

7

Revista internacional
de Historia
de la Comunicación

Volumen II. Año 2016
Revista semestral, editada en Sevilla
por la ASOCIACIÓN DE HISTORIADORES
DE LA COMUNICACIÓN (AHC)
ISSN 2255-5129
Revista indexada en Latindex

ÍNDICE RIHC 7

1.1.1. Dossier

Ainhoa Gilarranz Ibáñez: <i>El campo y la prensa especializada: el estudio de su desarrollo y consolidación a través de la contribución industrial</i>	1
José Enrique Lorite: <i>La Andalucía:</i> la visión de un diario republicano sobre la figura de Prim (1868-1871)	23
Nuria Rodríguez Martín: <i>“La invasión de los bárbaros del anuncio”.</i> <i>Una historia de la publicidad exterior en Madrid, 1900-1936</i>	42
Francisco Iván Méndez Lara: <i>La propaganda como arma de guerra en la revolución mexicana.</i> Las batallas del Bajío (1915).....	67
Patricia Calvo González: <i>Percepciones de la Sierra Maestra.</i> <i>La visión de la insurrección cubana (1957-1958) a través de los periodistas latinoamericanos</i>	92
Ana María Cervera: <i>El Almanaque de las provincias.</i> Crónica viva de una ciudad en transición (1970-1980).....	116

1.1.2. Reseñas

Carmen Espejo Cala: Cerrando el círculo de la Historia de la Lectura en España Antonio Castillo Gómez (2016): Leer y oír leer. Ensayos sobre la lectura en los Siglos de Oro	136
Daniel Moya López: Sensacionalismo y amarillismo, conceptos clásicos en la historia de la comunicación Celso Almuiña Fernández, Ricardo Martín de la Guardia y José-Vidal Pelaz López (2016): Sensacionalismo y amarillismo en la Historia de la Comunicación	139
Esperanza Saez: Periodismo y literatura en la guerra José Ramón González, Virginia Martín Jiménez, Susana Gil-Albarellos y Alejandro Alonso Nogueira (2016): Testimonios del desastre. Periodistas y escritores en los campos de batalla.....	142
Concha Langa Nuño: Tiempo de mentiras... y de propaganda Antonio César Moreno Cantano (2016): Tiempo de mentiras. El control de la prensa extranjera en España durante el primer franquismo (1936-1945)	145

EL CAMPO Y LA PRENSA ESPECIALIZADA: EL ESTUDIO DE SU DESARROLLO Y CONSOLIDACIÓN A TRAVÉS DE LA CONTRIBUCIÓN INDUSTRIAL

Ainhoa Gilarranz Ibáñez
Universidad Autónoma de Madrid
ainhoa.gilarranz@uam.es

Recibido: 18-9-2016

Aceptado: 20-11-2016

Resumen: *El objetivo de esta comunicación es el análisis la publicación especializada "El Campo" tanto a nivel social como económico. Por un lado, se trata de estudiar el contenido de esta cabecera, una de las primeras especializadas en el sport, en relación al desarrollo del ocio a finales del XIX. Por otro lado, con el deseo de ampliar el conocimiento sobre el ámbito empresarial y económico se analizan los archivos de la Contribución Industrial, tanto de El Campo como de otras publicaciones especializadas con el objetivo de comparar su evolución y consolidación en el mercado periodístico de finales del XIX.*

Palabras clave: *El Campo, Contribución Industrial, prensa especializada, siglo XIX*

Abstract: *The aim of this paper is study in a socially and economically level the newspaper El Campo. The first part is focus in the news of this publication into a space*

in which began the leisure between the population. In the second part, we analyse the documents of the Industrial Contribution to increase knowledge in the areas of diffusion, economics and business origin of nineteenth-century press. The objective is compare development and strengthening of El Campo in journal market of the last decades of nineteenth century.

Keywords: El Campo, Industrial Contribution, specialized press, nineteenth century.

1. El ocio y la prensa especializada en el divertimento

En 1786 el Supremo Consejo de Castilla deseaba reformar el reglamento vinculado a los espectáculos y antes de desarrollar la normativa mandó a la Real Academia de la Historia elaborar un informe sobre el origen y la evolución de los distintos juegos, exhibiciones y diversiones públicas de cada una de las provincias españolas. El estudio recayó en manos de Gaspar Melchor de Jovellanos que en 1790 entregó su *Memoria para el arreglo de la policía de los espectáculos y diversiones públicas y sobre su origen en España* a la Institución que se lo había encargado. Entre una de las conclusiones, el intelectual recalca:

...las clases pudientes, que viven de lo suyo, que huelgan todos los días o que al menos destinan alguna parte de ellos a la recreación y al ocio, difícilmente podrán pasar sin espectáculos, singularmente en grandes poblaciones. En las pequeñas, compuestas por la mayor parte de agricultores, podrá haber poca diferencia en las costumbres de sus clases. Cada una tiene sus cuidados y pensiones diarias. Los propietarios y colonos, granjeros y asalariados, todos trabajan de un modo o de otro, y si en los ricos son menos necesarias las tareas de fatiga, también el destino de mayor parte de tiempo al sueño, a la comida y al descanso, o cuando no a la caza, la conversación, el juego y la lectura llenan los espacios del día e igualan muy exactamente la condición de unos y otros... (JOVELLANOS, 1790: sin p.)

Jovellanos apreciaba en su memoria la diferencia que encontraba entre las actividades de ocio de unos grupos sociales y otros; divertimento había en todas las clases, pero en función del estamento social se derivaban a unas actuaciones o a otras. Esta separación fue ampliándose durante todo el siglo XVIII cuando la mercantilización del ocio se estableció entre la sociedad europea. Investigadores como John Harold Plumb o Robert W. Malcolmson¹ concluyen en sus estudios como desde 1700 hasta las

¹ Algunos ejemplos de estos estudios son: MALCOLMSON, R.W (1973): *Popular Recreations in English Society 1700-1850*, Nueva York, Cambridge University Press; PLUMB, J.H (2001): "La mercantilización del ocio en la Inglaterra del siglo XVIII", en *Historia Social*, nº41, 2001, pp.69-88.

primeras décadas del XIX se desarrolló la estructura comercial del divertimento. Unos estudios cuyo desarrollo tuvo su origen en otras corrientes historiográficas como la historia del deporte, la historia de costumbres o la importante línea de investigación sobre el folklore desarrollada en Reino Unido (URÍA GONZÁLEZ, 2001: 66). Estos trabajos sociológicos permiten al historiador observar las diferencias existentes entre varios grupos sociales, u observar la evolución de un mismo conjunto a lo largo de los siglos. Es el siglo XIX especialmente interesante, la época contemporánea fue el momento en el que las prácticas ociosas de la aristocracia fueron reconvertidas para la sociedad burguesa como un espacio de creación en el que agentes sociales fomentan o retraen dinámicas soales (URÍA GONZÁLEZ, 2001: 89). La Revolución Industrial aceleró la comercialización del ocio y convirtió este espacio de recreo en una categorización social muy significativa. El consumo de las actividades culturales como el teatro, los bailes y los toros, se vio reflejada en una mayor demanda de prensa especializada en esas áreas de divertimento. La población exigía más noticias de las que aparecían en la prensa general y así surgieron las cabeceras dedicadas a un área concreta de conocimiento: ciencias, literatura, arte, etc. En este camino hacia la especialización informativa fueron las noticias sobre deporte o tauromaquia las primeras que contaron con una sección concreta en las cabeceras de información general (SÁNCHEZ VIGIL, 2008: 190).

Para conocer en profundidad la vida e importancia de cada una de las publicaciones especializadas en el área del ocio, el investigador puede ayudarse de datos concretos que nos ofrecen los archivos especializados en comercio y economía mercantil. Una de las principales complejidades de la prensa decimonónica radica en la dificultad de realizar un seguimiento de sus cabeceras; los títulos aparecían y desaparecían continuamente, cambiaban de nombre o de dueño. Gracias a los datos que ofrecen documentos económicos como los registros de la Contribución Industrial, el investigador puede elaborar la línea de la vida de una publicación y realizar una comparativa con otras cabeceras de similares características.

La elaboración de este estudio parte de esas dificultades existentes al usar la prensa como fuente histórica ya mencionadas por Robert Marrass, quién consideraba las publicaciones como un objeto que debe estudiarse desde la perspectiva autónoma y compleja. Por una parte, internamente en función a su relación con otras publicaciones, pero también en vinculación con su público y el grupo social entre el que circulaba (MARRAST, 1975: 16-17). Este texto tiene el objetivo de abordar la empresa periodística especializada desde el contenido y el continente, es decir, desde aquello que se publica hasta cómo se publica. De esta manera, se puede realizar un análisis completo de una publicación periódica; no sólo se tiene en cuenta la información que hay dentro de sus páginas, sino que también se tiene presente el papel que cumple esa revista en el mundo de la comunicación. El objetivo de este trabajo en definitiva es analizar en profundidad la cabecera *El Campo: agricultura,*

jardinería y sport y compararla con otras cabeceras de similares características. Finalmente, con los datos obtenidos se podrá vislumbrar un fragmento del mapeado empresarial y económico generado alrededor de la prensa especializada decimonónica.

2 El Campo: la revista del sport decimonónico

El gran espacio dedicado al ocio apareció en la segunda mitad del XIX con la expansión de las revistas “ilustradas” aplicado a aquellas en las que la imagen tenía una importancia especial, tanto por su calidad como por la actualidad de las mismas (SÁNCHEZ VIGIL, 2008: 43). En estas revistas, la imagen era la protagonista y en muchas ocasiones al grabado se le otorgaba mayor importancia que a la información en texto; de ahí que normalmente, la ilustración más importante de cada número soliese ir colocada en las páginas centrales e incluso formasen coleccionables que recopilaban sus lectores. Aunque la revista ilustrada fuese de información general como en *La Ilustración Española y Americana*, habitualmente se destinaba un espacio al divertimento. Las veladas teatrales o las salidas a la ópera se relataban brevemente en las secciones como “Noticias sociales” o “Sociedad” mientras que su representación iconográfica ocupaba mayor espacio en la publicación.

El deporte se convirtió en uno de los protagonistas de las revistas ilustradas. Desde mediados del siglo XIX el interés por la información deportiva fue en aumento. Las primeras publicaciones dedicadas a esta área surgieron en Reino Unido y Francia; *Sportman* publicado en Londres a partir de 1852 se considera la primera revista dedicada al deporte. Dos años después, la capital francesa contaba con otra publicación de similares características, *Le Sport*, fundado por Eugene Chapaux en 1854 (SAINZ DE BARANDA ANDÚJAR, 2013: 8-9). Ambos países eran la referencia para España, y así en 1877 surgió *El Sport Español*. Desde mediados del siglo XIX, el interés de la aristocracia y la alta burguesía española sobre las actividades que englobaban este concepto proveniente de Inglaterra aumentaron considerablemente. Las altas esferas españolas venían observado desde el siglo XVIII como ingleses y franceses gastaban su tiempo libre con actividades físicas como carreras de caballos, tenis o regatas de las que se disfrutaba al aire libre ofreciendo la opción de relacionarse socialmente lejos del ambiente urbanita.

La publicación gaditana *El Sport Español* fue la primera en dedicarse al completo a la información deportiva, sin embargo entre las primeras cabeceras que se registraron con la palabra británica encontramos dos publicaciones madrileñas: la *Gaceta del Sport*

(1873) y *El Campo: agricultura, jardinería y sport*. De la primera no se han encontrado colecciones, sin embargo los ejemplares de la segunda componen parte del fondo periodístico de la Biblioteca Nacional.

A pesar de ser inscrita con el subtítulo de “agricultura, jardinería y sport”, lo cierto es que en su cabecera no apareció esa tercera especialidad textualmente sino mediante una ilustración. Su primer número se publicó en diciembre de 1876 quedando establecida entre la prensa de la época como la revista en la que se difundía todo lo relacionado con el deporte de las esferas privilegiadas:

EL CAMPO, revista quincenal de *Agricultura y jardinería*, según modestamente se llama; pero que abraza y trata de otras materias no menos importantes. Nada se echa de menos en sus columnas; ni estudios profundos y eruditos sobre faenas agrícolas, botánica é historia natural; ni novelas firmadas por D. Juan Valera y otros literatos eminentes (...) EL CAMPO es además el periódico oficial del *sport* español, pues da cuenta de las carreras que se celebran en las provincias; de los resultados de tiro de pichon [sic.] (...) Enviemos al Sr. Albareda, su fundador y propietario, y al conde de las Cinco Torres, su director, el sincero testimonio de nuestra aprobación y nuestro aplauso, deseándoles que su generosa tentativa sea coronada por éxito completo (*La Época*, 23-5-1878)



Registro y primera cabecera de *El Campo: agricultura, jardinería y sport* (01/12/1876).
Biblioteca Virtual de Prensa Histórica.

La publicación quedaba bajo la dirección del Conde de las Cinco Torres aunque la propiedad era de José Luis Albareda y Abelardo de Carlos, hasta noviembre de 1877 momento en el que sólo quedaba bajo la pertenencia del primero. Ambos propietarios eran populares figuras del mundo periodístico; el primero, periodista y fundador de *La Revista de España* de corte político-intelectual, llegó a convertirse en Ministro de Fomento (1881-1883) y de la Gobernación (1887-1888); por su parte, Abelardo de Carlos era el dueño de otras dos importantes cabeceras periodísticas: *La Ilustración Española y Americana* y *La Moda Elegante*.

El Campo, de periodicidad quincenal, gozó de quince años de vida, su primer ejemplar apareció en diciembre de 1876 y el último en diciembre de 1892.² De dimensiones tabloides, el número de sus páginas fue en aumento de 14 a 16 a medida que sus suscriptores crecían, o así lo expresaron desde su redacción (*El Campo*, 01-12-1877). Se componía de una cabecera ilustrada que daba constancia de los principales temas que abordaba la publicación y de un conjunto de secciones fijas –“Caballos”, “Noticias generales”, “Noticias de sociedad”, “Floricultura”- que se intercalaban con secciones temporales –“Caza”, “Pesca”, “Fisiología del Corral”- y otros espacios dedicados a las cartas de los lectores o anuncios publicitarios.

El *sport* destacaba dentro de *El Campo* por las amplias secciones que dedicaba a esta temática. Entre sus firmas se encontraban populares periodistas y novelistas como Juan Valera o Benito Pérez Galdós que en el primer número de la publicación esclarecía para los no entendidos el significado de la palabra inglesa:

Saliendo de nuestra rutinaria existencia urbana, llena de agitaciones estériles, hallamos una esfera de acción que se relaciona más con las costumbres que con la ciencia (...) esta esfera de acción, que no tiene en nuestro idioma voz peculiar que la caracterice, es lo que los ingleses llaman *sport*, un conjunto de nobles ejercicios y de ocupaciones entretenidas fuera de las ciudades... (PÉREZ GALDÓS, *El Campo*, 01-12-1876)

Si *La Ilustración española y americana* o *La ilustración artística* ofrecían espacios de riqueza y lujo en sus litografías dedicadas a las veladas en el Teatro Real, o en una tarde taurina; desde *El Campo* esos escenarios se trasladaron a las afueras de la ciudad, sin dejar de transmitir su carácter de exclusividad. Aunque la diversión se había trasladado al ámbito rural no desapareció su vínculo con el rol social. La clase no privilegiada podía también realizar estas actividades, pero desde la prensa la división era clara, creándose estereotipos sociales como el *sportman*.

² Pueden consultarse varios ejemplares de esta cabecera en la Biblioteca Nacional de España. (<http://datos.bne.es/edicion/bise0000037824.html>) y en la hemeroteca municipal de Madrid. (<http://catalogos.munimadrid.es/cgi-bin/hemeroteca/O7413/IDba44e3d5?ACC=161>); los ejemplares comprendidos entre diciembre de 1876 y noviembre de 1881 se encuentran digitalizados en la Biblioteca Virtual de Prensa Histórica. (<http://prensahistorica.mcu.es/es/consulta/registro.cmd?id=3025>).

Las *publics houses* se ven llenas; una multitud de estos tipos que se encuentran en Inglaterra en todas las carreras, que asisten a todas las reuniones sin tener con que comprarse una camisa, llenan la sala común, bebiendo cerveza, discutiendo ruidosamente sobre las reuniones pasadas y dando sus opiniones sobre las próximas. En los sitios de reunión de un orden más elevado, los *clubman* y los miembros del *Tattestall*, con guantes y flores en el ojal de la levita, preparan sus baterías para las carreras de la semana, y se ven lores con fortunas de príncipes (...) el sport es para ellos un negocio grave y no una distracción, van al sitio de las carreras como si fueran a la Bolsa (*El Campo*, 16-11-1877).

Si por un lado se creaban figuras sociales, por otra parte, se modificaron estereotipos ya existentes. En el caso de las mujeres, el interés por potenciar un aumento de lectoras se mantuvo a lo largo de toda la publicación manteniéndose dentro de la tendencia del momento de revistas destinadas a la mujer burguesa (CAZOTTES y RUBIO CREMADES, 2012: s.p.). Artículos y grabados dedicados a damas aristocráticas, como la duquesa de Huéscar, se entremezclaban con textos dedicados al género femenino –novela seriada “Mujeres del gran mundo” publicada en varios números de 1880, “La influencia de la mujer” (*El Campo*, 01-09-1881)-. De este modo, la imagen de la mujer se alejaba de la sociedad urbana para adentrarse a la vida rural y la hacía partícipe de sus actividades. La introducción de género femenino en este ámbito no produjo un cambio en el rol familiar, el “ángel del hogar” fue readaptado al modelo que la prensa femenina de la época difundía. Si la mujer de ciudad leía, cosía e iba a la ópera y al teatro, la dama de *El Campo* cabalgaba, jugaba al tenis y ofrecía su mayor atractivo al realizar actividades físicas al aire libre.

La hermosura de la mujer se presenta a la vista del hombre bajo múltiples formas e innumerables aspectos; su belleza no está sujeta a principios fijos, ni puede juzgarse por preconcebidas reglas; pero si el criterio de la razón hubiera de señalar la hora del triunfo de sus atractivos nosotros, al menos, no titubeamos en firmar que cuando más ostenta su hermosura es a caballo (...) la mirada seductora de la edad perfecta de la vida, y los acentos incisivos de todos los discretos sociales resultan pálidos ante la animación del rostro, ante el brillo de los ojos y el grito de entusiasmo que levantan el ánimo de la mujer en un día de caza a caballo... (*El Campo*, 16-01-1877)

En conjunto, la información que ofrecía en cada uno de sus números tenía como destino informar a las altas esferas sociales de los nuevos ocios que podían practicar. Ello se percibía en dos factores dentro de la revista: el primero, el estilo de las informaciones y litografías; y el segundo, en los espacios referentes a la recepción de la revista como las cartas al director y los anunciantes. La élite se encontraba reflejada tanto en los textos como en las imágenes publicadas. En consecuencia, las actividades populares eran descritas con desprecio y categorizadas como vulgares. De este

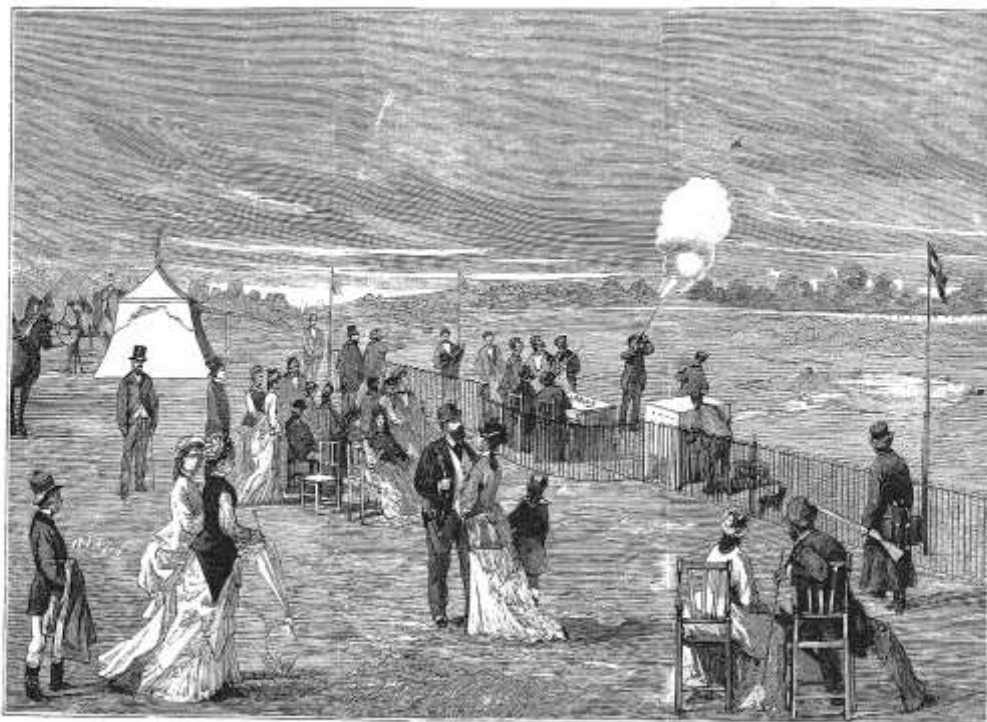
mensaje se hizo eco *El Campo* al vincular las maravillas del aire libre tanto al carácter civilizador como al propio de la élite social:

En España los placeres del campo y las excursiones venatorias han sido exclusivamente ocupación predilecta de los grandes señores y poseedores de cotos, fincas, granjas y casas de recreo; la clase media ha mostrado siempre poca afición á apartarse del laberinto de las ciudades, y el pueblo, ávido de descanso, incapaz de comprender que éste consiste principalmente en la variación de la actividad, ha buscado un solaz pasajero en las soeces merendonas y borracheras de los domingos, tan deplorables para el alma como para el cuerpo... (PÉREZ GALDÓS, *El Campo*, 01-12-1876)

Además de ser la primera publicación que dedica una mención especial al *sport*, sin duda fueron sus grabados uno de sus elementos más llamativos. Desde su primer número utilizó la imagen como medio de difusión de un ideal social. Las litografías que publicaban reflejaban un mundo idílico en el que la actividad al aire libre se transmitía como un acto de nobleza y tradición. El espacio rural era reconstruido como si del paraíso se tratase con grabados de animales mansos, bellos parajes e ilustres castillos. Uno de cada dos ejemplares presentaba una litografía protagonizada por paisajes que ilustraban fincas, palacios o castillos propiedades de la aristocracia española y en ocasiones extranjera.



LA SEÑORA DUQUESA DE BUZOGÁN.



TIRO DE PICHÓN DE MADRID.

Dos litografías publicadas en *El Campo: agricultura, jardinería y sport*. Superior: “La señora duquesa de Huéscar” (16/01/1879); Inferior: “Tiro de Pichón en Madrid” (01/01/1878).

Biblioteca Virtual de Prensa Histórica.

Este público tan selecto potenciaba que el mantenimiento de la cabecera se basara en las suscripciones y en un aumento del espacio dedicado a la publicidad. El mantenimiento por suscripción se entreveía en el carácter coleccionable de varias de sus secciones. En cuanto a la publicidad, si en sus primeros ejemplares el espacio dedicado a ello era apenas media página, desde finales de 1880 la sección “Anuncios” protagonizaba las dos últimas páginas de la cabecera.

3 Los datos de la Contribución Industrial y otras fuentes para el estudio de la empresa periodística

Fue el trabajo de Jean-François Botrel el primero en llamar la atención sobre la importancia de los archivos de la Contribución Industrial para estudiar la historia de la prensa. En resumidas cuentas, el registro de la Contribución Industrial es un impreso «repartido entre los distintos sectores del comercio y de la industria, divididos en diversas tarifas, y dentro de cada tarifa, en varias clases» (BOTREL, 1975: 25). Entre

esas categorías hay un espacio dedicado a los editores de periódicos, y en su interior, un apartado subdividía las publicaciones en función de su género y periodicidad bajo la distinción: periódicos políticos diarios, semanales, bisemanales, periódicos científicos y periódicos de anuncios. La categorización de cada cabecera periodística era muy enriquecedora al aportar no sólo el nombre de la publicación y el de su director sino además información sobre los impresores, su nombre e incluso su domicilio.

El Gobernador Civil de cada provincia era quien realizaba la clasificación de las cabeceras dentro del registro, y atendiendo a la categoría en la que quedase registrado cada periódico así el coste de la cuota era mayor o menor. «Este impuesto venía a ser un arma contra la prensa de escasos recursos económicos, incapaz de efectuar tales desembolsos (...) Si por parte del Gobierno se quería acabar con algún periódico, que pudiera molestar ideológica y políticamente, no había más que exigirle el pago de dicho impuesto» (AGUADO, 1995: 63); de ahí que muchas cabeceras de las que se conoce su existencia en determinados años, bien porque eran citadas por otras fuentes periodísticas o bien porque a día de hoy tenemos ejemplares que han sobrevivido, no aparezcan dentro del listado de la Contribución Industrial.

La cautela es necesaria para abordar el estudio de la Contribución Industrial ya que los libros de cuentas no siempre nos ayudan dentro de nuestra investigación; más bien confunden la información y generan ruido debido al alto número de datos que debemos manejar por cada año económico. El problema se incrementa al no tener la metodología suficientemente desarrollada dentro de la historiografía para poder abordar este tipo de documentación. Otra puntualización a tener presente es la clasificación de las publicaciones, en ocasiones demasiado simple y problemática. La prensa se categorizó en publicaciones políticas y no políticas, diferenciación realizada en las principales estadísticas oficiales de las instituciones estatales, dando paso a esa simplicidad anunciada anteriormente y a un problema de identidad, pues ni los coetáneos se consensuaban sobre la orientación de los medios más populares (TIMOTEO ALVAREZ, 1981: 60). Esto se tradujo en los libros de la Contribución Industrial en la división de las cabeceras en dos grandes áreas: política y científico-literaria; convirtiéndose esa segunda categoría en un cajón caótico en el que podía clasificarse todo tipo de publicaciones.

A partir de 1875, el estudio de la prensa contará con dos apoyos: los Libros de Adiciones y las Bajas de la matrícula Industrial elaborados por el Ministerio de Hacienda. Estos dos documentos, unidos al Registro de la Contribución Industrial, permiten al historiador observar de principio a fin la vida de una cabecera periodística y completar las lagunas que cada documento a nivel individual podría tener. La existencia de estos documentos viene dada por la normativa aprobada con la llegada de la Restauración según la cual todo nuevo periódico necesitaba obtener una licencia del Ministerio de la Gobernación, permiso que se obtenía si el jefe político provincial

realizaba un informe favorable sobre la publicación (PIZARROSO QUINTERO, 1994: 282).

Siempre podremos añadir más datos a los que se desligan del registro de la Contribución Industrial. Por ejemplo, puede mezclarse su información con la que ofrecen los Anuarios del Instituto Nacional de Estadística; publicación que refleja de manera cuantitativa diversas áreas que componen la sociedad. En sus inicios, los anuarios no realizaban un estudio continuado y por lo tanto hay años en los que no tenemos datos, sin embargo para el periodo que engloba este estudio pueden citarse los anuarios de 1860-1861, y 1866-1867.³ Ambas publicaciones contabilizan dentro de su apartado “Estadística intelectual” las cabeceras periodísticas existentes a nivel provincial y por categorías: de modas, satírico-literarias, de noticias y avisos, de varias materias útiles y agradables, etc. Su análisis genera un conocimiento sobre el recorrido de la prensa durante la década de los 60, justo antes de La Gloriosa que cambió la estructura periodística en España, e informan al historiador sobre la difusión de las publicaciones y su aglomeración en determinadas zonas geográficas y por áreas temáticas.

El papel de la publicidad es otro factor interesante en el estudio de la empresa periodística, un elemento que marca la evolución del sector hacia la profesionalización. Fue a partir de 1880 cuando los anuncios en prensa se consolidan como el factor para sostener a las cabeceras económicamente (HIGUERAS CASTAÑERA, 2014: 43). El desarrollo publicitario influyó en una cada vez mayor independencia del periodismo de aquellos organismos que tradicionalmente lo sostenían para evolucionar hacia un periodismo empresarial.

4 Estudio del caso: *El Campo* y sus vínculos con otras cabeceras especializadas

Ahora ha llegado el momento de llevar a la práctica el uso de esos archivos para el estudio de la cultura periodística en la España del XIX pero antes veo necesaria una aproximación al mundo periodístico en las fechas en las que *El Campo* publicaba sus ejemplares. Fue desde 1858 hasta la ley de prensa promulgada en 1883, cuando el desarrollo periodístico en España se mantuvo ligado a los momentos de mayor o menor represión legislativa. Tras la explosión periodística de La Gloriosa gracias a la libertad de prensa, el fin de la Primera República y el inicio de la Restauración significó un estancamiento en el mundo periodístico debido a la aprobación de los decretos de

³ Ambas publicaciones pueden consultarse en el fondo documental digitalizado por el Instituto Nacional de Estadística (<http://www.ine.es/inebaseweb/25687.do>).

diciembre de 1874 y enero de 1875 que limitaban el ejercicio de la prensa. Sin embargo, desde 1879 la eliminación de la licencia previa para poner en marcha una publicación y la posterior ley de prensa de 1883, cambió el panorama que se caracterizó por un lado en la facilidad de iniciar nuevos proyectos periodísticos, pero por otro, en la alta mortalidad de las cabeceras a causa de la fragilidad económica (BOTREL, 1993: 367).

El Campo quedó inscrito por vez primera dentro de los archivos de la Contribución Industrial en el *Libro de Adiciones* [sic.] que comprendía los años 1876-1877. Catalogado dentro “Periódicos científicos” compartía espacio con otra nueva publicación que llegaba a las calles: *El Globo*, fundado por Emilio Castelar en marzo de 1875 y considerado uno de los primeros en incorporar asiduamente grabados entre sus páginas. Es curiosa la categorización similar de ambas cabeceras cuando su carácter era totalmente distinto; si *El Campo* era una publicación que podía comprenderse dentro de la prensa especializada en el deporte y el ocio, el periódico dirigido por el expresidente de la primera república española se caracterizaba por su información política y de estilo partidista que alcanzó una gran difusión y popularidad no sólo entre los defensores del posibilismo de Castelar (SEOANE, 1983: 285-316). El desconocimiento sobre el estilo de información de cada nueva publicación registrada provocaba que muchas de ellas fueran catalogadas dentro de prensa científica, en donde entraba todo lo que no era prensa informativa; pero con la publicación de los números en las siguientes semanas podía darse la modificación categórica de las cabeceras y eso fue lo que le ocurrió a *El Globo*, que pasó de ser indexado dentro de la prensa científica ser catalogado dentro de la prensa política en los siguientes libros de la Contribución Industrial.

Dentro de estos libros se anotaba el nombre con el que se inscribía la nueva cabecera y el propietario de la misma, además de quedar fijado la cuota que debía pagar su dueño anualmente para que la cabecera pudiese publicarse. Estos datos son confusos pues cada cabecera tiene una cuota distinta a pesar de pertenecer a una misma categoría. Comparativamente, queda patente que los periódicos inventariados como “periódicos políticos diarios” tenían una cuota mayor que los incluidos en “periódicos políticos semanales” y “periódicos científicos”; sin embargo, incluso dentro de una misma categoría cada publicación pagaba una cuota desigual.

Para esclarecer los datos que ofrece la Contribución Industrial, equiparemos las publicaciones propiedad de Abelardo de Carlos que se encuentran todas inscritas en la categoría de “periódicos científicos”; además de haber sido seleccionadas por ser del mismo dueño, también se ha prestado atención a su tiempo de vida para poder

realizar un seguimiento de todas ellas de aproximadamente una década. El primer libro de la Contribución Industrial que agrupa estas cabeceras fue el de 1878-1879⁴:

Propietario	Cabecera	Domicilio	Cuota (pts.)	Nº Matrícula
Abelardo de Carlos	<i>La Moda Elegante</i>	Carretas 12	111,30	9214
Abelardo de Carlos	<i>La Ilustración Española y Americana</i>	Carretas 12	111,30	9237
Abelardo de Carlos	<i>El Campo</i>	Carretas 12	59,36	9264

Datos obtenidos del libro 9047 de registro de la Contribución Industrial, Fondo 1, Ministerio de Hacienda, AGA. Elaboración propia.

Pese a que las tres revistas se encontraban en mismo ámbito, pertenecían al mismo propietario y tenían la misma domiciliación, sus cuotas anuales eran desiguales ¿A qué se debía? Podríamos encontrar una explicación al comparar las características propias de cada cabecera: periodicidad, número de páginas, precio por ejemplar, etc. Así se podría comprender como *La Moda Elegante* y *La Ilustración Española y Americana* pagaban una cuota mayor por ser publicadas semanalmente, al contrario que *El Campo*, de periodicidad bisemanal. La periodicidad debía de ser la que establecía la cuota pues si nos centramos en el número de páginas o en el precio de la suscripción *La Ilustración Española y Americana* y *El Campo* tienen mayor similitud.

Cabecera	Periodicidad	Suscripción trimestral (pts)	Suscripción mensual (pts)	Nº páginas ejemplar
<i>La Moda Elegante</i>	Semanal	4,5	1,50	9
<i>La Ilustración Española y Americana</i>	Semanal	10	3,3	15-25
<i>El Campo</i>	Bisemanal	6	2	16

Relación de las publicaciones en función de su periodicidad, suscripción y número de páginas. Elaboración propia.

⁴ Los libros de Contribución Industrial forman parte del fondo 1 del Archivo General de la Administración (AGA) referentes al Ministerio de Hacienda. Se detallará al final del artículo los libros analizados en función del año al que corresponden.

Los datos rescatados de la Contribución dan acceso al investigador a la vida natural de una publicación y engloban los primeros pasos para descifrar la creación de una cultura de masas a través de su nivel empresarial. En el caso de *El Campo*, los datos de la Contribución Industrial ofrecen: su origen, su evolución a lo largo de la década de los 80, cómo se consolida dentro de la prensa especializada junto los otros títulos de Abelardo de Carlos, y finalmente su cierre en 1892 al quedar indicado en una anotación del libro de de Contribución Industrial de dicho año.

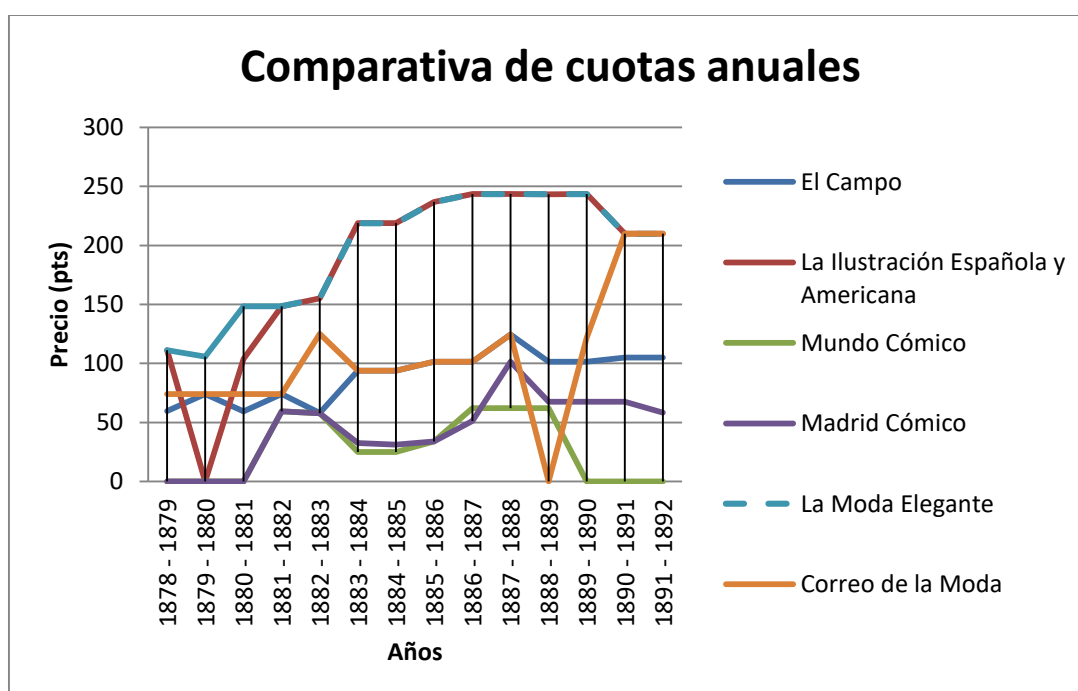
Estas tres cabeceras compartieron categoría y se mantuvieron dentro del pódium de la cuota más alta a pagar anualmente. Dentro de la prensa científica se encontraban revistas especializadas en otras áreas temáticas como literatura y humor. La prensa joco-seria también tiene un papel importante dentro de la Contribución Industrial, pues estos archivos permiten indagar en la aparición y desaparición de las publicaciones satíricas gracias a que dejan constancia de sus cambios de nombre o de propiedad para evitar la censura. Hay una evolución dentro de las revistas humorísticas desde su gran eclosión a partir de 1868 y durante la Restauración; en los inicios de La Gloriosa fueron muchas las publicaciones satíricas que aparecieron pero tan rápido como se creaban también se volatilizaban, sin embargo desde finales de la década de los 70 se complementan las cabeceras de humor político, con otras publicaciones cómicas de un «periodismo festivo, amable y sin acidez» (SEOANE, 1983: 311) representado en cabeceras como *Mundo cómico* o *Madrid cómico*, esta última dirigida por Sinesio Delgado causante de que en ninguno de los números se hiciese eco de temas políticos y de tendencia antimodernista.

Dentro de los trabajos historiográficos dedicados a la historia de la prensa, las publicaciones satíricas han captado la atención de varios historiadores y hay publicadas varias monografías dedicadas a esta clase de cabeceras⁵. Más complicado es encontrar artículos o investigaciones especializadas en la prensa de ocio del XIX; sin embargo, la comparativa entre unas u otras posibilita una reflexión sobre el mercado de los medios de comunicación a finales del XIX y el interés del público entre una y otra tipología de revista.

Se ha querido poner en marcha un pequeño experimento en base a esta equiparación de cabeceras satíricas, de ocio y de temática especializada como la moda. Por supuesto, sus resultados no deben ser tomados como referencia para generalizar

⁵ Entre los principales estudios sobre el género satírico pueden citarse: BORDERÍA, E. y MARTÍNEZ GALLETTO, F. (2010): *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica*, Tirant lo Blanch, Valencia.; DOMINGO, J. y MORENO, T. (1991): *150 años de prensa satírica española*, Madrid, Ayuntamiento de Madrid; LLERA RUIZ, J. A. (2003): “Una historia abreviada de la prensa satírica en España: desde ‘El Duende Crítico de Madrid’ hasta ‘Gedeón’”, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº.9, pp. 203-214; GARRIDO CONDE, M.T. (1999): *La prensa satírica en Sevilla durante el siglo XIX: estudio monográfico del periódico ‘El Tío Clarín’*, tesis doctoral dirigida por Ángel Benito Jaén, Universidad Complutense de Madrid; SANTAMARÍA LÓPEZ, J. M. (1996): “El humor en la prensa segoviana del siglo XIX”, en *Estudios segovianos*, nº.94, pp. 695-731.

sobre la historia de la prensa de finales de siglo, pero si pueden guiarnos hacia nuevas pistas que profundicen en la empresa periodística y su desarrollo a lo largo del XIX. Para ello, se ha buscado entre los títulos inscritos en los libros de la Contribución Industrial aquellas cabeceras que se hubiesen mantenido en activo durante los mismos años de *El Campo*, una característica complicada ya que durante el XIX rara era la cabecera que mantenía su publicación durante un periodo largo de tiempo. De entre las seleccionadas en esta primera fase se ha realizado una segunda distinción por área temática, y la muestra ha quedado reducida a: dos cabeceras dedicadas a la moda (*La Moda Elegante* y *El Correo de la Moda*), dos humorísticas (*Madrid Cómico* y *Mundo Cómico*), una política-cultural (*La Ilustración Española y Americana*) y finalmente *El Campo* como ejemplo de prensa de ocio.



