa, 2007).

<sup>152</sup>Vicent Partal: *Periodisme quàntic: fent periodisme a Internet: l'experiència dels primers deu anys de VilaWeb*, (Palma: Edicions UIB, 2007).

<sup>153</sup>Rosa Franquet i Calvet: *Assalt a la xarxa: la batalla decisiva dels mitjans de comunicació online en català*, (Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2006).

<sup>154</sup>Alfredo Marhuenda i Alfredo Fluixà: *Agafa la lupa!: el sud als diaris*, (Barcelona: Justícia i Pau, 2006), Cristianisme i Justícia; 139 i Josep Huguet: *Cornuts i pagar el beure: el discurs anticatalà a la premsa espanyola* Josep Huguet; antologia a cura de Rosa M. Cassà; pròleg de Salvador Cardús, 2a ed. (Barcelona: Columna, 2000).



***Ars Epistolica. Communication in Sixteenth Century  
Western Europe: Epistolaries, Letter-Writing Manuals  
and Model Letter Books 1501-1600***

Erdmann, Axel, Alberto Govi y Fabrizio Govi

Lucerna, Gilhofer & Ranschburg GmbH/Libreria

Alberto Govi di Fabrizio Govi S.a.s, 2014.

771 págs.

Reseña por Carmen Espejo Cala

## **ARTE Y OFICIO DE LA ESCRITURA EPISTOLAR EN EL RENACIMIENTO**

*Ars Epistolica* tiene el aura de los proyectos de otros tiempos, mejores o no que los presentes. Se trata de un volumen en formato folio de casi ochocientas páginas, forrado en tela negra y con hermosa cubierta de cartón duro. Sin duda su misma manufactura y su aspecto rinden homenaje al mundo excelso de la academia renacentista en el que centra sus intereses.

Cabe preguntarse si un volumen así tiene sentido en el entorno editorial de nuestros días. Su contenido – un repertorio de publicaciones en torno al arte de escribir cartas en el siglo XVI – lo hace preferentemente útil para expertos universitarios, también para bibliófilos. Pero la universidad del siglo XXI propugna un modelo de comunicación científica basado en el *open access* y en la agilidad y capacidad de interacción de las herramientas digitales. Este ingente trabajo de recuperación de fuentes quizás hubiera merecido la posibilidad de obtener mayor repercusión a través de una biblioteca digital donde pudieran además adjuntarse las copias digitalizadas de las obras. Nos tememos que su formato lujoso implicará un precio elevado de venta al público, lo que puede impedir la adquisición por parte de muchas bibliotecas universitarias, que por otra parte no pasan por buenos momentos en términos de financiación. Sin duda, en la elección del formato de publicación ha pesado el hecho de que los autores de la investigación son tres bibliófilos de reconocimiento internacional, radicados en Lucerna y Módena.

Estas observaciones no desmerecen en absoluto el valor del estudio aquí realizado. Como ya se ha dicho, *Ars Epistolica* es un repertorio o conjunto de repertorios sobre el arte de la escritura epistolar en el Renacimiento. Más concretamente, la obra se divide en dos partes; la primera - “The catalogue” - contiene diferentes repertorios, y la segunda - “Bibliographical sources” - recoge fuentes bibliográficas diversas.

Los catálogos contenidos en la primera parte son tres: colecciones o antologías de cartas, manuales para escribir cartas o *secretarios*, y libros con modelos de cartas, todo ello publicado a lo largo del siglo XVI. Cada una de las entradas cuenta con una reproducción de la portada, datos de impresión y relación detallada de todas las cartas contenidas, además de una nota biográfica y bibliográfica redactada por los compiladores del proyecto. Puede calibrarse la importancia del proyecto si se apunta que el primer catálogo, que se extiende por más de quinientas páginas, recoge unas 30.000 cartas, la mayor parte de ellas publicadas en Italia pero también en los Países Bajos, Inglaterra, Alemania, Suiza y Francia. Las compilaciones de secretarios y modelos para escribir cartas no tienen esta cualidad exhaustiva, y sólo recogen una muestra representativa de su género.

Esta información será recibida sin duda con enorme interés por parte de los expertos en Historia de la Escritura, entre quienes el estudio de las prácticas epistolares viene siendo preferente desde varias décadas atrás<sup>1</sup>. Para el estudioso de la imprenta o de la historia de la comunicación, más interés que el repertorio en sí mismo pueden llegar a tener los índices que siguen al mismo: listado cronológico de publicaciones, listado de impresores por países y, fundamentalmente, listado de autores, editores, emisores,

---

<sup>1</sup> Véase por ejemplo Quondam, Amedeo (1981): *Le carte messaggere. Retorica e modelli di comunicazione epistolare per un indice dei libri di lettere del Cinquecento*; Chartier, Roger (1993): “Los secretarios. Modelos y prácticas epistolares”, en Roger Chartier, *Libros, lecturas y lectores en la Edad moderna*, Madrid, Alianza Editorial, pp. 284-314.

receptores, lugares y nombres propios mencionados en las cartas. Se trata, esta vez sí, de una descomunal tarea de documentación que hará que la obra sea de consulta obligada para los estudiosos de cualquier campo de la historia cultural. Gracias a esta labor encomiable nos enteramos, por ejemplo, de la existencia de un tal Ambrogio Eusebi, secretario por un tiempo de Pietro Aretino, al que escribe una carta fechada en Sevilla en 1541 antes de embarcar hacia Paraguay, en la que le pone al día de las sorprendentes andanzas de Cabeza de Vaca en tierras americanas.

La parte segunda de la obra, que lista los recursos bibliográficos fundamentales para estudiar la materia, se divide en cuatro epígrafes: títulos de colecciones de cartas publicados durante la centuria; manuales de escritura epistolar; bibliografía secundaria (es de agradecer aquí la atención de los autores a las publicaciones españolas); e índice de materias (autores y lugares) en esta bibliografía secundaria. Teniendo en cuenta que estos dos últimos epígrafes enumeran casi 800 publicaciones en varias lenguas, su utilidad para los investigadores del área es evidente.

En definitiva, un estudio valioso en una publicación que, a pesar de su bella factura, quizás impida que los resultados trasciendan a la comunidad de investigadores tal como merecen. En el Prefacio de la obra, escrito por Judith Rice Henderson (College of Arts & Science, University of Saskatoon), se recuerdan las palabras del maestro de la Historia Cultural, Peter Burke, quien afirmaba que uno de los rasgos de la Academia occidental es su anacronismo esencial: todos los autores, temas y obras, desde los antiguos grecoromanos a los medievales, renacentistas y hasta llegar a los más cercanos en el tiempo, resultan en el mismo grado contemporáneos si pueden ayudar a responder a las preguntas científicas que nos hacemos en el presente. En este sentido, esta obra de sabor vetusto expone la vitalidad de las redes de comunicación de los estudiosos en un momento en el que la tecnología básica – la correspondencia epistolar – presagiaba ya el frenesí de intercambios de *emails* de nuestros días entre los académicos de todo el mundo, más allá de fronteras políticas, lingüísticas o de cualquier otro tipo.

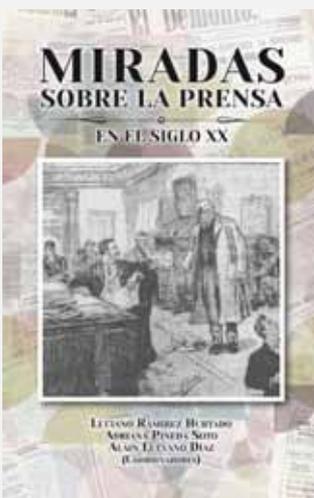


***Miradas y acercamientos a la prensa decimonónica.***

Adriana Pineda y Fausta Gantús, coordinadoras.

Editorial, Ciudad, Año

Universidad michoacana de San Nicolás de Hidalgo/Red de Historiadores de la prensa y el periodismo en Iberoamérica. México, 2013, 440 pp.



***Miradas sobre la prensa en el siglo XX***

Luciano Ramírez, Adriana Pineda y Alain Luévano, coordinadores.

Universidad Autónoma de Aguascalientes/Red de historiadores de la prensa y el periodismo en Iberoamérica. México, 2014, 355 pp.