Comparativa de la evolución de las cuotas anuales de varias publicaciones catalogadas como *prensa científica* entre los años 1878 a 1892. Datos obtenidos de los libros de la Contribución Industrial del 9047 al 9077, Fondo 1, Ministerio de Hacienda, AGA. Elaboración propia.

A raíz de la gráfica podemos destacar varios puntos; por un lado, que a pesar de encontrar cabeceras de una misma área temática su cuota es variable. Tanto el *Correo de la Moda* como *La Moda Elegante* eran publicaciones semanales, con una media de diez páginas por ejemplar, ambas incorporaban grabados e ilustraciones coleccionables como gancho para el público femenino; no obstante, a pesar de estas coincidencias, la cuota de *La Moda Elegante* fue siempre superior a la del *El Correo de la Moda*. Al contrario que en el caso de la moda, la prensa satírica mantuvo un mismo nivel de cuotas, es más, se observan los cambios en las cuotas se reflejan en ambas publicaciones, tanto si desciende como aumenta queda reflejado en ambas cabeceras. Para terminar, mientras que la mayoría de publicaciones analizadas sufren una serie de

altibajos dentro del precio de sus cuotas, tanto *La Ilustración Española y Americana*, como *La Moda Elegante* y *El Campo* sufrieron un incremento paulatino de su cuota desde principios de los 80 hasta la década de los 90, cuando el precio de la cuota descende en los dos primeros casos, y se mantiene prácticamente igual para la cabecera dedicada al sport.

El Campo se encontraba entre los cuatro “periódicos científicos” que más cuota debían pagar anualmente. Salvo esta cabecera todos eran de periodicidad semanal. ¿Qué ocurría? O bien los periódicos dirigidos por Abelardo de Carlos tenían una cuota mayor de la habitual en un periódico de sus características, o bien las publicaciones satíricas y *El Correo de la Moda*, todas ellas también de periodicidad semanal, tenían una cuota mucho menor ¿Qué ocurre si se incorpora un dato nuevo a esta ecuación? Al comparar la cuota a pagar en relación al precio que imponían cada publicación a sus lectores, queda establecido que aquellas publicaciones con mayor precio en su venta también eran las que tenían una cuota anual más alta. Si hablamos en términos trimestrales, desde mediados de los 70 y durante toda la década de 1880, *La Ilustración Española y Americana* cobraba a sus suscriptores 10 pesetas, *El Campo* 6 pesetas, *Mundo Cómico* y *Madrid Cómico* 3 y 2,5 respectivamente.⁶ Las cifras revelan cierto conocimiento por parte del gobierno sobre a qué publicación podía pedir más o menos cuota en función del precio de su venta; de este modo, aunque había publicaciones con una periodicidad similar, que a priori parecía ser la característica a partir de la cual se marcaba la cuota, finalmente el impuesto variaba en función de las ganancias que podía obtener las cabeceras periodísticas por el precio de su suscripción.

Estos datos sólo reflejan una pequeña porción de la tarta periodística; sería enriquecedor mezclar estas primeras observaciones con la información obtenida al analizar el resto de los sectores que quedaron reflejados en la Contribución Industrial. Como un pequeño ejemplo, durante el mismo periodo analizado en las anteriores cabeceras, dos publicaciones satíricas *Gil Blas* y *El Motín* fueron clasificadas en la contribución industrial como “periódicos políticos” y se les fijó una cuota anual de más de 200 pesetas, al nivel de *La Ilustración Española y Americana*, la gran diferencia reside en que mientras la publicación de Abelardo de Carlos cobraba 10 pesetas cada tres meses a sus suscriptores, el precio de *Gil Blas* y de *El Motín* era de 4 y 2,50 pesetas respectivamente; los ingresos de las cabeceras humorísticas eran mucho menores y de ahí que vuelva a ser destacable la figura del gobernador civil y su interés porque una publicación u otra pudiera seguir publicándose.

⁶ Las publicaciones de moda no publicaban el precio de su suscripción por lo que ha sido imposible analizar estas cabeceras en función del precio de su venta.

Cabecera	Periodicidad	Categoría	Cuota media	Precio
		Contribución Industrial	Contribución Industrial	suscripción 3 meses (pts)
			(pts)	
La Ilustración Española y Americana	Semanal	Prensa científica	213,5	10
Mundo Cómico	Semanal	Prensa científica	48,4	3
Madrid Cómico	Semanal	Prensa científica	54,4	2,5
El Motín	Semanal	Prensa política	146,9	2,5
Gil Blas	Bisemanal	Prensa política	225,9	4

Comparativa de datos entre cabeceras periodísticas seleccionadas. Años de 1881 a 1889. Los datos referentes a la Contribución industrial se han obtenido tras el análisis de los libros comprendidos en estas fechas, Fondo 1, Ministerio de Hacienda, AGA. Elaboración propia.

Esta investigación ha dado protagonismo a *El Campo* para equiparar su desarrollo con el de otros títulos que se encontraban dentro de su misma categoría. Si incluimos en el estudio a las publicaciones satíricas llamaría nuestra atención el gran número de publicaciones joco-serias inventariadas en el apartado político incrementando sus cuotas considerablemente en comparación a las cabeceras humorísticas catalogadas en “prensa científica”. Así, se vuelve a retomar la idea expresada por Guadalupe Aguado del interés por parte de los poderes políticos de incluir los títulos satíricos dentro del apartado político y obligarles a pagar una mayor cuota. Una de las funciones de esta figura gubernamental era el control fiscal sobre las publicaciones, «la contribución industrial –puesta en marcha en 1849- se convirtió en una fuerte sangría para la prensa, especialmente para aquella de carácter político»⁷; no sólo se trataba de censura, había otra clase de muros que podían influir en la publicación o no de una revista y así aparece reflejado en estos datos entremezclados, si una publicación era categorizada dentro de la prensa política en vez de en la científica su cuota anual aumentaba automáticamente y eso dificultaba su continuidad. Es interesante observar

⁷ María José RUIZ ACOSTA: “Poder político y prensa: la figura del gobernador civil en el sistema informativo de la España decimonónica”, *Revista de historia contemporánea*, 9 (1999 – 2000), pp. 25-36.

que el humor era visto como una herramienta en la difusión de ideas políticas y a pesar de no utilizar un lenguaje político como podía encontrarse en *La Correspondencia de España*, *El Imparcial* o *El liberal* las cabeceras joco-serias eran entendidas como prensa que difundía ideología política. Así, aunque presenten características similares a las incluidas en “prensa científica”: publicaciones semanales o bisemanales, ilustradas, con noticias culturales sobre teatro o literatura finalmente eran categorizadas dentro de la sección de publicación política.

5 Conclusiones

Las publicaciones periódicas forman parte de la formación de esa cultura de masas que inició su andadura a finales del XVIII y durante todo el XX. Para profundizar en su desarrollo se debe incidir en el estudio de los productos culturales propios de cada época, y sin dudarlo la prensa era y sigue siendo uno de los más relevantes. Para conseguir un estudio en profundidad de la cultura de masas y su vinculación con el mundo periodístico es necesario una revisión dentro de la propia historia de la prensa; dejar a un lado los trabajos dedicados a la categorización de las cabeceras, en los que principalmente se enumeran: los directores, el número de página, el número de ejemplares, etc. Adentrarnos en la formación de los periódicos: quién los fundaba, por qué, cuál es su sustento y su difusión utilizando más datos que los ya conocidos por los archivos del Timbre. Por ello, veo necesario introducir en el estudio de la prensa información proporcionada por los archivos de Comercio o de Hacienda.

Centrándonos en la evolución de *El Campo* en relación con las otras cabeceras analizadas, se observa cómo esta publicación mantuvo su estatus dentro de la prensa especializada con una suscripción fija para sus lectores; lo que a su vez repercutió en la cuota establecida en la Contribución Industrial. Lo mismo le ocurrió a la cabecera *La Ilustración Española y Americana*, de gran popularidad entre la burguesía española, podemos intuir que al igual que la publicación de Abelardo de Carlos mantuvo un grado de popularidad y repercusión en la prensa, en el caso de *El Campo* pudo suceder lo mismo; por desgracia, son pocas las investigaciones que se han centrado en el estudio de la prensa dedicada al *sport*.

No hay que olvidar que este tipo de investigaciones poseen una gran problemática: la carencia de estadísticas oficiales y la poca fiabilidad de las existentes. Esta ausencia de datos entorpece el estudio de la prensa en sus áreas de difusión y recepción (VIDAL PELAZ, 2000: 169); sin embargo, una recopilación de diversas fuentes puede permitir al historiador ver en profundidad grados empresariales y de difusión periodística que apenas han sido tratados. El trabajo es arduo pero no imposible y así lo han demostrado varios estudios como los realizados por Juan Luis Guereña, Jean-François

Botrel o Celso Almuiña⁸; concretamente el último autor utiliza mezcla la información de la Contribución Industrial, el Timbre y de las Libranzas especiales para la prensa con el objetivo de llenar lagunas sobre la difusión de las publicaciones periódicas en Valladolid.

Si se llegase a profundizar en la información sobre la difusión de la prensa, se podrá organizar el mapa periodístico en España durante la segunda mitad del XIX. Sobre la prensa política se conoce algo más, pero llegar a la misma precisión en otros ámbitos como la prensa satírica o la deportiva permitiría comprender esa cultura de masas que se genera paulatinamente durante el XIX, vinculada a cambios sociales y culturales. Una pequeña aproximación se ha intentado realizar en estas páginas aproximándonos a una cabecera poco conocida como *El Campo*; las cifras analizadas ofrecen las primeras pistas sobre el interés de la sociedad por la información deportiva vinculada al sport proveniente de Inglaterra, una actividad se irá asentando desde mediados del XIX hasta llegar a altos grados de popularidad entre la burguesía española al llegar a finales de siglo.⁹

⁸ ALMUIÑA FERNÁNDEZ, C. (1980): "Aproximación a la Evolución Cuantitativa de la Prensa Española entre 1868-1930", *Investigaciones históricas: Época moderna y contemporánea*, nº2, 1980, pp.295-343; GUEREÑA, J. L. (1982): "Las estadísticas oficiales de la prensa (1867-1927)", en BARRÈRE, B. (coord.): *Metodología de la historia de la prensa española trabajos presentados en el Seminario de Metodología de la Historia de la Prensa Española*, Madrid, Siglo XXI.

⁹ Para conocer más sobre la evolución deportiva de finales de siglo y su papel social: PUJADAS I MARTI, X. y SANTACANA TORRES, C (2012): "Prensa, deporte y cultura de masas. El papel del periodismo especializado en la expansión social del deporte en Cataluña hasta la guerra civil (1890-1936)", en *Historia y comunicación social*, nº17, 2012, pp.141-157.

Fuentes primarias

Debido al uso que se realiza dentro de este artículo de los datos procedentes de los libros de la Contribución Industrial y al no encontrarse estos con una numeración continúa considero necesario el siguiente cuadro. En sus columnas se especifica la numeración del libro en coorelación con el año al que pertenece. Todos estos libros registran los datos de la contribución industrial referentes a las cabeceras catalogadas como “periódicos políticos” y “periódicos científicos”.

Fondo 1. Sección Ministerio de Hacienda. Archivo General de la Administración	
Numeración	Años
9047	1877 – 1878
9048	1878 – 1879
9426	1879 – 1880
9427	1880 – 1881
9428	1881 – 1882
9049	1881 – 1882
9050	1882 – 1883
9052	1883 – 1884
9054	1884 – 1885
9057	1885 – 1886
9060	Adiciones de 1885 – 1886
9062	1886 – 1887
9063	Adiciones 1886 – 1887
9065	1887 – 1888
9066	Adiciones 1887 – 1888
9067	1888 – 1889
9070	1889 – 1890
9071	Adiciones 1889 – 1890
9073	1890 – 1891
9074	Adiciones 1890 – 1891
9075	1891 – 1892
9077	1891 – 1892

Referencias bibliográficas

- AGUADO, G. (1995): *Verificación de la difusión de prensa en España*, Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid.
- ALMUIÑA FERNANDEZ, C. (1977): *La prensa Vallisoletana durante el siglo XIX (1808-1894)*, Valladolid, Instituto Cultural Simancas.
- (1980): "Aproximación a la Evolución Cuantitativa de la Prensa Española entre 1868-1930", *Investigaciones históricas: Época moderna y contemporánea*, nº2, 1980, pp.295-343.
- ANÓNIMO: "Newmarket", en *El Campo: agricultura, jardinería y sport*, nº24, 16-11-1877, sin p.
- BOTREL, J. F. (1975): "Estadística de la prensa madrileña de 1858 a 1909 según el Registro de Contribución Industrial", en TUÑÓN DE LARA, M., ELORZA, A. y PÉREZ LEDESMA, M. (editores): *Prensa y sociedad en España (1820-1936)*, Madrid, Edicusa, pp. 25-46.
- (1993): *Libros, prensa y lectura en la España del siglo XIX*, Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez.
- CAZOTTES, G. y RUBIO CREMADES, E. (2012): "El auge de la prensa periódica", Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, 2012. Disponible en internet (16-12-2016): <http://www.cervantesvirtual.com/obra/el-auge-de-la-prensa-periodica/>
- GUEREÑA, J. L. (1982): "Las estadísticas oficiales de la prensa (1867-1927)", en BARRÈRE, B. (coord.): *Metodología de la historia de la prensa española trabajos presentados en el Seminario de Metodología de la Historia de la Prensa Española*, Madrid, Siglo XXI.
- HIGUERAS CASTAÑERA, E. (2014): "Prensa y partido en el republicanismo progresista: *El Porvenir (1882-1885)*", *Historia Contemporánea*, nº50, 2014, pp. 41-73.
- JOVELLANOS, G. M. (1790): *Memoria para el arreglo de la policía de los espectáculos y diversiones públicas y sobre su origen en España*, Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes. Disponible en internet (10-06-2016): <http://www.cervantesvirtual.com/obra/memoria-para-el-arreglo-de-la-policia-de-los-espectaculos-y-diversiones-publicas-y-sobre-su-origen-en-espana--0/>
- MARRAST, R. (1975): "La prensa española del siglo XX: algunos problemas de investigación", en TUÑÓN DE LARA, M., ELORZA, A. y PÉREZ LEDESMA, M. (editores): *Prensa y sociedad en España (1820-1936)*, Madrid, Edicusa, pp. 15-21.

- PIZARROSO QUINTERO, A. (1994): *Historia de la Prensa*, Madrid, Centro de Estudios Ramón Areces.
- SAINZ DE BARANDA ANDÚJAR, C. (2013): “Orígenes de la prensa diaria deportiva: *El Mundo deportivo*”, en *Materiales para la historia del deporte*, nº11, 2013, pp. 7-27.
- SÁNCHEZ VIGIL, J. (2008): *Revistas ilustradas en España. Del Romanticismo a la guerra civil*, Gijón, Trea.
- SEOANE, M. J. (1983): *Historia del periodismo en España. El siglo XIX*, Madrid, Alianza Editorial.
- TIMOTEO ALVAREZ, J. (1981): *Restauración y prensa de masas: los engranajes de un sistema (1875-1883)*, Pamplona, Ediciones Universidad de Navarra.
- URÍA GONZÁLEZ, J. (2001): “El nacimiento del ocio contemporáneo”, en *Historia social*, nº 41, pp.65-68.
- (2001): “Lugares para el ocio: Espacio público y espacios recreativos en la Restauración española”, en *Historia social*, nº41, pp.89-112.
- VIDAL PELAZ, J. (2000): “Registradores, recaudadores y notarios: Fuentes para la historia de la empresa periodística en España”, en *Investigaciones históricas: Época moderna y contemporánea*, nº20, pp. 169-182.

LA ANDALUCÍA: LA VISIÓN DE UN DIARIO REPUBLICANO SOBRE LA FIGURA DE PRIM (1868-1871)

José Enrique Lorite
Universidad de Sevilla
jeloriteluque@gmail.com

Recibido: 17-10-2016

Aceptado: 27-11-2016

Resumen: *El objetivo de este artículo es el de hacer una aproximación a la imagen que un diario republicano destacado dentro del ámbito periodístico sevillano realizó sobre la figura del general Prim, uno de los indiscutibles protagonistas de la etapa conocida como Sexenio Democrático. Se ha elegido La Andalucía porque se convierte durante la época analizada en el más combativo de los existentes, además de un claro defensor de la república, forma de gobierno contraria a la que defendería Prim.*

Palabras clave: *prensa, revolución, Prim, España, sexenio*

Abstract: *The article aim is to make an approach to image that a remarkable Republican newspaper in the journalistic field Sevillian made about the figure of General Prim, one of the undisputed stars of the stage know as Democratic six years. La Andalucía was chosen because it becomes during the period analyzed in the most combative of existing, as well as a clear defender of the republic, form of government contrary to the position defended by Prim.*

Keywords: *press, revolution, Prim, Spain, six years*

Introducción

El periodo denominado Sexenio Democrático, surgido tras el exilio de la familia real española a Francia, es un compendio de episodios que marcaron profundamente el devenir de España en los años siguientes, tanto que incluso su influencia se extendió más allá de la etapa en la que se enmarca este capítulo. Comenzado en septiembre de 1868, esta época se caracterizó por importantes cambios y por los continuos enfrentamientos entre los partidos políticos que se encontraban en activo por aquel entonces, sucediéndose por aquellos años una “exploración de distintas posibilidades de organización política” (Artola, 1975: 280). Pero también se produjeron graves choques entre varios bandos, como lo fue la tercera guerra carlista, que comenzó en 1872 y que se prolongaría hasta cuatro años más tarde. Además, los ecos de las voces independentistas de Cuba anunciaban una inestabilidad tal que vendría a empeorar la situación por la que atravesaba el país poco antes del comienzo del último tercio del siglo XIX. Las desavenencias fueron numerosas y su división en distintos apartados, los cuales podríamos dividir en cuatro secciones: la primera de ellas, la del Gobierno provisional, durando desde 1868 hasta 1871; la segunda, protagonizada por el reinado de Amadeo I, prologándose hasta principios de 1873; la tercera, con la República Federal, abarcando hasta enero de 1874, y la República unitaria o Dictadura de Serrano, finalizando en diciembre de 1874 con el pronunciamiento del general Arsenio Martínez Campos en Sagunto, apoyando la restauración de la monarquía borbónica en la figura del hijo de Isabel II, es decir, Alfonso XII.

En cuanto a los partidos políticos, una fragmentación destacable advertía ya de que no sería fácil gobernar por aquel entonces. Principalmente, destacaban los unionistas, encabezados por Serrano; los progresistas, comandados por el general Prim y, tras el asesinato de este, por Sagasta y Ruiz Zorrilla; los demócratas monárquicos, conocidos como “cimbrios”, de cuyo partido era representante Cristino Martes y Nicolás María Rivero; y los republicanos federales, cuyos líderes fueron Estanislao Figueras, Francisco Pi i Margall, Nicolás Salmerón y Emilio Castelar. También habría que destacar la presencia del Partido Moderado, con Antonio Cánovas del Castillo a la cabeza, principal artífice de la restauración.

Todo este marco vendría a ser como “un breve período dotado de una viva originalidad en el contexto de nuestra historia contemporánea” (Jover, 1968: 15), centrándonos en este artículo en la figura de Juan Prim. Aunque desde su infancia demostró una importante inclinación por el aspecto militar (Giménez y Guitad, 1860: 8), pasaría a la historia como promotor de la llegada de un nuevo rey a España

restituyendo de este modo la monarquía en el país. Prim, nacido en 1814 en Reus, se convertirá en una de las figuras más importantes del siglo XIX, aumentando su popularidad los últimos años de su vida. Integrado en sus inicios en el Ejército para defender el trono de Isabel II y atraído por las ideas liberales, apoyaría a los progresistas durante el trienio esparterista. En la década de los cincuenta se integraría en la Unión Liberal pero, tras varios enfrentamientos, regresa a las filas progresistas. Será entonces cuando comience a ejecutar varios planes para acabar con el derrocamiento del gobierno moderado, teniendo lugar un fracasado desembarco en Valencia en 1865 y la sublevación del cuartel de San Gil el año siguiente. Destronada la reina tras “La Gloriosa”, entraba en la capital vitoreado por el pueblo. Finalmente, se erigiría como principal defensor de la candidatura del duque de Aosta para ocupar el trono español. Entre sus cargos, fue diputado en las Cortes Generales de España desde 1841 hasta 1869, además de Gobernador de Puerto Rico desde 1847 hasta 1848. Posteriormente, ostentó el ministerio de guerra desde el 8 de octubre de 1868 hasta el 27 de diciembre de 1870. Sin embargo, su cargo más importante fue el de presidente del Gobierno, cargo que desempeñó desde el 18 de junio de 1869 hasta el 27 de diciembre de 1870, fecha de su muerte. Prim, antes de estas últimas fechas, ya dejaría reflejada su postura tras ser el artífice del Pacto de Ostende, considerado como el origen de “La Gloriosa”.

La prensa, instrumento fundamental a la hora de influir en la opinión pública, comenzaría a centrarse en su figura paulatinamente a medida que iba aumentando el interés del conde de Reus por encontrar una figura que supliera la ausencia en el trono desde la marcha de la familia borbónica. Aunque existían altas tasas de analfabetismo (Pizarroso, 2010: 46-47), es innegable la contribución que la prensa realizó en la formación de una ciudadanía que veía con asombro los numerosos cambios que se sucedían en tan poco tiempo. Durante este tiempo se vivió una explosión de cabeceras en las ciudades más importantes de la época, aumentando sobre todo las de carácter político (Arias, 1995: 41). Sin embargo, y debido a las distintas leyes que se promulgaron, algunas más intransigentes que otras, el número de periódicos fue variando a lo largo de todo el citado sexenio. Habría que sumar también las multas así como la inseguridad, hechos que propiciaron el cierre de redacciones y la desaparición de no pocas cabeceras donde tuvieron cabida las más diversas ideologías políticas.

Objetivo y Metodología

El objetivo de este trabajo es dar a conocer cómo es la imagen que el diario *La Andalucía* muestra de Juan Prim, del que en diciembre de 2016 se cumplen 102 años de su nacimiento, figura clave del Sexenio Democrático. Para tal efecto se ha escogido

uno de los diarios más representativos de esta etapa. Esta elección se basa en la influencia que la cabecera ejerce, ya que nos encontramos ante uno de los más importantes ejemplos del periodismo sevillano, si nos atenemos a la larga duración que tuvo, bastante difícil en un campo donde las transformaciones eran constantes. *La Andalucía* comenzó su andadura el 31 de diciembre de 1857, contando con la presencia de Francisco María Tubino, director y propietario de este medio. El periódico se presentaba en sus inicios como “defensor de liberalismo, de la familia y de los derechos públicos” y declaraba que “pertenece al partido medio, al partido liberal y de orden, a la monarquía constitucional”. Durante el sexenio, daba ahora un paso hacia el frente abrazando el republicanismo, defendiendo con ahínco esta forma de gobierno, aunque defendiendo que era un “periódico liberal independiente” subtítulo que ya se encontraba en 1864 en su cabecera. Llegó a convertirse en uno de los más leídos y entre sus defensas también se encontró la de una unión de las provincias andaluzas, extendiéndose más ampliamente hacia una alianza mayor, la Unión Bético Extremeña, con el fin de conformar un frente sobre las instituciones centrales (Arias, 1987: 384). Finalmente, desaparecería el 29 de diciembre de 1897.

La metodología escogida que se sigue a lo largo de este análisis es la investigación en profundidad de los editoriales seleccionados de este diario, cuyos ejemplares se encuentran depositados en la Hemeroteca Municipal de Sevilla. Pretendemos realizar un acercamiento a la figura de Juan Prim a través de esta cabecera, señalando los principales aspectos que destaca uno de los diarios más representativos del sexenio en la capital hispalense, de modo que podamos conocer las ideas que *La Andalucía* manifiesta. Así pues, para poder construir con una base sólida una aproximación hacia, en este caso, la imagen de Prim, hay que profundizar especialmente desde septiembre de 1870 hasta principios de 1871, espacio temporal donde las menciones hacia el conde de Reus se incrementan, aumentando cuando se conoce quién ocuparía el trono español, en una época donde además se había celebrado meses antes un congreso en Barcelona promovido por las secciones españolas de la AIT, la Asociación Internacional de Trabajadores, (Lorenzo, 1969: 11), las cuales se extendían con rapidez, sobre todo la de Madrid (Bookchin, 2001: 53). Sin embargo, el punto de partida es anterior a 1870, precisamente en 1868, el mismo día del estallido de “La Gloriosa”, para ir conociendo no solo la orientación de la cabecera hacia el republicanismo sino para analizar la figura de Prim desde esta fecha hasta su muerte.

Aunque las referencias son abundantes a medida que nos acercamos a la llegada de Amadeo de Saboya a España, nos hemos propuesto seleccionar aquellas que dan una imagen más representativa del mismo sin necesidad de entrar en reiteradas visiones que nada aportarían a la realización de esta investigación. Son los números relativos al 4 de octubre de 1868; 19 y 20 de septiembre de 1869; 13, 19, 20 y 25 de octubre de 1870; 2, 6, 15, 17, 20 y 24 de noviembre del mismo año; 24 de diciembre también de la misma etapa; 3 de enero de 1871.

1 De “La Gloriosa” al Gobierno provisional: el marco histórico

El general Juan Prim se convierte en uno de los protagonistas de esta etapa incluso antes de que comenzara “La Gloriosa”. Precisamente en agosto de 1866 se firma el Pacto de Ostende, en esta localidad belga, siendo este el principal promotor de una iniciativa donde participarían el Partido Progresista y el Partido Demócrata, añadiéndose posteriormente la Unión Liberal, que lo haría a principios del mismo año en el que estalló la revolución.

Sin embargo, para conocer la figura de Prim hemos de centrarnos en los meses previos antes de la llegada de Amadeo de Saboya, el nuevo rey que vendría a reinstaurar la monarquía pero en una Casa Real distinta a la anterior. Tras la marcha de los Borbones a Francia, se inicia un cambio de rumbo que tendrá consecuencias tanto en el ámbito político como en el social. Posteriormente se abordaría el tema de la búsqueda de un nuevo soberano que trajera de nuevo la monarquía como forma de gobierno a España. La prensa nacional irá decantándose por las diversas personalidades que se barajarán para tal efecto, viviéndose desencuentros entre las cabeceras que defienden a quien creen que será el mejor candidato para ocupar el solio, vacante desde la marcha de Isabel II. Será esta una tónica que comenzará a ser habitual desde el momento en el que la monarquía como forma de gobierno centre el debate en las Cortes los meses previos a la promulgación de la Constitución de 1869, sin duda la más avanzada de las que estuvieron en vigor en la España decimonónica (Varela, 2006: 209).

En Sevilla también se continuará la tónica de que los diarios se erijan como defensores de quien en un futuro puede llegar a ceñirse la corona real. Es el caso de *El Oriente*, el cual se encargaba de refrendar a Carlos de Borbón, o de *La Revolución Española*, que se alzaba como portavoz del duque de Montpensier, quien había residido en Sevilla junto con su mujer, la infanta María Luisa de Borbón, en el palacio de San Telmo. Por otra parte, *El Porvenir* dedicada amplios artículos destacando que el general Espartero sería quien mejor podría convertirse en el futuro rey de España. Distinto era el caso de *La Andalucía* que, como órgano de ideología republicana, abogaba por este sistema, entendiendo que debía implantarse en un futuro próximo. Sin embargo, Amadeo de Saboya no contaba con un órgano en Sevilla que defendiese su postulación para convertirse en el nuevo monarca de la nación española. La trayectoria de los demás candidatos era de sobra conocida en España, por lo que el reflejo de los mismos en las páginas venía de lejos, mientras que de Amadeo apenas encontramos algunas referencias que distan bastante de los demás si nos atenemos a parámetros de cantidad.

Sin duda, la imagen de Juan Prim no puede desligarse de la importancia que Amadeo de Saboya despertó en las cabeceras, hecho que podemos contemplar también si nos

centramos en las que tienen como sede la ciudad de Sevilla. Existen referencias al general prácticamente desde el inicio del Sexenio Democrático, pero los periódicos irán centrándose en él a medida que las noticias sobre el futuro Amadeo I vayan llenando sus páginas. Por lo tanto, para entender cómo la prensa, en este caso la hispalense, y más concretamente *La Andalucía*, aborda la imagen de Prim, hay que acudir irremediablemente a los artículos que versan sobre el duque de Aosta, ya que es en estas líneas donde encontramos referencias destacables que nos den una idea de qué aspectos abordan sobre Juan Prim. Anterior a esta etapa, las menciones al conde de Reus pasarán prácticamente desapercibidas o contendrán solamente alguna referencia no lo suficientemente consistente para poder conformarnos una idea sobre la percepción que la cabecera tiene sobre el citado presidente. En líneas generales, se referirá al partido del que él es militante. Por tanto, el principal defensor de Amadeo de Saboya irá cobrando importancia a medida que se acerque la llegada del futuro rey a Cartagena, para su posterior traslado a la corte madrileña.

Teniendo en cuenta el escaso número de páginas de los diarios de la época, cuatro, incluyendo una de anuncios y datos sobre agricultura, poco margen existe para abordar en profundidad la imagen de cualquier personalidad, máxime si tenemos en cuenta el interés que despiertan las noticias internacionales, que suelen ocupar la primera página.

Esta nueva etapa será crucial para el ámbito periodístico, donde el protagonismo máximo se encontrará en la prensa liberal, con sus diversas concreciones partidistas (Arias, 2001: 172). Según Juan Luis Guereña (1982: 86), en Sevilla, existían 16 títulos en 1867, 15 en 1868, 19 en 1869, 18 en 1870 y, a finales de la década, 15. Principalmente destacarán los dos más leídos, *El Porvenir* (1848) y *La Andalucía* (1857). En la década de los sesenta verá la luz *El Independiente*. Competirán con ediciones locales de periódicos madrileños, como lo fueron *El Universal* y *Las Novedades*, guerra que aumentará debido a la gran explosión de cabeceras. El mismo día de la batalla de Alcolea aparecerá *El Demócrata*, de corta duración, pues en marzo de 1869 deja de publicarse. *La Prensa Libre*, *El Puente de Alcolea* y *El Círculo Liberal*, comenzarán a finales de año, no teniendo noticias de ellos en años siguientes, excepto del último, que aguantó hasta 1869. Probablemente la publicación de más éxito en esta época sería *La Revolución Española*, en pie hasta 1873, pasando a denominarse después *El Español*. Esta explosión de cabeceras se debe a diversos factores. Uno de ellos tiene como protagonista a la Junta revolucionaria de Sevilla, la cual defendía la libertad absoluta de imprenta, sujeta a las penas que por aquel entonces marcaba el Código por los delitos de injuria y calumnia (Rubio, 1985: 97), aspecto que defendía el resto de las Juntas. De vital importancia sería el Decreto-Ley aprobado por el Gobierno el 25 de octubre, donde se defendía el derecho de los ciudadanos a emitir libremente sus pensamientos por medio de la imprenta. Finalmente, en la Constitución de 1869 se recogería este derecho en el artículo 17.

En lo que respecta a la economía, el país se veía inmerso en un preocupante retroceso. La suspensión de pagos de la Sociedad Catalana de Crédito agravaría la situación, originándose además una cautela tras el hecho acaecido, lo que desataría una crisis más acuciante que en el resto del viejo continente. A esto hay que añadir el endeudamiento del Estado por la “política de prestigio” del gobierno de O’Donnell y la pérdida de crédito exterior en 1865–1866. Por otro lado, afectaba también la quiebra del banco Overend Guerney Co. de Londres, que en España se traduce con retirada de capitales, provocando todo ello quiebras o suspensiones de pagos. Todo este panorama empeoraba además con la aparición de las sequías, ya que si tenemos en cuenta el marcado carácter agrario de la economía era inevitable que acentuaran aún más esta caída (Domínguez León, 1985: 133). Mientras que en el resto de potencias europeas la Revolución Industrial introducía cambios en la producción, en España todavía primaba la dependencia de las estructuras agrarias tradicionales. En lo que respecta a la capital hispalense, en 1865 existían 19 entidades bancarias. Sin embargo, el Crédito Comercial acabaría precipitándose en una caída sin antecedentes y arrastraría con él al Banco de Sevilla, cundiendo la desconfianza entre quienes depositaban sus ganancias en los bancos (Guichot y Parody, 1885: 252).

2 La Andalucía y el año de 1868

El verano de 1868 iba caldeando el ambiente para lo que podría suceder de un momento a otro. Los ánimos estaban crispados y sería en septiembre, concretamente el día 18 del citado mes, cuando se produciría el estallido. Prim llegaría a la bahía de Cádiz desde Inglaterra y Serrano haría lo mismo desde las islas Canarias. El almirante Topete se uniría a ellos reforzando este levantamiento, que supondría el inicio del conocido como Sexenio Democrático. Sin embargo, ya desde el principio se adivinaban las discrepancias entre ellos. Serrano prefería que ocupase el trono el duque de Montpensier, Topete se decantaba por Luisa Fernanda y Prim tenía intenciones de que llegase al solio español un rey extranjero (Comellas, 1999: 337). Además, el general ya había protagonizado algunas intentonas entre 1864 y 1868 que, aunque fracasaron, sirvieron para hacer publicidad de las intenciones de Prim y así poder ganar nuevos adeptos para cuando acaeciera la próxima oportunidad (Bolaños, 2014: 32).

Desde este momento se producen en los periódicos diversas interpretaciones sobre este acontecimiento, encontrándonos posturas diametralmente opuestas como son la de diarios tan conocidos como *La Época*, defensor de la monarquía en la figura de la familia real borbónica, o el periódico del que nos ocupamos en este análisis que abrazaba la República como la única forma de gobierno posible. Para las cabeceras republicanas era más que palpable la admiración que sentían por aquellos que habían

provocado el inicio de un capítulo que posteriormente se convertiría en una consecución de disputas y problemas que desarrollarían una serie de acontecimientos que irían produciéndose casi atropelladamente. *La Andalucía* era, junto con el semanario satírico *El Clarín*, los más representativos diarios republicanos de esta época en Sevilla, y celebraban que la familia real se hubiera marchado de España. En uno de sus artículos propios, hablaba sobre el Palacio Real, el cual había ya quedado vacío y era una “residencia de la corrompida corte y del ominoso gobierno derrocado” (4 de octubre de 1868, p. 2). Era sin duda un motivo de celebración para los más contrarios a la monarquía, que llenaban las páginas alabando este acontecimiento donde el levantamiento de Cádiz ocupaba un remarcable lugar. Ahora, con la libertad existente, los periódicos defenderían abiertamente sus ideas.

El diario *La Andalucía* continuaba escribiendo sobre este acontecimiento y lo que supondría posteriormente, creyendo que volverían a conquistarse las libertades mutiladas años atrás. Sin embargo, más que dirigir su mirada hacia Prim, Serrano o Topete, ensalzaba la figura del pueblo, a quien aconsejaba además mantener la calma. Sin duda, detrás del triunfo logrado en septiembre de 1868 se encontraban estas tres personalidades políticas y militares, que serían consideradas como héroes por todos aquellos órganos que esperaban la caída de la familia real, y la restitución de la libertad en sus diversas facetas, como la de imprenta, que tan de lleno afectaba a una actividad periodística, resentida durante los últimos tiempos. Esta profesión había sufrido la imposición de multas, algunas de ellas de tal envergadura que hacía imposible el pago por parte de la redacción afectada, finalizando con el cierre de la misma.

El interés por la figura de Prim subiría un peldaño cuando Serrano, quien presidía la regencia, cede la presidencia al general. Fue este un movimiento que no fue bien visto por algunos partidos políticos, dando pie a la entrada de los demócratas monárquicos al gobierno (Martí Gilabert, 2007: 14).

2.1 La búsqueda de un rey

El grito que el general Juan Prim diera el 18 de septiembre de 1868 parecía apagarse por momentos. Uno de estos acontecimientos sucedería en noviembre de ese mismo año con el manifiesto de los “cimbrios”, centrándose la prensa republicana en algunos de los promotores del citado proyecto. Durante esta época la figura de Prim no se vería salpicada directamente por las críticas de *La Andalucía*, sobre todo porque este diario dirige sus observaciones hacia los otros periódicos que tenían su sede en la ciudad de Sevilla y que defendían a otros pretendientes, tales como *El Porvenir* con Espartero, *La Revolución Española* con el duque de Montpensier y *El Oriente*, máximo defensor del carlismo en la capital hispalense.

El diario republicano *La Andalucía* comenzaba un camino de rechazo hacia la llegada de Amadeo de Saboya que se prolongaría incluso durante la estancia del duque de Aosta en el trono español. Por lo pronto, escasas referencias a él. Sin embargo, expresar su descontento por la forma de gobierno monárquica tras la marcha de Isabel II, intuía ya una repulsa a cualquier familia real que llegase a España. De Amadeo I se encontraban por ahora pocas menciones, hecho constatable propiciado en gran parte por el desconocimiento en profundidad de su figura. Sin embargo, su principal valedor sí comenzaba a despertar interés entre los diarios y era objeto de críticas, prácticamente por todos los que tenían su sede en Sevilla, aunque por distintas razones. Mientras que *El Oriente*, *La Revolución Española* y *El Porvenir*, lo hacían porque el elegido al solio no había sido el que ellos habían defendido, *La Andalucía* vertía sus observaciones por el hecho de ser contrario a la monarquía, independientemente de la familia que se encontrara al frente.