Reseña por Antonio Checa Godoy

## Miradas críticas sobre la prensa mexicana

La historiografía reciente sobre la prensa en México es sin duda caudalosa, y desde luego la más abundante en lengua española, de forma que cada año ven la luz no menos de una docena de obras de relieve, tanto acercamientos con la propia República como ámbito, como los referidos a determinados estados o ciudades o bien personajes o géneros. En paralelo a esa grata abundancia de estudios se constata una progresiva y pausable renovación metodológica, que dota de más profundidad y originalidad a los trabajos. Los dos volúmenes aportados recientemente por la Red de Historiadores de la Prensa y el Periodismo en Iberoamérica son una buena muestra de todo ello, proceden del VIII Encuentro de la misma, celebrado en Aguascalientes en el otoño de 2012, son una selección de las comunicaciones presentadas al mismo y se orientan a la prensa del XIX uno y a la del XX el otro, en ambos casos incluyen también algunos trabajos referidos a otros estados, en el primero con diversos textos sobre Argentina, en el segundo sobre todo con trabajos sobre Colombia.

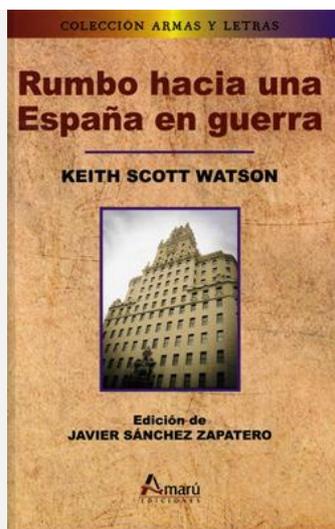
La veintena de trabajos seleccionados en el volumen sobre el XIX ofrecen nuevas perspectivas de algunas etapas y publicaciones, como dos buenas aportaciones sobre la revista *Azul*, pero en especial –quizá sea su mayor mérito– amplían nuestro conocimiento sobre muchos aspectos tradicionalmente poco valorados de la prensa –no solo mexicana, precisaríamos–, aspectos que hace pocos años eran incluso sencillamente desechados, como los trabajos sobre el alcoholismo visto por la prensa de San Luis Potosí, o sobre vagos y maleantes en la de Aguascalientes, aquel en un artículo de Gerardo Vela, éste de Ana L. Ruiz, o, en otro ámbito, la revisión –y catalogación– del papel de la caudalosa prensa oficial mexicana decimonónica, más de 140 títulos, que realiza Adriana Pineda o el análisis de la lectura pública y el voceo de periódicos en los inicios del México independiente, a cargo de Alejandra Sánchez.

Con ellos, la más frecuente, pero igualmente relevante contribución a los contenidos sobre economía y prensa, con artículos sobre los intereses y las ideas económicas que subyacen en el periodismo mexicano, así las empresas colonizadoras en el porfiriato, de Grisell Ortega, o el ferrocarril en la prensa de Aguascalientes, de Aurora Terán, o incluso, en otro plano, la ponencia sobre las controversias periodísticas en torno a los bienes del clero, objeto de un trabajo de Íñigo Fernández.

El volumen referido al siglo XX, de mejor diseño, ofrece una docena de estimables trabajos, con la misma línea de acercarse y profundizar en aspectos usualmente poco abordados, así el trabajo sobre prensa, vitivinicultura y poder en Aguascalientes, de Luciano Ramírez o la difusión de la higiene en la prensa, cuestión abordada por María del Carmen Zavala. Pero sobre todo lo que vemos aquí es el análisis de las relaciones de la prensa con la clase política en el México reciente. Papel de la prensa en la nominación de candidatos en Chiapas, en texto de Fernando Rey, o la presión de los gobernantes –«Gobernar contra la prensa», se titula uno de los trabajos, el de Carlos

Reyes. Se ofrecen asimismo contribuciones más clásicas, pero notables, como el análisis de la *Revista mexicana de cultura* -vista como «diálogo sobre el exilio español y México»-, del que es autora Iliana Romero. Al mismo tiempo aparece como preocupación notable la visualidad de la prensa, en trabajos como el referido a los cartones o tiras de humor del periódico comunista *El Machete* o a las imágenes periodísticas del movimiento estudiantil de 1968, en comunicaciones de Fabio da Silva y Rosa María González, respectivamente. Esta inquietud por la imagen está también presente en el otro volumen a través de una reflexión de Fausta Gantús sobre la caricatura periodística y el poder político.

En conjunto, estos dos volúmenes complementarios ofrecen una serie de contribuciones, heterogéneas desde luego, pero en conjunto muy apreciables y en algunos casos muy renovadores, que ensanchan, pero sobre todo profundizan –el recurso a archivos documentales y fuentes directas o estadísticas, por ejemplo, es creciente- en el conocimiento de la evolución de la nutrida prensa en México. Tan abundante que México ciudad viene siendo desde inicios del siglo la urbe del mundo con más diarios, cuarenta.



***Rumbo hacia una España en guerra.***

Keith Scott Watson

Amarú ediciones, Salamanca, 2014.

309 páginas

Reseña por Luis Arias González

## **SCOTT WATSON EN LA GUERRA CIVIL ESPAÑOLA, CRÓNICAS DEL DESPROPÓSITO**

Un grupo de profesores de la Universidad de Salamanca, integrado por Antonio Rodríguez Celada, Manuel González de la Aleja Barberán y Daniel Pastor García, junto con el apoyo de la editorial Amarú, han logrado poner en marcha un proyecto fundamental en la órbita de los estudios sobre nuestra última Guerra Civil y el impacto que causó en el ámbito anglosajón durante aquellos años tan decisivos como convulsos. El proyecto se presenta como “Colección Armas y Letras”, bajo el amparo del lema del conocido debate cervantino y rindiendo, supongo, un homenaje al esclarecedor libro *Las armas y las letras* que escribiera Trapiello en la década de los

90 y con el que comparte, en muchos sentidos, temática y finalidad. Gracias a esta iniciativa, se han puesto a disposición del público en general y de los estudiosos de la participación británica en la contienda del 36, en particular, cinco obras de referencia<sup>1</sup>, en unas publicaciones cuidadosamente traducidas y con sus correspondientes aparatos críticos; a todas estas fuentes documentales, hasta ahora inéditas en español, se une en el mismo sello un ensayo que, en cierto modo, contextualiza el fenómeno y que va camino de convertirse en referencia fundamental del mismo: *La prensa británica y la Guerra Civil Española* (Salamanca: Amarú ediciones, 2013), uniéndose así a los estudios previos que sobre este aspecto han llevado a cabo Juan Avilés Farré, Tom Buchanan, Enrique Moradiellos, Hugo García, Paul Preston y César Moreno Cantano, entre otros. Las crónicas que, de momento, componen esta colección, tienen en común la nacionalidad británica de sus autores, todos ellos con unas personalidades muy marcadas, a veces rayando en la excentricidad; también, su compromiso –de muy variable intensidad y eficacia- como combatientes prorrepúblicanos y el compartir unas incipientes carreras como escritores y periodistas, muchas de las cuales se consolidarán, precisamente, en nuestro país. Al margen de esto, cada una de ellos ejemplifica las muy diferentes posiciones políticas de partida que contemplaban desde la ortodoxia comunista más férrea, hasta un difuso liberalismo antifascista y el peso de sus variados orígenes sociales: Romilly y T.C. Worsley provenían de rancias familias nobiliarias y altoeclesiásticas, el muy radical Claud Cockburn tenía un padre que fue cónsul general en China, mientras que Sommerfield comenzó laboralmente vendiendo periódicos por la calle, con apenas dieciséis años.

*Rumbo hacia una España en Guerra* –traducción tan libre como acertada de *Single to Spain*- apareció en los escaparates de las librerías del Reino Unido y de los Estados Unidos en 1937, con una fría acogida por parte de un público lector entonces muy volcado en este tipo de testimonios sobre la impactante contienda española y en medio del absoluto desprecio de la crítica y de los posibles afines ideológicos que lo despreciaron, al igual que hicieron con quien lo firmaba al que considerarían siempre como un cínico vividor de dudosa credibilidad personal. Los simpatizantes republicanos y los lectores de la *Left Review* asimilaban muy difícilmente la crudeza de lo que aquí se exponía: los virulentos enfrentamientos entre los voluntarios que llegaron hasta recusar a Nat Cohen como mando, que existiera una sicosis agobiante de espionaje interno y que afloraran sin límites las viejas disputas interlocales y el intento de control absoluto por parte del comunismo stalinista. Sin embargo, esta obra y, por ende, su autor, han ido ganando progresivamente en valoración con el paso del tiempo, en