En septiembre de 1870 abordaban las cabeceras la situación que vivían algunos ciudadanos en la capital hispalense, hablando incluso de crisis y afirmando que las clases pasivas “están próximas a mendigar” (*La Andalucía*, 19 de septiembre de 1869, p. 2). La grave situación económica inundaba los periódicos, que comentaban además que esta realidad podría empeorar. Esta circunstancia sucedía mientras que “el regente se va de caza a los montes de Toledo y se continúan las obras necesarias para embellecer el palacio de D. Juan Prim” (*La Andalucía*, 28 de septiembre de 1869, p. 2). No parecía casual la referencia al acondicionamiento del palacete, sobre todo porque contrasta con los anteriores artículos abordando la situación de pobreza que se producía en algunas ciudades. *La Andalucía* dejaba para la posteridad una referencia que no pasaría desapercibida sobre todo por el contraste de ambas noticias. Si las clases bajas eran las que sufrían las consecuencias de la atmósfera inestable que se creaba durante el Sexenio Democrático, no parecía que esta afectara a todos por igual, ya que los altos cargos, entre los que se encontraba Prim, se dedicaban a otras cuestiones que dejaban entrever el escaso interés que mostraba hacia la resolución de problemas tales como la pobreza o la escasez de alimentos. Comienza el diario republicano a emprender un ejercicio de ridiculización abordando la figura del general Prim. Resulta llamativo pues, con la puesta en marcha de este pensamiento, que quien en un principio fuera defensor del pueblo y el artífice del Pacto de Ostende, ahora apareciera dándose una serie de caprichos que distaba bastante de la imagen que tenía allá por 1868 cuando estalló “La Gloriosa”. Esta construcción vendría encaminada a continuar una estela donde Prim ya no era el mismo que se erigiera como uno de los salvadores del pueblo. Por lo tanto, se iniciaba la configuración de un personaje que, cuanto más se acercaba a las esferas regias, más se alejaba de los principios de la revolución.

La próxima referencia al conde de Reus la encontramos el día 9 de octubre precisamente al abordar la revista de tropas que sucedió en Madrid y a la que asistió

Prim y el regente por aquel entonces, Serrano. Aunque es un asunto que aparece en la prensa, destacaría la visión de *La Andalucía*, que declaraba que “el general Prim, como acostumbra hacer los reyes con los príncipes, llevaba a su niño, el cual tuvo ocasión de distinguirse con un acto que le indicó su papá” (13 de octubre de 1870, p. 2), en alusión a un hecho que sucedió durante este acontecimiento, donde Prim pidió a Serrano que recogiese y entregase a un soldado la espada que se le había caído mientras este iba con su caballo. A la imagen de ser Prim una persona que estaba más pendiente de llevar a cabo la realización de sus pasatiempos predilectos, como la caza, en vez de preocuparse por los problemas por los que atravesaba el pueblo, habría que sumar ahora el matiz de ser un personaje que da órdenes y que trata a los demás como si estuviesen un rango por debajo de él. También es significativa la referencia hacia Serrano, quien vendría a ser un pupilo manejado por el marqués de los Castillejos.

La prensa no se centraba solamente en su faceta de ministro sino que iba más allá los meses previos a la llegada del próximo rey de España. Precisamente en este mismo artículo destaca la cabecera republicana que se le preparó a la mujer del presidente del Consejo de Ministros, a la sazón Prim, una pequeña carpa para que esta pudiera presenciar el desfile, un hecho “que no hacían ni los reyes”. Por tanto, la esposa de Prim, Francisca Agüero y González, había sido objeto de un detalle, la colocación de un reducido toldo, al que ni siquiera los reyes tenían acceso, según el periódico. Si al inicio del Sexenio las referencias a Prim solo eran meras menciones y además aparecían en contadas ocasiones, ahora estas iban incrementándose y no para dar una buena imagen precisamente, sino todo lo contrario. La posición de la cabecera tricolor era más que predecible, sobre todo por la lejanía de las ideologías que Prim y el diario tenían. Así pues, cualquier detalle que pudiera sacar a relucir y que dejara al conde en mal lugar sería bienvenido para mostrar a la ciudadanía cómo era el actual presidente del Consejo de Ministros. En esta ocasión, las referencias recordaban cómo este periódico había tratado la imagen de Isabel II tras “La Gloriosa”, pues precisamente sobre el dispendio cometido por la familia real exiliada se habían publicado bastantes artículos los meses posteriores. Mientras tanto, Prim se esforzaba por allanar la llegada de un rey extranjero a España convirtiéndose en su mano derecha antes incluso de que el duque de Aosta pisara el suelo de una nación que no sería fácil comandar.

Pocos días después, *La Andalucía* volvía a dirigir su mirada hacia Prim, en este caso formulando una serie de preguntas centradas en las reformas que se habían llevado a cabo en el ministerio de Guerra, que era su morada. “¿de dónde salen estos gastos? ¿Se han sacado las obras a subasta? ¿A qué artículo del presupuesto se aplican? ¿Están votados por las Cortes estos despilfarros?” (19 de octubre de 1870, p. 2). Nuevamente la cuestión económica se convertía en protagonista, mientras que el pueblo sufría condiciones que lo conducía hacia la pobreza. Las arcas no se encontraban en un estado óptimo y el hecho de mencionar esta cuestión no hacía sino encender los

ánimos que ya de por sí estaban crispados, si tenemos en cuenta el marco político y social del momento. No se trataba solo de desprestigiar la figura de Prim, sino de advertir a la población de los gastos que se estaban realizando en un momento donde las arcas se encontraban en mínimos. Era también la construcción de una atmósfera donde el derroche tenía una importante presencia, significando la antesala de lo que supondría la llegada de la monarquía. ¿Se quedarían las arcas en mínimos con el duque de Aosta cuando llegara al trono? Y, de suceder esta situación, ¿quién sería el responsable de ello? La culpabilidad recaería sobre Prim, máximo protector de Amadeo. Si España se encontraba atravesando una situación complicada, la llegada de una nueva familia real vendría a ser la estocada definitiva a la maltrecha economía, que desde hacía tiempo venía mostrando signos de debilidad y afectaba a la población. Si además se le añade que el principal defensor de la llegada de un nuevo monarca es una persona que está realizando una serie de gastos para acondicionar, entre otros, el Ministerio de Guerra, ¿qué sucederá cuando llegue el próximo rey?

En el mes de octubre se abordaría ya la cuestión del trono. El diario tricolor hablaba de los “amantes platónicos de la monarquía” (20 de octubre de 1870, p. 2), quienes iban siendo señalados, encontrándose entre ellos, como no podía ser de otro modo, el general Juan Prim. Durante estos días la prensa abordaría este tema, intentando predecir cómo se repartirían los votos entre los candidatos en un momento donde todo parecía presagiar que las premisas promulgadas al inicio del estallido del Sexenio Democrático iban a deshacerse en medio de tanta inestabilidad como la que imperaba. Además, la recesión iba en aumento, no siendo esta una única dificultad circunscrita a un ámbito en especial sino que se trataba de una crisis “monárquica, de regencia, ministerial, de conciliación y financiera” (25 de octubre de 1870, p. 2). *La Andalucía* aprovechaba las divisiones existentes para fomentar la construcción de varias imágenes. Por un lado, alentar de la dificultad del asentamiento de una monarquía que tendría entre sus enemigos a un gran número de partidarios de esta forma de gobierno, pues pretendían otro candidato para el trono. Por otro, y más importante, sustentar sus opiniones sobre la idea de que la República sería el camino más fructífero para el futuro del país. La dificultad aumentaba a medida que se aproximaban los días de elección del futuro rey de España. Todas estas cuestiones empañaban el deseo de Prim. La prensa se preguntaba también si el pueblo estaba de acuerdo en la vuelta de la monarquía como forma de gobierno, considerando este objetivo como una imposición.

Entrados ya en el mes de noviembre, *La Andalucía* expresaba en un nuevo artículo que la monarquía, como institución, estaba abocada al fracaso, tanto que incluso no daría tiempo a que se asentase en el país. Consideraba esta una forma de gobierno imposible dadas las circunstancias actuales del momento y asegurando que terminaría desorganizándose “no precisamente por los esfuerzos republicanos, sino por los grandes obstáculos que le levanten los partidarios de dicha institución” (2 de

noviembre de 1870, p. 2). Ahora, la cabecera tricolor afirmaba que el regreso de la monarquía se encontraría con bastantes impedimentos, tantos que incluso la abocarían al fracaso. Lo más llamativo es que, si nos atenemos a las declaraciones de este texto, los culpables de que no fructificase el desarrollo de la institución monárquica no serían los republicanos, sino que recaería en los propios defensores de la Corona. Dentro de estos se encontraba Prim, no solamente como componente de este grupo sino como el más destacable de quienes ansiaban la llegada de una familia real. Entre los impedimentos, no especificados por *La Andalucía*, podrían encontrarse bastantes, pero si nos atenemos a anteriores escritos de esta misma cabecera, la clave estaría en la poca unión entre los monárquicos y las diferencias existentes entre ellos y sus diferentes candidatos. De este modo, si se cumplían las expectativas del grupo monárquico, estas no alcanzarían a todos por igual, dado que cada espectro de la formación aspiraba a que terminase siendo elegido el que ellos esperaban.

Quedaba días para la votación pero no tardaría *La Andalucía* en hablar de la candidatura del duque de Aosta, asegurando que “no le liga (...) con el país ningún vínculo, ninguna relación; no conoce nuestras costumbres, nuestras leyes, nuestras instituciones y carácter, es menos que un rey de partido, es un rey impuesto por un solo hombre” (6 de noviembre de 1870, p. 2). Este hombre, es sin duda, Juan Prim. Sin mencionarlo, era más que conocida la esperanza que el conde de Reus tenía depositada en el hijo de Víctor Manuel II de Italia. El hecho de que la cabecera haga hincapié en que el duque de Aosta era una imposición, se erige como una característica quizá sobresaliente por encima de las anteriormente citadas. Porque ya no se trataba solo de la implantación de la monarquía sino que además el conde de Reus cometía un doble abuso al cumplirse su deseo de que fuera Amadeo de Saboya quien ocupase el trono español. Era nada menos que un atropello el que se cometía, incluso más grave que otros, pues esta exigencia iba en contra de los principios que se habían proclamado en septiembre de 1868.

Entrado el mes de noviembre *La Andalucía* critica a aquellos que han permitido que la monarquía vuelva a estar de actualidad, añadiendo “Prim, Serrano, Sagasta, Figuerola; el país reconoce todo el mal que le habéis hecho y os desdeña con toda la grandeza de su majestad (...). Rivero, Martos, Moret, vosotros, vosotros sois los sacrificadores de la libertad” (15 de noviembre de 1870, p. 2). El diario culpaba a una serie de políticos revolviéndose contra ellos en vez de hacerlo contra Amadeo de Saboya. Al fin y al cabo, la figura del duque de Aosta no era más que una de las candidaturas que se barajaban y que hundía sus raíces en la voluntad de un determinado espectro político que confiaba en que la Corona fuese la sanación de todas las dificultades. Estos consideraban que con una nueva familia real vendrían a solucionarse esta serie de problemas que, aunque existentes en distintos ámbitos, tales como la política o la economía, todos se interconectaban entre sí, confluyendo en una grave crisis que

tambaleaba los cimientos asentados sobre los principios proclamados en septiembre de 1868.

El general tenía ahora enfrente un problema mayor. Además de contar con varios grupos políticos en su contra, capitaneados por los republicanos principalmente, se encontraba con una notable división en el seno de los monárquicos, ya que también tendría en contra a compañeros que pertenecían a su mismo grupo. Estos se encontraban encabezados fundamentalmente por montpensieristas, carlistas y esparteristas, teniendo a su favor el apoyo de los aoistas, que era un número bastante reducido. Se avistaba por lo tanto una compleja tarea en la que intentar calmar los ánimos con el objetivo de reducir la crispación existente y convencer de que Amadeo de Saboya sería la mejor elección. En la capital hispalense, la candidatura defendida por Prim no tenía un órgano que la defendiera, tal y como se encargaba *La Andalucía* de dejar constancia en sus páginas (17 de noviembre de 1870, p. 2). Este diario criticaba también las propuestas que sostenían las otras cabeceras sevillanas, erigiéndose como un diario mordaz y crítico en esta cuestión, justificada por su férrea oposición a la Corona. Precisamente en la capital hispalense, la mayoría de la coalición sevillana apostaba por la candidatura del duque de Montpensier (Arias, 1990: 75). Además, su defensa de la República es patente sus artículos provenientes de las agencias de noticias así como los propios, apostaban fuertemente por rechazar la monarquía y continuar defendiendo la República. La elección de un futuro monarca era una decisión que se convertía en un obstáculo destacable para el desarrollo de la revolución, idea que *La Andalucía* continuaba repitiendo para alertar al pueblo de que lo que se estaba llevando a cabo era la muerte de aquel proceso iniciado en septiembre de 1868. Y, entre aquellos culpables, destacaba la figura de Prim, no ya solo porque apostaba fuertemente por la Corona sino porque además había sido elegido el pretendiente que llevaba defendiendo desde hacía tiempo.

Referente al día de la votación en la que salió elegido el futuro rey de España, *La Andalucía* afirmaría posteriormente que “ese día ha puesto término a la Revolución colocando sobre su huesa la pesada losa de una monarquía extranjera” (20 de noviembre de 1870, p. 2). Soplaban tiempos de cambio y la cabecera defendía su marcado carácter ideológico, desarrollando artículos en los que criticaba a todos aquellos defensores de la monarquía, especialmente a Prim, y también a una familia que todavía no había pisado suelo español. Sin embargo, el hecho de dirigirse a Amadeo de Aosta también era una manera de alertar a la sociedad sobre lo que sucedería, argumentando por ejemplo el gasto, bajo el punto de vista del diario “innecesario”, que se produciría dentro de poco. Y estos aspectos, claramente apuntaban a Prim, valedor del citado pretendiente y protector máximo de su figura.

Posteriormente las informaciones versaban sobre si Amadeo de Saboya aceptaría o no la corona, siendo confusas, ya que nos encontramos aquellas que apuestan por un “sí”

del futuro monarca y las que comentaban la negativa de querer ser el próximo representante de la Corona española. El diario añadiría relativo a esta última actitud “muy cruel la conducta del presunto monarca para con sus improvisados súbditos cimbros y progresistas” (24 de noviembre de 1870, p. 2).

No sería Prim quien viajase a Italia para entrevistarse con Amadeo de Saboya, sino Zorrilla, quien también sería objeto de las críticas de la citada cabecera en la que hemos basado este análisis. La próxima referencia a Prim se inserta ya el mes siguiente, a finales de diciembre. *La Andalucía* lo acusaba directamente de “apresurar a todo trance, salga lo que saliere, la venida del desgraciado de Amadeo” (24 de diciembre de 1870, p. 2). No se sabía con exactitud qué podría suceder con la llegada del hijo de Víctor Manuel II pero el diario republicano nos mostraba a quien era su mayor defensor como una persona que, a pesar de los problemas que este proyecto podría acarrear, se empeñaba en que se cumpliese el objetivo que desde hace tiempo venía defendiendo. En esta ocasión, Prim aparece como quien intenta mantener bajo control el desarrollo de los acontecimientos sobre la llegada del futuro Amadeo I, pretendiendo a toda costa que se llevaran a cabo los movimientos concernientes a este aspecto de la manera más rápida posible, dibujando un apresuramiento tal que no podía entenderse por parte de la prensa, mayoritariamente la republicana. El desconcierto era tal que las informaciones sobre el apartado de la Corona eran difusas, aunque *La Andalucía* encontraba en Prim el principal responsable de este hecho. De este modo, lo acusaba de hacer todo lo posible para que el duque de Aosta llegara al trono español, a pesar de las dificultades, en la mayor brevedad posible.

2.2 La muerte del general Prim

El día 30 de diciembre desembarcaría Amadeo de Saboya en Cartagena, pero anteriormente, el día 27 de diciembre, ocurriría un hecho que sin duda marcaría el devenir de los acontecimientos y que afectaría considerablemente al establecimiento y posterior desarrollo de los futuros miembros de la monarquía en España. Semanas antes ya habían comenzado los preparativos para recibir al futuro aspirante que ocuparía el trono, el cual quedó vacante tras la marcha de los Borbones. Este ambiente contrastaría de lleno con un suceso que haría más complicado aún el asentamiento del duque de Aosta y sus más allegados.

Tras terminar su jornada de trabajo, salía Prim del Parlamento dispuesto a subirse en su berlina y dirigirse hacia su domicilio, realizando un recorrido que se producía casi diariamente, por lo que era más que conocido el trayecto que habitualmente realizaba. Tras pasar por la calle del Turco —actual Marqués de Paradas— tres individuos atentaron contra él. Tres días más tarde terminaría falleciendo, concretamente el 30 de diciembre. Aunque existieron varias teorías sobre este

acontecimiento, cobró protagonismo aquella que apostaba por mostrar este suceso como una medida conspiración donde detrás se encontraba el mismísimo duque de Montpensier, eterno aspirante al trono español.

La figura del general Prim se encuentra tan unida a la de Amadeo de Saboya que incluso se afirmó que la elección del nuevo rey fue clave del asesinato del conde de Reus. Aunque no faltaron otros indicios, es innegable que este asunto supuso un ingrediente notable en el acaecimiento que puso fin a la vida del general:

En aquella fecha el conde de Reus tenía ya asegurada la candidatura de Amadeo de Saboya al trono español, y es más que probable que tratara de desembarazar a la futura monarquía de un lastre tan enorme como el que suponía la guerra en tierras cubanas. Deshacerse de Cuba abría todo un campo de posibilidades en la política española, en particular en el terreno militar y social. ¿Se conoció esta decisión en La Habana y en Madrid y provocó alguna reacción contra la vida de Prim? No faltan quienes piensan que ambos acontecimientos tuvieron alguna vinculación. (De Diego, 2003: 366)

La muerte del general Prim vendría a ser un acontecimiento que crearía un auténtico terremoto en el campo político, ya que después de su fallecimiento el Partido Progresista terminaría dividiéndose en dos nuevos partidos dinásticos que tendrían sus posteriores enfrentamientos. Por un lado, situado en el flanco izquierdo, nos encontraríamos con el radical, capitaneado por Ruiz Zorrilla; en el otro bando, el constitucional, representado por Sagasta (Seoane y Saiz, 1983: 242).

El día 3 de enero de 1871 abría *La Andalucía* su edición abordando el acontecimiento de la muerte de Prim, declarando:

¡Qué coincidencia! (...) murió Prim, también murió definitivamente la Asamblea, que bien o mal era lo único que ya personificaba aquella gran Revolución, grande y magnífica en los primeros momentos, magnánima y generosa cuando en toda Europa se la aplaudía; mezquina, raquítica, torpe y baladí cuando entregada el egoísmo de unos pocos vino a rematar en un triste asesinato y en una deplorable situación (3 de enero de 1871, p. 1).

La cabecera comentaba cómo se había producido este atentado así como los detalles que por ahora se conocían. Un asunto de tales dimensiones, como no era de otra manera, aparecía en la primera página de otros diarios, dando a conocer cómo se había llevado a cabo un asalto que cambiaría el rumbo de la España más inmediata. Sin embargo, en el caso de *La Andalucía*, la opinión se intercalaba con la información que ofrecían. Como se inserta líneas arriba, el diario argumenta que muriendo el general Prim lo hacía también la revolución comenzada en septiembre de 1868, teniendo además un final que nadie se esperaba. A ojos de *La Andalucía*, la muerte de Prim venía a ser el punto y final de un proceso que había comenzado varios años atrás, que

había sido recibida clamorosamente por el pueblo y que después había ido entrando en un estado de degradación que terminaba a finales del año de 1870. Si precisamente fue él quien potenció con el Pacto de Ostende la caída de los Borbones, según *La Andalucía*, Juan Prim se llevaba lo poco que quedaba de la ya maltrecha y dañada revolución.

A pesar de que Amadeo de Saboya llegaba a España con pocos apoyos, contaba con la defensa de un importante militar y político destacado en nuestra historia contemporánea. Sin embargo, el fallecimiento del principal defensor de la candidatura del hijo de Víctor Manuel II venía a dar una estocada que producía una herida de muerte irreparable. No se encontraría Amadeo con un escenario más desolador ya que “los radicales lloraban la muerte del general Prim; el pueblo no era monárquico; la aristocracia no era dinástica y tenía vueltos los ojos al palacio en el que vivían en el destierro los príncipes de la casa de Borbón” (Nogués, 1895: 43).

Abordada en profundidad la situación desencadenada tras la muerte de Prim, los diarios pasaban página y el principal promotor de la llegada de Amadeo de Saboya quedaba ya en el pasado. Ahora, las críticas que vertía *La Andalucía* se dirigirían hacia otros políticos, tales como Zorrilla o Sagasta, encontrando también en la figura del duque de Aosta un puntal importante sobre el que cimentar un odio que recaía en él por la única razón de ser el rey que ocupaba el trono de España.

Conclusiones

Como hemos podido comprobar, una figura tan destacada como es la del general Prim durante parte del Sexenio Democrático, no podía pasar desapercibida para los diarios de la época, concretamente para los hispalenses. En el caso de *La Andalucía*, hemos observado cómo el interés hacia la figura del conde de Reus iba incrementándose a medida que lo hacía también la importancia del mismo dentro del seno político. El pronunciamiento acaecido en Cádiz el 18 de septiembre de 1868 iniciaba una nueva época que tenía su reflejo en varias vertientes. Entre ellas, y la más importante para el desarrollo de este análisis, destaca sobremanera la libertad de imprenta que abre un camino sin precedentes en la historia del periodismo español, al existir una expresión libre donde tuvieran cabida los más variopintos diarios con sus respectivas ideologías.

Este hecho es significativamente destacable para palpar el sentir de la prensa de aquel entonces sobre los diversos cambios que se producían. Desde el estallido de la revolución, el general Juan Prim, uno de los artífices de este hecho, aparece en las páginas de *La Andalucía*. Tras la marcha de los Borbones, este diario se declara abiertamente republicano y ensalza la figura del general destacando que con este

capítulo se inicia una nueva época que el diario tricolor abraza. *La Andalucía* alaba a todos aquellos que han hecho posible que una incipiente etapa vaya asentando los pilares de un nuevo futuro, encontrándose en este campo Juan Prim.

Posteriormente, la figura del general irá pasando desapercibida, aunque *La Andalucía*, que se convertirá paulatinamente en un órgano defensor de la República, hará indirectamente referencia a él cuando hable sobre el partido del que Prim formó parte. Tras la puesta en marcha de la búsqueda de un pretendiente para el trono, la cabecera de Francisco María Tubino se centrará en combatir las candidaturas de los diarios que hay en Sevilla, y entre los que no se encuentra ninguno que avale la propuesta de Amadeo de Saboya. Sin embargo, cuando el duque de Aosta vaya ganando adeptos, el diario no dejará pasar la oportunidad para centrarse en quien es el máximo artífice de esta propuesta. Precisamente aprovechando la época tan difícil donde las arcas se encontraban en mínimos, el republicano diario utiliza esta vertiente para ir en contra de Prim y mostrarlo ante la sociedad como una personalidad que hace uso de un dinero que podría aprovecharse para paliar los efectos tan devastadores que estaban dejando los últimos cambios y que aumentaban los índices de pobreza.

Utilizado el aspecto económico para incendiar los ánimos de la sociedad ante la llegada de un futuro rey, *La Andalucía* arroja la característica de encontrarnos ante una persona inflexible en sus pensamientos y obcecada en la búsqueda de alguien que ocupe el trono español lo antes posible, presentándonos a Amadeo de Saboya como la imposición de un exigente Prim que quiere a toda costa que el solio se ocupe en el menor tiempo posible. El diario también sabría aprovechar la división en el seno de los monárquicos. La estrategia comunicativa de *La Andalucía* encontraría en medio de estas diferencias la oportunidad de criticar a Prim y su apoyo a Amadeo I para poder influir en la construcción de una opinión favorable a la república.

De haber sido ensalzado al comienzo del Sexenio Democrático, ahora era vilipendiado por el órgano republicano, el cual lo acusaba de haber sacrificado la libertad nacida en aquel septiembre de 1868 empeñándose en traer a un rey extranjero. Ahora Prim se presentaba como un traidor que había cambiado su rumbo hasta colocarse en el otro extremo, siendo uno de los principales enemigos de un sistema que buscaba demoler. Finalmente, las críticas hacia Prim finalizan a principios de 1871, que es cuando *La Andalucía* aborda la muerte del general, mostrando su rechazo absoluto hacia este atentado. En esta ocasión, el diario tricolor declara que Juan Prim se ha llevado con él los ideales de la revolución. El hombre que dio pie a una nueva etapa, se marchaba, según el periódico de Tubino, trasladando con él lo que comenzó un par de años antes. *La Andalucía* continuaría su discurrir acrecentando su republicanismo, y centrando ahora sus críticas en otros políticos y en Amadeo de Saboya, por lo que la empresa edificada por Prim seguiría teniendo sus réplicas por parte de este diario.

Referencias bibliográficas

- ÁLVAREZ, F. (2008): *El General Prim y "La Gloriosa" Revolución de 1868*, tesis doctoral.
- ARIAS CASTAÑÓN, E. (1987): "Ordenamiento provincial, liberalismo y prerregionalismo andaluz. Notas del periódico La Andalucía de Sevilla (1857-1864)", en *Actas del II Congreso sobre el Andalucismo Histórico*. Sevilla, pp. 383-399.
- (1989): "Francisco María Tubino y el diario sevillano La Andalucía ante la Primera República: patria y federalismo", en *Actas del IV Congreso sobre el Andalucismo Histórico*. Cádiz, pp. 263-280.
- (1990): "Expectativas y limitaciones de la democracia en la Sevilla del Sexenio (1868-1874)", en *Espacio, Tiempo y Forma*, tomo III, pp. 65-84.
- (1995): "La prensa política de Sevilla en el Sexenio Democrático (1868-1874)", en *Información y Ciencia*, Sevilla, Universidad de Sevilla, pp. 39-45.
- (2001): "La prensa de Sevilla ante la Revolución de 1868", en *Comunicación, historia y sociedad. Homenaje a Alfonso Braojos*. Sevilla, Universidad de Sevilla, pp. 171-192.
- (2010): *La Revolución de 1868 en Sevilla*. Sevilla, ayuntamiento de Sevilla.
- ARTOLA, M. (1975): *Partidos y programas políticos, 1808-1936*, Madrid, Aguilar.
- BOLAÑOS, M. C. (2014): *El reinado de Amadeo de Saboya y la monarquía constitucional*, Madrid, UNED.
- BOOKCHIN, M. (2001): *Los anarquistas españoles: los años heroicos, 1868-1936*, Valencia, Numar.
- CHECA GODOY, A. (2006): *El ejercicio de la libertad. La prensa española en el Sexenio Revolucionario (1868-1874)*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- COMELLAS, J. L. (1999): *Isabel II: Una reina y un reinado*, Barcelona, Ariel.
- DE DIEGO, E. (2003): *Prim, la forja de una espada*, Barcelona, Planeta.
- DOMÍNGUEZ LEÓN, J. (1985): "Las finanzas y la crisis de 1868 en Sevilla. Una aproximación estructural", en *Actas del III Congreso de Historia de Andalucía. Historia Contemporánea*. Tomo III, Córdoba, pp. 133-138.
- GIMÉNEZ Y GUITED, F. (1860): *Historia militar y política del General Juan Prim*, Madrid, Librería de D. Emilio Font.
- GUEREÑA, J. L. (1982): *Metodología de la historia de la prensa española*, Madrid, Siglo XXI, Madrid, pg. 86.

- GUICHOT Y PARODY, J. (1885): *Historia de la ciudad de Sevilla y pueblos importantes de su provincia desde los tiempos más remotos hasta nuestros días*. Tomo V, Sevilla, imp. y lit. de José María Ariza, página 252.
- JOVER, J. M. (1968): “1868. Balance de una revolución” en *Cuadernos para el diálogo*, nº 59-60, 1968, pg. 15.
- LORENZO, C. (1969): *Los anarquistas españoles y el poder: 1868-1869*, París, Ruedo Ibérico.
- MARTÍ GILABERT, F. (2007): *La Primera República Española, (1873-1874)*, Madrid, Rialp.
- NOGUÉS, E. J. (1895): *Historia crítica de la Restauración borbónica en España (veinticinco años de historia contemporánea)*, Tomo I, Barcelona, Casa Editorial de Román Gil.
- PIZARROSO QUINTERO, A. (2010): “El periodismo en el primer tercio del siglo XX”, en *Arbor. Ciencia, Pensamiento y Cultura*, nºCLXXXVI, junio 2010, pp. 45-54.
- RUBIO, C. (1868): *Historia filosófica de la Revolución española de 1868*, tomo III, Madrid, imprenta de M. Guijarro, pg. 82.
- SEOANE, M. C. y SAIZ, M. D. (1983): *Historia del periodismo en España*, Madrid, Alianza.
- VARELA, J. (2006): “La monarquía en las Cortes y en la Constitución de 1869”, en *Historia Constitucional*, nº 7, páginas 209-228.

“LA INVASIÓN DE LOS BÁRBAROS DEL ANUNCIO”. UNA HISTORIA DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR EN MADRID, 1900-1936

Nuria Rodríguez Martín¹

Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea

nuria.rodriguez@ehu.eus

Recibido: 7-11-2016

Aceptado: 5-12-2016

Resumen: *La publicidad exterior es un elemento omnipresente en el paisaje urbano, una realidad que en las últimas décadas se ha convertido en objeto de creciente debate y contestación social. Este artículo estudia los orígenes históricos de la conformación de las urbes occidentales como inmensos soportes publicitarios, a través del caso de Madrid. Se analiza cómo la multiplicación de anuncios en sus vías públicas durante el primer tercio del siglo XX, contribuyó a transformar la imagen de la ciudad y a difundir la nueva cultura de consumo entre la sociedad madrileña de la época.*

Palabras clave: *Publicidad exterior, polución publicitaria, anuncios, historia de Madrid*

¹ Este texto ha sido posible por la concesión de un contrato Juan de la Cierva (Ref.: FJCI-2014-20553), y forma parte de las actividades vinculadas al proyecto de investigación “La sociedad urbana en la España del primer tercio del siglo XX. Madrid y Bilbao, vanguardia de la modernidad, 1900-1936” (HAR2015-65134-C2-2-P) financiado por MINECO/FEDER.

Abstract: *Outdoor Advertising is a ubiquitous element in the urban landscape, a subject of intense public discussion in recent years. This paper intends to illustrate the historical process by which Western cities were transformed into enormous advertising canvasses, by showing the case of Madrid. This study tracks the multiplication of ads within the city during the first third of the 20th century, which not only transformed the image of the city, but also was instrumental in the spread of the new consumer culture among the Madrilean society of the time.*

Keywords: *Outdoor advertising, Advertising pollution, Advertisements, History of Madrid*

Introducción

A finales de 2014 el Ayuntamiento de Grenoble anunció la supresión de la publicidad exterior en esta localidad. La medida incluía la retirada de 326 soportes publicitarios instalados en sus vías públicas y la no renovación del contrato por el que se adjudicaba hasta entonces la explotación de la publicidad en el municipio. La conocida como capital de los Alpes franceses se convertía en la primera ciudad europea que retiraba de sus calles los anuncios comerciales, en el marco de un amplio plan de desarrollo urbano ideado para acometer una “tercera revolución urbana” que la transformara en un “nuevo espacio de vida”, según declaró su alcalde.² Antes que Grenoble en Europa, otras municipalidades como las de San Paulo, Nueva York y Tokio, habían adoptado medidas similares con objeto de reducir el número de anuncios publicitarios en sus vías públicas, buscando aminorar la contaminación visual y el impacto que esos elementos tienen en la estética y en el paisaje urbano. Estas actuaciones, que no dejan de ser limitadas y en modo alguno suprimen por completo la publicidad en las calles, responden en buena medida a una creciente sensibilización ciudadana a una publicidad considerada cada vez más invasiva; No tanto por el volumen de anuncios, como por lo que se juzga como un uso indebido del espacio público, cuando éste se pone al servicio de los intereses particulares –los de los anunciantes –en vez de servir a los generales (Mattelart, 1991; Cronin, 2006). Esta sensibilidad ha ido creciendo en las últimas décadas debido al eco alcanzado por las denuncias de algunos artistas y activistas, así como de distintos colectivos movilizados contra el consumismo³, y en

² Entrevista a Éric Piolle en el canal *France 24* Disponible en internet (Consultado: 24-10-2015) <http://www.france24.com/fr/20151024-grenoble-marche-troisieme-revolution-environnement-eric-piolle-vert-ecologiste-eelv>

³ La mayoría de grupos, colectivos y artistas del movimiento anti publicidad como Public Ad Campaign Brandalism, Vermibus, Poster Boy, OX... cuentan con sitios webs donde ofrecen información sobre su filosofía y actividades.

favor de ciudades libres de publicidad y, por ello, menos agresivas para sus habitantes (Olivares, 2001; Méndez Velandia, 2013; Portella, 2014).

España no ha permanecido ajena a este movimiento de carácter global, aunque su fuerza y visibilidad hayan tenido un carácter más limitado respecto a otros países. Aunque de forma puntual, algunas medidas relacionadas con la publicidad en los espacios públicos han suscitado protestas por parte de la ciudadanía, divulgadas por la prensa y a través de las redes sociales. Como las que se produjeron en 2013 con motivo del *naming* de la línea 2 del Metro de Madrid y su emblemática estación de Sol (Pacheco Rueda, 2014), renombradas por una compañía de telecomunicaciones. El escritor Antonio Muñoz Molina se sumó a las críticas contra esta iniciativa con un duro artículo en el diario *El País* en el que escribió:

Hay que tener una idea muy bárbara de lo que es la vida ciudadana para vender a compañías privadas los nombres de los espacios y los servicios públicos; Privatizar el nombre de una línea de metro llamándole 'Vodafone' es una usurpación de algo tan colectivo y público por naturaleza como el aire de la calle, como las palabras del idioma (Muñoz Molina, 2014).

Por esa y otras actuaciones, la capital de España se ha convertido en centro del debate sobre el exceso y los excesos de la publicidad exterior. Es significativo que a raíz de la noticia sobre la prohibición en Grenoble, un experto reclamara una "grenobilización" de las ciudades españolas, considerando a Madrid una ciudad "ejemplarmente castigada, durante décadas e *in crescendo*, por la publicidad urbana", en la que se imponía la necesidad de despejar su espacio urbano (Mosteiro, 2014). En este contexto, resulta más que pertinente estudiar los orígenes históricos del sector de la publicidad exterior en España a través del caso de Madrid, no solo porque esta ciudad es foco de los debates en torno a los excesos publicitarios en los espacios públicos, sino también porque, como se argumentará en este artículo, Madrid fue un buen ejemplo de la conformación de las ciudades modernas como espacios publicitarios privilegiados desde finales del siglo XIX.

Un proceso que tuvo lugar en el contexto del desarrollo y crecimiento económico del periodo, y de unas transformaciones sociales y culturales de gran magnitud y alcance, entre las que se sitúa la aparición de la publicidad moderna, una nueva herramienta comunicativa cuyos orígenes están intrínsecamente ligados al mundo urbano, transformado en el hábitat natural para los cada vez más sofisticados mensajes comerciales (Eguizábal Maza, 1998; Balandrón Pazos, 2007). En el caso de España, hay que considerar la aparición y consolidación durante el primer tercio del siglo XX de un vigoroso y avanzado sector publicitario, que se sostuvo sobre un pujante negocio, que movía en torno a cien millones de pesetas anuales en los años 30 (Prat Gaballí, 1934:25). El negocio de la publicidad se concentraba en los dos grandes núcleos urbanos del país, Madrid y Barcelona, donde se localizaban la mayor parte de los

anunciantes y de los medios de comunicación que servían como canales publicitarios, y asimismo el mayor volumen de consumidores, dado el potencial demográfico de ambas ciudades.

Este trabajo se centra en uno de los sectores publicitarios menos atendido por los trabajos dedicados al estudio de la publicidad en España en ese periodo, el de la publicidad exterior. Si exceptuamos la abundante obra dedicada a la edad de oro del cartelismo, son escasas las investigaciones que hasta la fecha se han preocupado de establecer desde una perspectiva histórica, el impacto social de este sector de la publicidad. El artículo trata de arrojar luz sobre ese terreno, y para ello se basa en el análisis de documentación procedente del Archivo de Villa de Madrid (AVM), donde se han localizado decenas de expedientes inéditos que contienen solicitudes para realizar publicidad en las vías públicas de Madrid entre 1900 y 1936. El número y variedad de estos expedientes confirman, por una parte, la consolidación del sector en ese periodo, y por otra, la creciente presión publicitaria que soportaba la ciudad, y que aquí es valorada como un rasgo de la modernización que la capital de España experimentó a lo largo del primer tercio del siglo XX (Rodríguez Martín, 2015).

1 ‘El negocio del anuncio’: la publicidad exterior en Madrid durante el primer tercio del siglo XX

Como todavía ocurre en nuestros días, la forma más común y extendida de publicidad exterior en Madrid durante el primer tercio del siglo XX –también la más antigua– eran los rótulos que utilizaban los establecimientos comerciales para dar a conocer su existencia y diferenciarse de la competencia (figuras 1-2). En la época este tipo de anuncios se denominaban ‘muestras’, y su colocación estaba regulada en las ordenanzas municipales, que establecían las normas respecto a su tamaño y ubicación. El Ayuntamiento fijaba además las tasas que debían satisfacer los comerciantes por lucir estos reclamos, que se fabricaban con los materiales más diversos, aunque los más comunes eran la madera pintada y las placas y letras metálicas. En ellos se leía generalmente el nombre del comercio, que también de forma frecuente se acompañaba de algún tipo de decoración o de iluminación.

Con el tiempo, estos reclamos se fueron haciendo cada vez más sofisticados, para hacer más atractivos los establecimientos, que buscaban diferenciarse de la competencia en una ciudad cuyo sector comercial era abultadísimo, en consonancia

con el tamaño de la población a la que abastecía. En los años 20 se generalizó la práctica de instalar en las fachadas de los comercios anuncios de productos de marca, indicando al público que allí podían adquirirse los artículos en cuestión. Este sistema publicitario que promocionaba la venta de productos estandarizados estaba orientado a fidelizar a los consumidores, al crear entre ellos el hábito de solicitar determinadas marcas cuando acudían a los establecimientos. En el Ayuntamiento se presentaban solicitudes como la de Eduardo Zato y García, para instalar en su tienda de Pi y Margall 11, “una farola anuncio” promocionando los “Productos Kodak”⁴.

En el sector comercial madrileño de la época era habitual colocar reclamos temporales para anunciar al público determinadas ventas o promociones, utilizando lonas, telas y hules pintados. Un ejemplo es la inscripción colocada en 1929 en la fachada de los grandes almacenes Madrid-París con el texto “10 DÍAS-CUATRO PRECIOS-1-2-3-5 Pts.” que tenía una longitud de 22 m, o la instalada en la fachada de los Almacenes de la Puerta del Sol para anunciar la ‘Quincena de Blanco y Color del 31 de Enero al 16 de Febrero’ en 1931. También la colocada en enero de aquel mismo año por los Almacenes Quirós para anunciar sus rebajas estacionales con el texto “Liquidación restos de invierno”.⁵ Aunque su colocación fuera temporal, estaban igualmente obligados a dar de alta estos anuncios en el Ayuntamiento, pagando el correspondiente impuesto. Así lo hizo por ejemplo Ramón Gistán, cuando en 1930 instaló en la portada de su Bar Refectorio de la calle Atocha, una tela de 20x0.80 m anunciando que su establecimiento ofrecía “Donout americano”.⁶



Figuras 1 y 2. Rótulos comerciales en Madrid, años 30 (Fuente: Museo de Historia de Madrid, Inv. 2002/7/73 y *Nuevas Formas*, nº 4, 1935, digitalizadas y disponibles en www.memoriademadrid.org)

⁴ AVM, Secretaría, expediente. 26-401-147.