---

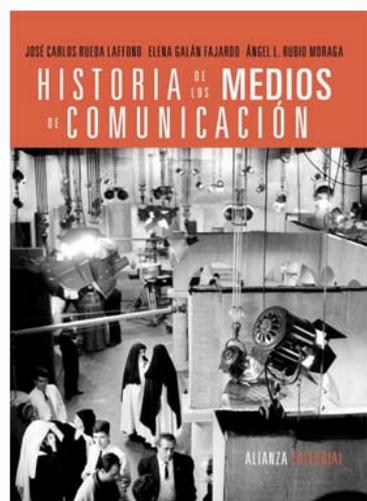
<sup>1</sup> ROMILLY, Esmond [RODRÍGUEZ CELADA, Antonio, ed.]: *Boadilla*. Salamanca: Amarú ediciones, 2011; SOMMERFIELD, John [PASTOR GARCÍA, Daniel, ed.]: *Voluntario en España*. Salamanca: Amarú ediciones, 2012; WORSLEY, T.C. [GONZÁLEZ DE LA ALEJA BARBERÁN, Manuel, ed.]: *Los ecos de la batalla*. . Salamanca: Amarú ediciones, 2012; COCKBURN, Claud –“Frank Pitcairn”, seudónimo-: *Corresponsal en España*. . Salamanca: Amarú ediciones, 2012 y SCOTT WATSON, Keith [SÁNCHEZ ZAPATERO, Javier, ed.]: *Rumbo hacia una España en guerra*. Salamanca: Amarú ediciones, 2014.

parte por su personalísima originalidad y en parte, también, por su carácter desmitificador. Frente a tantos y tantos aburridos textos propagandísticos cortados por el mismo patrón hagiográfico y hinchados de fanfarrias épicas y elogios sin medida hacia partidos y dirigentes, *Single to Spain* ofrece una visión totalmente diferente, rompedora y crítica en la línea incisiva de otros autores incómodos como lo fueron George Orwell y, sobre todo, el Laurie Lee de *A Moment of War*, con quien comparte algo más que una salutífera ausencia de prejuicios y el no tomarse muy en serio a ellos mismos. Formalmente, se trataría de una más de las numerosas crónicas autobiográficas sobre la experiencia de un voluntario extranjero en defensa de la República; en este caso, una muy corta, pero intensa y variada, experiencia que se produjo de septiembre a diciembre de 1936. Aunque no acabó aquí su periplo porque Scott volvería al año siguiente, ahora como periodista de *The Star*, encontrándose en el bando nacional durante el bombardeo de Guernica lo que le convirtió en uno de los exclusivos doce reporteros que pudo informar de primera mano sobre el bombardeo de la villa, estando también presente en la caída de Cataluña en febrero del 39, llegando incluso a casarse con una española y, al parecer, permaneciendo en nuestro país hasta principios de los años 40, sin que sepamos mucho más porque buena parte de su azarosa y exagerada vida sigue siendo una absoluta incógnita. En los diecisiete capítulos de que consta el libro, presenta los tres hechos más decisivos en los que se vio envuelto tras su apresurada decisión de incorporarse a la contienda con un carnet de prensa como excusa: en primer lugar su estancia en la bullente Barcelona libertaria de 1936, encuadrado en la centuria “Tom Mann”, seguidamente su paso por las Brigadas Internacionales en el cuartel de Albacete y su penosa participación en la escaramuza del cerro de los Ángeles en las filas del “Batallón Thaelmann” de la XII Brigada Internacional, con el que también sirvió fugazmente en el frente de la Ciudad Universitaria. Un invencible y asumido pánico (“No, tenía miedo. Simplemente no podía soportar la vida en las trincheras”), le llevó a “pedir la baja” como soldado aunque se las arregló para continuar en el Madrid sitiado de los últimos meses del año, actuando como colaborador del famoso periodista del *Daily Express*, Sefton “Tom” Delmer. Este nuevo escenario bélico le sirve, en realidad, para dar rienda suelta, por fin, a su carácter bohemio y a su vertiente de pícaro simpático y don juan; sustituye aquí a su enamorada barcelonesa –la miliciana Rosita- por la enigmática “Elvira” -heterónimo bajo el que camufló a María Lurueña Torres del servicio de información republicano-. Nuestro autor se mueve a sus anchas por un Madrid y sus calles donde apenas hay comida pero el alcohol está omnipresente y la muerte cae del cielo en forma de bombas alemanas o italianas o se traslada en las pistolas automáticas de un comité. De este extraño mundo, sin normas ni garantías, repleto de aventuras cotidianas, saldrá finalmente perseguido por unas confusas acusaciones de espionaje; tras una rocambolesca huida consiguió abandonar la Península por la misma frontera catalana por la que entró y tras una corta estancia en la edénica capital republicana de Valencia tan ajena a los horrores de la Villa y Corte.