⁵ AVM, Secretaría, legajo. 26-402.

⁶ AVM, Secretaría, legajo. 27-229.

Era muy frecuente sin embargo que los comerciantes, especialmente los dueños de negocios modestos, no solicitaran en estos casos la autorización necesaria para instalar estos anuncios temporales, para ahorrarse el pago del correspondiente arbitrio. Corrían así el riesgo de ser denunciados por los inspectores municipales, recibiendo la correspondiente sanción en forma de multa, algo que sucedía de forma muy habitual, a juzgar por las numerosas denuncias cursadas que se han conservado en el Archivo de Villa de Madrid. Un ejemplo de estas sanciones es la impuesta en 1930 a Nicanor Rodríguez, propietario de una droguería, por tener colocada en la fachada de su establecimiento una gran tela sin declarar con la que anunciaba “Regalos los jueves”.⁷

Los inspectores municipales mostraban gran diligencia a la hora de multar por anuncios sin licencia, fueran o no temporales, como revelan los expedientes consultados. Aunque su trabajo fuera la vigilancia en el cumplimiento de la normativa municipal, el celo con el que cursaban estas denuncias revela también un claro interés recaudatorio, confirmado por otras actuaciones. Por ejemplo, la aprobación por el Ayuntamiento de Madrid en 1924 de un arbitrio sobre los rótulos y anuncios de los comercios de la ciudad que emplearan voces en leguas extranjeras, medida que se enmarcaba en el impulso al nacionalismo español de la dictadura de Primo de Rivera, pero que podía suponer hasta 5 pesetas por palabra y mes en el pago del impuesto por anuncios en la vía pública. Aunque la norma se justificó como un intento de atajar “[el] desmedido abuso, cada día creciente, del empleo de palabras exóticas en la vida comercial madrileña”,⁸ es muy significativo que la propuesta hubiera partido de la comisión de Hacienda del Ayuntamiento.

Durante las últimas décadas del siglo XIX, y de forma similar a lo ocurrido en otras grandes capitales europeas (Wischemann y Shore, 2000), se instaló en Madrid mobiliario urbano destinado específicamente a la fijación de carteles de publicidad, como las columnas y las carteleras de espectáculos, lo que no hizo sin embargo que esas piezas publicitarias desaparecieran de los muros de los edificios, donde hasta entonces se fijaban, sino que multiplicó su presencia en el paisaje urbano. El cartel había adquirido una extraordinaria difusión en todo el mundo occidental desde mediados del siglo XIX, razón por la cual está considerado como el primer medio publicitario dirigido a las masas (Checa Godoy, 2015). El desarrollo de la litografía, que permitió realizarlos de forma más barata y con mayor calidad, la implicación de artistas plásticos como Toulouse Lautrec, Jules Chéret, Alphonse Mucha, o Ramón Casas en España, y la celebración de concursos y exposiciones, hicieron que el cartel comercial alcanzara un gran prestigio, además de convertirse en una herramienta de democratización del arte, una cuestión subrayada por los contemporáneos. En el artículo “La evolución artística del anuncio” publicado en *La Esfera* en 1917, el

⁷ AVM, Secretaría, expediente. 27-94-1.

⁸ AVM, Secretaría, expediente 22-134-131.

periodista y crítico de arte Silvio Lago⁹ defendía la publicidad comercial moderna como “elemento de nivelación y progreso social” (Lago, 1917). Resaltaba el escritor el trabajo de ilustradores como Penagos y Bartolozzi para la Perfumería Floralia, una firma que otorgaba libertad creativa a los artistas a quienes contrataba para crear sus anuncios, y que de este modo habían producido notables ejemplos, por lo que bien podía adjudicarse el mérito de haber contribuido decididamente a elevar el arte del cartelismo en España. De tal modo, concluía, que la publicidad servía también a la educación estética de las muchedumbres.¹⁰ Los publicitarios españoles de la época que teorizaron sobre la publicidad, divulgaron esta misma idea en sus escritos, con el objeto de exaltar su contribución al progreso social y material del país (Prat Gaballí, 1917; Borí y Gardó, 1936).

La mayoría de los carteles que se adherían a las columnas anunciadoras o a las paredes de los edificios en Madrid no habían sido realizados por artistas de renombre, pero sí algunos de ellos, exhibiéndose también otros que sin llevar la firma de reconocidos ilustradores tenían una gran calidad desde el punto de vista estético. En 1925, por ejemplo, la empresa Fiat Hispania llenó de un rojo llameante la ciudad colocando 100 carteles diseñados por Plinio Codognato, verdaderamente deslumbrantes, para promocionar su modelo de automóvil Fiat 509.¹¹ Sin embargo, en el primer tercio del siglo XX, los anunciantes y publicitarios españoles estaban más interesados en la efectividad de los mensajes comerciales que en el nivel artístico de los carteles, o al menos en la necesidad de supeditar el segundo a la primera (Prat Gaballí, 1933). Así lo afirmaba en 1926 José Gardó, exponiendo que el dibujante debería estar siempre sometido a las directrices del director de la campaña publicitaria, porque “el cartel esencialmente artístico sin base publicitaria no da el rendimiento del que se ha concebido de conformidad con la técnica del anuncio” (Gardó, 1921: 5-6). En 1928, otro técnico en publicidad español, José M. de Colubí, sostenía rotundo que “La Publicidad no debe doblegarse a la exigencia del Arte. Es el Arte que debe someterse a las leyes de la Publicidad” (De Colubí, 1928: 64).

⁹ Pseudónimo de José Francés y Sánchez-Heredero

¹⁰ *La Esfera*, 6-01-1917.

¹¹ AVM. Secretaría, legajo. 23-468.



Figura 3. Cartelera de espectáculos en una calle de Madrid, circa 1927. (Fuente: Hemeroteca Municipal de Madrid. Núm. de inventario: HMM136. Fotografía digitalizada y disponible en www.memoriademadrid.org)

En Madrid las carteleras de espectáculos eran propiedad del municipio y se consideraban un servicio público, estando reservadas para el pegado de carteles que anunciaban las diversiones públicas (figura 3). Pero el Ayuntamiento no las explotaba directamente, sino que las arrendaba a un contratista que funcionaba como intermediario entre los anunciantes y el Consistorio, a quien satisfacía un canon anual. Los contratos se firmaban por 10 años, y los adjudicatarios estaban obligados al mantenimiento y reparación de los aparatos. Al comenzar el siglo XX, había 20 carteleras situadas en las principales calles y plazas de la capital (Ayuntamiento de Madrid, 1905). En 1923, el contrato firmado con Juan Pérez Salazar, le autorizó a cobrar 30 céntimos por anuncio fijado, a cambio de un pago anual al Ayuntamiento de 20.000 pesetas. Pero siendo tan elevado el número de teatros y cinematógrafos en la ciudad, el negocio estaba asegurado.¹² Se estableció además un recargo de un 25% para los anuncios instalados en las carteleras de la Puerta del Sol y calles de Alcalá y Gran Vía, por ser las más codiciadas de la ciudad para publicitarse.

Dispersas por la ciudad, pero de forma más profusa por el distrito Centro, estaban las denominadas columnas y farolas anunciadoras, que se fabricaban con diversos materiales y adoptaban distintas formas, más variadas y creativas con el paso de los años. Estos soportes se instalaban tanto a instancias de comerciantes que querían promocionar sus negocios, como de pequeños industriales y de agencias de publicidad que las explotaban alquilándolas a los anunciantes. Una variedad eran las farolas anunciadoras luminosas, que incorporaban dispositivos, generalmente bombillas, para hacerlas más llamativas para el público. Uno de los soportes más utilizados en la

¹² AVM, Secretaría, expediente 26-443-1.

publicidad exterior en Madrid eran las vallas, pues en una ciudad sumergida en una febril actividad constructora, en la que se acometieron grandes reformas urbanas, eran un elemento que proliferaba. Pueden considerarse una modalidad de las carteleras, pues servían en su mayoría para fijar carteles –aunque también podían pintarse directamente sobre ellas los anuncios –y estaban igualmente sometidas a regulación y al pago de tasas.

La normativa establecía que la explotación publicitaria de las vallas situadas en terrenos de propiedad municipal se realizaba mediante subasta pública. El aprovechamiento de este tipo de soportes generaba buenos beneficios, pues el Consistorio de Madrid recibía instancias de particulares y agencias solicitando su alquiler ofreciendo a cambio considerables sumas de dinero.¹³ Aunque el Ayuntamiento rechazaba estas instancias por estar obligado a sacar a subasta el alquiler de las vallas que fueran a ser objeto de explotación publicitaria, no siempre lo hacía. En 1910, por ejemplo, estando en construcción unos evacuorios subterráneos en la Puerta del Sol, se autorizó directamente a Manuel Pérez Aguirre a explotar con anuncios la valla que servía de cerramiento a la obra, a cambio del pago de 250 pesetas mensuales, basándose en que era una autorización temporal.¹⁴

Las vallas de propiedad privada eran cedidas por sus propietarios a cambio de una cantidad de dinero a las agencias de publicidad. En 1930, en el solar dejado por el derribo del Teatro Apolo en la calle de Alcalá, y mientras se construía el nuevo edificio del Banco de Vizcaya, la Compañía Española de Publicidad, explotó un inmenso mural que según el gerente de la agencia, estaba dotado “de características a tono con las modernas orientaciones de publicidad empleadas en las grandes capitales” (figura 4).¹⁵ Para aumentar su impacto y que pudiera ser vista tanto de día como de noche, la agencia solicitó la instalación de un soporte con seis reflectores eléctricos para iluminarla.

¹³ AVM, Secretaría, expediente 26-473-14.

¹⁴ AVM, Secretaría, legajo 20-448.

¹⁵ AVM. Secretaría, expediente 26-133-2.



Figura 4. Valla publicitaria en la calle Alcalá de Madrid, 1930. (Fuente: AVM, Secretaría, expediente 26-133-2)

La aplicación de la energía eléctrica permitió a la publicidad exterior dar un salto cualitativo. Los anuncios en las calles podían así ser vistos sin dificultad tanto de día como de noche, gracias a la aplicación de la iluminación artificial por medio de electricidad. En un primer momento se emplearon bombillas incandescentes, y en los años 30 se generalizó el uso de los tubos fluorescentes con gas neón, que añadieron color a la luminiscencia. La popularidad que la publicidad luminosa adquirió en las grandes ciudades estimuló las innovaciones, y los anuncios fueron haciéndose cada vez más grandes y más elaborados, incorporando distintos efectos para aumentar su visualidad. En las grandes metrópolis occidentales, como Nueva York y París, se colocaron los reclamos luminosos más espectaculares, algunos de proporciones gigantescas –como el instalado por Citroën en la Torre Eiffel en los años 20– que pasaron a ser una más de las atracciones que ofrecían. La publicidad luminosa fue muy bien recibida por los contemporáneos, no solo porque se la asociaba con la modernización y progreso de las ciudades, sino también porque contribuía a aumentar la iluminación nocturna en las urbes. Por esta razón, el Ayuntamiento de Madrid aprobó en 1916 una norma para que estos anuncios pagaran una cuota reducida respecto a la que satisfacían los no luminosos, justificándose en que:

de día no forman el verdadero reclamo y de noche hacen sólo 3 ó 4 horas a lo sumo, siendo además infinitamente más costosa su instalación y

entretenimientos aparte de que favorecen el ornato público dando a las vías públicas una visualidad y aspecto que todos son en alabar¹⁶.

Los establecimientos comerciales madrileños comenzaron a colocar farolas y otros reclamos luminosos para captar la atención de los viandantes, y algunos anunciantes recurrieron a la publicidad luminosa, emplazando inmensos anuncios en las fachadas o en las azoteas de los edificios, a pesar de su mayor coste de fabricación, instalación y mantenimiento. En 1913, el fabricante A.E.G. fue uno de los primeros en instalar en la capital de España un anuncio luminoso de enormes proporciones. Publicitaba su lámpara Egmar, estaba emplazado sobre un edificio en la Puerta del Sol, tenía 6 m de altura y la forma de una bombilla.¹⁷ El diario *El Imparcial* recogió en una nota que el anuncio producía un “efecto mágico” y contribuía a que, en cuestión de grandes anuncios luminosos, Madrid se fuera pareciendo cada vez más al resto de capitales europeas.¹⁸ Antes de finalizar la primera década del siglo XX, se instalaron otros luminosos de gran tamaño en la zona central de Madrid, como el que publicitaba las bodegas José Soto. Tenía un tamaño de 75 m², y fue construido e instalado en 1919 por la empresa madrileña Luminosos Gironés, sobre el tejado de un edificio en la Puerta del Sol, contribuyendo al alumbrado de la céntrica plaza gracias a sus 10.000 bujías.¹⁹



Figura 5. Anuncios luminosos sobre edificios de la Puerta del Sol de Madrid, 1920. (Fuente: Archivo fotográfico de Metro de Madrid. Sig.: MetroMadrid_2761. Fotografía digitalizada y disponible en www.memoriademadrid.org)

¹⁶ AVM, Secretaría, legajo 20-363-11.

¹⁷ AVM, Secretaría, legajo 18-272.

¹⁸ *El Imparcial*, 10-11-1913.

¹⁹ *ABC*, 22-11-1919.

La Puerta del Sol se convirtió en el lugar preferido para colocar los reclamos luminosos más espectaculares (figura 5). Una relación de anuncios de esta clase instalados en el distrito Centro elaborada por el Ayuntamiento en 1916 reveló que la mayoría de ellos estaban ubicados en la Puerta del Sol o en calles adyacentes a la plaza: un total de 17 anuncios que abonaban una tarifa anual de entre 60 y 330 pesetas según su tamaño.²⁰ La concentración de esta clase de anuncios en la conocida plaza la convirtieron en el espacio publicitario privilegiado de la ciudad. La Puerta del Sol era el punto de mayor intensidad circulatoria, por lo que su conformación como eje publicitario predilecto no resulta sorprendente. El primer estudio sobre volumen y desplazamiento de transeúntes realizado en Madrid en 1925, estableció un promedio de 48.000 peatones por hora en un día corriente para la Puerta del Sol y sus calles afluentes (Abarca, 1926:5).

En la década de los 20 se popularizaron en la ciudad los rótulos de neón, que brillaban en la oscuridad con más intensidad y en distintos colores, y que modificaron radicalmente el aspecto que ofrecían sus vías céntricas en las horas nocturnas. Los grandes almacenes y los cinematógrafos situados en el distrito Centro, fueron los primeros en instalar esta nueva tecnología. En 1929 el Cine Callao, en la plaza del mismo nombre, colocó sobre su fachada principal un enorme anuncio de 200 m² a base de los característicos tubos luminosos rojos.²¹ Ya en 1935 se emplazó en la azotea de un edificio de la Puerta del Sol uno de los más grandes hasta entonces, instalado por las bodegas González Byass para celebrar su centenario. Consistía en una enorme estructura de 70 toneladas de peso formada por las letras del nombre de la empresa bodeguera.²² Este anuncio -transformado en los años 50 por el de su marca de vinos Tío Pepe-, fue declarado patrimonio histórico-cultural de la ciudad en 2009 por el Ayuntamiento, y aun hoy permanece en la Puerta del Sol, por lo que podemos considerarlo una de las huellas más vistosas que la publicidad –y por tanto la nueva cultura del consumo –imprimió en el paisaje urbano de Madrid. La proliferación de anuncios luminosos, con o sin gas neón, se tradujo en el crecimiento del número de industrias que en Madrid se dedicaban su fabricación e instalación. Empresas como Tuboluz, Luminosos Triunfo, Harriluz, Electrodo-Neón y Luminosos Pajares, etc., etc., lo que hace pensar también que el coste de los mismos se fue abaratando, haciéndose accesible para anunciantes y establecimientos más modestos.²³

También la publicidad exterior móvil o circulante era muy abundante y habitual durante el primer tercio del siglo XX. Los transportes urbanos de la época, tanto el

²⁰ AVM. Secretaría, expediente 20-363-11.

²¹ AVM, Secretaría, legajo 15-26*.

²² Datos proporcionados por el gabinete de prensa de González Byass.

²³ De las 48 solicitudes al Ayuntamiento de Madrid para instalar anuncios luminosos en la ciudad en el año 1932, 8 correspondieron a anuncios de neón. AVM, Secretaría, legajo 27-230.

Metro –en sus estaciones y en sus trenes – como los tranvías y los autobuses, llevaban instalada publicidad. Solamente los taxis tenían prohibida la exhibición de anuncios. El tranvía era un vehículo publicitario muy atractivo para los anunciantes, por su poder de impactar casi de forma permanente en prácticamente toda la ciudad, dada la extensión de la red tranviaria en esos momentos. La principal compañía de transportes urbanos de la época en Madrid, la Sociedad Madrileña de Tranvías, contaba a comienzos de los años 30 con 525 coches en circulación, sobre los que se montaban los anuncios publicitarios en forma de tableros, de chapas y de transparentes²⁴. En el caso del ferrocarril subterráneo, la publicidad, según muestran las fotografías de la época, se colocaba tanto en las estaciones como dentro de los vagones destinados a los viajeros. También los vehículos privados, particularmente los automóviles, se utilizaban como soportes publicitarios, pagando la correspondiente cuota al Ayuntamiento por los derechos de exhibición de anuncios en la vía pública.

La proliferación de las distintas formas de publicidad exterior a lo largo del primer tercio del siglo XX, denota la creciente presión publicitaria que soportaba el espacio público en Madrid en ese periodo. A pesar de ello, el Ayuntamiento de la ciudad seguía recibiendo propuestas, la mayoría proponiendo la explotación y aprovechamiento publicitario de mobiliario urbano existente, o bien la instalación de nuevos elementos. Son muchas, por ejemplo, las ofertas de industriales para instalar gratuitamente bancos y sillas en las plazas y paseos públicos (figura 6).²⁵ Eran elementos que se prestaban bien como soportes anunciadores, y de los que la ciudad carecía en número suficiente para el tamaño de su población.



Figura 6. Proyecto de banco anunciador, años 20. (Fuente: AVM, Secretaría, expediente 23-482-43)

Pero estas propuestas no prosperaban porque el Ayuntamiento era reticente a otorgar este tipo de concesiones, que como contrapartida a la gratuidad del ofrecimiento

²⁴ AVM, Secretaría, expediente 31-30-33.

²⁵ AVM, Secretaría, expedientes 18-466-92; 26-443-4; 22-92-68 y 22-482-43.

exigían la exención en el pago de tributos por anuncios en la vía pública. A finales de 1933, sin embargo, un concejal propuso autorizar anuncios en las sillas y sillones de los paseos públicos de la ciudad, y el Ayuntamiento proyectó entonces un concurso público para otorgar la explotación de este sistema publicitario.²⁶ Dos años después, se adjudicó por contrato público la instalación de las primeras papeleras propiamente dichas que tuvo Madrid, y que llevaban incorporado un poste para la fijación de anuncios.²⁷ Su colocación corrió a cargo de un concesionario, y la profusión con que fueron diseminadas por algunas calles –se entiende que para conseguir la mayor recaudación posible por inserción de anuncios– creó gran malestar entre el vecindario y algunos concejales, que fue aireado por la prensa, que llegó a denunciar: “Es que no se piensa, al conceder la autorización, en la distancia que hay entre un servicio público y un negocio privado”.²⁸

El resto del mobiliario urbano también sufría la presión publicitaria. Las farolas del alumbrado público, las columnas y postes de la red tranviaria y telefónica e incluso las placas indicadoras del nombre de las calles (figura 7), fueron objeto de numerosas ofertas para colocar en ellas publicidad, siempre con exigencias de exclusividad y por un largo periodo de tiempo, a cambio del pago de una determinada cantidad al municipio.²⁹ En ocasiones las proposiciones ofrecían la instalación de nuevos enseres y elementos en las vías públicas. Entre las localizadas en el Archivo de Villa de Madrid están las básculas para pesar personas que exhibían anuncios luminosos³⁰, butacas para limpiar el calzado con publicidad en el respaldo, un denominado “Faro anunciador mural”,³¹ así como distintas modalidades de semáforos para regular el tráfico que además de las advertencias luminosas para vehículos y peatones podían mostrar o proyectar anuncios sobre edificios.³²

²⁶ *El Sol*, 20-12-1933.

²⁷ *La Libertad*, 20-07-1934.

²⁸ *Luz*, 28-07-1934.

²⁹ AVM, Secretaría, expediente 29-61-35; AVM, Secretaría, expediente 29-61-35.

³⁰ *Boletín Oficial de la Provincia de Madrid*, 6-03-1930.

³¹ AVM, Secretaría, expediente 25-290-2

³² AVM, Secretaría, expediente 27-229-87.



Figura 7. Propuesta de explotación publicitaria de las marquesinas del tranvía. (Fuente: AVM, Secretaría, expediente 23-114-52)

Las nuevas tecnologías contribuyeron a que surgieran nuevas propuestas y modalidades en el sector de la publicidad exterior. En 1910, la sociedad “Anuncios Hablados Gutiérrez Sanz”, domiciliada en la calle Quevedo, 8 y 10, consiguió licencia del Ayuntamiento para instalar “13 aparatos anunciadores hablados” en puntos céntricos de la ciudad.³³ Pero la publicidad acústica no tuvo un largo recorrido en Madrid, y propuestas similares recibidas por el Ayuntamiento, que conllevaban la instalación de grandes aparatos amplificadores en la vía pública, fueron repetidamente denegadas por causar trastornos en la circulación y molestias al vecindario.³⁴ Una de las propuestas más llamativas que pudieron contemplarse en Madrid fue la proyección de anuncios sobre edificios con ayuda con un aparato cinematográfico, que en 1927 llevó a cabo Publicidad Rex. El sistema consistía en proyectar películas publicitarias que se intercalaban con otras grabaciones cinematográficas sobre las lunas de un edificio en la Gran Vía, convirtiéndose en una atracción para los viandantes, que contemplaban admirados la novedad, formándose diariamente aglomeraciones que hicieron intervenir al Director municipal de Tráfico.³⁵

Columnas anunciadoras, carteleras, vallas, anuncios luminosos, soportes móviles, etc., etc., fueron medios pródigamente empleados en Madrid por todo tipo de fabricantes y comerciantes para publicitarse durante el primer tercio del siglo XX³⁶. Como en el resto

³³ AVM, Secretaría, expediente 18-460-11.

³⁴ AVM, Secretaría, expediente 29-364-84.

³⁵ AVM, Secretaría, expediente 27-177-3.

³⁶ La forma en la que se realizaban las solicitudes al Ayuntamiento de Madrid para hacer publicidad en las vías públicas, hace muy complicado detallar qué productos, marcas y servicios eran los más publicitados. Las solicitudes podían contener información al respecto o no, en función de si se utilizaba un formulario simple o de si se presentaba una memoria detallada sobre el anuncio, en el caso de que este requiera instalaciones que precisaran la supervisión de un arquitecto o ingeniero municipal, por ejemplo en el caso de anuncios luminosos de gran tamaño. Tanto en uno u otro caso, la solicitud podía

de las grandes capitales europeas, los habitantes de Madrid se acostumbraron a convivir con el asalto constante de los reclamos publicitarios, que pasaron a formar parte de su experiencia cotidiana. Esta profusión de mensajes e imágenes comerciales, si bien fue aceptada por los contemporáneos como una manifestación más de la modernización de la ciudad, comenzó al mismo tiempo a granjearse críticas y surgieron protestas contra lo que algunos consideraban ya entonces una auténtica “invasión del anuncio”.

2 “La invasión de los bárbaros del anuncio”

En 1933 el periodista Jacinto Miquelarena denunciaba en un artículo en el periódico *ABC* el exceso de reclamos comerciales en las calles de Madrid:

Ya no hay bastante, por lo visto, con las vallas de todas las obras, con los telones de todos los teatros, con los tranvías, con el Metro, con los tejados y con las superficies para inscripciones neolíticas que se ofrecen al comercio de las medias y de las gafas a lo largo de la carretera de la Sierra [...] Hace falta pintarrajar más cosas. La mirada no sabe ya dónde puede encontrar una perspectiva de reposo (Miquelarena, 1933).

El texto continuaba retratando la ciudad como un gigantesco escenario publicitario, a merced y disposición de los comerciantes y anunciantes, dispuestos a utilizar todo espacio disponible en la urbe para promocionar sus negocios y productos. La denuncia del periodista no era, como puede suponerse, completamente desinteresada, puesto que el diario competía con otros medios y canales por los ingresos publicitarios. Pero al mismo tiempo revela la aparición de una nueva percepción sobre los anuncios comerciales, que eran comúnmente considerados por los contemporáneos como un símbolo de la modernidad y de la vitalidad comercial de la ciudad. Además del exceso de anuncios, el articulista se quejaba de la pésima factura de muchos de ellos, que alteraban negativamente la estética urbana, pues era “inútil gastarse millones en belleza pública si a continuación se deja que cualquiera pueda degradarla. Si se tolera que el primer inventor de un tinte para el cabello ponga allí su cabeza parlante” (Miquelarena, 1933).

En la misma línea, el escritor Xavier Cabello Lapiedra arremetía en 1932 desde el diario *La Época* contra el exceso de anuncios luminosos instalados en Madrid que

presentarla el propio anunciante o una agencia de publicidad, sin especificar lo que se anunciaría, sino solamente las medidas y características del anuncio para el pago de impuestos.

destrozaban la belleza arquitectónica de sus edificios. Por culpa de estos anuncios, las calles céntricas se convertían durante las noches en un “torbellino de iluminación, una constante llamarada de artificiales fuegos”, donde solo era posible apreciar:

combinaciones de anuncios luminosos que emboban y marean al transeúnte, quien no contemplará un detalle artístico de la bella arquitectura, pero se irá a su casa fatigado de llevar incrustados en su cerebro los colorines de multitud de luces que anuncian mil cosas en confusa competencia, de un comercio enfermo de propaganda (Cabello Lapiedra, 1932).

Horrorizado por lo que denominaba “estilo arquitectónico pirotécnico”, que venía a ser la subordinación de la arquitectura “al imperio de la industria anunciante”, Cabello Lapiedra preguntaba retóricamente a sus lectores “si el reclamo mercantil o industrial [tenía] derecho a matar un arte”. Estas son algunas de las críticas que comenzaron a menudear en la prensa desde mediados de los años 20, contra lo que algunos consideraban un desmesurado número de anuncios en las vías públicas de Madrid, y contra la contaminación visual que provocaban. La publicidad exterior se había convertido en un elemento omnipresente y transformador del paisaje urbano de la capital de España, hasta el punto de que en los años 30 era ya objeto de debate público. Un debate que acabó llegando al Ayuntamiento madrileño, a quien correspondía su regulación. Ya desde los primeros años del siglo se habían tomado algunas medidas para atajar la saturación publicitaria urbana, aunque no hubiera alcanzado las proporciones que tenía en ciudades como París³⁷. Porque el exceso de anuncios en las vías públicas no solo afectaba ya a la estética urbana, sino al propio funcionamiento de la ciudad, algo que se hizo patente en los intentos de la municipalidad para suprimir determinadas formas de publicidad exterior, como el reparto de folletos y octavillas en las calles entre los viandantes. Esta actividad era tan habitual en los primeros años del siglo XX que en 1910 el alcalde Francos Rodríguez tomó la decisión de prohibirla, por constituir:

un verdadero abuso [...] que sobre ser un elemento de anuncio ya de poco interés para el público, constituye una causa de suciedad de las calles, haciendo inútiles los esfuerzos de los encargados de la limpieza por la imposibilidad de recoger la multitud de papeles que constante y profusamente se reparten a los transeúntes.³⁸

³⁷ Tan pronto como en 1887 París aprobó la primera ley contra la fijación de carteles en edificios y monumentos históricos de la ciudad, a la que siguieron otras similares en 1906 y 1910. En 1926 se prohibió la publicidad luminosa en un perímetro alrededor de la plaza del Arco del Triunfo. Conseil Municipal de Paris (1927): *Proposition tendant à réglementer la publicité lumineuse dans Paris para applications de la loi du juillet 1924 ...* (Rapports et documents, nº 4).

³⁸ AVM, Secretaría, expediente 19-440-24.

Aunque la norma no impidió que se siguiera practicando, hasta el punto de que en 1930 el Ayuntamiento volvió a acordar en un pleno municipal la prohibición de repartir prospectos en las calles porque las ensuciaban, haciendo necesario intensificar el servicio de limpiezas, “y aun así, siempre quedan residuos que desdican del celo e interés de la Corporación municipal en conservar las vías públicas en las condiciones debidas de limpiezas”. En 1914, ante la proliferación de columnas y farolas anunciadoras, el Ayuntamiento acordó no conceder más licencias de instalación. Las ordenanzas vigentes prohibían la instalación en las vías públicas de la ciudad de cualquier objeto que pudiera entorpecer o molestar el tránsito público. Pero esta norma era poco precisa y la autorización o denegación de una solicitud quedaban a la discrecionalidad del personal del negociado de Policía Urbana que se encargaba de gestionarlas, a veces solicitando informes a la sección de Vías Públicas del Ayuntamiento.

Desde los primeros años del siglo XX, sin embargo, el aumento de los problemas circulatorios en Madrid, y la creciente congestión viaria en las vías céntricas de la ciudad, llevaron al Ayuntamiento a aprobar repetidos acuerdos que recordaban la necesidad de desestimar todas las peticiones de esa naturaleza. Es lo que le sucedió, entre otros, a Guillermo Bernstein, quien en 1921 pretendía instalar en la plaza de Canalejas una “farola, anunciadora, luminosa, instantánea” de 5 m, en la que se podían introducir hasta cuarenta anuncios.³⁹ Sin embargo, a pesar de que los técnicos municipales abogaban por mantener un criterio restrictivo o directamente prohibitivo para este tipo de publicidad, no se aplicó de forma estricta. Un informe municipal de 1923 remite a la ambigüedad con la que se siguió trabajando en esta cuestión. Aunque se aboga en él por restringir todo lo posible la instalación de columnas anunciadoras, se afirma igualmente que “no se puede desconocer que es un sistema de anuncio empleado en todas las capitales europeas” y que podrían concederse las solicitudes siempre que se vigilase su aspecto estético y su ubicación.⁴⁰

La instalación de anuncios luminosos, favorecida por el Ayuntamiento en los primeros momentos de su desarrollo por contribuir a la iluminación y decoración de las vías públicas, se vio gravada en un 50% en 1932. La medida provocó la protesta de los fabricantes de estos anuncios, así como de la Asociación Española de Luminotecnia, que propagaba los usos de la electricidad en España, que en una instancia a la alcaldía le recordó que el aspecto atractivo de una ciudad dependía en gran parte de los anuncios luminosos “razón por la cual en todas las Capitales europeas se propaga y favorece por la Municipalidad el empleo de esta clase de anuncios”.⁴¹ El Ayuntamiento contestó que la medida trataba únicamente de corregir las desigualdades que existían

³⁹ AVM, Secretaría, expediente 21-288-139.

⁴⁰ AVM, Secretaría, expediente 22-92-79.

⁴¹ AVM, Secretaría, expediente 27-66-54.

en la tributación de los anuncios en la vía pública. La instalación y funcionamiento de los luminosos requería del trabajo de inspección y supervisión técnica de los ingenieros municipales, y de la colocación de andamios y escaleras que ocupaban las aceras. Era lógico, aducía, gravar más estos anuncios por las circunstancias que en ellos concurrían, añadiendo que la reforma iba también encaminada a corregir las diferencias del pago por tamaño de los neones. Un informe de la delegación municipal de Hacienda con motivo de la reclamación interpuesta por la empresa Neonray contra la ordenanza, refleja además el malestar del Consistorio por el escaso beneficio que obtenía de alquilar el espacio público para el beneficio exclusivo de los anunciantes:

Los anuncios en las calles de la capital de España, vienen siendo objeto de enorme especulación por parte de las infinitas empresas de publicidad que existen creadas, precisamente al amparo del insignificante tributo municipal que los grava. Cualquier periódico de Madrid obtiene de sus planas de anuncios muchísimo más rendimiento que el que logra el Ayuntamiento de la suya inmensa que abarca todo el perímetro de [...] Y ello sin contar con que el anuncio de prensa tiene de vida escasamente las 24 horas que son las que vive la hoja impresa, mientras que la publicidad en las calles es de carácter permanente y mucho más llamativa y eficaz que aquella porque la leen, hasta sin querer los millares de almas que transcurren por la vía pública.⁴²

También se trató de suprimir la publicidad móvil, por constituir un problema para la circulación viaria. El desfile de “hombres-anuncio”, llevando cartelones u otros elementos de publicidad portátiles era tan habitual desde finales del siglo XIX, que aunque esta actividad no estuviera muy bien conceptuada por los contemporáneos (Enderiz, 1927), se aceptaba como parte del espectáculo urbano. Pero el desarrollo urbanístico, el crecimiento demográfico y la motorización de la ciudad durante el primer tercio del siglo XX pusieron sobre la mesa la necesidad de reglamentar estrictamente la circulación viaria. Y la mayoría de la publicidad móvil –con excepción de la que iba montada sobre vehículos– se había convertido en los años 20 en un obstáculo para la organización del tráfico urbano, produciendo interrupciones en el tránsito. En 1928 todas las solicitudes de anuncios portátiles recibidas por el Ayuntamiento fueron denegadas, tras recibir todas ellas el mismo informe negativo de la oficina del Tráfico Urbano:

no debe accederse a ello por entorpecer la circulación de peatones, ya que la exhibición de estos portátiles debe efectuarse en continua circulación, dando lugar a que la natural curiosidad de los peatones constituya incluso corrillos, lo

⁴² AVM, Secretaría, expediente 20-452*-61.

mismo que cuando los portadores de ellos se paran para descansar y si circulan por las calzadas igualmente dificultan el tránsito rodado.⁴³

Entre quienes vieron rechazada su solicitud se encontraba Francisco Sempere, que pretendía anunciar el anís y coñac marca general Primo de Rivera mediante la circulación de dos hombres que portaban sendas figuras de madera de gran tamaño que reproducían las botellas de los licores.⁴⁴ El Ayuntamiento también denegaba las solicitudes de anunciantes que solicitaban lanzar octavillas desde el aire utilizando avionetas, en este caso, por ensuciar la vía pública.⁴⁵



Figura 8. Publicidad circulante exhibida en Madrid, 1925. (Fuente: AVM, Secretaría, expediente 23-482-41)

Aun siendo mayor el control que impuso el Ayuntamiento sobre la publicidad móvil en Madrid, esta forma de anunciarse no fue prohibida por completo, y en años posteriores se autorizaron algunas instancias para hacer este clase de propaganda comercial (figura 8). Los responsables de la regulación del tráfico en la ciudad fueron, junto a los técnicos de la sección de Vías Públicas del Ayuntamiento, los más críticos con lo que la municipalidad denominaba en los años 30 “el problema de los anuncios en la vía pública”. Un problema que tenía varios aspectos. En primer lugar, la creciente presión publicitaria sobre los espacios públicos, con la multiplicación de propuestas de todo tipo, a cada cual más llamativa y elaborada, y la proliferación de anuncios en

⁴³ AVM, Secretaría, expediente 26-452-38.

⁴⁴ AVM, Secretaría, expediente 26-452-42.

⁴⁵ AVM, Secretaría, expediente 26-452-1.

cantidades hasta entonces nunca vistas, de la que se hacían eco varios concejales en 1932:

De algún tiempo a esta parte se ha intensificado de modo extraordinario la colocación de carteles en la vía pública, llenándose por ello muchas fachadas y zócalos, columnas de alumbrado y de tranvías, kioscos, etc., de pasquines anunciadores, tanto de carácter político como de propaganda comercial.⁴⁶

En segundo lugar, estaba la escasa y dispersa regulación de la publicidad urbana existente en esos años, que las propias autoridades locales no respetaban en algunas ocasiones, contravenían normas en vigor. Esto nos lleva a un tercer aspecto del problema, el de la recaudación por este concepto, que al fin y al cabo era una parte importante en el capítulo de ingresos municipales. Como se recogía en un informe de 1935, el Ayuntamiento:

[era] pródigo en otorgar concesiones de todas clases que las más de las veces al socaire de un menor gasto para la Corporación en unas ocasiones y de una fuente de ingresos en otras constituyen verdaderas zonas exentas de la policía municipal y a veces patente que se obtiene para el abuso e incumplimiento de la propia concesión.⁴⁷

A mediados de los años 30, el Ayuntamiento, en vista de la saturación publicitaria que sufrían los espacios públicos de la ciudad, y de la necesidad de ordenar lo que recaudaba por los anuncios en las calles, y al mismo tiempo de atender las quejas y necesidades de los técnicos municipales que trabajan en las secciones de Tráfico y de Vías Públicas, decidió que había llegado el momento de gestionar más adecuadamente un sector que no dejaba de expandirse. Varios concejales habían propuesto en 1934 estudiar una posible “municipalización del anuncio”, es decir, una gestión directa y sin intermediarios del negocio de la publicidad exterior en las vías públicas, como ya hacían otras municipalidades como la de París, donde desde mediados de los años 20, el Conseil Municipal de la ciudad estudió y aprobó distintas proposiciones sobre esta materia.⁴⁸ En este contexto, comenzó a trabajar una comisión municipal que a lo largo del año 1935 fue recibiendo distintos informes sobre la cuestión. En uno de ellos se determinaba:

⁴⁶ AVM, Secretaría, expediente 29-61-35.

⁴⁷ *Ibidem*

⁴⁸ Conseil Municipal de Paris (1922): *Proposition tendant à l'organisation rationnelle d'un service municipal de la Publicité sur la Voie publique, présentée par M. Fernand-Laurent. Conseiller Municipal* (Rapports et Documents, nº 45); Conseil Municipal de Paris (1924): *Proposition tendant à l'organisation d'une exploitation rationnelle de la publicité sur tous les emplacements dépendant du domaine municipal, déposée par M. Fernand-Laurent. Conseiller Municipal* (Rapports et Documents, nº 28); Conseil Municipal de Paris (1924): *Rapport de M. Froment-Meurice sur différentes questions d'exploitation de la publicité* (Rapports et Documents, nº 87).

estimamos que el expediente actual debe cambiar completamente de rumbo, prescindiendo de estudios de iniciativas y de posibles adjudicatarios para pensar seriamente en impedir de manera absoluta la colación de nuevos obstáculos en la vía pública y supresión paulatina de los existentes, con lo cual iremos por un camino que nos conduzca a resultados completamente distintos de los obtenidos hasta ahora por el Ayuntamiento.⁴⁹

Se nombró entonces una ponencia para proceder a un estudio completo de la reglamentación de anuncios en la vía pública. Para el Consistorio había llegado la hora de regular y organizar la publicidad en la ciudad de forma más firme y homogénea que hasta entonces. Pero estos propósitos fueron abortados por el comienzo de la Guerra Civil española. El expediente que contiene los trabajos de la comisión municipal se cerró el día 21 de diciembre de 1936 con un lacónico: “La Comisión teniendo en cuenta las actuales circunstancias se permite proponer a V.E. se dé por concluso el presente expediente referente a la municipalización de anuncios”.⁵⁰ La ciudad de Madrid sufría el terrible asedio al que se vio sometida hasta el final del conflicto bélico, y el estudio de la regulación de la publicidad exterior por la municipalidad quedó, como la mayor parte de asuntos, relegado por completo en tan anormal situación.