Quien acuda a esta obra buscando datos fidedignos, grandes aportaciones a la historia de las Brigadas Internacionales y explicaciones globales de tipo militar o político sobre el desarrollo de la Guerra en esta su primera fase, quedará defraudado. Keith Scott comete los mismos o parecidos errores que lastran a la mayoría de los testimonios apresuradamente dados a la imprenta por sus compañeros británicos en calidad de combatientes, de periodistas o de ambas cosas a la vez, como él mismo y otros. Las inexactitudes en los nombres, fechas y descripción de acontecimientos es algo genérico, como también lo son sus escasos conocimientos previos sobre nuestra cultura e idioma paliados a medias por el uso de los estereotipos y tópicos más manidos: las milicianas, los curas y las monjas, el flamenco, la corrida de toros... No falta tampoco la inclusión de hechos presentados como si él hubiera sido testigo directo de los mismos –batalla de Boadilla, acción de la Casa de Campo...- cuando en realidad se trata de versiones tergiversadas de segunda o tercera mano; a todo ello, se une una irrefrenable tendencia a la fabulación y un afán de protagonismo que le lleva, inverosímilmente, a situarse siempre en el centro de todos los momentos más destacados y a arrogarse un trato directo y preferencial con las personalidades más conocidas del bando republicano, ya fueran españolas –Largo Caballero, Álvarez del Vayo, Margarita Nelken, Arturo Barea, Miaja...- o ya pertenecieran al variopinto contingente extranjero –Marty, Lucacks, Nathan Cohen, Kleber...- . Pero asumidas estas premisas, hay que decir que el interés del testimonio sigue siendo enorme para los historiadores y para cualquier otro tipo de lector. Empezando porque utiliza un estilo literario que entremezcla con gran acierto el tremendismo con un humor feroz plagado de ironía satírica, en la mejor línea de E. Waugh o de P.G. Woodhouse; hay escenas verdaderamente hilarantes como cuando describe la versión proletaria de la ópera “Aída” que ve en el Liceo catalán; la narración de la compra de su equipamiento militar hecho en los almacenes SEPU nos recuerda los mejores monólogos de Gila, al igual que muchas otras escenas de su instrucción militar tanto en Barcelona como en Albacete en lo que “lo más difícil fue aprender a beber en bota”. Sus mayores -y mejores- dardos fueron lanzados a sus mismos compatriotas que no salen excesivamente bien parados ni en los retratos que efectúa de sus camaradas brigadistas, ni en el de los reporteros, ni en los del personal diplomático y los asilados acogidos en la embajada británica de Madrid, todo un microcosmos plagado de excentricidades y relaciones tirantes plenas de episodios chuscos. ¿Quiere esto decir que Scott es un un frívolo desalmado que se queda sólo en la superficie de la tragedia?, pues no, porque él usa del humor como fórmula para despertar conciencias en su propio país “más preocupado por un suspiro de la señora Simpson que por los bombardeos” y como un escudo para soportar toda la dolorosa carga del horror y la sinrazón que lleva aparejada la guerra y que no disimuló jamás. De hecho, las referencias que efectúa respecto a la vida cotidiana tanto en el frente como en la retaguardia resultan, con mucho su aportación más importante y podrían considerarse, sin exageraciones, toda una anticipación de lo que años después se