Conclusiones

Durante el primer tercio del siglo XX la publicidad exterior se convirtió en un elemento consustancial al paisaje urbano de Madrid. Como se ha detallado en este artículo, a lo largo del periodo se asistió al crecimiento exponencial de toda clase de anuncios en distintas formas, soportes, materiales y tamaños, para ser exhibidos en las vías públicas de la ciudad, expuestos permanentemente a la mirada de los viandantes. Fue un proceso similar al experimentado por otras grandes capitales europeas, algunas de las cuales, París por ejemplo, habían comenzado a soportar una gran presión publicitaria sobre los espacios públicos ya en las últimas décadas del siglo XIX.

Los contemporáneos respondieron a esta realidad de forma ambivalente. Por una parte, y de forma similar a lo que sucedió en otras metrópolis occidentales, la profusión de anuncios en Madrid, ya fueran estáticos, móviles, luminosos, acústicos, etc., fue acogida como un símbolo de la modernización de la ciudad en general, y de su

⁴⁹ AVM, Secretaría, expediente 29-61-35.

⁵⁰ AVM, Secretaría, Expediente 29-61-35.

vitalidad comercial e industrial en particular. Por otra, se debatía públicamente sobre el exceso de reclamos y sobre su negativo impacto en la estética urbana.

Muy similar fue la respuesta de las autoridades locales, responsables de la regulación de la publicidad exterior, de la que obtenían importantes ingresos en forma de impuestos o denuncias. Las solicitudes que se recibían en el Consistorio para hacer publicidad en las calles de la ciudad eran autorizadas o denegadas de forma bastante arbitraria, apoyándose en la laxa legislación existente.

El reto para el Ayuntamiento de Madrid estribaba en tratar de conjugar su obligación de velar por el buen estado de las vías públicas con su necesidad crónica de ingresos, lo que le llevó a tratar de maximizar los impuestos que recibía a través de la publicidad exterior. La documentación analizada no nos permite establecer ninguna relación directa entre la composición política de los distintos ayuntamientos madrileños del periodo estudiado y el aumento exponencial de la publicidad exterior en la ciudad entre 1900 y 1936. No obstante, ante dicho aumento, sí se ha podido constatar que el criterio restrictivo o totalmente prohibitivo fue imponiéndose a lo largo de los años, lo que no evitó que a la altura de los años 30 la ciudad hubiera sido totalmente conquistada por la publicidad, tal y como revelan los informes consultados. Pero ese juicio cada vez menos permisivo con las cada vez más cuantiosas solicitudes presentadas en el Consistorio, fue defendido fundamentalmente por los técnicos de las distintas dependencias municipales (Tráfico, Vías Públicas, etc.), y no por los cargos políticos del Ayuntamiento.

Finalmente, podemos afirmar que la publicidad exterior no solo transformó la imagen y apariencia de Madrid, especialmente la de los lugares más céntricos y transitados de la ciudad, los más solicitados por este motivo por los anunciantes. También se convirtió en la expresión, sin duda la más vistosa y llamativa, de la nueva cultura del consumo que emergió en aquellas décadas.

Referencias bibliográficas

ABARCA, E. (1926): *Exposición que acompaña al proyecto de Reglamento del tráfico*, Madrid, Imprenta Municipal.

AYUNTAMIENTO DE MADRID (1905): *Contrata del arriendo para la explotación de veinte aparatos de hierro....*, Madrid, Imprenta municipal.

BALANDRÓN PAZOS, A. J. (2007): "Reflexiones sobre la omnipresencia publicitaria en el contexto urbano: la ciudad anuncio" en Balandrón Pazos, A. J.; Martínez Pastor,

- E.; y Pacheco Rueda, M. (dir.): *Publicidad y ciudad. La comunicación publicitaria y lo urbano: perspectivas y aportaciones*, Sevilla, Comunicación Social, pp. 75-93.
- BORÍ, R. y GARDÓ, J. (1936): *Tratado completo de publicidad y propaganda I-II*, Barcelona, José Montesó (segunda edición corregida y aumentada).
- CABELLO LAPIEDRA, X.: "Estilo pirotécnico" en *La Época*, 12-03-1932.
- CHECA GODOY, A. (2015): *El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda*, Advook, Sevilla.
- CRONIN, A. M. (2006): "Advertising and the metabolism of the city: urban space, commodity rhythms" en *Environment and Planning D: Society and Space*, vol. 24, pp. 615-632.
- DE COLUBÍ, J. M. (1928): "Publicidad exterior" en Amengual, B. y otros: *Curso de Publicidad y Organización*, s.l., pp. 55-75.
- EGUIZÁBAL MAZA, R. (1998): *Historia de la publicidad*, Madrid, Eresma&Celeste.
- ENDERIZ, E.: "El uso y el abuso de los anuncios" en *Heraldo de Madrid*, 09-08-1927.
- GARDÓ, J. (1921): "La técnica de la publicidad" en *Actividad*, nº 7, pp. 5-6.
- LAGO, S.: "La evolución artística del anuncio" en *La Esfera*, 6-01-1917.
- MATTEL RAT, A. (1991): *Advertising international: the privatisation of public space*, London, Routledge.
- MÉNDEZ VELANDIA, C. A. (2013): "La contaminación visual de espacios públicos en Venezuela" en *Revista de Gestión y Ambiente*, nº 1, vol. 16, pp. 45-60.
- MIQUELARENA, J.: "La invasión de los bárbaros del anuncio" en *ABC*, 24-10-1933.
- MOSTEIRO, J. "Publicidad y espacio urbano, por una 'grenobilización' de nuestras ciudades" en *El País*, 14-01-2015.
- MUÑOZ MOLINA, A.: "La ciudad tomada" en *El País*, 19-07-2014 (Suplemento *Babelia*)
- OLIVARES, F. (2009). "Cidade limpa' y la contaminación publicitaria en la ciudad" en *ZER*, nº 26, Vol. 14, pp. 253-275.
- PACHECO RUEDA, M. (2014): "Análisis y reflexiones en torno al naming de la Línea 2 del metro de Madrid" en *Methaodos*, nº 2, pp. 201-211.
- PORTELLA, A. (2014): *Visual Pollution: advertising, signage and environmental quality*, Burlington, Ashgate.

PRAT GABALLÍ, P. (1917): *Una nueva técnica: La Publicidad Científica*, Barcelona, Henrich y C^a.

PRAT GABALLÍ, P. (1933): "El arte y la publicidad" en *Nuevo Mundo*, 6-01-1933, pp. 34-35.

- (1934): *Publicidad racional*, Barcelona, Juventud.

RODRÍGUEZ MARTÍN, N. (2015): *La capital de un sueño. Madrid en el primer tercio del siglo XX*, Madrid, Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

WISCHERMANN, C. y SHORE, E. (ed.) (2000): *Advertising and the European city: Historical Perspectives*, Aldershot, Ashgate.

LA PROPAGANDA COMO ARMA DE GUERRA EN LA REVOLUCIÓN MEXICANA. LAS BATALLAS DEL BAJÍO (1915)

Francisco Iván Méndez Lara

Posgrado en Historia, Universidad Nacional Autónoma de México

ivan.mendez.lara@gmail.com

Recibido: 9-9-2016

Aceptado: 2-12-2016

Resumen: *La Revolución mexicana y sus batallas más significativas tuvieron otra cara que no ha sido lo suficientemente estudiada por la historiografía: la propaganda a través de la prensa. Este trabajo explica el proceso de "construcción" de los hechos de armas ocurridos en el Bajío durante la "guerra de facciones" entre abril y julio de 1915. A través de los artículos y editoriales de los órganos informativos de las distintas facciones se demostrará la relevancia que tuvieron los impresos como generadores de espacios de discusión y legitimación.*

Palabras clave: *Revolución mexicana, propaganda, prensa*

Abstract: *The Mexican Revolution and their most significant battles had another face that has not been sufficiently studied by the historiography: the propaganda through the press. This work explains the process of "war facts construction" happened in the Bajío during the "guerra de facciones", between April and July of 1915. Through articles*

and editorials in revolutionary newspapers, the relevance of newspapers as discussion and legitimacy spaces will be demonstrated.

Keywords: Mexican revolution, propaganda, press

Introducción¹

Después del triunfo frente a Victoriano Huerta —general que había detentado el poder tras el asesinato de Francisco I. Madero en 1913— las fuerzas ganadoras lideradas por Venustiano Carranza y Pancho Villa entraron en un conflicto irremediable que dio paso a una nueva etapa dentro de la Revolución mexicana conocida como la “guerra de facciones” (1914-1915). A pesar de los diversos intentos de reconciliación llevados a cabo en la Convención revolucionaria, primero en la ciudad de México y luego en Aguascalientes, la reunificación fue imposible.

En diciembre de 1914 los bandos en pugna se encontraban prácticamente en condiciones equitativas. La supremacía de los convencionistas (conformados por los villistas, los zapatistas y un tercer sector más independiente) sobre los carrancistas al inicio de la lucha armada —debido a que gran parte del territorio nacional estaba bajo su dominio y contaba con líneas de comunicación ininterrumpidas desde la frontera con Estados Unidos hasta Morelos— fue temporal. (Katz, 2000: t. II, 14-15) “La ventaja de los convencionistas se desvanecía y revertía en el mediano plazo por varias razones más económicas y políticas que militares. En primer lugar, no había unidad de mando en el bando convencionista. En segundo lugar, no es que carecieran del todo de un proyecto alternativo al constitucionalismo, sino que éste, en embrión, se iría construyendo a lo largo de 1915.”(Salmerón, 2008: 109). En tercer lugar, con el transcurrir de los meses los recursos villistas se agotaron: la dificultad para conseguir municiones se incrementó, el ganado de las haciendas confiscadas era prácticamente inexistente, y la producción algodonera disminuyó. (Quirk, 1962: 164). Al mismo tiempo Carranza y sus hombres más cercanos se posicionaron en las zonas económicamente más importantes como el puerto de Veracruz, Merida, Progreso y la región petrolera de El Ébano, además controlaron las exportaciones de los campos henequeneros de Yucatán y las regiones cafetaleras de Chiapas.

El mismo proceso ocurrió con los dos personajes más relevantes de ese momento, Pancho Villa y Venustiano Carranza, el primero contó con mayor carisma en el interior y en el exterior del país hasta principios de 1915, en octubre del mismo año, cuando la guerra había concluido, la situación dio un viraje favorable para Venustiano Carranza.

¹ Agradezco a la Dra. Georgette José su apoyo incondicional a lo largo de toda mi formación como historiador. Asimismo agradezco el impulso que, día tras día, me brinda Karina Villegas Terán.

Paralelamente, el periodismo faccionario de la época se dedicó a consolidar un par de interpretaciones de la lucha armada que se desarrollaba en gran parte de territorio mexicano. Este trabajo analizará la “construcción” de los enfrentamientos militares entre villistas y carrancistas en la región del Bajío con el objetivo de demostrar la forma en que la prensa y la propaganda desempeñaron un papel fundamental en las estrategias de los distintos bloques revolucionarios. En pocas palabras, detrás de la lucha armada, se desarrolló un combate de impresos, una guerra de papel.

1 Prensa y propaganda durante la “guerra de facciones”

La propaganda es un fenómeno existente desde la antigüedad, pasando por la Edad Media y la época Moderna, sin embargo, las dos Guerras Mundiales, la Guerra Civil Española y la Guerra Fría dejaron clara su relevancia como uno de los elementos fundamentales en procesos militares. El complejo sistema propagandístico de la Alemania nazi, del fascismo italiano, de la Rusia soviética, son sólo algunos de los ejemplos más conocidos. No obstante, pese al desarrollo de las tecnologías (radio, televisión, internet), muchas de las estrategias de propaganda han cambiado poco, la omisión informativa, la creación de enemigos, la legitimación de movimientos militares a través del sentimentalismo, son categorías que han atravesado los siglos y se mantienen vigentes. El uso y el desuso de la propaganda por parte de los hombres que detentaron el poder y lideraron guerras fueron innegables. El siglo XX concluyó con luchas discursivas dentro de procesos bélicos, las guerras en Irak y Afganistán fueron los casos más relevantes en todos los aspectos. Actualmente continúa siendo un tema común en el mundo, cuestión que hace necesaria su revisión y comprensión en distintas etapas y latitudes.

El caso mexicano no es una excepción. La propaganda a través de la prensa fue una constante, principalmente desde el inicio de la Revolución de 1910. Las luchas decimonónicas entre los diversos proyectos de nación (federalistas, centralistas, conservadores...), encontraron en las páginas de los diarios el medio necesario para difundir sus ideas políticas. La guerra entre México y Estados Unidos (1846-1848) fue uno de los primeros enfrentamientos propagandísticos que mayor cobertura periodística tuvieron. El vínculo de la prensa con los múltiples presidentes en turno fue una regularidad, basta recordar la creación del periódico *El Imparcial* durante la presidencia de Porfirio Díaz cuyo objetivo fue terminar con la prensa ideologizada, poner énfasis a la nota roja y de la vida cotidiana a un bajo costo.

Durante la Revolución mexicana, desde Francisco I. Madero hasta Álvaro Obregón, los líderes contaron con periódicos aliados. Incluso el caso de Madero resultó paradigmático para la historia de la prensa mexicana, ya que a través de propaganda contraria a su gobierno, principalmente a lo largo de 1912, los periódicos mermaron la de por sí inestable presidencia del coahuilense. Venustiano Carranza comprendió que no podía cometer los mismos errores que el presidente asesinado, por lo que puso especial atención en el uso de la prensa como propaganda.

En el caso particular del periodo 1914-1915, la guerra, la prensa y la propaganda estuvieron íntimamente relacionadas. Es importante remarcar que ese mismo triángulo tuvo mucho que ver con la forma en que habría de escribirse la historia posterior a los hechos militares acaecidos en esos años. Es decir, la “historia de los vencedores” tomó mucho de lo que se escribió al calor de los acontecimientos, de lo que Álvaro Matute denomina como la “historiografía inmediata”, es decir, de lo publicado en la prensa.

A lo largo de los primeros seis meses de 1915, los diarios faccionarios aseguraron que cada enfrentamiento había culminado con un triunfo de su propio bando. Tanto en *El Pueblo* y *El Demócrata*, órganos informativos carrancistas, como en *La Convención*, favorable al villismo y al zapatismo, se procuró mostrar que sus ejércitos eran los mejores y los que habrían de ganar la guerra.

Actualmente ha comenzado una suerte de revisionismo historiográfico de este periodo, en donde se busca dejar de lado la idea de que la “guerra de facciones” —e incluso la revolución— se definió en los campos del Bajío y que Villa perdió por carecer de conocimientos bélicos, sino que el triunfo carrancista se definió por múltiples factores militares (Salmerón, 2015), pero también políticos y económicos. La historia, pues, debe reescribirse y el análisis hemerográfico devela con mayor claridad la manera en que la propia versión histórica de los hechos se ha constituido. La propaganda constitucionalista ha sido trabajada poco, en comparación con otros tópicos revolucionarios, Figueroa Daza (2010) ofrece un análisis global de los canales y mensajes propagandísticos existentes en la prensa subvencionada por Venustiano Carranza. No obstante, el autor no se detiene en el análisis de la prensa en los momentos trascendentales de las batallas en el Bajío. Caso similar al de Anderson (2010) quien se enfocó a analizar la transformación de la imagen que se tenía de Pancho Villa en Estados Unidos.

La revisión y el análisis de los periódicos, día a día, permite entender por qué y cómo la información se modificó cotidianamente, no sólo por las labores de propaganda, sino también por las dificultades comunicativas. Las páginas de *El Pueblo*, *El Demócrata* y *La Convención* deben ser vistas de forma crítica para horadar entre sus líneas la consolidación de discursos facciosos y no ser tomadas como la “verdad” de los sucesos, sino como una forma de entender y legitimar un par de proyectos

revolucionarios en una coyuntura de violencia continua y vacío de poder. La prensa vista como fuente y objeto de estudio brinda otros panoramas para el análisis de un momento histórico específico.

Durante la “guerra de facciones”, los periódicos se convirtieron en órganos propagandísticos. En la conformación de toda campaña de propaganda se lleva a cabo un proceso de selección de información que favorezca al bando que representa el impreso (“la presentación de los hechos” u “omisión selectiva”), recoger toda la información posible de un asunto en específico y exaltar los puntos a su favor, son factores imprescindibles en los momentos de guerra. “El éxito o fallo en conseguir una reacción favorable de la audiencia dependerá de la selección de hechos y de la presentación de los mismos, procurando siempre presentarlos en comparación con los del enemigo.” (Domenach, 1962:114)

El desarrollo de la propaganda de guerra se consolidó en el siglo xx, tres fueron los principales factores: el aumento de la población mundial, el desarrollo de tecnologías comunicativas, sobre todo de la prensa escrita que dejó de ser paulatinamente exclusiva de las élites para comenzar a distribuirse entre todos los estratos (prensa moderna) y, finalmente, con el desarrollo de movimientos de masas, la ideología desempeñó un papel central en la justificación de las acciones políticas y bélicas (Bobbio, 1982: v. II, 1333-1336). Dentro de ésta, se pueden estudiar múltiples factores que inciden en el proceso comunicativo, de los cuales pueden analizarse los siguientes: el emisor, es decir, “la organización encargada de elaborar y difundir mensajes de propaganda;” el medio o los canales a través de los que se difunden los mensajes; los contenidos y estrategias de los propios escritos, y “los efectos o repercusión de ese fenómeno propagandístico” (Pizarroso, 1999: 159) Este texto pondrá acento a la revisión del emisor, al medio por el que se distribuye el mensaje (los periódicos) y a los contenidos de sus publicaciones.

Nos enfocaremos dentro del mensaje periodístico, tomando en cuenta que las estrategias propagandísticas casi siempre se entrelazan unas con otras, al análisis de dos aspectos:

a) *Construcción del enemigo*. Se ubica y se establece un enemigo común, pues no se pelea contra un grupo, sino contra un personaje definido (Villa, Zapata, Carranza, Obregón). Esta “construcción” suele sustentarse en elementos maniqueos, el desprestigio se logra mediante la anexión de ciertos valores que el público al que va dirigida la propaganda odia o teme.

b) *Exageración, omisión y deformación*. Las noticias favorables se engrandecen o se descartan, según las necesidades del momento. Los rumores y las mentiras son elementos comunes de esta estrategia propagandística (Domenach, 1962: 67).

Estos procedimientos fueron fundamentales en el relato de las campañas militares durante la Revolución mexicana, principalmente en las que ocurrieron en el Bajío, primero en Celaya y poco después en la estación ferroviaria de Trinidad. La exageración y la manipulación de lo ocurrido fueron las armas de las que se valió la prensa, unos para demostrar su superioridad, otros para hacer creer que aún tenían posibilidades de triunfar.

2 “Elaborando y reelaborando” las campañas militares

2.1 Celaya y la *construcción del enemigo*

Una vez conformados los bandos en pugna a finales de 1914, los convencionistas y los carrancistas entraron a una etapa de complejos enfrentamientos en el Bajío mexicano, Celaya, la estación ferroviaria de Trinidad y Aguascalientes fueron los puntos principales donde combatieron los hombres de Pancho Villa vs los de Álvaro Obregón.

Los partes de guerra de la primera batalla en Celaya, Guanajuato (4-6 de abril de 1915) del general Álvaro Obregón, fueron reproducidos en *El Pueblo* (aunque se trataron de resúmenes de los que más tarde aparecieron anexados en su libro *Ocho mil kilómetros en campaña*) y dieron por sentado que la “reacción villista” había sido aniquilada. El periódico carrancista aseguró que las poderosas cargas de caballería de Pncho Villa, sin ningún planteamiento táctico (sin dejar reservas), fueron detenidas por Obregón que, tras poner un fuerte dispositivo defensivo, esperó a que las huestes del norte se desgastaran y, finalmente, pudieran atacar por la retaguardia. *El Pueblo*, en un encabezado, aseguró:

“Triunfó el ejército constitucionalista en la ciudad de Celaya contra la reacción”

Cuarenta cargas de caballería no sólo resistieron los patriotas, sino que las rechazaron ungidos por la gloria...

Más de mil muertos y un número considerable de heridos fueron encontrados sobre el campo adversario, lo que demuestra muy a las claras que se empeñan todas las energías del triunfo

Villa dirigia la accion, afortunadamente.²

De la misma forma, *El Demócrata*, difundió el triunfo “arrollador” de los carrancistas, “3,000 reaccionarios perdió Villa en el formidable combate que entablara con las Fuerzas del Gral. Álvaro Obregón en las inmediaciones de Celaya”, en este caso el diario dirigido por Rafael Martínez “Rip-Rip”, antiguo maderista y aliado del Primer Jefe, aseguró que Pancho Villa había sido el primero en huir, dejando abandonados a sus hombres.³ Por otro lado, el periódico *La Convención* ni siquiera era publicado debido al continuo cambio de sede del grupo convencionista.

Entre el primer y el segundo enfrentamiento en Celaya (13-15 de abril), la prensa carrancista se dedicó a impulsar una campaña de exaltación en torno a los hechos de armas acaecidos en dicho sitio. El nueve de abril se publicó la nota editorial “La Justicia está con nosotros. Sobre la victoria de Ayer” en donde se elevó a Celaya como una “promesa de redención para la humanidad”, además de subrayar el hecho de que no se estaba venciendo a Villa, sino al alma de la burguesía, de la Iglesia, de los *yankees*, se estaba destruyendo a los últimos baluartes de la reacción misma. El triunfo era del pueblo, de Carranza para el pueblo a través del ejército constitucionalista, al cual le pertenecía la “Justicia,”⁴ mientras que con Villa, huían no sólo sus hombres, sino también más de cien curas.

Días después *El Pueblo* publicó el informe de un “joven y estimable teniente del ejército constitucionalista”, de quien no se dio el nombre, en el que narraba la acción en la primera asonada de Celaya, destacó el actuar de un “párvulo trompetita” que con su melodía despistó a los villistas y contribuyó a su huída: “Obregón consideró que Villa volvería a pretender otro ataque, pero con asombro vieron que Villa y su brillante Estado Mayor, abandonando artillería y heridos, laureles y fama en los campos de Celaya, emprendió la huída, llevándose unos cuantos cañones y los heridos que tuvieron más a la mano.”⁵ Villa no sólo era un mal militar, sino también era cobarde para los carrancistas.

En la misma sintonía el 11 de abril se publicó un editorial que desprestigiaba a los convencionistas, principalmente al “perdedor” en Celaya, en la que se pueden analizar perfectamente la *construcción del enemigo* —proceso iniciado desde finales del año anterior, pero utilizado con gran insistencia durante las campañas militares— y la exageración de los hechos durante las batallas:

² “Triunfó el ejercito constitucionalista...”, *El Pueblo*, 8 de abril de 1915, p. 1.

³ “Extra”, *El Demócrata*, 8 de abril de 1915, p. 1.

⁴ “La Justicia está con nosotros. Sobre la victoria de Ayer”, *El Pueblo*, 9 de abril de 1915, p. 3.

⁵ “Cómo fue la acción de armas en Celaya”, *El Pueblo*, 8 de mayo de 1915, p. 5.

Yo he visto alguna vez caer un tigre herido, al fondo de un barranco, en su precipitado descenso, ramajes, piedras, hojarasca y polvo en torbellino turbulento; algún momento lo ví sostenerse, y ya parecía que lograba rehacerse, cuando la rama a que asido se quedara desgajándose rápida, precipitó al animal hacia el profundo abismo.

El villismo, presentado como un “tigre herido” comenzaba su descenso; los principales enemigos del estado liberal mexicano decimonónico “el clericalismo, el cientificismo y exfederalismo” eran obstáculos que sucumbirían definitivamente con él.⁶ En las páginas de los diarios carrancistas, Villa y sus hombres eran aliados de los contrarrevolucionarios. El pueblo y la justicia estaban con Carranza, la reacción —según los periódicos carrancistas— no podía seguir negando el arrollador triunfo de la causa movida por “ideales sinceros” del Primer Jefe.

Un segundo ataque se dio en la misma población del Bajío del 13 al 15 de abril, pero en esta ocasión Obregón se había reforzado con unos 15 000 hombres (Obregón, 1960: 327), mientras Villa fue fortalecido por fuerzas provenientes del norte y algunos contingentes de Michoacán, Jalisco y San Luis Potosí. Una vez más la estrategia de Obregón consistió en formar un círculo defensivo alrededor de la plaza de Celaya y, con las reservas que había dejado fuera de la misma, atacó a los villistas cuando se habían agotado para así obtener un nuevo triunfo.

La prensa carrancista, narró las acciones del general Álvaro Obregón, quien conocía los planes del “traidor” Villa y permaneció a la expectativa hasta el trece de abril, cuando al ser atacado inició la ofensiva y el combate se generalizó en una línea de veinte kilómetros, se extendió hasta alcanzar doscientos kilómetros cuadrados. Los dragones villistas, “como de costumbre”, hicieron “formidables” cargas de caballería sobre las posiciones de los revolucionarios; pero en todos sus asaltos fueron rechazados con energía. “Así permanecieron nuestras fuerzas, hasta que por órdenes del General Obregón, tomaron la ofensiva, que dio por resultado que fuesen derrotados los traidores ayer, a la una y media de la tarde, saliendo violentamente la caballería para perseguirlos y capturarle los trenes con impedimento que pudieron sacar del campo de la lucha.”⁷ Aseguró el parte de guerra reproducido en *El Pueblo*.

El resultado fue una victoria “arrolladora” de los obregonistas el día 15 de abril de 1915 después de que las caballerías de Cesáreo Castro —por el flanco izquierdo— y Joaquín Amaro —por el derecho— atacaron al bando de Villa. “Al grito de ‘sálvese quien pueda’ huyeron del campo de batalla los veteranos de la antigua División del Norte”, “los leones, se habían convertido en “mansos corderos.” (Barragán, 1985: 295-296). Este triunfo “genial” de Obregón —en palabras de Juan Barragán— demostró que

⁶ A.P.R., “En el campo villista tocan a muerte”, *El Pueblo*, 11 de abril de 1915, p. 3.

⁷ “Ha triunfado el Ejército Constitucionalista”, *El Pueblo*, 16 de abril de 1915, p. 1.

los villistas, con una estrategia débil y “sin ideales justos y buenos”, se encaminaban a la derrota.

El encabezado de *El Pueblo*, del 16 de abril de 1915, fue: “Envuelto en los fulgores de la gloria, el estandarte de la legalidad ondea orgulloso sobre las trincheras de la nefanda reacción,” en la nota se subrayaron las palabras de Carranza, quien vio en este triunfo la derrota de la “reacción”, además de exagerar notablemente las bajas y heridos del bando villista, las cuales calcularon en 14 000. El Primer Jefe felicitó a sus hombres, quienes “arrollando ayer a Huerta y hoy a Villa”, marcaron en las “páginas gloriosas de la historia que los hombres honrados y los principios sanos siempre triunfarán, a pesar de la fuerza y el oro.”⁸ Dicha victoria se mostró como resultado de la unión del “vengador de la justicia” Venustiano Carranza con el “campeón” Obregón. Obviamente, dicha prensa no mencionó la forma en que el general Dionisio Triana que comandaba una de las brigadas de infantería villista dejó el paso libre a las infanterías carrancistas (Calzadías, 1967: t. II, 210).

El periódico de la Convención Revolucionaria reapareció el lunes 26 de abril.⁹ En la página dos, su director, Heriberto Frías —autor de la obra *Tomochic*—, llamaba a los revolucionarios “equivocados” para que se pasaran al bando que verdaderamente velaba por el triunfo de la revolución: “la Convención no les cerrará las puertas a los revolucionarios que de buena fe hayan huido hacia el carrancismo personalista. La Convención hace obra de paz y obra de unión.”¹⁰ Los convencionistas y su prensa mostraron notorios rasgos de debilidad propgandística al tratar de acercarse al enemigo que los estaba derrotando en los campos de batalla.

Promesas de mejoras sociales aparecieron un día después en el periódico convencionista, aseguraba que con los fondos con los que aún contaba, la revolución:

Procederá de abajo hacia arriba, comenzando por dar medios de vida y libertad al campesino y al obrero, los hará dueños de una parcela de tierra mexicana para que se sientan realmente mexicanos; los llamará a que formen el Ayuntamiento libre escuela de democracia, base y sostén de las instituciones libres; hará que integren el ejército nacional para que por sí mismos guarden sus conquistas. Por otra parte, devolverá sus tierras al indio despojado, le pondrá maestros de escuela y le ofrecerá con un jornal más alto una existencia con mayores

⁸ “Envuelto en los fulgores de la gloria...”, *El Pueblo*, 16 de abril de 1915, p. 1.

⁹ El periódico desapareció debido a los constantes cambios de sede de la Convención. En la última semana de enero de 1915 se trasladaron a Cuernavaca, Morelos. Al iniciar marzo la junta de revolucionarios regresó a la ciudad de México, pero debido a las acciones de Obregón en su paso por la metrópoli (enero-marzo), que incluyó la destrucción y saqueo de las instalaciones periodísticas de la Convención, fue imposible que se continuara publicando *La Convención* desde mediados de marzo.

¹⁰ H. Frías, “La Paz digna, después de la guerra. La Convención no es Academia sino crisol”, *La Convención*, 26 de abril de 1915, p. 3.

aspiraciones para que acabe de despertar de su sueño de siglos y entre a la lucha, al trabajo, a la vida.¹¹

La Revolución aún existía debido a que sólo con el triunfo de las libertades del pueblo ésta tocaría su fin.¹² Sin embargo, de las batallas ocurridas en Celaya nada se dijo, el silencio fue una estrategia convencionista: la omisión servía mucho más en este caso, puesto que no había forma de refutar el triunfo del carrancismo en los primeros días de reaparición de los órganos informativos convencionistas.

Por aquéllos días la prensa carrancista se dio a la tarea de fomentar rumores sobre la división y pelea entre los miembros del bando villista. El 13 de mayo se aseguró que el general Felipe Ángeles —uno de los militares más importantes de la División del Norte—era prisionero de Pancho Villa¹³ y días más tarde se afirmó también que el propio Ángeles había abandonado a Villa para dirigirse a Matamoros. Junto a ello, se aseguró que algunas “bandas” de exfederales-huertistas se estaban formando en Estados Unidos para penetrar el territorio mexicano, la prensa aseveró que estos hombres recibían su salario de los bolsillos de los científicos que vivían en el país vecino desde la caída de Victoriano Huerta. Junto al repliegue villista ante los ataques de Obregón, *El Pueblo* insistió en que los ejércitos pagados por la “reacción” habían cruzado la frontera y ya se encontraban peleando, pero no contra la “Revolución” del Primer Jefe, sino contra los propios villistas, de ahí que parte de la primera plana del 18 de mayo asegurara que “Los científicos después de tomar por instrumento a Villa, vuelven sus armas contra él.”¹⁴

El objetivo era claro: demostrar que los enemigos se enfrentaron entre sí, mientras Carranza y los suyos ganaban terreno e incrementaban su moral.¹⁵ La dinámica de desprestigio del enemigo cobró un peso fundamental en la intentona de la prensa carrancista para buscar la supremacía frente a los villistas durante la etapa más álgida de la lucha armada. Notas editoriales como “La agonía de los científicos”, “La lógica del triunfo constitucionalista”, “El fracaso final”, “La austeridad frente al pillaje”, son ejemplos notables de dicha labor. Como se ha visto, la constante fue mostrar a Villa como el último reducto reaccionario quien, al final, los llevó al fracaso dada su ineficacia. La prensa pro-Carranza se empeñó en comparar a Villa con Porfirio Díaz y Victoriano Huerta, pero la bandera carrancista los estaba aniquilando,¹⁶ en otras

¹¹ Luis Coyula, “Cuál es la paz que busca la Revolución”, *La Convención*, 27 de abril de 1915, p. 2.

¹² R.E.M., “La revolución debe llegar hasta el fin”, *La Convención*, 3 de mayo de 1915, p. 2.

¹³ “Se asegura que Ángeles es prisionero de Villa”, *El Pueblo*, 13 de mayo de 1915, p. 1.

¹⁴ “Los científicos después de tomar por instrumento a Villa, vuelven sus armas contra él”, *El Pueblo*, Veracruz, martes 18 de mayo de 1915, p. 1.

¹⁵ “Los villistas se repliegan a Aguascalientes”, en *El Pueblo*, Veracruz, martes 18 de mayo de 1915, p. 1.

¹⁶ “La agonía de los científicos”, *El Pueblo*, 13 de mayo de 1915, p. 3.

palabras: la reacción, cuya marioneta y máximo representante era Francisco Villa, estaba a punto de desaparecer.

La causa “vandálica villista” había cavado su tumba, en palabras de la prensa pro-Carranza, su poderío sólo podía ser temporal debido a que era el “Dios del crimen” quien los ayudaba. Villa, en esta etapa de la propaganda carrancista, era mostrado como el más bajo organismo existente sobre la faz de la tierra. Los triunfos en el Bajío les dio la pauta para desprestigiarlo de manera mordaz, comparándolo con un tigre herido después de sus derrotas frente a Obregón: “Doroteo Arango (a) Pancho Villa, el “indomable Atila del Norte” o el “Napoleón Bandido” como se le llamó, había comprendido “su miserable organismo microbiano”. Al efecto, Álvaro Obregón, ese “ilustre” general constitucionalista que lleva “en sus venas la brava sangre yaqui, tuvo a bien sacudirse el polvo de su casaca con la hirsuta melena de la testa del nunca bien ponderado Doroteo Arango.”¹⁷ Cuando comenzó a perder en el Bajío, “Doroteo vio entonces su pequeñez espantosa. Sintió sed de sangre y se lanzó a la batalla, pero ni para beber sana roja, por las heridas abiertas de los enemigos, sino para llorar como mujer cobarde e impotente ante el domador que le latigueaba las ancas.”¹⁸ El otrora “gigante” líder de la División del Norte se había transformado en “pigmeo”.

La Convención reaccionó ante los duros embates carrancistas, continuó su labor para unir a las distintas facciones, por lo que pedía confianza a los verdaderos revolucionarios para que aceptaran a la Convención como el verdadero centro aglutinador de la revolución, lejos de los personalismos.¹⁹ El mensaje iba dirigido a los “equivocados” que ya debían haber reflexionado, pues seis meses habían transcurrido desde que la “soberanía convencionista se hacía presente en el país”.²⁰ Frías y los redactores de la prensa convencionista se esforzaron por encontrar un punto neutral, pero parece que no era el momento preciso para dirigir estos argumentos a sus correligionarios, pues la guerra sólo se detendría hasta que uno de los dos bandos fuese derrotado.

El Pueblo desacreditó de inmediato las líneas convencionistas asegurando que la Convención de Aguascalientes de 1914 “vomitó como un volcán en erupción, los detritus de todas las pasiones políticas, regándolas por el territorio nacional, como una inundación devastadora de hirviente lava”, Villa y Zapata “el simio del norte y el troglodita del sur” impidieron en su momento que la revolución triunfase, pero Carranza se había “engrandecido” ante el nuevo brote reaccionario. La nota culminó asegurando que la justicia triunfaría y ello debía “devolver la vista a los ciegos como en

¹⁷ “El fracaso final”, *El Pueblo*, 17 de mayo de 1915, p. 3.

¹⁸ “El fracaso final”, *El Pueblo*, 17 de mayo de 1915, p. 3.

¹⁹ R. E. M., “Alta misión de la Asamblea Revolucionaria”, *La Convención*, 18 de mayo de 1915, p. 3.

²⁰ R. E. M., “Se derrumba el último obstáculo. A los revolucionarios por convicción”, *La Convención*, 21 de mayo de 1915, p. 2.

un espejismo de leyenda bíblica,”²¹ haría ver su error a los convencionistas. Una vez más los argumentos convencionistas de unificación chocaron con la radicalidad propagandista carrancista.

2.2 La batalla de Trinidad, la exageración y la distorsión noticiosa

La lucha se mantenía en la prensa y en el campo de batalla. El diario convencionista aseguró el 19 de mayo de 1915 que la situación en el Bajío era “muy buena” para los hombres que estaban bajo el mando de Francisco Villa, el periódico insistió en no hacer caso a “la voz de la calle que todo lo deforma y abulta”, la cual afirmaba que Obregón se había levantado con la victoria en León, *La Convención* publicó que la ciudad leonesa se encontraba en manos de la Convención y que la División del Norte se hallaba en Irapuato.²²

La realidad era distinta. Tras la derrota en Celaya, Villa se retiró al norte y se reforzó con hombres de sus otros frentes (cancelando las ofensivas en Tampico y en el Noreste), además de reencontrarse con Felipe Ángeles, quien le aconsejó no pelear en León y resistir en Aguascalientes (Calzadiaz, 1967: t. II, 225). Mientras a las tropas de Obregón se anexaron las divisiones de Manuel M. Diéguez y Francisco Murguía (Barragán, 1985: t. II, 325). Pronto inició un nuevo enfrentamiento, uno de los más largos durante la revolución, pues se prolongó del 27 de abril al 5 de junio de 1915. El Ejército de Operaciones liderado por Obregón ocupó Irapuato, Silao y Guanajuato, con la mirada puesta en León. El 29 de abril comenzó un duelo continuo en la estación de Trinidad, nuevamente, con un planteamiento defensivo por parte de Obregón. Sin embargo, los ataques villistas se hicieron generales los días 22 y 23 de mayo, así como el 1º de junio. Los asaltos villistas desde la hacienda El Resplandor obligaron a Murguía y a Diéguez, quienes se encontraban en Silao y la estación Nápoles, a replegarse a la hacienda de Santa Ana del Conde en donde se hallaba Obregón (Barragán, 1985: t. II, 343).

Cuando el general Álvaro Obregón preparaba la nueva estrategia, sufrió el embate de una granada que le costó perder la extremidad superior derecha en la misma hacienda. El lugar que dejó vacante el “manco de Santa Ana del Conde”, lo ocupó el general de brigada Benjamín G. Hill y el cinco de junio, tras llevar a cabo una junta el tres de junio en la que Murguía se mostró insistente en tomar una táctica ofensiva, se decidió atacar al enemigo. Con una estrategia envolvente, y la penetración de la caballería de

²¹ “Sección editorial. La austeridad frente al pillaje”, *El Pueblo*, 23 de mayo de 1915, p. 3.

²² “La situación en el Bajío es muy buena”, *La Convención*, 19 de mayo de 1915, p. 1.

Murguía por la retaguardia enemiga, colapsaron las líneas villistas y la población de León fue ocupada por los carrancistas. No obstante, la prensa no ensalzó en demasía la labor de Francisco Murguía. Para Barragán fue él el verdadero héroe de esta batalla: “Así como apunté con toda imparcialidad y honradez que sólo al genio militar del General Álvaro Obregón se debió la victoria de Celaya, quedando consagrado, desde entonces con el glorioso título de ‘Héroe de Celaya’, con idéntica solvencia moral, debe admitirse que al valor, a la pericia y a decisión del General Francisco Murguía se debió la brillante jornada de León.” (Barragán, 1985: t. II, 354)

El Demócrata fue el primer diario que dio la noticia del triunfo del ejército carrancista sobre Villa, incluso publicó un “Extra” el domingo 6 de junio de 1915, en donde se describió el hecho de armas y se afirmó que “Wtoda la artillería reaccionaria quedó en poder de los constitucionalistas.”²³ El encabezado de *El Pueblo* del siguiente día, difundió la victoria de las huestes carrancistas en León: “El más importante triunfo alcanzado por las armas constitucionalistas.” La nota exaltó la actuación de Obregón y sus hombres, quienes se batían “encarnizadamente” desde un mes atrás contra las fuerzas de Villa y Ángeles. Una vez más, el elemento mediante el que se buscó dar veracidad a los hechos de armas fue la inclusión de un telegrama de Obregón dirigido a Carranza fechado el cinco de junio de 1915 en donde dio cuenta de su triunfo. La contestación de Carranza fue anexada en el mismo número, que puso énfasis en el fragmento del discurso en donde el Primer Jefe aseguraba que la reacción estaba vencida desde Celaya y la inminente paz y reestructuración social que ya se avecinaba.²⁴

El editorial que fortaleció las aseveraciones de la primera plana no se hizo esperar y el ocho de junio se publicó una columna que llevó por título “la reacción ha recibido el golpe de gracia”, en esta ocasión, “el tigre” –Pancho Villa- era descrito no sólo malherido, sino a punto de morir:

Doroteo Arango (a) Pancho Villa, como un tigre herido fugado de su jaula, va dejando a su paso una huella de sangre. El domador le persigue de cerca y la jaspeada bestia empieza a sentir el desvanecimiento de la fuerza que se fuga. La embestida fue colosal; pero Álvaro Obregón, el domador de fieras zapato-villistas, descargó muy fuerte sus látigos, tan fuerte que el tigre chihuahuense, espalda al domador, se fugó dejando en la arena a sus cachorros.²⁵

²³ “Los soldados del Gral. Obregón derrotaron a Fco. Villa”, *El Demócrata*, 6 de junio de 1915, p. 1.

²⁴ “Al felicitarlo ahora por el más importante triunfo con que ha cubierto usted de gloria a las armas constitucionalistas, puedo asegurar a usted que no está lejano el día en que restablezcamos la paz y el orden de la República, sírvase usted en aceptar mi más calurosa felicitación por el importante hecho de armas de ayer, y hacerla extensiva a los generales, jefes, oficiales y tropa por su heroico comportamiento. “La reacción ha recibido el golpe de gracia”, *El Pueblo*, 7 de junio de 1915, p. 1.

²⁵ “Periodo de expectación”, *El Pueblo*, 8 de junio de 1915, p. 3.

La conclusión era que ante la desaparición de la reacción, la legalidad constitucionalista estaba a punto de culminar la primera etapa de la obra revolucionaria. En la misma sintonía, se publicó la sección editorial “El orden y la paz en la República, pronto serán restablecidas”, en donde se dio la razón a Carranza sobre que los ideales revolucionarios pronto comenzarían a verse reflejados en el país.²⁶ “La primera parte de la revolución, la demoledora está hecha; Carranza es de hierro. La segunda parte la reconstructiva...está hecha también porque Carranza está allí.”²⁷ La ciudad de León constituía entonces el inicio de una nueva época dentro de la propia lucha armada y así lo quería hacer notar la prensa carrancista.

El periódico carrancista incluso justificó la violencia utilizada por su facción, pues la empleada por la revolución constitucionalista era “necesaria y pasajera”, se encargaría de destruir y arrasar los intereses contrarios a los verdaderos ideales “en el fondo va reconstruyendo y creando la nueva, la verdadera, la definitiva Patria Mexicana.”²⁸ En pocas palabras el uso de la violencia y la guerra que se llevaba a cabo era una causa justa, se legitimaba por tener como objetivo la defensa del pueblo mexicano.

La prensa convencionista dio la noticia cinco días después que *El Pueblo*, siguiendo una vez más la estrategia de la omisión. Posiblemente la moral de sus hombres, y de su propio movimiento en la ciudad de México, se mostraba cada vez más disminuida, por lo que tuvieron que echar a andar su maquinaria propagandística en busca de crear su propia versión de los hechos. El sábado 12 de junio *La Convención* describió algo completamente distinto de los sucesos que se llevaron a cabo en León y sus alrededores, la primera plana aseguró: “El General Francisco Villa derrotó al Gral. disidente Álvaro Obregón” e incluso asentó que el líder carrancista había muerto después de perder el brazo en la hacienda de Santa Ana del Conde. Sin embargo, la tardanza para informar sobre el acontecimiento no sólo debe entenderse como una artimaña estratégica de los órganos informativos que mostraban preferencia por Pancho Villa, sino también como parte de un proceso de desinformación ocasionado por la propia guerra, durante la cual las informaciones podían cruzarse y provocar dificultades para conformar un relato único.

²⁶ “El orden y la paz en la República, pronto serán restablecidas”, *El Pueblo*, 8 de junio de 1915, p. 3.

²⁷ “Después de León...el porvenir”, *El Pueblo*, 10 de junio de 1915, p. 3.

²⁸ “Las dos violencias”, *El Pueblo*, 7 de junio de 1915, p. 3.



La Convención, 12 de junio de 1915, p. 1 (foto propia)

Asimismo, también es importante destacar que la contra-propaganda de la prensa pro-villista buscó refutar los diversos argumentos carrancistas, la mentira, en ocasiones, pudo funcionar para mantener las esperanzas de triunfar en el campo de batalla o, cuando menos, para no perder por completo la credibilidad ante la opinión pública. Un cronista de la época explica la desinformación que sufrió la ciudad de México a lo largo de las batallas entre villistas y obregonistas en el centro del país: “[...] jamás se ha vuelto a repetir el caso de que el pueblo capitalino permanezca tanto tiempo en la más completa ignorancia de los sucesos acaecidos en el resto de la Nación.” (Ramírez, 1941: 416). Según este autor, sólo unas cuantas personas lograron enterarse oportunamente de las derrotas villistas en el Bajío, en gran medida por la “oficiosa” prensa convencionista que “tergiversó los hechos afirmando que el General Obregón había perecido en tales encuentros y que el cuerpo de operaciones a sus órdenes había sido completamente aniquilado; que el victorioso general Villa, [...] proseguiría su marcha triunfal hacia la capital después de haber dejado limpio de infidentes todo el Norte y Centro del país.” (Ramírez, 1941: 411). Los hombres que hablaron por aquellos meses sobre la verdad de los hechos —asegura Ramírez Plancarte— fueron asesinados por las tropas zapatistas de la ciudad de México.

En resumen, la prensa convencionista nunca refirió la derrota del villismo en Celaya ni en Trinidad, seguramente por un par de factores: la falta de comunicación entre el Bajío y la ciudad de México, así como la propia labor propagandística que les impidió mostrar la “verdad”. La primera página del 12 de junio de 1915, aseguró que desde

varios días atrás los “disidentes carrancistas” estaban publicando noticias falsas en las cuales se aseguraba el triunfo de Obregón sobre Villa.

Su fuente de contraste para refutar la nota carrancista sobre el triunfo de los hombres del Primer Jefe, fue un informe del Cuartel General del Sur, según éste Villa había arribado a San Juan del Río tras un “soñado triunfo” frente a Obregón quien ya había muerto “en un pueblo del estado de Hidalgo.”²⁹ En el mismo número, se publicó el contenido del telegrama de Obregón en donde afirmó el triunfo a Carranza, la cual tacharon de “mentira carrancista” puesto que Villa se encontraba el día seis —fecha que apareció en el telegrama de Obregón— en Tepeji del Río con miras a ocupar la ciudad de México.

Ante las líneas vertidas en *La Convención*, *El Pueblo* respondió y puso en evidencia que “la mentira era una de las armas favoritas” de los hombres que seguían a Villa, en una nota asentaron que la “prensa reaccionaria” era incapaz de confesar sus derrotas, después de los triunfos de Obregón en Celaya, la prensa “contraria a los ideales de la Revolución”, elevó la figura de Villa y pregonó una victoria ‘colosal’:

Obregón, decían los periódicos huerto-católicos, fue completamente despedazado. El campo de batalla quedó cubierto de reaccionarios constitucionalistas. [...] el éxito de Doroteo Arango, no tiene precedentes en la historia. Su triunfo ha venido a demostrar hasta la evidencia, que los prestigios de que goza son en verdad algo positivo, algo que puede definirse con esta sola frase: INVENCIBLE. Con tales informaciones, los rostros de los expatriados huerto-felicistas se iluminaron de intenso júbilo, Francisco Villa para ellos se había convertido en un superhombre, tan superhombre que en sus filas militaban viejos elementos esbirrescos del antiguo régimen. Pero afortunadamente, todos estos incendios de entusiasmo pasaron rápidos dejando después de tanta luminaria el puñado de cenizas de las desesperanzas.³⁰

Los periódicos convencionistas insistían en los vínculos de Villa con los huertistas y otros contrarrevolucionarios. Los diarios carrancistas se mofaron de que Villa era el triunfador en Celaya. Villa el “indomable, el invencible, el gigante de la guerra” nunca podía perder, pero en esta ocasión ya era imposible seguir fingiendo falsos triunfos por parte de la Convención debido a que Doroteo Arango había perdido las batallas.

Dejando de lado lo vertido en la prensa puede afirmarse que los problemas en torno a la falta y defectos del parque de guerra, por los malos manejos del agente financiero de la División del Norte, Lázaro de la Garza, imposibilitaron a la División del Norte responder como lo hicieron en las batallas de 1914 (Torreón y Zacatecas,

²⁹ “Las notas falsas del carrancismo”, *La Convención*, 12 de junio de 1915, p. 1

³⁰ “La nula sinceridad de la prensa reaccionaria”, *El Pueblo*, 15 de junio de 1915, p. 5.

principalmente) frente al ejército federal. La batalla de León fue mucho más reñida de lo que se ha divulgado, los villistas parecían que encontraban el triunfo el cinco de junio —y no se alejaban desalentados del campo de batalla—, pero diversos errores estratégicos dieron al traste con el intento villista, al final Pancho Villa tuvo que ordenar la retirada (Calzadiaz, 1967: t. II, 257-258).

Mientras *El Pueblo* lanzó importantes ataques contra la prensa convencionista, *La Convención* publicó secciones editoriales en donde se puso —una vez más— énfasis en la necesidad de unificar a los revolucionarios, pero en esta ocasión tomando como argumento un mensaje del presidente de Estados Unidos, Woodrow Wilson, de principios de junio, en el que buscaba solucionar los conflictos en México. La Convención insistió a lo largo de junio y julio que no se podía permitir que hubiese una nueva intervención extranjera en el país, por lo que continuó con la labor de fraternidad revolucionaria: “[...] todas las facciones revolucionarias que hicieron armas contra la Usurpación son idénticas y tienden a una inspiración común: el mejoramiento de las clases proletarias y el afianzamiento de las libertades para el pueblo, conquistadas en esta formidable conmoción sociológica.”³¹ El 1º de julio, *La Convención* aseguró que se había pactado un armisticio entre las facciones revolucionarias³² y *El Demócrata* afirmó desde principios de junio que la nota de Wilson pronto reconocería al gobierno carrancista si elegía a los “mejores elementos” dentro del proyecto revolucionario.³³

La guerra, para los convencionistas, debía llegar a su fin a través de medios pacíficos. Unos días más tarde, se publicó otro editorial en busca de demostrar que el llamado a la unión entre revolucionarios no representaba signos de debilidad. En esta ocasión, el argumento de la prensa se mostró un tanto desgastado e, incluso, desesperado ante las innumerables ocasiones que la Junta se había dirigido a sus “hermanos equivocados” en busca de la unificación:

por otra parte, los adversarios de la Convención han creído posiblemente que, si la Asamblea los llama a la concordia, a la unión digna para emprender labor honrada, es porque este grupo revolucionario no cuenta con elementos suficientes para llegar al triunfo por medio de la fuerza, ni tiene de su parte a la opinión pública que, aunque aparentemente sin poder ostensible, al fin y al cabo es la que decide de la suerte de los gobiernos. Cuando los enemigos se den cuenta de sus errores “pueden tornar al seno de la Convención, donde encontrarán hermanos que anhelan su regreso, que no desean privilegios ni

³¹ R. E. M., “Por la Patria, por la revolución, por el deber”, *La Convención*, 18 de junio de 1915, p. 2.

³² *La Convención*, 1º de julio de 1915, p. 1.

³³ *El Demócrata*, Veracruz, miércoles 2 de junio de 1915, p. 1.

supremacías, y cuya sola aspiración es el triunfo definitivo de las ideas revolucionarias.³⁴

Empero, el 21 de junio de 1915 la prensa convencionista buscó nuevos argumentos para refutar las “verdades” carrancistas. El diario oficial de la Junta revolucionaria publicó una nota en la cual se aseguraba que el público sería informado diariamente de sobre las operaciones militares a través de boletines oficiales. Roque González Garza, encargado del poder Ejecutivo, en busca de mantener informada a la sociedad mandó a colocar un pizarrón en la fachada principal del Palacio Nacional en el que se propagaron las noticias “exactas” del resultado de los combates que se registraron diariamente en los diversos frentes. Ello debido a que “el Gobierno emanado de la S. Convención revolucionaria, no trata de ocultar la verdad de los acontecimientos, tal y como sean sin alterar nada, esto es, lo mismo se publicará las noticias de un triunfo como de una derrota.” En la misma nota anexaron la opinión de un “enviado” que aseguraba que todas las versiones dadas a conocer hasta ese momento sobre lo que ocurría en el Bajío eran inexactas y los enemigos estaban “creando” a través de la prensa sus propios triunfos. “Estos han atacado a la división del Norte con gran vigor y al principio de la campaña en el centro obtuvieron algunas ventajas, que después han ido perdiendo. Agregaba el informante que la marcha de las fuerzas del Norte, hacia el Sur, es lenta porque así lo requieren las operaciones, pues bien conocida es la táctica del general Villa, de avanzar sin dejar enemigo a la retaguardia.”³⁵

Al día siguiente, *El Renovador*, periódico convencionista de reciente aparición y corta duración, insistió en el fallecimiento de Obregón: “ha quedado plenamente confirmada la muerte del general revolucionario Álvaro Obregón, que resultó gravemente herido de una granada disparada por la artillería del General Convencionista Felipe Ángeles.”³⁶ El diario afirmó en la misma nota, que la noticia de la muerte de Obregón había sido relatada con todos sus detalles en *El Pueblo* el 16 del mismo mes. La narración de la nota tuvo como fin asegurar que con la muerte de Obregón, Carranza jamás podría erigirse con la victoria frente a los ejércitos convencionistas.

La respuesta por parte de *El Pueblo* no se hizo esperar, dicho periódico contestó a los ataques en torno a la necesidad de unificar a la revolución. Para ello, de la misma forma en que lo venían señalando desde finales de 1914, era el ideal lo que le daba sentido a una guerra, no de tipo personalista, sino unida en torno al Primer Jefe. Para el carrancismo, el villismo no tenía, ni nunca lo había tenido, un ideal, sino sólo una

³⁴ R. E. M., “Bastante fuertes pero también razonables. Al llamar a la Unión no se exhibe debilidad, sino deseo vehemente de salvar la revolución”, *La Convención*, 24 de junio de 1915, p.2.

³⁵ “La verdad oficial sobre la actual situación política”, *La Convención*, 21 de junio de 1915, p. 1.

³⁶ “Se ha confirmado la muerte del Gral. Constitucionalista Álvaro Obregón”, *El Renovador*, 22 de junio de 1915, p. 1.

acumulación de factores diversos de fuerza, que “en los primeros trances han tenido que chocar en la necesidad de sobrepujarse los unos a los otros recurriendo esencialmente a combinaciones políticas, como la Convención de Aguascalientes, las negociaciones siempre inconstantes con Zapata, y demás medios de que quiso echarse mano para llegar a un triunfo que nunca podía llegar”³⁷. Ángeles y Villa velaban por distintos ideales y nunca triunfarían, puesto que “carecían de honradez y, en cambio, tenían una gran ambición de poder”.

En contraposición con ellos, Carranza había creado un ejército sin ambiciones, que no titubeaban, ni dudaban, pues todos se habían unido en la lucha por el ideal verdadero de la revolución. Al mismo tiempo, la prensa carrancista puso énfasis en la “inexistencia” de la alianza entre villistas y zapatistas, tanto en el ámbito de lo militar como en sus intentos por crear un proyecto de reformas sociales. *La Convención* aseguró que los hombres del norte y del sur aún se mantenían unidos y trabajando duro para derrotar a la reacción. No obstante, la prensa convencionista aceptó que existieron diferencias en algún momento, pero la propia inconsistencia de los hostiles carrancistas le habían dado nuevos bríos a sus filas.³⁸

La derrota convencionista era evidente y la prensa adicta a dicho movimiento no podía seguir ocultándola. Los carrancistas llegaron a la ciudad de México y con ello la realidad fue revelada.

2.3 El triunfo carrancista y el fin de la prensa convencionista

Carranza publicó un manifiesto el 10 de junio de 1915, en él explicó la manera en que, después de cinco años de lucha armada, la Revolución estaba por llegar a su fin. Una vez vencido el enemigo, se podrían iniciar las reformas económicas, sociales y políticas que asegurarían la paz de la nación. Para el Primer Jefe ya se había iniciado el periodo preconstitucional durante el cual se llevaría a cabo lo necesario para, posteriormente, elegir a los nuevos encargados de los tres poderes de la Federación.³⁹ Pese a la labor de la “reacción que tuvo como brazo armado a Villa”, Carranza y su movimiento ya

³⁷ “La unidad militar de la revolución”, *El Pueblo*, 25 de junio de 1915, p. 3.

³⁸ J. D. F., “La salud por la Guerra”, *La Convención*, 25 de junio de 1915, p. 2.

³⁹ “D. Venustiano Carranza. Jefe del Poder ejecutivo se dirige al pueblo mexicano”, *El Pueblo*, 12 de junio de 1915, p. 1.

tenía dominio sobre siete octavas partes del territorio mexicano, según el documento.⁴⁰

El manifiesto mostró a Carranza como el triunfador absoluto, e iniciador de la nueva era de paz. *El Pueblo* en busca de dar a conocer los puntos de la propuesta del Primer Jefe, realizó una importante labor explicativa de cada uno de ellos en los números posteriores e invitó a sus lectores a examinar los postulados carrancistas.⁴¹

La Convención no mencionó la aparición del texto carrancista, no tenía forma de refutarlo e, incluso, las condiciones en que se publicaron sus diarios desde finales de junio, fueron por demás complejas. Sin embargo, *El Combate y El Renovador*, periódicos que representaron el último intento periodístico convencionista, criticaron la postura de Carranza y su “supuesta legalidad” alcanzada a partir de una lucha que estaba aún en definición.⁴² Ambos periódicos continuaron aceptando, en algunas ocasiones, al ejército de Pancho Villa como el brazo armado de la Convención. Todavía, el tres de julio, aseguró *El Combate*: “Son magníficas las condiciones de las fuerzas convencionistas del Norte.” En la nota transcribieron el testimonio de un informante llegado desde Aguascalientes, quien aseguraba que la División del Norte había triunfado en todos los embates contra Obregón:

Son completamente falsas, dice nuestro informante, las versiones que se han hecho circular en esta capital respecto a que la División del Norte haya ido de fracaso en fracaso, si efectivamente ha encontrado de parte de las fuerzas constitucionalistas una tenaz resistencia, ha logrado recuperar las plazas que, como León, Irapuato y Silao, se hallan en poder del General Obregón. Por demás está decir, que es completamente absurda la noticia de que el general Villa se replegó con sus tropas al Norte de Aguascalientes.⁴³

Siguiendo con el desarrollo de las campañas militares, las derrotas sufridas en Trinidad, obligaron a la División del Norte a concentrarse en Aguascalientes. Paralelamente, una columna comandada por los generales de la División del Norte Rodolfo Fierro y Canuto Reyes se separó del grueso del ejército villista y se encargó de aislar de su base de operaciones al general Obregón. Fierro fracasó en Lagos de Moreno, Jalisco, en un ataque contra las huestes carrancistas, no obstante, consiguió tomar el control de

⁴⁰ “D. Venustiano Carranza. Jefe del Poder ejecutivo se dirige al pueblo mexicano”, *El Pueblo*, 12 de junio de 1915, p. 3.

⁴¹ “De todos y de cada uno de los puntos tratados en el Manifiesto nos ocuparemos oportunamente; ellos merecen detallado examen y nuestro periódico dará a su estudio preferente atención. Entretanto, recomendamos a nuestros lectores la lectura de ese documento histórico y patriótico.” “Lea usted el último manifiesto del señor Carranza”, *El Pueblo*, 16 de junio de 1915, p. 3.

⁴² “El sol brilla: ciego el que no lo ve. Al margen de un manifiesto”, *El Combate*, 23 de junio de 1915, p. 1.

⁴³ “Son magníficas las condiciones de las fuerzas convencionistas del Norte”, *El Combate*, 3 de julio de 1915, p. 1.

León de los Aldamas y de ahí marchó al sur, en donde destruyó buena parte de la vía férrea y se concentró en Pachuca, hasta ese momento ocupada por el general Agustín Millán, quien tuvo que regresar a Ometusco ante el empuje de la columna villista (Barragán, 1985: t. II, 388-391). Estas acciones motivaron la salida de las tropas del general Pablo González de la ciudad de México, lugar al que recientemente había arribado. El triunfo de Fierro fue efímero y su columna regresó rumbo a Chihuahua una vez que había integrado a sus filas al ex Encargado del Poder Ejecutivo, Roque González Garza, quien había renunciado el 15 de junio de 1915.

Obregón —recuperado del percance de la destrucción de la vía férrea— decidió enfrentarse al enemigo en Aguascalientes. Después de iniciar su ataque por la barranca de Calvillo, los villistas “perdieron ímpetu” y Obregón, “casi como una copia” de los triunfos anteriores, lo derrotó el 10 de julio con la toma de la ciudad hidrocálida. El saldo fueron 1 500 villistas caídos por 600 carrancistas, esta información nos la ofrecen tanto la prensa como la propia historiografía (Obregón, 1960: 407). El periodismo pro-Carranza ya no dio la misma difusión a estos hechos de armas, puesto que su interés se enfocó en la toma de la ciudad de México a lo largo de junio y julio.

Por su parte, la idea de la unificación revolucionaria trató de ser reflejada en los argumentos utilizados por la prensa convencionista, ante la toma de la ciudad de México por parte de Pablo González, repitiendo en diversas ocasiones que la División del Norte, con Pancho Villa al frente, se acercaba a la ciudad de México para recuperarla y unirse a Zapata.

Finalmente, resulta significativo echar un vistazo al número 37 de *El Renovador*. En su primera plana aseguró que “Con entusiastas vivas al general Fco. Villa fueron recibidos los hombres de la División del Norte. Los carrancistas entraron hasta el corazón de la ciudad pero fueron rechazados por fuerzas del Norte y del Sur.”⁴⁴ Sin embargo, Pablo González y sus hombres había llegado a la ciudad de México: el carrancismo había reconquistado la “antigua capital” y la prensa convencionista no volvió a ver la luz.

3 Para cerrar

La propaganda a través de la prensa se posicionó como otra arma dentro de las campañas militares en la Revolución mexicana, particularmente en la lucha armada que protagonizaron Pancho Villa y Álvaro Obregón en el Bajío.

⁴⁴ “Con entusiastas vivas al general Fco. Villa fueron recibidos los hombres de la División del Norte”, *El Radical*, 31 de julio de 1915, p. 1.

Como se ha observado en este trabajo, carrancistas y convencionistas desarrollaron discursos para legitimar sus respectivos movimientos armados, sin embargo, pese a utilizar elementos propagandísticos similares, éstos distaron en efectividad y homogeneidad. En cuanto a la construcción del enemigo, los carrancistas siempre se mostraron enfáticos contra Pancho Villa y sus hombres más cercanos (Felipe Ángeles, regularmente), desarrollaron analogías (“tigre herido”, “Atila del Norte”, “Napoleón bandido”), pudieron fortalecer estos argumentos en buena medida porque el contexto bélico estaba de su lado. Mientras tanto, *La Convención* buscó la concordia y la reconciliación revolucionaria, demostrando argumentos endebles, reflejo de su compleja situación en los campos de batalla. Cuando las huestes carrancistas lideradas por Álvaro Obregón derrotaron a Villa en la estación de Trinidad, la prensa convencionista creó historias paralelas en donde Villa había triunfado y Obregón había fallecido; la mentira y la omisión fueron las últimas estrategias de los periódicos de la Convención. El triunfo carrancista marcó el fin de este combate periodístico, pues los órganos informativos de la Convención desaparecieron casi de inmediato. La uniformidad de la propaganda carrancista fue, sin lugar a dudas, una de sus principales virtudes.

¿Qué trascendencia tuvo la experiencia propagandística del periodo estudiado? La utilización de la prensa como arma propagandística en esta etapa marcó un hito en el desarrollo periodístico a corto, mediano y largo plazo. Los periódicos y periodistas de *El Pueblo* y *El Demócrata* se convirtieron en los defensores a ultranza del gobierno de Venustiano Carranza (1917-1920), aunque el primero desapareció en 1919 y mostró una fisura en el gabinete del coahuilense. El debilitamiento del gobierno de Carranza y la oposición periodística, representada principalmente por *El Monitor Republicano* que contaba en sus filas con hombres que habían adquirido experiencia entre 1909 y 1918, fue fundamental para el ascenso al poder del grupo sonoreño, conformado por Álvaro Obregón, Plutarco Elías Calles y Adolfo de la Huerta. La experiencia periodística de 1914-1915 fue fundamental para el desarrollo de las campañas electorales a través de la prensa en el periodo 1919-1920, como quedó plasmado en todos los periódicos de la capital mexicana.

La relación entre el poder y la prensa fue tensa en los primeros años de la década de los veinte. Su vínculo con las esferas gubernativas quedó fielmente marcada y consolidada con la creación del periódico del Partido Nacional Revolucionario (PNR, antecedente del PRM y del PRI) *El Nacional*, en 1929 y con el establecimiento de PIPSA (Productora e Importadora de Papel S. A.) fundada por el general Lázaro Cárdenas en 1935, cuyo objetivo era controlar el manejo y distribución del papel para las publicaciones periódicas.

Finalmente, a largo plazo, la versión plasmada en la propaganda carrancista de 1914 y 1915 definió la versión que las obras de actores de la época (Álvaro Obregón y Juan

Barragán) y la historiografía dieron por sentada: los carrancistas ganaron de forma casi arrolladora frente a un ejército convencionista sin estrategias militares claras. La historia del periodo fue mucho más compleja, pero ello refleja el uso político de la propaganda para elaborar la historia de los vencedores: la Revolución se definió en las batallas de Celaya de abril de 1915. Con ello Obregón consolidó su figura de general invicto y mártir de la lucha armada, Villa quedó marcado como un personaje carismático, pero impulsivo e ineficaz en la guerra.

Con este texto queda demostrada la trascendencia de la prensa en el ámbito bélico, su uso en momentos de definición de una guerra y como punta de lanza para elaborar interpretaciones del pasado.

Referencias bibliográficas

- ANDERSON, M. C. (2000): *Pancho Villa's Revolution by headlines*, Oklahoma, University of Oklahoma Press.
- BARRAGÁN RODRÍGUEZ, J. (1985): *Historia del Ejército y de la Revolución Constitucionalista*, México, Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana, tomo II.
- BOBBIO, N. y MATEUCCI, N., (1982): *Diccionario de Política*, México, Siglo XXI, II v.
- CALZADÍAZ, A. (1967): *Hechos reales de la revolución mexicana*, México, Patria, tomo II.
- CHECA GODOY, A. (1993): *Historia de la prensa en Iberoamérica*, Sevilla, Alfar.
- DOMENACH, J. M. (1962): *La propaganda política*, Buenos Aires, Editorial Universitaria.
- FIGUEROA DAZA, J. E. (2010): "La propaganda política constitucionalista durante la Revolución Mexicana (diciembre de 1914-julio de 1915)", Sevilla, Universidad de Sevilla, Departamento de Comunicación, tesis de doctorado.
- GARCIADIEGO, J. (1995): "La prensa durante la Revolución Mexicana", en Cano Andaluz, A. (coord.), *Las publicaciones periódicas y la Historia de México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 71-88.
- GILLY, A. (comp.) (2008): *Felipe Ángeles en la Revolución*, México, Era, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- HALL, L. B. (1985): *Álvaro Obregón. Poder y Revolución en México, 1911-1920*, México, Fondo de Cultura Económica.

- HUICI, A. (coord.) (2004): *Los heraldos de acero. La propaganda de guerra y sus medios*, Sevilla, Comunicación Social, Universidad de Sevilla.
- KATZ, F. (2000): *Pancho Villa*, México, Ediciones Era, II tomos.
- KNIGHT, A. (1996): *La Revolución Mexicana: del Porfiriato al nuevo régimen constitucional*, México, Grijalbo, II tomos.
- MATUTE, Á. (1995): "Prensa, sociedad y política (1911-1916)", en Cano Andaluz, Aurora (coord.), *Las publicaciones periódicas y la Historia de México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, pp. 64-70.
- OBREGÓN, Á. (1960), *Ocho mil kilómetros en Campaña*, México, Fondo de Cultura Económica.
- PIZARROSO QUINTERO, A. (1990): *Historia de la propaganda. Notas para un estudio de la propaganda política y de guerra*, Madrid, Eudema.
- 1999): "La historia de la propaganda: una aproximación metodológica", en *Historia y comunicación social*, núm. 4, 1999, pp. 145-171.
- QUIRK, R. E. (1962), *La Revolución Mexicana, 1914-1915*, México, Azteca.
- RAMÍREZ PLANCARTE, F. (1941): *La ciudad de México durante la Revolución Constitucionalista*, México, Botas.
- RUTHERFORD, J. (1973): *La sociedad mexicana durante la revolución*, México, El Caballito.
- SALMERÓN, P. (2009): "Los historiadores y la guerra civil de 1915. Origen y persistencia de un canon historiográfico", en *Historia Mexicana*, vol. LVIII, núm. 232, abril-junio, pp. 1305-1368.
- (2015): *1915. México en guerra*, México, Planeta.
- SÁNCHEZ LAMEGO, M. Á. (1983): *Historia militar de la revolución en la época de la Convención*, México, Instituto Nacional de Estudios Históricos de la Revolución Mexicana.

Hemerográficas

El Radical

El Demócrata

El Pueblo. Diario de la mañana

La Convención.

El Monitor

El Renovador

El Combate

PERCEPCIONES DE LA SIERRA MAESTRA. LA VISIÓN DE LA INSURRECCIÓN CUBANA (1957-1958) A TRAVÉS DE LOS PERIODISTAS LATINOAMERICANOS

Patricia Calvo González
Universidade de Santiago de Compostela
patricia.calvo@usc.es

Recibido: 21-10-2016

Aceptado: 5-12-2016

Resumen: *La insurrección cubana tuvo una abrumadora cobertura de prensa desde los primeros compases del levantamiento en contra del gobierno de Batista, que condicionaría en parte las oportunidades políticas y las estructuras de movilización concurrentes en el conflicto. El trabajo realizado por los primeros hombres de la prensa, fundamentalmente estadounidenses, que se entrevistaron con los líderes rebeldes cubanos sirvió como reclamo a otros muchos periodistas interesados en comprobar in situ el devenir de los acontecimientos. Ese fue el caso de los reporteros llegados desde varios países latinoamericanos, atraídos por el ideario de liberación propugnado desde las montañas cubanas. Periodistas provenientes de Ecuador, Argentina, México, Uruguay y Venezuela difundieron al resto del continente sus pareceres sobre lo que estaba aconteciendo en Cuba, ofreciendo una visión personal de un proceso que marcaría el devenir sudamericano a partir de la década de los sesenta.*

Palabras clave: *Revolución Cubana, prensa, Latinoamérica, dimensión pública, periodistas*

Abstract: *The Cuban insurrection had an overwhelming press coverage from the early stages of the uprising against the Batista government, which would determine in part the political opportunities and structures of mobilization concurrent in the conflict. The work done by the first men of the press, mainly Americans, served as a lure to many journalists interested in checking in situ the course of the events. That was the case of the reporters who came from several Latin American countries, attracted by the ideas of liberation coming from the Cuban mountains. Journalists from Ecuador, Argentina, Mexico, Uruguay and Venezuela spread to the rest of the continent their views on what was happening in Cuba, offering a personal view of a process that would mark the Latinamerican evolution from the sixties.*

Keywords: *Cuban Revolution, press, Latin America, public dimension, journalists*

Introducción

El periodista cubano José Guerra Alemán, que subió a Sierra Maestra y recogió sus vivencias y opiniones en el libro *Barro y Cenizas* (1971), atribuye al Che Guevara la frase “Los periodistas serán los historiadores de esta Revolución”. Con esta cita se resume tanto el marco teórico como la metodología y las fuentes de la presente investigación, que parte de la idea de que el proceso insurreccional cubano¹ no contó solamente con el sustento de las armas, sino que hubo una lucha en el espacio público a través de los medios de comunicación y la propaganda para lograr el objetivo de derrocar a Batista.

A este conjunto de medios de comunicación y propaganda es a lo que se ha denominado dimensión pública, como fórmula que abarque ambas cuestiones de modo global en la forma de hacer visible el conflicto ante determinadas audiencias pero que atiende a diferentes dinámicas explicativas y de actuación (Calvo González, 2014a). La intención, por tanto, es analizar los esfuerzos en políticas informativas y de propaganda de la movilización de la oposición cubana en tres niveles: internacional, nacional e interno.

Este artículo se centra en el plano internacional desde el punto de vista latinoamericano, tomando como fuente los trabajos de los hombres de prensa

¹ La fase insurreccional cubana, para algunos autores, comprende desde el año 1953 –con el asalto al cuartel Moncada- hasta el 1 de enero de 1959 –con la huida de Batista- (Guerra y Maldonado, 2005). En este artículo, nos centramos en los dos últimos años de esta etapa, cuando se recrudecen las acciones en contra del gobierno de Batista y fundamental en cuanto a la construcción icónica e identitaria. Sobre la insurrección, véase Bonachea y San Martín, 1974 y Thomas, 1974.

procedentes de países de América del Sur que subieron a la Sierra Maestra para conocer de primera mano a los protagonistas del conflicto. Tomamos así como fuente los artículos que publicaron en sus respectivos medios, realizando un análisis de contenido de los mismos con el objetivo de averiguar cual era el discurso y la imagen transmitida a las audiencias de los países latinoamericanos.

Acudir a estos textos periodísticos sirve, por una parte, para obtener una imagen presente del pasado, es decir, tomar como dijo el Che a los periodistas como historiadores de la Revolución y canalizar su contenido como parte de la historiografía de la insurrección. A este respecto hay que tener en cuenta todas las precauciones que se le atribuyen a los documentos hemerográficos, es decir, la prensa no es un ejercicio ni objetivo ni independiente, sino que funciona como empresa vinculada bien a poderes económicos o a poderes políticos, o a ambos a la vez (Vizcarra, 2002).

El presente estudio basado en la variable mediática toma la construcción del discurso periodístico como categoría de análisis. Para Rodrigo Alsina (1989: 14), la construcción de la noticia es un proceso de tres fases: la producción, la circulación y el consumo. Conceptualizando además dicho discurso como una forma de construcción de la realidad (López y Túñez, 1995: 35) y como actor político (Borrat, 1989: 68), se acepta que su cimentación es un proceso especializado, mediado, socialmente legitimado e institucionalizado en el que, como dice Gómez Masjuán (2010: 99), “se construye una realidad determinada por medio de un sistema simbólico que produce significación en consecuencia con los intereses del emisor a través de un tratamiento específico del discurso”.

El texto objeto de estudio se entiende como un constructo teórico y abstracto que se actualiza en el discurso, y el discurso se entiende como una práctica o un proceso, no sólo constituido por un conjunto de proposiciones, sino fundamentalmente por una secuencia de acciones o de interacciones. En este marco, interesan cada vez más la circulación de los discursos sociales, sus modos de producción, de intercambio y de establecimiento en relaciones de interacción interpersonales e intergrupales (Piñuel y Gaitán, 1995: 605).

Por otra parte, estos reportajes sirven también para realizar otra constatación, en el sentido que indica otra cita: “Sin prensa no iremos a ninguna parte”. Esta frase procede del general Máximo Gómez, comandante militar vinculado al levantamiento emprendido por José Martí a finales del siglo XIX para lograr la independencia cubana de España. Estas acciones, que fueron prácticamente repetidas por Fidel Castro y sus hombres, contemplaron también el poder de la prensa para la consecución del objetivo independentista. Por un lado, Martí envió artículos y crónicas a las principales cabeceras del continente americano y fundó el periódico *Patria*, con el objetivo de impulsar la lucha armada para independizarse de España. El Movimiento 26 de Julio tomó en cuenta también el hecho de que los revolucionarios del XIX convocaran a la

prensa extranjera para difundir sus aspiraciones fuera de Cuba, difusión que, en última instancia, precipitó la intervención estadounidense en el conflicto (Szulc, 1987: 462).

Tras el desembarco del Granma el 2 de diciembre de 1956, dado que la oficialidad cubana y los medios de comunicación estaban difundiendo que Castro estaba muerto, la guerrilla convocó a un periodista extranjero para desmentir tal hecho. Extranjero ya no solo tomando como referencia el pasado, sino teniendo en cuenta que la prensa cubana actuaba bajo la censura y sabían que no saldría ni una palabra acerca de los rebeldes en los medios locales (Suárez Núñez, 1963: 29-30).

En función a lo expuesto en la tabla 1, el periodista foráneo invitado por la guerrilla fue Herbert Matthews, de *The New York Times*. La misión de este reportero no se limitó tan sólo a informar de que Fidel había sobrevivido al desembarco, sino que lo calificó como “símbolo llameante de la oposición al régimen” y afirmó que cubanos de distintas clases sociales lo apoyaban “de todo corazón”². El impacto de sus artículos transformó la imagen de Castro, que pasó de “perdedor exaltado” a “truhán idealista de corte liberal” (DePalma, 2007: 106). Además, el carácter de exclusiva que tenían estas informaciones catapultó a la Sierra Maestra a las primeras planas de la prensa internacional (Teel, 2015: 12-36).