llamaría “el Nuevo Periodismo”, paralelizables en buena medida a lo que escribió por entonces Chaves Nogales. Para constatarlo, no hay más que leer lo correspondiente a su intervención en un pelotón de fusilamiento, el pueblo destrozado por los Regulares con el descubrimiento de la joven violada, las riñas en las colas de racionamiento madrileñas, los moros envenenados por comer los animales inoculados con virus del laboratorio de la Ciudad Universitaria, la decadencia del zoo del Retiro con las fieras semiabandonadas, el ambiente prostibulario albaceteño, el asalto a las embajadas de Alemania y Finlandia, la grotesca visita de los diputados británicos encabezados por Seymour Cocks que incluyó un tour por el Palacio Real con reparto de recuerdos incluido y las interminables veladas etílicas de la tribu periodística internacional envuelta en sus cominerías y rencillas personales en el bar “Miami” o en “Chicote”.

La corriente empatizadora que se establece enseguida entre el lector actual y Keith Scott Watson ha contagiado, como no podía ser menos, al editor de la obra, Javier Sánchez Zapatero, quien ha hecho un notable esfuerzo para reconstruir el complicado rompecabezas de su vida y, lo que es tanto o más importante, de su peculiar y compleja mentalidad. El resultado final es un texto introductorio de lo más completo por lo que tiene de marco ambiental en su conjunto y de referencia del mundo de la prensa británica destacada en España en esos instantes cruciales y cuya cantidad y calidad abrumba. Por cierto, qué buena hubiera sido la presencia de un índice onomástico que recogiera los dos centenares largos de nombres que se citan a lo largo de sus páginas y que ayudaría a los investigadores tanto como las acertadas notas que jalonan el original y la cronología que, al inicio de la introducción, recoge y matiza todas las fechas de los hechos narrados, completando así la indescriptible humanidad de alguien que, según Javier Sánchez, “no fue, de hecho, un ejemplo en casi nada, y su nombre jamás será recordado ni en los manuales de literatura, ni en las historias del periodismo ni en los tratados bélicos. Sin embargo, vivió con una intensidad que le llevó a amar, beber y disfrutar, y también a sufrir, temer y matar, como si cada segundo fuese a ser el último sobre la faz de la tierra. De ahí que su obra nos recuerde que en la guerra, como en la vida, los hombres, con todos sus claros y oscuros, siempre valen más que los mitos”.



***Historia de los medios de Comunicación***

José Carlos Rueda Laffond

Elena Galán Fajardo

Ángel L. Rubio Moragas

Alianza Editorial, Madrid, 2014

Nº páginas 247

Reseña por Concha Langa Nuño

## **UNA PANORÁMICA SOBRE LA HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

La obra escrita por estos profesores de la Complutense, José Carlos Rueda y Ángel Rubio, y de la Carlos III, Elena Galán, nos ofrece una panorámica de la Historia de los Medios de Comunicación. No se trata de una obra que intenta ofrecernos una nueva perspectiva de la Historia de la Comunicación, aportando nuevas teorías. Como explican los autores en la introducción del libro, su intención ha sido la de hacer un estudio general introductorio. Creemos que cumplen con su objetivo sobradamente.

Pensada para estudiantes de comunicación, entre sus aciertos está el ofrecer de cada etapa o de cada tema las opiniones de los principales especialistas (al final de cada capítulo hay una bibliografía específica que se completa con una general al final del libro). Desde luego otro de sus grandes aciertos es completar el libro con una página web. En ella se ofrece material complementario como material audiovisual, documentales o acceso a exposiciones online, y textos. Una serie de preguntas hacen al alumno pensar e ir construyendo ideas. La bibliografía al final de cada capítulo también se completa aquí al incluirse las portadas de las obras consideradas básicas sobre cada etapa o tema. Además, en la página web se ofrece una serie de direcciones de internet de utilidad relacionadas con la Historia de la Comunicación entre las que se encuentra la página de nuestra asociación. De este modo, si añadimos los cuadros e ilustraciones del texto, consiguen que su objetivo, ofrecer el relato del libro con un método explicativo, esté más que conseguido.