A partir de esta experiencia, Cuba estuvo en el punto de mira de la prensa y fueron bastantes los periodistas interesados en comprobar *in situ* el devenir de los acontecimientos. De este modo, reporteros llegados desde varios países latinoamericanos se internaron en la isla atraídos por el ideario de liberación propugnado desde las montañas cubanas. Periodistas procedentes de Ecuador, Argentina, México, Uruguay y Venezuela difundieron al resto del continente sus pareceres sobre lo que estaba aconteciendo en Cuba. Las vivencias de estos hombres en la Sierra Maestra marcarían un hito en su experiencia profesional, como en el caso de Segundo Cazalis, Carlos María Gutiérrez o Manuel Camín. Para Carlos Bastidas y Ricardo Masetti condicionarían para siempre su vida, tanto que la perdieron por su identificación plena con los valores que emanaban desde el Oriente de la isla, como se expondrá más adelante.

De acuerdo con la tabla 1, se realizará una exposición de todos estos profesionales por orden cronológico según su presencia en las montañas orientales cubanas. Sus viajes a la isla se concentran en los primeros meses de 1958, e interpretamos que por dos motivos fundamentales: 1) el secuestro de Fangio centró el foco de atención mediático en Cuba, actuando como efecto llamada (Rodríguez Camps, 2005); y 2) la visión plasmada hasta entonces era deudora de los trabajos previos de la prensa

² Matthews, H.: *The New York Times*, “Cuban rebel is visited in hideout”, 24/02/1957, p. 1; “Rebel strength gaining in Cuba, but Batista has the upper hand”, 25/02/1957, p. 1; “Old order in Cuba is threatened by forces of an internal revolt”, 26/02/1957, p. 1. Los artículos aquí mencionados se pueden encontrar en la hemeroteca digital del rotativo <<http://query.nytimes.com/search/sitesearch/>>.

estadounidense. Por ello, desde Latinoamérica se vio la necesidad de ampliar estas informaciones unilaterales para obtener un dibujo más detallado de la situación.

Tabla 1. Periodistas que subieron a Sierra Maestra (1957-1958)

FECHA	NOMBRE	MEDIO	PAÍS
Feb-57	Matthews, Herbert	<i>The New York Times</i>	EEUU
Abr-57	Taber, Robert y Hoffman, Wendell	Columbia Broadcasting System (CBS)	EEUU
Ene-58	Saint George, Andrew	<i>Look y Coronet</i>	EEUU
Ene-58	Meneses, Enrique	<i>Paris-Match</i>	Francia
Feb-58	Bigart, Homer	<i>The New York Times</i>	EEUU
Feb-58	Gutiérrez, Carlos María	<i>La Mañana</i>	Uruguay
Feb-58	Camín, Manuel	<i>Excélsior</i>	México
Mar-58	Alles Soberón, Agustín	<i>Bohemia</i>	Cuba
Mar-58	Hernández, Eduardo (Guayo)	Noticuba	Cuba
Mar-58	Guerra Alemán, José	Cineperiódico	Cuba
Mar-58	Brennan, Ray	<i>The Chicago Sun Times</i>	EEUU
Abr-58	Masetti, Jorge Ricardo	Radio El Mundo	Argentina
Abr-58	Bastidas Argüello, Carlos	<i>El Telégrafo</i>	Ecuador
Oct-58	Cazalis, Segundo	<i>El Nacional</i>	Venezuela
Oct-58	Pardo LLada, José	Unión Radio	Cuba
Nov-58	Chapelle, Dickey	Selecciones de <i>Reader's Digest</i>	EEUU
Dic-58	Mallin, Jay	<i>Time</i>	EEUU
*	González Regueral, José Ramón	Noticuario Nacional y <i>Zigzag</i>	Cuba
*	Ross y Schuman	United Press	EEUU

Fuente: elaboración propia

En adición, la proximidad cultural y de desarrollo de sus países con Cuba favoreció el interés de estos hombres por llegar a las montañas orientales en busca de la noticia. Como se verá, muchos de ellos lo entendieron como un proceso que podría fraguar en sus propias realidades nacionales, por lo que desde su primer contacto con la rebeldía, el traslado de las intenciones insurreccionales fue plasmado en términos positivos.

1 Carlos María Gutiérrez

A Uruguay llegaron las impresiones sobre el conflicto cubano a través de la pluma del periodista Carlos María Gutiérrez, que visitó el campamento rebelde poco después del combate de Pino del Agua en febrero de 1958. Durante su estancia en la zona tuvo la oportunidad de entrevistar a Fidel y al Che, así como de tomar testimonio gráfico acerca de la vida cotidiana de los combatientes. Como resultado de estas jornadas escribió varias crónicas que aparecieron en el diario *La Mañana*, publicadas los días 14, 16, 17 y 18 de marzo de ese año³. Su relación con la Revolución se mantendría después del triunfo, pues fue miembro fundador y activo colaborador de la agencia Prensa Latina⁴, dirigida en primera instancia por el periodista argentino Jorge Ricardo Masetti.

Las piezas periodísticas elaboradas por Gutiérrez se incluyeron bajo el epígrafe “Con Fidel Castro en la Sierra Maestra”, crónicas que serían anunciadas en la portada del día 14 de marzo e ilustradas con una fotografía del líder rebelde y el enviado especial de *La Mañana*, confiriéndole carácter de exclusiva. “LA MAÑANA es el primer diario de habla española en publicar un reportaje sobre la revolución cubana de Fidel Castro” se señalaba al pie de la foto de portada, retransmitiendo así la noticia personificada en el líder rebelde. Los cuatro reportajes se incluirían en la página 3 del periódico, a excepción del segundo de ellos, que se encuentra en la página 4. Sin apenas entrar en el análisis del contenido, se puede afirmar la relevancia que la insurrección cubana tenía en la agenda del diario, indicativo ya de por sí el hecho de haber enviado a un corresponsal a cubrir el acontecimiento⁵.

El reportaje del viernes 14 de marzo llevaba por título “Por qué Batista ya no gobierna en Cuba”, y comienza cuestionando la capacidad del gobierno para mantener el orden público en toda la isla, lo que lo estaría llevando a una situación crítica⁶. Tras afirmar

³ *La Mañana* fue un periódico matutino uruguayo fundado en 1917. Hasta la década de los ochenta fue editado por la Sociedad Editora Uruguaya (Seusa) que publicaba también el vespertino *El Diario*. Su edición se cerró en 1998 (Checa Godoy, 1993: 258-268).

⁴ Prensa Latina es la agencia de noticias fundada en Cuba tras el triunfo rebelde. Nació el 16 de junio de 1959 por iniciativa de Jorge Ricardo Masetti y el Che Guevara. En el núcleo inicial de periodistas se encontraban, entre otros, Gabriel García Márquez, Rodolfo Walsh, Rogelio García Lupo y Carlos María Gutiérrez. El objetivo era el de “informar sobre lo que estaba ocurriendo en Cuba realmente y con el propósito de ofrecer al mundo una visión de la realidad latinoamericana diferente de la que ofrecían los grandes monopolios mediáticos de entonces”. Véase la sección “Quiénes somos” en la web de Prensa Latina <<http://www.prensa-latina.cu/index.php?o=qs&id=quienessomos&SEO=quienes-somos>> [consultado 12/07/16]; el prólogo escrito por Rodolfo Walsh en Masetti, 2006 [1958]; y Bodes (comp.), 2014.

⁵ La Revolución Cubana tuvo un fuerte impacto en Uruguay, sobre todo a partir de 1959. Pero el interés por ella había comenzado antes y el primer contacto directo fue este trabajo de Gutiérrez, que en la década de los sesenta fue un importante defensor de la vía revolucionaria en el país. Sobre el tema véase, el semanario *Marcha* desde 1957 (publicación identificada con la izquierda independiente, anti imperialista y nacionalista. Gilman, 1995). Sobre el impacto de la Revolución Cubana en la política y movilizaciones sociales en Uruguay desde 1959, véase Rey Tristán, 2005a.

⁶ Gutiérrez, C. M.: “Por qué Batista ya no gobierna en Cuba”, *La Mañana*, 14/03/1958, p. 3.

que el Movimiento 26 de Julio (M26J en adelante) “es, desde la clandestinidad, la fuerza política más poderosa del país”, se pregunta qué hizo que un joven abogado pasara a liderar una guerrilla o que un movimiento “que aún no posee un programa definido y está dirigido por jóvenes de treinta años” logre la admiración y el apoyo del pueblo cubano. La respuesta la orienta a la situación a la que ha llegado Cuba en “manos de los políticos profesionales”. “De arriba abajo, la estructura de gobierno de Cuba aparece gravemente enferma”, indica Gutiérrez en su crónica. Ofrece así datos económicos que avalan la prosperidad cubana, un progreso que “parece favorecer sólo al grupo gobernante”. Con datos numéricos, el periodista interpreta que ni la prensa ni los sindicatos pueden ser la vía para canalizar el descontento popular.

[...] el pueblo [...] ha vuelto los ojos, por encima de todas las discrepancias, hacia una revolución que no se apoya en una clase social determinada y no tiene un programa que suscite resistencias parciales, sino que ofrece hasta ahora tres cosas aptas para conciliar la admiración y el respeto de todos los cubanos: heroísmo [...]; sacrificio personal de sus líderes, y una cerrada intransigencia para cualquier fórmula de paz que permita sobrevivir aunque fuera vestigios de las bochornosas prácticas administrativas anteriores⁷.

El periodista dibuja así en este primer artículo un panorama de la Cuba que llevó a un grupo de hombres a alzarse en contra del poder establecido, a los que justifica mediante los datos respecto de la situación política y social. A pesar de indicar que el M26J carece de un programa específico, ensalza sus méritos y le confiere el papel de liderar “la fuerza moral de una revolución que toda la ciudadanía comparte”.

El segundo reportaje se publicaría el domingo 16 de marzo bajo el titular “Aquí se pelea tanto como en la Sierra, pero morimos más”. Constituye esta pieza una crónica sobre el proceder de la resistencia en las ciudades, con las declaraciones hechas por *Deborah* (Vilma Espín), a la que el periodista entrevistó mientras esperaba en Santiago de Cuba a subir a las montañas. En los primeros párrafos hace de un relato de las muertes que se producen entre sabotajes y represión, así como de su experiencia por las calles de la ciudad para evitar los controles policiales. De este modo llega hasta *Deborah*, su contacto para llegar a la Sierra, quien en una conversación de hora y media le explica la estructura interna del Movimiento y su lucha en las ciudades.

Además de los doce miembros de la Dirección, el 26 de Julio posee otros cargos civiles. Un Coordinador nacional supervisa la acción de los otros cinco, encargados respectivamente de Propaganda, Movimiento Obrero, Finanzas,

⁷ *Ibid.*

Resistencia Cívica y Acción. Este esquema se reproduce en cada una de las seis provincias cubanas, y a cargo del mismo funciona un coordinador provincial⁸.

Gutiérrez deja entrever así en esta crónica que la Sierra no lo es todo, que hay un engranaje por debajo organizado y coordinado que moviliza unos efectivos hasta entonces casi desconocidos para la audiencia.

La afición norteamericana por lo espectacular y el enorme tiraje de *Life* y *Look* – que han publicado sensacionales reportajes de la guerrilla cubana- han hecho que la opinión pública crea que Fidel Castro centra en su persona la conducción del 26 de Julio. Pero el mismo Castro afirma otra cosa. “Aquí tenemos al Estado Mayor –me dijo en la Sierra- pero salvo en las operaciones militares, mi opinión es sólo la de un miembro más de la Dirección Nacional”⁹.

La novedad entonces en este enviado especial, además de la contextualización histórica que había ofrecido en la primera entrega, radica en prestarle atención a otros puntos de la lucha a los que otros periodistas solo habían tratado de refilón o simplemente obviado.

El lunes 17 de marzo, *La Mañana* ofrece el tercero de los reportajes de Gutiérrez, titulado “Una guerra que también se lucha sin armas”. En esta ocasión, el periodista hace un relato de cómo es la vida en la Sierra, tanto del campamento guerrillero como de las condiciones de los habitantes de la zona. Asimismo, ofrece un resumen de cómo ha sido la relación del conflicto con la prensa.

A partir de la visita de Matthews quedó fundado lo que el mismo Fidel Castro llama “el club de periodistas con menos socios del mundo” y para el cual ha destinado en su cuartel general una pequeña casita que cuenta con radio, un letrero bilingüe que dice “Club de Prensa/Press Club” [...] A lo largo de 1957, [...] llegaron hasta el club Robert Taber, de la Columbia Broadcasting System, Enrique Meneses, de Paris-Match y Andrew Saint-George, de Look. En la segunda semana de febrero de este año [...] Homer Bigart, del Times de Nueva York, y yo, pudimos solicitar personalmente nuestra filiación¹⁰.

El periodista intenta también en esta entrega matizar la imagen de la lucha que se estaba vertiendo desde la prensa estadounidense. Sobre Fidel Castro, Gutiérrez intenta aportar algo más que lo que estaban popularizando publicaciones como *Life* - “barbudo soldado [...], con su cabellera hirsuta, sus cartucheras cruzadas y su tosco uniforme de montaña”-, pero sin dejar de desprenderse del todo de ese romanticismo

⁸ Gutiérrez, C. M.: “Aquí se pelea tanto como en la Sierra, pero morimos más”, *La Mañana*, 16/03/1958, p. 4.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Gutiérrez, C. M.: “Una guerra que también se lucha sin armas”, *La Mañana*, 17/03/1958, p. 3.

latente. Por ello indica que no es sólo “ese guerrillero de mirada bravía, aparentemente individualista y feroz”, sino que es el componente de un todo conformado por “una ordenada estructura militar, un grupo político de pensamiento coherente, una administración civil y penal y una fraternidad de hombres libres que algunos de ellos [...] gustan comparar con la de Robin Hood”¹¹.

La última entrega de los reportajes sobre la lucha en Cuba realizados por Gutiérrez se publica en la edición del martes 18 de marzo de 1958 de *La Mañana*. El artículo es fundamentalmente el resultado de la conversación mantenida entre el periodista y Fidel Castro, encabezado por el titular “Qué quiere y adonde va la Revolución del 26 de Julio”. En esta ocasión, el enviado especial continúa intentado explicar que Castro no es todo el M26J, su mérito estaría “en haber estimulado a toda una joven generación cubana a asumir”.

En este sentido, continúa la crítica a la prensa estadounidense, señalando que han ensalzado la figura del líder rebelde, en un ejercicio de destacar la personalidad del guerrillero por la apetencia del público de sus diarios y revistas, obviando mencionar a “los dirigentes civiles de Santiago y la Habana que, en pie de igualdad con Castro y muchas veces autónomamente, elaboran planes, objetivos políticos o declaraciones de principios”¹².

Sentados estos precedentes, Gutiérrez plasma la entrevista mantenida con Castro, en la que en las primeras respuestas vuelve a insistir en que el objetivo es “el derrocamiento de la dictadura y la desaparición de la escena de todos los políticos que ahora la sostienen o la toleran”. De ahí vendría el gobierno provisional y las elecciones libres. Respecto a las preguntas sobre los cambios en el ámbito económico, el líder rebelde insiste en la reforma agraria pero indicando que “la expropiación no es imprescindible”, matizando así de nuevo un concepto que a priori pudiera sonar radical para los terratenientes.

El periodista describe así, “por primera vez en América Latina, por primera vez en español” (Gutiérrez, 1967: 36), a los protagonistas del conflicto, sus motivaciones y su organización. Se preocupa por desmarcarse de lo vertido hasta al momento por la prensa estadounidense, que con sus características de información-espectáculo, había retratado a un Castro alejado de la realidad, como se puede interpretar en sus artículos. Por ello, Gutiérrez ofrece una imagen del líder más centrada en su función

¹¹ *Ibid.*

¹² Gutiérrez, C. M.: *La Mañana*, “Qué quiere y adonde va la Revolución del 26 de Julio”, 18/03/1958, p. 3.

política, con la exposición de las intenciones insurreccionales, y en un tono conciliador, donde Fidel sería una pieza más de un movimiento que alcanzaba numerosas esferas¹³.

2 Manuel Camín

Manuel Camín, periodista mexicano del periódico *Excélsior*¹⁴, fue junto a Gutiérrez uno de los primeros representantes de la prensa iberoamericana que se entrevistó con Fidel Castro en las montañas cubanas. A principios del mes de febrero de 1958, los mensajes y los hilos cablegráficos que llegaban a la redacción del rotativo mexicano ofrecían versiones contrapuestas de la situación en la isla: por un lado, hablaban de una tregua entre los grupos antagónicos y la posibilidad de una solución pacífica, mientras que por el otro informaban acerca del incremento de las acciones rebeldes y gobiernistas¹⁵.

Según el relato del propio Camín, en México también tenían conocimiento de los reportajes que los periodistas norteamericanos habían realizado desde Cuba, “pero las diferencias idiosincrásicas constituían una barrera para que los lectores hispanoamericanos pudiesen captar en toda su intensidad el drama de sus hermanos en sangre, religión e idioma”. Es por ello que el 16 de febrero de 1958 recibe del director general del *Excélsior*, Rodrigo de Llano, la siguiente orden: “Marche a la Sierra Maestra y entreviste a Fidel Castro Ruz. Es misión peligrosa. ¡Suerte y que le vaya bien!”¹⁶.

El 19 de febrero Camín se encontraba en un avión rumbo a la isla, consciente del riesgo que entrañaba la misión: “en mi contra existía el antecedente de haber puesto especial

¹³ Gutiérrez no se desvinculó de Cuba tras el triunfo revolucionario ya que, como se ha apuntado, participó activamente en Prensa Latina. Desde su país siguió escribiendo crónicas sobre la isla (Gutiérrez, 1967: 71-83), trabajó para *Marcha* y fue colaborador en numerosas publicaciones, así como autor de algunos libros de poesía. Fue representante del Movimiento de Liberación Nacional-Tupamaros, en la Organización Latinoamericana de Solidaridad (OLAS, 1967) (Rey Tristán, 2005b). y estuvo vinculado a ellos durante años. Gutiérrez, por tanto, fue uno de los “deslumbrados” por la Sierra Maestra pero, al contrario de Masetti, que sí formó parte de un foco guerrillero en Argentina donde encontró la muerte, el periodista uruguayo desempeñó su papel revolucionario a través de su profesión.

¹⁴ *Excélsior* es el segundo periódico más antiguo de la Ciudad de México, después de *El Universal*. Fundado en 1917, “se le ha caracterizado como un periódico analítico y crítico del gobierno hasta el gobierno de Cárdenas [1940], después mantiene su imparcialidad” (Ytuarte Núñez, en Del Palacio Montiel, 2000: 328).

¹⁵ Camín, M.: “Misión: Sierra Maestra”, *Excélsior*, 21-22-23/02/2008. Dichos artículos fueron localizados en la web del periódico en la etapa inicial del estudio, en el año 2009. Hace unos años, la empresa editora remodeló la web, eliminando de las búsquedas artículos anteriores a 2010, por lo que no se puede proporcionar un enlace a los mismos.

¹⁶ *Ibid.*

interés periodístico en el movimiento revolucionario cubano desde hace 15 meses”, afirmaba, pero puntualizando que eso no significaba “parcialidad” hacia cualquier grupo implicado en la lucha. De hecho, antes de partir, el cónsul general de Cuba, Carlos Sánchez Barona, le advirtió que, por ser quien más los había “tirado” en su periódico”, le iban “a arrancar allá la cabeza”¹⁷.

Todas estas advertencias y precauciones se convirtieron en inquietud real cuando, como él mismo cuenta, llegó a La Habana y, en el coche que lo llevó a la casa donde se iba a alojar, oyó por la radio noticias sobre la quema de cañaverales, atentados contra policías o petardos que estallaron en las ciudades de toda la isla: “los acontecimientos que a mí podría haberme parecido sangrientamente excepcional y que, sin embargo, era un día más común y corriente, en el mar de sangre que ahoga a los cubanos”¹⁸. Asimismo, los estrictos controles policiales le sugieren a Camín una comparación de la situación en Cuba con “el campo de concentración hitlerista de Dachau”. El particular estilo del reportero perfilaba así un panorama teñido de dramatismo y dolor y que, sin apenas nombrarlo, dibujaba como responsable al gobierno del país¹⁹.

En La Habana contactó con integrantes del M26J, donde esperó el momento indicado para viajar a Oriente. Pero el 23 de febrero aún se encontraba en la capital, fecha en la que los revolucionarios secuestraron al piloto de Fórmula 1, Juan Manuel Fangio. “*Excélsior* dio la sensacional exclusiva mundial: uno de sus reporteros había sido el único periodista que entrevistó al campeón Fangio en el lugar donde estaba secuestrado, mientras más de dos mil policías habaneros trataban, inútilmente de encontrar ese escondite”, relató Camín sobre su primicia²⁰. Dos días después, el 25 de febrero, sale en autobús hacia las montañas orientales.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Ibid.*

¹⁹ Sergio López (2009), en sus artículos sobre los corresponsales extranjeros en Sierra Maestra, denota también estos elementos sobre la situación cubana latente en la pieza de Camín: “Seguro de haber encontrado una analogía entre lo que ocurría en Cuba y los campos de concentración de Adolf Hitler, narraba desde los 59 balazos que le habían asestado a un estudiante, hasta el asesinato de una mujer por la espalda, delante de su tío, su cuñada y su hija de cuatro años. [...] Probablemente con la intención de subrayar lo grotesco que desde su punto de vista resultaba la realidad cubana, el reportero mexicano anotó que Fulgencio Batista ofrecía 100.000 dólares por la cabeza del líder rebelde Fidel Castro”. Deja entrever, por tanto, que la actitud del reportero mexicano sitúa a sus artículos del lado de la rebeldía.

²⁰ Arnol Rodríguez Camps, uno de los participantes en el secuestro de Fangio, relata como se gestó la entrevista: “Se decidió que el periodista mexicano Manuel Camín, quien había venido para subir a la Sierra Maestra y entrevistar al Jefe de la Revolución, se viera con Fangio en el propio lugar de la retención. Resultó ser el único representante de la prensa que, en definitiva, tuvo esa oportunidad” (Rodríguez Camps, 2005: 45). En el libro acerca del rapto del piloto, Rodríguez Camps incluye la crónica sobre el suceso que Camín envió al *Excélsior*, publicada el 24 de febrero de 1958. “Por un momento pensé que mis secuestradores querían llevarme para la Sierra Maestra” fue el titular que se le dio, pero enseguida se destacó la comprensión de Fangio acerca del atentado: “Se ve que las personas de esta lucha son gentes de bien [...] Si mi captura puede servir para un buen propósito, como argentino, estoy satisfecho” (Rodríguez Camps, 2005: 79-81).

Tras arribar a la Sierra Maestra, el 17 de marzo Camín consigue entrevistarse con Fidel Castro, conversación que saldría publicada seis días después (el 23 de marzo de 1958) en las páginas del *Excélsior*²¹. Castro afirmaba que ya no se trataba de la lucha de un grupo sino de todo el pueblo cubano. La consigna ahora era hacer saber todos los efectivos con los que contaba el Ejército Rebelde, entendiéndose con esto la clara intención de amedrentar al enemigo en una suerte de guerra psicológica (Pérez Rivero, 2006: 121). Asimismo, el discurso de Fidel Castro, teniendo en cuenta la procedencia del periodista, incluía referencias del imaginario de los países latinoamericanos. Con esto se evidencia la adaptación del mensaje a la audiencia que manejaba el líder rebelde, en una suerte de reunir adeptos para la causa y para ello usar los argumentos precisos que los convenciera.

Y digan a sus lectores que, con la próxima caída de Batista se borrará una de las mayores vergüenzas para la Democracia Continental. Conforta el formidable despertar democrático de Latinoamérica, que está barriendo con todas las dictaduras, que eran motivo sobrado para hacer bajar la cara de vergüenza a cualquier ciudadano de estas naciones de las que Bolívar quiso hacer una confederación fraternal²².

La seducción por el conflicto cubano transmitida a la audiencia está presente en el trabajo del periodista mexicano. Por un lado, dibuja un panorama comparando la situación de represión y asesinatos con un referente a todas luces espeluznante (los campos de concentración nazis) y, por otro, nos muestra a un Castro depositario de la esperanza y la justicia del pueblo cubano. De igual modo, las declaraciones del líder rebelde nos señalan como éste adapta el mensaje consciente de la audiencia a la que se iba a transmitir. Tenemos así una nueva evidencia de la caracterización positiva de la que gozó la insurrección fuera de las fronteras cubanas, esta vez en México.

3 Carlos Bastidas

Las visitas de Camín y Gutiérrez iniciaron la fase de arribo de informadores iberoamericanos. Un mes más tarde el interés por la Sierra procedía de Ecuador. El periodista ecuatoriano Carlos Bastidas forma parte hoy en día del misticismo revolucionario como “el último periodista asesinado en Cuba”²³. El reportero viajó con el objetivo de entrevistarse con los líderes rebeldes y poder contar así al resto del

²¹ Camín, M.: “Habla a Excélsior el Jefe Cubano Rebelde”, *Excélsior*, 20/02/2008.

²² *Ibid.*

²³ “El último periodista asesinado en Cuba”, *Granma*, 12/05/2008. Disponible en: <<http://www.granma.cu/granmad/2008/05/12/nacional/artic02.html>> [consultado 20/07/2016].

continente lo que allí estaba aconteciendo. Pero nunca abandonó la isla. Tras bajar de la Sierra, fue asesinado en La Habana por la policía de Batista.

Bastidas estaba en Caracas, donde había sido testigo de la caída de la dictadura de Marcos Pérez Jiménez, cuando se interesó por la suerte del proceso revolucionario cubano, sobre todo a raíz del secuestro del piloto de Fórmula 1, Juan Manuel Fangio, un golpe certero de los rebeldes cubanos en lo referente a la propaganda internacional (Calvo González, 2014a: 258-265). A sus 22 años, formaba parte de la plantilla del periódico *El Telégrafo* de Ecuador como corresponsal viajero por diferentes países del mundo, pero ya había trabajado anteriormente en el *Diario de Ecuador*, en el *Washington Daily News* y en *The Stentor*²⁴. Testigo también del derrocamiento de la dictadura de Gustavo Rojas Pinillas en 1957 en Colombia, intentó infructuosamente entrar a la República Dominicana, pero Trujillo no le dio permiso. Le quedaban como destinos la Cuba de Batista y la Nicaragua de Somoza. Finalmente decidió viajar a la mayor de la Antillas, donde pensaba permanecer hasta la caída del régimen. Todos sus viajes formaban parte del proyecto de escribir un libro sobre las caídas de las dictaduras militares en América Latina (Marrero González, 2008: 54).

Bastidas llegó a la Sierra Maestra alrededor de la segunda quincena de marzo, donde se vincula muy pronto a la Radio Rebelde que, semanas antes, había entrado en funcionamiento (Martínez Victores, 1978: 143). Con el nombre de guerra de Atahualpa Recio, su trabajo en la Sierra sirvió para identificarse plenamente con el ideario de los combatientes del Ejército Rebelde. El periodista argentino Jorge Ricardo Masetti en su libro *Los que luchan y los que lloran* dedica un pasaje a señalar la participación activa de Bastidas en las tareas y acciones del movimiento guerrillero liderado por Fidel Castro, a la que atribuye la causa de su muerte.

Yo lo conocía a Carlos. Se había entusiasmado con la revolución y quería ir a Estados Unidos a promover una acción en la OEA contra Batista [...] Había estado en los Estados Unidos algún tiempo y le costaba creer que los yanquis fueran capaces de hacer lo que están haciendo aquí. Creía que con una buena propaganda se podía presionar al Departamento de Estado para que ordene el cese de los bombardeos. (Masetti, 2006 [1958]: 88).

Pero del testimonio de Bastidas no queda ni rastro. No dejó nada escrito o publicado de lo que vio durante las siete semanas de presencia en la Sierra Maestra, ni tampoco

²⁴ El *Diario de Ecuador*, nacido en 1955, se editaba en Quito como periódico "de talante abierto" (Checa Godoy, 1993: 405). *Washington Daily News* es el periódico local de la capital estadounidense, que nació en 1872 pero no sería hasta 1913 cuando toma la nomenclatura apuntada (véase la sección "Our history" en la web del rotativo: <<http://www.thewashingtondailynews.com/our-history/>> [consultado 20/07/2016]). *The Stentor* era el periódico de los estudiantes del Lake Forest College, en el estado de Illinois (EEUU), donde Bastidas pasó un curso (Marrero González, 2008: 61).

sobre sus contactos con los combatientes clandestinos del M26J en La Habana, Santiago de Cuba y otras ciudades.

Al parecer, Bastidas no escribió una sola línea sobre su experiencia en la Sierra Maestra. Prefirió esperar a hacerlo una vez que saliese de Cuba. [...] Bastidas decía que pensaba recoger datos en Cuba para la publicación de un libro, y que con el producto de la venta de esa obra pensaba ir a Francia a terminar sus estudios en la Sorbona (Marrero, 2008: 33).

Una vez en La Habana, estuvo en la embajada de Ecuador, donde le entregó al embajador, Virgilio Chiriboga, los rollos con las fotografías que había tomado. Al conocerse su asesinato, la prensa ecuatoriana publicó muchas de esas imágenes, pero Marrero se pregunta si junto con las fotos pudo entregar también alguna libreta de apuntes o algún trabajo periodístico elaborado del que hasta el momento no se tiene constancia, bien porque realmente no haya existido nunca, bien porque la dictadura batistiana lo hiciera desaparecer.

Dos días más tarde, el 13 de mayo de 1958, Bastidas salió del hotel donde estaba hospedado. Al día siguiente iba a viajar a Estados Unidos porque miembros del M26J le habían pedido que llevase unas cartas a los exiliados cubanos en ese país, documentos que le serían entregados por la noche en un bar. Como no conocía la ciudad, lo acompañaba el hijo de la dueña del hotel donde se alojaba, que lo condujo al sitio del encuentro y fue testigo de su muerte. Sentados en unos taburetes, esperaban a su cita, cuando se presentó un agente de la policía secreta de Batista, que increpó a Bastidas, lo golpeó y, ya en suelo, le propinó varios disparos en la cabeza. Su muerte fue certificada a las 4 de la madrugada²⁵.

La noticia causó gran conmoción en su país natal, donde se elevaron voces de protesta y se pidió la rotura de las relaciones diplomáticas de Ecuador con el gobierno de Batista. Atahualpa Recio no tuvo tiempo de escribir una sola línea sobre lo que acontecía en Cuba, pero con su muerte logró movilizar conciencias e instalar en la sociedad internacional la dualidad “Batista, villano; Fidel Castro, héroe”. Su rol en la estrategia comunicativa, por tanto, no está en función de lo transmitido, sino en la connotación negativa que supuso su asesinato ante los ojos de la audiencia y en el apoyo que dio a Radio Rebelde en el tiempo que convivió junto a los rebeldes.

²⁵ Para conocer más detalles y testimonios acerca de la muerte del periodista ecuatoriano, véase Marrero González, 2008: 10-25. Otras versiones apuntan a que la muerte del periodista ecuatoriano nada tuvo que ver con cuestiones políticas. Guerra Alemán (1971: 56) afirma que la muerte de Bastidas fue debida a “una riña tabernaria”, pero el tiempo y la confusión reinante en aquel entonces hace que este hecho no haya podido ser clarificado, por lo que los defensores del régimen castrista mantienen al joven periodista como mártir, mientras que los opositores lo reducen a un crimen más de aquellos tiempos convulsos.

4 Jorge Ricardo Masetti

Antes de su muerte, Bastidas coincidiera en la Sierra Maestra con el periodista argentino Jorge Ricardo Masetti, enviado especial para Radio *El Mundo*. Al igual que su colega ecuatoriano, Masetti se quedó cautivado con el ideario revolucionario. El periodista realizó sendas entrevistas a Fidel Castro y al Che Guevara que se escucharon tanto en Cuba como en otros países latinoamericanos. Las conversaciones tuvieron que ser grabadas en dos ocasiones dado que en la primera emisión un fallo técnico impidió su decodificación en Argentina²⁶.

Con apenas contactos y medios, su objetivo era la Sierra Maestra, donde permanecería entre los meses de abril y mayo. Él mismo confiesa que salió de Buenos Aires lleno de dudas, tanto acerca de su misión como de lo que allí se podía encontrar, pero su mayor anhelo era “despejar los interrogantes que siempre dejaban abiertos los cables de las agencias noticiosas, de conocer si realmente la causa del Movimiento 26 de Julio merecía la adhesión de quienes querían la libertad de Latinoamérica” (Masetti, 2006: 43).

A su llegada a La Habana todo eran advertencias del peligro que implicaba viajar a la Sierra Maestra, pero aún así, con una credencial fabricada por él mismo que lo disfrazaba de librero italiano, cogió un avión rumbo a Santiago de Cuba. Las marchas a pie y en mula, que lo iban acercando a los protagonistas de su búsqueda historia, le sirvieron para ir empapándose de las razones que alegaban los campesinos para apoyar la lucha, un primer signo de admiración hacia un pueblo que se unía para combatir un enemigo común. Pero para esclarecer qué clase de revolución era la que se libraba en Cuba desde hacía diecisiete meses “debía escrutar con la mayor severidad las ideas de quienes los conducían” (Masetti, 2006: 35).

Masetti empezó a transmitir por Radio Rebelde todas las impresiones, vivencias y conclusiones que sacaba de su experiencia en la Sierra Maestra. Muy pronto emisoras de Venezuela y México anunciaron que estaban grabando todo lo que informaba y que se encargarían de trasladar las crónicas a su cadena en Argentina. Elaboró así un completo primer reportaje donde se escucharon las voces de Fidel Castro y del Che Guevara, que transmitió directamente por la emisora rebelde. Esta emisión fue captada por Radio Continente de Caracas y Radio Caracol de Colombia, los que aseguraron que la harían llegar a Radio El Mundo. Pero cuando Masetti creía concluida su labor y estaba de regreso en La Habana preparando su salida para Buenos Aires, se enteró de que los reportajes no fueron captados por su emisora. Masetti emprendió así de nuevo el viaje hacia los líderes revolucionarios para poder cumplir con la misión que le había sido encomendada. Esta vez sí llegó la señal a Buenos Aires y fuera de

²⁶ Para descargar y escuchar los reportajes realizados por Masetti a los revolucionarios cubanos, véase <<http://jorgericardomasetti.blogspot.co.uk/search/label/Libros%20-%20Audio%20-%20V%C3%ADdeo>> [consultado 21/07/2016].

Cuba se pudieron conocer los pálpitos de su revolución de la mano de sus protagonistas (Masetti, 2006: 56-ss.).

El reportaje locutado por Masetti se reparte entre la crónica de viajes y la columna de opinión, donde experiencia personal y valores de juicio se entremezclan, para ofrecer una versión razonablemente objetiva en la parte de las entrevistas a los líderes cubanos, pero de feroz crítica a Batista en la parte de comentario. No obstante, aunque las preguntas realizadas por el periodista resulten “objetivas”, como él las califica, la orientación para el lucimiento y la justificación de los entrevistados es clara. Asomaba así, y con sus comentarios posteriores, la fascinación que había causado en él la lucha en la Sierra Maestra.

Masetti transmitió las dudas que lo acosaban respecto de la insurrección cubana y las preguntas al líder rebelde iban en esta línea de plantear interrogantes generales acerca del movimiento: cuáles fueron los orígenes del M26J, cómo surgió el ejército, cuáles son las fuentes de financiación; a lo que Fidel responde en base a los argumentos empleados en las anteriores citas con la prensa, reforzando la imagen heroica de la movilización.

- ¿De dónde logró el armamento con que actualmente cuenta?
- Realmente puedo asegurarles que la casi totalidad de las armas que nosotros poseemos se las hemos arrebatado al ejército de la tiranía. Como usted puede ver son casi todos los fusiles, son fusiles automáticos de los que usa el ejército y nosotros tenemos un récord de todas las armas ocupadas en cada combate, los verdaderos abastecedores de nosotros son los soldados del dictador Batista²⁷.

La reproducción de estas afirmaciones del líder rebelde, que inciden en la identificación con Robin Hood del movimiento rebelde, se ven apoyadas por la crónica del periodista, que demoniza la actuación de las fuerzas gubernamentales:

Durante esos cinco días, en medio de montes que sólo los fidelistas conocen a la perfección pude comprobar la adhesión unánime del campesinado a la revolución, adhesión que ha hecho casi obligatoria la política criminalmente absurda de la guardia rural y el ejército batistiano, adonde llegan los guardias llega el robo, el incendio y el crimen²⁸.

El compartir país de origen con el Che Guevara, propicia la intervención del guerrillero argentino en la emisión, donde explica las razones de estar luchando en un país extranjero: “Desde hace tiempo me he convencido de que toda América es una sola y

²⁷ Extracto del reportaje radiado realizado por Jorge Ricardo Masetti. La transcripción de la emisión realizada desde Sierra Maestra está disponible en <<http://jorgericardomasetti.blogspot.co.uk/2010/08/entrevista-al-che-y-fidel-castro-en.html>> [consultado 21/07/2016].

²⁸ *Ibid.*

de la necesidad imperiosa que tenemos los que sentimos un afán democrático de luchar en cualquiera de estos países por la libertad de ellos". Era la primera vez que salían al gran público los pareceres de Guevara.

- Dr. Guevara, ¿cuál aspira usted sea el resultado del triunfo de la revolución?
- Bueno, una vez eliminado este obstáculo primero que tenemos que es el dictador Batista hay que plantear una serie de reformas [...] y es que se libere la tierra del dominio de los pequeños, de los grandes propietarios y pase al mercado interno a una serie enorme de consumidores nuevos y al mismo tiempo que se diversifique completamente la economía del país [...] Al mismo tiempo creo que son imprescindibles reformas institucionales [...] una democratización completa del país de acuerdo con el ideal de la constitución democrática del año 40²⁹.

Las declaraciones de Guevara, en esencia, no diferían en demasía de lo vertido por Fidel anteriormente al periodista argentino y a otros representantes de la prensa. En lo que se refiere a Masetti, éste incidió de nuevo en la versión favorable a la rebeldía. Eludió preguntas incómodas (y las formuladas fueron respondidas con solvencia) y sus comentarios tanto previos como finales estuvieron orientados a criticar el régimen de Batista, alzando a Castro y sus hombres como la esperanza del pueblo cubano. Cumplida su misión informativa, esta segunda vez con éxito, Masetti pudo salir de Cuba con un pasaporte falso, pero con la sensación "de que volvía al mundo de los que lloran y dejaba atrás al mundo de los que luchan", que a la postre le costaría la vida³⁰.

5 Segundo Cazalis

El desencanto en la prensa latinoamericana viene de la mano del periodista cubano de origen español, Segundo Cazalis³¹. Hecho en el periodismo en Venezuela como

²⁹ *Ibid.*

³⁰ La revolución triunfante eligió a Masetti como director de la primera agencia latinoamericana, Prensa Latina. Pero en marzo de 1961, el periodista renunció a la agencia por su deseo de ocupar un puesto de más riesgo en la tarea revolucionaria, actuando en calidad de guerrillero en Playa Girón y Argelia. A su regreso, como miembro del Ejército Guerrillero del Pueblo (EGP), formó parte de la lucha emprendida en la provincia de Salta, en Argentina. A mediados del mes de abril de 1964 el grupo fue sorprendido por el ejército. Masetti no apareció nunca. Véase Masetti, 2006: 6-8; Anderson, 2006: 509-ss y una breve biografía en <http://www.elortiba.org/masetti.html#Breve_biograf%C3%ADa> [consultado 20/07/2016].