Como panorámica, la obra se divide en segmentos cronológicos y en temas, con un declarado énfasis en la historia contemporánea y en occidente por ser, según los autores, las coordenadas donde se emplazan los aspectos clave de dicha historia. Como indican Rueda, Galán y Rubio, han intentado unir dos miradas, la que se interesa por las dinámicas comunicativas específicas y la que las sitúa en coordenadas históricas generales. Lo que pretenden es organizar el tiempo histórico de la comunicación jerarquizando hechos e interrelacionando procesos y dinámicas.

Esto explica la estructura del libro. El primer capítulo versa sobre la Edad Moderna, incluyendo una interesante introducción sobre el significado de la Historia de la Comunicación según algunos historiadores y el papel de los medios como factores revolucionarios. El comienzo de la edad contemporánea está estudiado en los capítulos 2 y 3. El capítulo 2 se centra en las nuevas escalas de la comunicación, analizando cómo afectaron los nuevos medios a la sociedad del siglo XIX (con un apartado sobre las ciudades como nodos de comunicación). Así mismo estudia cómo la nueva tecnología permitió el desarrollo del ferrocarril, del telégrafo y de la telefonía que llevó al nacimiento de las agencias de noticias, de la publicidad y a la modernización del mercado editorial. El capítulo 3 por su parte, repasa la historia del periodismo en este, denominado por algunos, siglo de la prensa. Estudia la creación de los principales modelos de prensa en Europa y Estados Unidos, incluyendo un apartado sobre la prensa española y sobre la fotografía al final del capítulo.

El nacimiento y consolidación del cine ocupan el capítulo 4. Desde los primeros inventos en la prehistoria del séptimo arte, hasta la creación del sistema de estudios, y la llegada del sonoro, este capítulo es un magnífico ejemplo de la gran aportación que para el libro es la página web en la que se pueden ver imágenes de algunas de las obras fundamentales de esos años.

Los años entre el comienzo de la Primera Guerra Mundial y el final de la Segunda ocupan el capítulo 5 que lleva como título “Medios y espacio público: entre el esquema democrático y la aspiración totalitaria, 1914-1945”. Se estudia en él la influencia de la propaganda en estos años, en especial la creada desde los estados totalitarios. También se analiza el nacimiento de la radiofonía y el sistema democrático en el que sobresalieron las revistas ilustradas y los noticiarios cinematográficos. En este capítulo nos parece muy destacable el análisis de las teorías que se utilizaron en la Comunicación en aquellos años, como el conductismo, la aguja hipodérmica, o la teoría crítica de la Escuela de Frankfurt.

El nacimiento y afianzamiento de la televisión se estudian en el capítulo 6. Desde su nacimiento en 1935 hasta finales de los años sesenta, el capítulo presenta un análisis de los principales jalones de su evolución con especial atención a los años de esplendor del medio en los cincuenta. Este apartado también analiza la evolución del cine tras la Segunda Guerra Mundial, con atención al cine neorrealista italiano. El análisis del periodo se cierra con un estudio de la evolución de la prensa desde la Segunda Guerra Mundial a la década de los años sesenta, los años de comienzo de la Guerra Fría.

Para los autores el periodo entre 1968 y 1991 son años de transición. Así, es como titulan su séptimo capítulo. Transición porque son los años de desaparición de los regímenes socialistas, de las dictaduras del sur de Europa y de crisis del Estado del bienestar. Transición porque son años de concentración de los medios en grandes grupos multimedia en Europa y Estados Unidos. Transición por la desregularización de la radiofonía y del mercado musical que experimentó un gran crecimiento. Y transiciones televisivas con la regionalización de las televisiones y la aparición de canales privados. Son también estos los años en los que fructificaron múltiples estudios de Comunicación.

El libro termina con un capítulo dedicado a la revolución digital en el que se reflexiona sobre el hoy de los medios de Comunicación inmersos en la cultura de la posmodernidad. No sólo la revolución de internet se analiza en este capítulo de cierre, nuevas industrias culturales como el videojuego completan esta mirada en la que no se olvida la situación de la prensa en la actualidad. Una actualidad que se queda abierta en un epílogo necesariamente inconcluso con el que se clausura el libro en un momento en que se vive la tensión entre la globalización y el localismo.