³¹ Segundo Cazalis nació en Cuba en 1924, pero a los dos años su madre se lo llevó a Bilbao, de donde había emigrado su padre, un famoso pelotari. Luchó en la Guerra Civil española en el bando republicano, por lo que fue recluido en un campo de concentración. Logró su repatriación a Cuba en 1939. Más tarde parte para Venezuela, donde se hace periodista y entra a formar parte de plantilla de *El Nacional*, en Caracas (Fernández, 2010).

redactor del diario *El Nacional* de Caracas³², Cazalis entrevistó a Fidel Castro en los días de la Sierra Maestra y en la práctica se unió a sus filas. En 1959 decidió quedarse en la isla y se convirtió en redactor jefe del periódico *La Calle*, en el que nace su famosa sección “Siquitrilla” en enero de 1960. Más tarde se convertiría en el director de *Revolución*, donde continuaría con su columna de opinión (Fernández, 2010). Después salió de Cuba para dirigir la oficina de Prensa Latina en París. Pero a principios de 1966, Cazalis rompería definitivamente con el gobierno de Castro³³.

Los trabajos del periodista aparecerían en el mes de noviembre de 1958, entre los días 12 y 15, en las páginas de *El Nacional*. Dichos artículos estarían indicados los cuatro días en la portada del diario, hecho con el que el rotativo quiere destacar que había enviado un corresponsal a la zona. En la portada del día 12 de noviembre, con una foto de Cazalis junto a Fidel, se destaca la hazaña del reportero, que lleva a un extenso reportaje en el interior del rotativo³⁴. Dicho reportaje, en concordancia con los de sus antecesores, se centra en el relato de la forma en que logró alcanzar el campamento rebelde. Aprovecha este viaje desde La Habana para transmitir al lector el ambiente que se respiraba, calificando la zona oriental de la isla como “un gigantesco campamento militar”³⁵.

La descripción de Cazalis, sin haber entrado todavía en contacto con la guerrilla, es de claro posicionamiento a su favor. El término “tiranía” y la forma en la que caracteriza al Ejército transmite a la audiencia una situación grotesca que es necesaria corregir. En el lado contrario sitúa al pueblo cubano, sufridor y silencioso, que tiene depositadas todas sus esperanzas en la revolución. El resto del artículo es una sucesión de nombres y refugios que fue encontrando en su ruta hacia el campamento rebelde, lisonjeando el proceder guerrillero y otorgándoles ya prácticamente la victoria³⁶.

³² *El Nacional* nace en Caracas en el año 1943. Se caracteriza como independiente y de corte liberal, hecho que lo lleva a sufrir boicoteos publicitarios (Checa Godoy, 1993: 418).

³³ Segundo Cazalis entró en crisis durante el proceso de Marcos Rodríguez. En marzo de 1964 comenzó el juicio público en Cuba contra este miembro de la Juventud Socialista que en 1957 había delatado a cuatro jóvenes del Directorio Revolucionario, que estaban escondidos y fueron asesinados por órdenes de Ventura, jefe de la policía de Batista. El hecho había ocurrido en abril de 1957 pero nunca había sido aclarado. Marta Jiménez, esposa de Fructuoso Rodríguez (una de las víctimas), mantuvo la acusación contra Marcos Rodríguez, quien después de una investigación en 1959, tenía un cargo diplomático en Praga. El juicio involucraba así a un joven comunista en una delación que sacaba a la luz las diferencias entre el Directorio, el M26J y los comunistas durante la lucha contra Batista. Las numerosas críticas y comentarios publicados por Cazalis respecto a este proceso llevaría a la cancelación de su sección y posteriormente a su exilio (Cazalis, 1966: 5-10).

³⁴ Cazalis, S.: “Un enviado de *El Nacional* en Sierra Maestra” y “La Revolución Cubana (1). Sierra Maestra. Encuentro con los rebeldes”, 12 /11/1958, *El Nacional*, pp. 1 y 46.

³⁵ *Ibid.*

³⁶ *Ibid.*

El segundo de los reportajes del periodista aparece el 13 de noviembre de 1958³⁷. Cazalis comienza narrando la etapa final de su viaje, que lo llevaría al fin hasta el campamento rebelde y hasta Fidel Castro, “el hombre que está realizando lo imposible”. Dibuja así a un Castro con connotaciones positivas: cordial, sencillo e idealista es la imagen que traslada a la audiencia, personificando de nuevo en Fidel el quehacer revolucionario. Además, destacando la humildad con la que afronta ser la cabeza visible del movimiento, afirmando que tras la victoria acatará lo que decida el M26J y el país, “si es que alguna vez me dedico a la política activa”³⁸.

El periodista refleja el optimismo y la entrega de un grupo de hombres que se miden ante un enemigo fuerte, pero que ellos superan por el “idealismo” que los conduce³⁹, y solo aceptarán la mejor solución para Cuba, que es la que ellos proponen. Parece entonces de obligada formulación la cuestión sobre la “significación” del M26J.

La palabra izquierda es una palabra manida. Diga que somos un organismo democrático de avanzada, cuyos primeros objetivos son la recuperación de las libertades civiles y los derechos políticos; el logro de la honestidad administrativa; y una legislación moderna y valerosa, que resuelva la situación económica del campesino y el obrero cubano⁴⁰.

Fidel incide de nuevo en ese mensaje moderado de las intenciones de su “avanzada”, con las palabras democracia, libertad y derechos para combatir la corrupción y la situación de las clases menos favorecidas ante la legislación regente. Y el periodista así lo transmite, contraponiendo este futuro esperanzador al negro panorama que presentaba en su primer reportaje, de sangre y represión.

El tercer reportaje está fechado el 14 de noviembre de 1958 y en él Cazalis hace un retrato de la vida en el campamento rebelde, centrado en las actividades de los guerrilleros, el papel de las mujeres que los acompañan y el relato de los juicios que presencié, uno de los cuales acabó con el fusilamiento del acusado, a quien se le achacaba la comisión de quince asesinatos como agente ejecutor de la policía secreta de Batista⁴¹. Cazalis racionaliza la justicia sumaria en la Sierra Maestra como una medida necesaria para el cese del terror.

Pero la dureza se mitiga con el esbozo que el periodista hace de la vida en el campamento, donde “reina un espíritu mezcla de generosidad, idealismo romántico,

³⁷ Cazalis, S.: “La Revolución Cubana (II). Fidel Castro. El guerrillero y el político”, *El Nacional*, 13/11/1958, p. 54.

³⁸ *Ibid.*

³⁹ *Ibid.*

⁴⁰ *Ibid.*

⁴¹ Cazalis, S.: “La Revolución Cubana (III). El campamento rebelde”, *El Nacional*, 14/11/1958, p. 58.

hidalguía y preocupación sincera”. Para Cazalis, ni las duras condiciones ni las adversidades han conseguido endurecer “el corazón de los combatientes”, que han construido escuelas y hospitales para los campesinos. “Allí es todo gratuito y se comparte”⁴². Esta postal idílica se completa con la descripción del papel de las mujeres en la guerrilla, “guardianas nocturnas y modistas diurnas”, que además “cuidan a los heridos, bailan con ellos, charlan con los melancólicos, sonrían con los alegres” y que, “a setenta metros, hacen blanco”⁴³. Cazalis presenta así un ambiente guerrillero romántico e idealista, de convivencia apacible, a pesar de la situación de horror que los rodea, como un oasis de generosidad y compañerismo en el desierto de la desesperanza.

El cuarto y último reportaje es una crónica de la ofensiva rebelde que se estaba llevando a cabo⁴⁴. Se trata de una sucesión de números de combatientes y frentes de batalla que las fuerzas irregulares dominaban por completo según Cazalis. Asimismo, vemos como el periodista se empapó de la liturgia revolucionaria, bien porque realmente la hizo suya, bien porque estaba familiarizado con el mensaje, dada su ascendencia cubana.

Hoy, a cincuenta años de distancia, se combate de nuevo en los campos de Cuba, por la misma libertad que conquistaron los mambises. Hoy Oriente es de nuevo cuna de la campaña revolucionaria, y los hombres de Camilo Cienfuegos acaban de repetir –cruzando la isla- la hazaña invasora. Las palabras del General Antonio Maceo, recobran así todo su significado y esplendor. A los dos años de lucha, los ejércitos de la revolución han pasado a la ofensiva⁴⁵.

El conjunto de los cuatro reportajes nos deja la impronta de absoluta simpatía por el alzamiento por parte de Segundo Cazalis. Reproduce ambientes y palabras en la línea de lo ya presentado por los hombres de la prensa que lo precedieron en Sierra Maestra, un entorno idílico donde Fidel Castro lidera “lo imposible”. Los lectores venezolanos recibieron así una sucesión de crónicas que establecen claramente el enemigo a batir, con características crueles y sanguinarias, frente una solución propuesta por un grupo de soñadores que no cejarán en su empeño hasta lograr una Cuba democrática y justa para todos. Además, la visita de Cazalis tuvo lugar a finales de 1958, cuando los rebeldes habían sorteado la ofensiva de las fuerzas regulares y empezaban a bajar de las montañas. En cierta forma, la visión del periodista es una apuesta por la opción que tenía en jaque al gobierno de Batista y, a estas alturas, Fidel Castro ya era el líder indiscutible.

⁴² *Ibid.*

⁴³ *Ibid.*

⁴⁴ Cazalis, S.: “La Revolución Cubana (IV). Los rebeldes a la ofensiva”, *El Nacional*, 15/11/1958, p. 61.

⁴⁵ *Ibid.*

6 A modo de conclusión

El análisis de todas estas miradas particulares son la base de la construcción de la imagen trasladada por los periodistas foráneos de un conflicto que, a priori, afectaba solo a la situación política cubana. Pero todas estos trabajos individuales forman así un conjunto que, entrelazado, dibuja la construcción pública de la insurrección a nivel internacional, en este caso en Latinoamérica. La dimensión pública del proceso revolucionario cubano no responde únicamente a la imagen creada por los medios de comunicación. Los *mass media* como ente, constituyen el vehículo a través del cual el hecho noticioso llega a la audiencia, pero son los periodistas firmantes lo que se alcanzan como responsables últimos de la imagen transmitida a la opinión pública de la movilización cubana⁴⁶. La estrecha relación entre imagen creada y reportero nace de las particulares experiencias personales de cada uno de los periodistas que subieron a la Sierra Maestra, como se ha reflejado.

Por parte de los guerrilleros existían una serie de estrategias por las cuales sólo se dejaba ver lo que en el contexto internacional de la época se podría calificar de “políticamente correcto” (Calvo González, 2014a: 322-324). Pero estos tintes opacos no impidieron sobresalir a Fidel Castro, figura a la que todos los periodistas coinciden en definir como carismática y líder indiscutible. Es de destacar también que ni la censura ni los controles de las fuerzas armadas de Batista impidieron que los periodistas se las ingeniaran para alcanzar a los rebeldes y obtener de primera mano las declaraciones de sus líderes. Siempre con el beneplácito de la guerrilla, los reporteros eran bien recibidos y cuidados en los campamentos, gozaban de respeto y sus ansias de información eran solventadas de buen grado.

La lectura de sus trabajos y los apuntes historiográficos concluyen que el mensaje que transmitieron a la opinión pública era el mismo: la romántica visión de unos Robin Hood barbudos que luchaban por el retorno de la democracia en términos nacionalistas a Cuba. Esta imagen construida por los periodistas tenía su base en encuentros pactados y buscados. La propuesta estética además se convertiría en un icono a través del trabajo de los medios de comunicación, y resultó exitosa y atractiva en la época. La envoltura bucólica que otorgaban los paisajes de la Sierra Maestra junto con el mensaje lanzado, conformaban unas condiciones idóneas que sedujeron a los periodistas y estos, a su vez, lo trasladaron a la audiencia internacional.

La imagen transmitida del proceso revolucionario cubano tiene, por lo tanto, el nombre y los apellidos de aquellos periodistas encargados de difundir al mundo el mensaje que les era facilitado en las montañas cubanas. Si bien se puede hablar de experiencias individuales en tanto que es el periodista el que transmite el hecho

⁴⁶ “Como autor del texto informativo, el periodista actúa de *gatekeeper* [guardián] al escoger entre todo el material del que dispone para decidir cual es el que va a transmitir finalmente a los lectores” (Túñez, 1999: 89).

noticioso desde su experiencia personal, la imagen que trasciende de sus trabajos adquiere un halo de punto en común que se resume en la palabra seducción. Los matices en las informaciones dependen en gran medida de la procedencia del reportero ya que la fuente, Fidel Castro en la mayoría de los casos, adaptará su discurso a la audiencia a la que se iba a dirigir el texto periodístico, en este caso desde un punto de vista latinoamericanista.

Como última reflexión, se ha expuesto como los periodistas acudían a la Sierra en busca de respuestas de lo que estaba ocurriendo en Cuba, bien porque creían que la guerrilla era quien abanderaba la lucha, bien porque contaba con los elementos necesarios para ser noticia. De este modo, la lucha urbana u otros grupos opositores no tuvieron cabida en los medios, a excepción del reportaje del uruguayo Carlos María Gutiérrez, pero no deja de ser una isla en medio de un océano guerrillero (Calvo González, 2014b).

En palabras de Tarrow (1997:221), las dinámicas comunicacionales tienden a buscar símbolos espectaculares, dramáticos o desproporcionados a los que prestar atención y viceversa. Esto es, las movilizaciones también recurren a estas prácticas para tener presencia mediática.

Referencias bibliográficas

- ANDERSON, J. L. (2006 [1997]): *Che Guevara: Una vida revolucionaria*, Barcelona, Anagrama
- BODES, J. (comp.) (2014): *Los años precursores. Memorias de Prensa Latina (1959-1962)*, La Habana, Ed. Prensa Latina
- BONACHEA, R. y SAN MARTÍN, M. (1974): *The Cuban Insurrection, 1952-1959*, New Jersey, Transaction Books
- BORRAT, H. (1989): “El periódico, actor del sistema político” en *Anàlisi*, 12, pp. 67-80
- CALVO GONZÁLEZ, P. (2014a): *La Sierra Maestra en las rotativas. El papel de la dimensión pública en la etapa insurreccional cubana (1952-1958)*, Tesis doctoral, Departamento de Historia Contemporánea y de América, Universidade de Santiago de Compostela (España)
- (2014b): “La historiografía sobre la etapa insurreccional cubana (1953-1959): una riqueza limitada”, en Oikión Solano, V.; Rey Tristán, E. y López Ávalos, M. (eds.), *El estudio de las luchas revolucionarias en América Latina (1959-1996)*:

Estado de la cuestión. Santiago de Compostela/México, Universidade de Santiago de Compostela/El Colegio de Michoacán, pp. 65-86

CAZALIS, S. (1966): *Cuba ahora*, Ediciones Isla Sola

CHECA GODOY, A. (1993): *Historia de la prensa en Iberoamérica*, Sevilla, Alfar

DEL PALACIO MONTIEL, C. (comp.) (2000): *Historia de la prensa en Iberoamérica*, México, Alttexto

DEPALMA, A. (2007): *El hombre que inventó a Fidel: Castro, Cuba y Herbert L. Matthews del New York Times*, New York, Jorge Pinto Books Inc.

FERNÁNDEZ, W. (2010): "La Siquitrilla de Cazalis", en *Alma Máter*, La Habana, junio. Disponible en Internet (12/02/2014): <<http://cuba-l.unm.edu/?nid=81857>>.

GILMAN, C. (1995): "El semanario Marcha (1939-1974)" en *Diccionario Enciclopédico de las Letras de América Latina (DELAL)*, Fundación Biblioteca Ayacucho, pp. 2882-2890

GÓMEZ MASJUÁN, M. E. (2010): "La construcción mediática de Cuba. Un análisis del discurso periodístico del *The Washington Post*" en *Revista Latina de Comunicación Social*, 65, pp. 99-113

GUERRA, S. y MALDONADO, A. (2005): *Historia de la Revolución Cubana. Síntesis y comentario*, Quito, Ed. La Tierra.

GUERRA ALEMÁN, J. (1971): *Barro y cenizas. Diálogos con Fidel Castro y el Che Guevara*, Madrid, Fomento Ed.

GUTIÉRREZ, C. M. (1967): *En la Sierra Maestra y otros reportajes*, Montevideo, Ed. Tauro

LÓPEZ, S. (2009): "Seducidos por la Sierra Maestra". Disponible en Internet (01/04/2014): <<http://eichikawa.com/2009/01/seducidos-por-la-sierra-maestra-i.html>> y <<http://eichikawa.com/2009/01/seducidos-por-la-sierra-maestra-ii-final.html>>

LÓPEZ, X. y TUÑEZ, M. (1995): *Redacción en prensa: a noticia*, Santiago, Ed. Lea

MARRERO GONZÁLEZ, J. (2008): *Andanzas de Atahualpa Recio. Vida y pasión de un periodista ecuatoriano asesinado en La Habana*, La Habana, Pablo de la Torriente

MARTÍNEZ VICTORES, R. (1978): *7RR. La historia de radio rebelde*, La Habana, Ed. Ciencias Sociales

- MASETTI, J. R. (2006 [1958]): *Los que luchan y los que lloran. El Fidel Castro que yo vi*, Buenos Aires, Nuestra América
- PÉREZ RIVERO, R. (2006): *La guerra de liberación nacional*, Santiago de Cuba, Ed. Oriente
- PIÑUEL, J. L. y GAITÁN; J. A. (1995): *Metodología general. Conocimiento científico e investigación en la comunicación social*, Madrid, Ed. Síntesis
- REY TRISTÁN, E. (2005a): *La izquierda revolucionaria uruguaya, 1955-1973*, Sevilla, CSIC
— (2005b): “La Organización Latinoamericana de Solidaridad (OLAS) y la polémica sobre las formas de la revolución latinoamericana. El caso uruguayo” en Gutiérrez Escudero, A. y Laviana Cuetos, M. L. (coords.), *Estudios sobre América: siglos XVI-XX*, AEA, Sevilla, pp. 1693-1705
- RODRÍGUEZ CAMPS, A. (2005): *Operación Fangio*, La Habana, Ed. Ciencias Sociales
- RODRIGO ALSINA, M. (1989): *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós Comunicación
- SUÁREZ NUÑEZ, J. (1963): *El gran culpable. ¿Cómo 12 guerrilleros aniquilaron a 45.000 soldados?*, Caracas
- SZULC, T. (1987): *Fidel. Un retrato crítico*, Barcelona, Grijalbo
- TARROW, S. (1997): *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*, Madrid, Alianza Editorial
- TEEL, L. R. (2015): *Reporting the Cuban Revolution. How Castro Manipulated American Journalists*, Louisiana, Louisiana State University Press
- THOMAS, H. (1974): *Cuba. La lucha por la libertad*, Barcelona, Grijalbo.
- TÚÑEZ, M. (1999): *Producir noticias. Cómo se fabrica la realidad periodística*, Santiago de Compostela, Tórculo Ediciones
- VIZCARRA, S. (2002): “La responsabilidad social del periodista, frente a la noticia como mercancía” en *Revista Latina de Comunicación Social* 46 – enero de 2002. Disponible en Internet (23/07/2016): <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina46enero/4602vizcarra.htm>>

EL ALMANAQUE DE LAS PROVINCIAS.

CRÓNICA VIVA DE UNA CIUDAD EN TRANSICIÓN (1970- 1980)

Ana María Cervera
Universidad de Valencia
amcervera28@hotmail.com

Enviado: 30-5-2016

Aceptado: 28-10-2016

Resumen: *El Almanaque de Las Provincias es una publicación centenaria que podemos enmarcar tanto en el género de revista literaria como en el tradicional almanaque-calendario entregado por los periódicos a sus suscriptores como regalo. En este caso, editado por el diario Las Provincias, decano de la prensa en Valencia, supone una miscelánea de textos (ensayos, artículos, reportajes, poemas), al tiempo que resume lo esencial del año periodístico. El prestigio de sus colaboradores es indiscutible, y el valor histórico de sus páginas, imprescindible para abordar el estudio de 150 años de la vida valenciana. Este trabajo se centra en una década esencial en nuestro pasado más reciente: los años 70, que marcaron el tránsito entre el franquismo y la transición a la democracia, en los que el diario Las Provincias jugó un importantísimo papel, y su Almanaque nos deja un testimonio de primer orden para la investigación histórica.*

Palabras clave: *Prensa, Almanaque, Transición, Valencia*

Abstract: *The Almanaque de Las Provincias is a hundred year old publication which can be regarded as a literary magazine as well as the traditional calendar given by the newspapers as a gift for their subscribers. This one in particular, edited by the journal Las Provincias, the oldest diary in Valencia, is a mixture of tests (essays, articles, reports, poems) that summarizes the most important information of the year. With well known journalists and writers, its historical value is irreplaceable in the study of 150 years of Valencian life. This work regards an essential decade in our most recent past: the seventies, which supposed the transition between the dictatorship and the democracy, when Las Provincias played an important role. Its Almanaque leaves us a first class testimony for historical research.*

Key words: *Press, Calendar, Transition, Valencia*

1 Planteamiento del estudio. Estado de la cuestión

El presente trabajo tiene por objeto rescatar del olvido una publicación señera en la historia del periodismo valenciano: *El Almanaque de Las Provincias*. Si bien existen estudios relevantes sobre la prensa en Valencia, especialmente desde el campo de la Comunicación, no es así desde el punto de vista de la Historia, sobre todo en la etapa que media entre el final del franquismo y la Transición. A ello se une un vacío aún mayor: el que se refiere a la prensa literaria valenciana, de la que el *Almanaque* es un singular referente.

Las obras sobre la prensa española en la transición a la democracia son numerosas: Antonio Alférez sobre el “cuarto poder” en España, Carlos Barrera sobre Periodismo y Franquismo, Jaume Guillamet, con sus estudios sobre Prensa, Franquismo y Autonomía o el reciente estudio sobre el periodismo en las transiciones políticas; los trabajos de María Cruz Seoane sobre Historia de la Prensa Española y la obra de Carmen Castro, historiadora que reivindica “el aporte de la prensa al proceso democrático durante el segundo franquismo y la Transición”, para “desplazar el objetivo desde la esfera de las élites políticas hacia el ámbito de la prensa, como factor de cambio en el proceso democratizador” (Castro, C.: 2010, 25).

En cuanto a la historia de la prensa valenciana, desde los años 80 los estudios sobre periódicos y periodistas han ido girando, progresivamente, hacia una integración de la investigación en los contextos económicos, sociales, culturales y políticos, aunque con la carencia de estudios sobre las propias empresas editoras. Hasta hace pocos años, el único estudio sobre el diario *Las Provincias* era más bien una historia cronológica del periódico con tintes hagiográficos, firmada por el profesor de la antigua Escuela de Periodismo, y periodista veterano, José Altabella.

En 1995 aparece un trabajo de Rafael Xambó, plasmado a través de entrevistas a un completo “quién es quién” en los medios valencianos en la Transición. Posteriormente, contamos con el exhaustivo trabajo de Luis Amador Iranzo, donde resalta el papel central que tuvo *Las Provincias* y su subdirectora durante la Transición valenciana.

Anna Mateu y Martí Domínguez han estudiado una parte del discurso de Consuelo Reyna, y su influencia para condicionar políticamente la sociedad valenciana. Y más recientemente, los trabajos de Verónica Roselló sobre dos diarios en Cataluña (*L’Avui* y *La Vanguardia*) y en el País Valenciano (*Levante-EMV* y *Las Provincias*) y su aportación a la construcción identitaria nacional; el estudio de Carles Senso sobre “Valencia Semanal” en la transición valenciana y la publicación de la tesis de María Pareja Olcina sobre el diario *Mediterráneo* de Castellón.

Pero sin duda, para la etapa y el espacio que nos ocupa, el estudio de referencia es la obra de Enrique Bordería, que pretende aportar, desde el estudio de los periódicos valencianos, una explicación global del periodismo a nivel nacional en la larga etapa franquista.

Centrándonos en *El Almanaque* de *Las Provincias*, el diario decano editaba cada año un resumen de todo lo publicado en sus páginas, a modo de anuario o revista de prensa, que recogía las noticias aparecidas bajo su cabecera.

Si bien no se trata estrictamente de una publicación literaria, podemos hablar de una miscelánea en cuanto a temas y autores, en cuyas páginas se aunaba el repaso a la vida valenciana del año, en forma de crónica periodística o breves apuntes por fechas, junto a un importantísimo espacio reservado a la creación, a la crítica literaria y al repaso erudito de artes escénicas, musicales o pictóricas. En sus páginas se daban cita no sólo firmas de la propia redacción del periódico, como también colaboradores de muy distinta índole, tanto cultural como ideológica. Y, lo que es más destacable, bilingüe, incluso desde la primera década de posguerra. En 1944 publica Joan Fuster en *El almanaque de Las Provincias* el primer artículo escrito en catalán: “Veinticinco años de poesía valenciana”.

Precisamente a los años de posguerra, entre 1940 y 1951, se refiere un trabajo del filólogo Santi Cortés Carreres, sobre la prensa literaria valenciana en esas décadas, y especialmente del *Almanaque*, estudiando la evolución de la publicación desde el final de la guerra civil hasta años posteriores en que el espíritu del suplemento anual intenta encauzarse a sus orígenes: “integracionista” y finalmente, “localista”, volviendo a rescatar la esencia de lo que el periódico -y el *Almanaque*- consideran “lo valenciano”.

Tras el citado estudio, centrado en los años “duros” del franquismo, pretendemos en este trabajo abordar una intensa etapa, que lo fue tanto para el propio rotativo como para la historia política y social valenciana: los años que median entre el final del

franquismo y la transición a la democracia. Una década, los años 70, de cambios económicos, de inminencias políticas, de aspiraciones locales frente al poder central, de ensanchamiento de las clases medias; una época, sobre todo desde 1972, en que *Las Provincias* pasa a ser el referente valenciano del aperturismo.

Si la etapa conocida como “primavera de *Las Provincias*” se advierte en sus páginas diarias, hay que abordar cómo se manifiesta en su inseparable *Almanaque*, que esperaban año tras año sus suscriptores. Se trataba de la cita anual de una publicación que Teodoro Llorente Falcó definió en 1933 como “una obra que es una Institución”.

Para ello, se han estudiado los volúmenes entre 1970 y 1980, para determinar su contenido y evolución: estructura, temas, firmas propias del periódico, colaboradores externos, fotografía, diseño de portada, e incluso publicidad interior y de contraportada.

2 El Almanaque, un “regalo” inseparable de *Las Provincias*

Con la inspiración de las publicaciones populares desarrolladas en el XVIII por la pujante burguesía de las ciudades, *El Almanaque de Las Provincias* se edita por primera vez en 1880, catorce años después del nacimiento del periódico, cuando se regala a los suscriptores, tal como ya habían hecho algunos periódicos en España; y no ha faltado a la cita anual con la historia de Valencia de la mano del diario decano, cubriendo la crónica de tres siglos de la ciudad, con la única interrupción reseñable entre los años 1937 a 1939.

El primer almanaque hacía un repaso a cada uno de los sucesos políticos valencianos de 1879. Comenzaba con un calendario-santoral para 1880, después la previsión meteorológica para cada mes y proseguía con artículos de opinión sobre diversos acontecimientos valencianos de carácter cultural, social o político firmados por las figuras más relevantes de la vida valenciana. Finalizaba con las necrológicas de los personajes más ilustres de la ciudad. Esta estructura se ha venido repitiendo a lo largo de toda su existencia.

Con una personalidad propia como publicación por su interés literario y cultural, amén de crónica anual, es interesante abordar la evolución, contenidos y colaboradores de este *Almanaque* que año tras año reunía tanto un resumen de los temas y sucesos más reseñables en Valencia, como una auténtica selección de firmas literarias, económicas y políticas dentro del menguado panorama cultural de los largos años del franquismo y de la vida de provincias.

Francisco Pérez Puche, veterano periodista del diario, recuerda que “durante su larga historia, todos los grandes asuntos de la política, los cambios sociales, los sucesos, las bellas artes y la economía han desfilado por sus páginas, que son un destilado de cuanto ha ocurrido cada año en la ciudad y en la región valenciana. Acompañando ese desfile de hechos, poesía, cuentos, teatro y reseñas de historiadores, cronistas, poetas e investigadores nos sirven para tener, en cada momento, el pulso y las tendencias de la sociedad valenciana” (“No hay historia de Valencia sin el Almanaque de Las Provincias”, *Las Provincias*, 30-01-14).

El Almanaque era “una mena de calaix de sastre on podem trovar una gran diversitat d’articles i d’informacions” (Cortés, 1991: 42). El cronista Almela Vives afirmaba que “cuando llega a nuestras manos un nuevo volumen de *El Almanaque de Las Provincias* nuestra palabra o nuestra pluma tiende a resolverse inmediatamente en el elogio... material indispensable para futuros historiadores; alabanza a los trabajos de índole literaria; alabanza a la amplitud con que se hallan abiertas sus páginas a los colaboradores jóvenes...” (Cortés, 1991: 43) y Manuel Sanchis Guarnier lo definía como “la publicación que puede gloriarse de haber sido el tradicional portavoz anual de los eruditos amadores de las cosas genuinamente valencianas” (Cortés, 1991: 43).

Genuinamente valenciano es el propio diario, que en 1966, cuando celebra su centenario, figuraba en cuarto lugar entre los rotativos españoles por antigüedad, sólo precedido por *El Diario de Barcelona*, *El Faro de Vigo* y *El Norte de Castilla*. El director en aquella efeméride José Ombuena, lo evoca con el titular “Un periódico para todos los valencianos”. En su antigua redacción se forjaron los nombres de la mejor época de la Renaixença valenciana, y se recogía en sus páginas la ilusión de alcanzar el espíritu de tolerancia que en los años de su nacimiento se echaba de menos en la azarosa vida política de la Restauración.

3 “No se podrá escribir la historia moderna de Valencia sin consultar este Almanaque» (T. Llorente Falcó)

El primer director del *Almanaque* hasta 1905 fue el fundador y director del propio periódico, el poeta Teodoro Llorente Olivares. Tras él, se hizo cargo de la dirección Teodoro Llorente Falcó, y a partir de 1949 hasta 1958, Martín Domínguez Barberá. Desde 1958 ocupa la dirección tanto del diario como del *Almanaque* José Ombuena, hasta que a mediados de los años 70 se hace cargo de la edición anual la recién incorporada subdirectora María Consuelo Reyna. Desde entonces, el almanaque se

editaré a principios de enero, en lugar del mes de junio como venía saliendo hasta entonces.

En el marco de los años 70, *Las Provincias*, empresa familiar, imprenta, editorial y periódico decano de la ciudad, de ideología liberal conservadora, es la cabecera de referencia de la burguesía de la capital, aunque manteniendo desde sus orígenes una vocación “regional”; en el caso del periódico, en modo alguno como un regionalismo arcaico o nostálgico, sino más bien como esencia de una visión de desarrollo y futuro autóctono aunque basado en raíces culturales e históricas.

Tras unos años de cierto enfrentamiento con el poder central, reflejado en la dimisión forzada del director Martín Domínguez en 1958, el rotativo, dirigido por José Ombuena, empieza a afianzar su influencia y expansión económica, de manera lenta y minuciosa. Sin enfrentamientos con la censura, en parte gracias a la discreción y buenas relaciones del director, a finales de los años 60 la empresa editora despegaba y las ventas del diario superan año tras año a su oponente en la ciudad, el diario *Levante*.

Desde los primeros 70, el periódico apuesta de forma explícita por la integración en el Mercado Común y por la adecuación política y democrática a los países desarrollados. Por otro lado, son años en los que se produce una expansión urbanística sin precedentes, impulsada desde el poder central, que amenaza de forma grave tanto al rico entorno de huerta de la capital, como al propio patrimonio histórico artístico y monumental.

Las Provincias asume de manera convencida la defensa del patrimonio y del entorno natural, encabezando señaladas campañas contra la deforestación y urbanización de la Dehesa del Saler, la petición de zona verde para el antiguo cauce del río Turia, y la reivindicación del valor artístico del patrimonio arquitectónico de la ciudad.

La cruzada de defensa del entorno natural del Saler supone para el diario valenciano el reconocimiento como el primer periodismo medioambiental en el ámbito de los géneros de opinión escrita (Mateu y Domínguez, 2011: pp.171-187). Son campañas en las que se empeñó de forma editorial todo el periódico, y de manera personal María Consuelo Reyna, recién incorporada a la subdirección en 1972.

Consuelo Reyna, joven periodista hija de la familia propietaria de *Las Provincias*, marca con su impronta personal y su estilo directo, toda una época en la historia del periodismo valenciano: controvertida, influyente, creadora de opinión, gestora de “batallas” y de líderes políticos. En ella recayó, recién incorporada, la confección del *Almanaque*: “Creo que fue a mediados de los setenta cuando el director me encargó que me hiciera cargo de él para conseguir que saliera en enero con un resumen del año y una selección de los artículos más significativos publicados”.

Para la periodista, “era el almanaque con mismo formato y espíritu desde su nacimiento más antiguo de Europa”, y repasando textos y colaboradores observaremos temas, firmas y artículos en las que aparece patente el espíritu de renovación y apertura que la llegada de Reyna, de jóvenes periodistas y de la propia evolución de la empresa editora, volcaron en la centenaria publicación.

El esfuerzo de adaptación de la empresa al cambio que se atisbaba; la profesionalidad de periodistas señeros y de los recién llegados, junto a la reivindicación de “lo valenciano”, se transmitieron día a día desde el periódico, y año a año en una publicación, el *Almanaque*, el regalo esperado de un público fiel.

4 1970-1980: *El Almanaque de las Provincias*. Crónica de un cambio

Ho pense i ho dic perquè, justament ara, acaba d'aparèixer un “almanaque”: el d'enguany... que torna a donar una visió amplia i plena del que ha estat, no sols un any d'activitats valencianes, sinó un any de preocupacions de les nostres gents... Torna així l'almanac a una línia oberta d'atenció i de preocupació...

Perquè l'almanac... pense que es fa exclusivament en atenció a aqueix compromís cívic concret amb una comunitat concreta.

Vicent Andrés Estellés

(“L'Almanac”, *Almanaque de las Provincias*, 1974, pp.373-374)

El escritor y periodista Vicente Vidal Corella (“El primer almanaque de Las Provincias”, *Almanaque de Las Provincias*, 1974, pp.395-398) recuerda que el deseo del fundador Teodoro Llorente en su *Almanaque* era que en sus páginas “se reflejase la vida valenciana de una manera total, sin partidismos de ninguna clase... el director solicitaba la colaboración de literatos, historiadores y científicos, que accedían gustosos por el prestigio de la publicación”.

El *Almanaque de Las Provincias* había cumplido 92 ediciones cuando Andrés Estellés, Jefe de Redacción del rotativo, intelectual comprometido y poeta renovador de la literatura contemporánea en valenciano firmaba su artículo. Desde 1880 hasta el

calendario de 1972, la estructura de sus páginas se había mantenido prácticamente inalterable:

- Portada
- Autoridades
- Actualidad Valenciana
- La Ciudad
- Artes y Letras
- Cuentos
- La Región
- Poesía
- Espectáculos
- Toros
- Deportes
- Necrológicas
- Religión
- La Historia
- Actividades del Ayuntamiento y de la Diputación Provincial
- Distancias marítimas, excursiones y ordinarios
- Calendario
- Juicio universal

Una estructura inalterable, como inalterable era la línea del periódico para sus lectores, que recoge hasta entonces la “fotografía” de una larga época y el retrato formal de una determinada clase social: la burguesía valenciana que buscaba cada mañana en el periódico la información social local, los apuntes históricos valencianos, las páginas de religión, las imprescindibles necrológicas, la reseña de espectáculos y unos breves apuntes políticos y económicos.

A ello se añade secciones que corresponderían expresamente a las páginas de un almanaque, como colaboraciones literarias, calendario, datos geográficos y de turismo local y el curioso “*Juicio Universal*” meteorológico-astronómico.

Sin embargo, la historia marca un cambio en los años 70. España desde la década anterior busca un acomodo en el marco internacional que de cabida a una economía en expansión y una salida institucional “moderna” aunque sin tocar los principios generales del Movimiento. La cultura y la sociedad empiezan a caminar en paralelo al inmovilismo del poder, recogiendo influencias externas que ya nadie puede obviar.

1969 es un año de transición tras la convulsión del 68 en el mundo desarrollado: En España, se abandona definitivamente Ifni, se declara en Madrid la Ley Marcial y Franco proclama a su sucesor, Juan Carlos de Borbón, el 22 de julio, mientras un día antes, el 21, el hombre llega a la Luna. Desde entonces, posiblemente el *Juicio Universal meteorológico-astronómico* del *Almanaque* haya quedado obsoleto.

4.1. 1969-1973: Todo cambia, nada permanece

El historiador de la comunicación Enrique Bordería sostiene que desde la Ley Fraga, que inicia una etapa informativa de relativa y condicionada libertad, el comportamiento de la prensa valenciana, al contrario que en Madrid o Barcelona, fue prudente y acomodaticio (Bordería, E.: 2000, p.256). Una posición que favorecerá a *Las Provincias*, cuyas cifras entre 1967 y 1971 la sitúan ya ligeramente por encima del diario del Movimiento, *Levante*. Frente al retraso tecnológico de la prensa gubernativa, la bonanza económica y la paz del diario decano con las autoridades, relanza a la empresa editora, que amplía capital social y empieza a buscar ampliar lectores fuera de la capital, estableciendo corresponsales en poblaciones importantes de las tres provincias (Gandía, Denia, Xàtiva, Burriana). Busca incluso captar a profesionales de su rival. El propio Ombuena provenía de *Levante*, y en 1967 se incorpora desde aquel periódico una periodista señera en la redacción de *Las Provincias*, María Ángeles Arazo.

En este marco, *El Almanaque* de 1969, cuya fotografía de portada muestra las obras de lo que entonces se llamaba “La Solución Sur”, el nuevo cauce del Turia inaugurado en diciembre 12 años después del desastre de la riada del 57, abre sus páginas con el capítulo *AUTORIDADES* y la dimisión de una personalidad clave en los años 60 de la ciudad: el alcalde Adolfo Rincón de Arellano, falangista, individualista, personalidad singular que marcó un antes y un después en la vida municipal, e indirectamente, en el devenir del propio periódico.

Llega al Ayuntamiento en 1958, tras la crisis provocada por las críticas del anterior alcalde Tomás Trénor, Marqués del Turia, y del director de *Las Provincias*, Martín Domínguez, por la falta de ayudas estatales a Valencia después de la inundación. La respuesta del régimen es cesar a Trénor, a Joaquín Maldonado, presidente del Ateneo Mercantil, y forzar a la empresa editora del periódico a hacer dimitir a su director. Le sucederá José Ombuena, reconocido como buen periodista y escritor, hombre ponderado y culto, pero del que también hay que señalar su procedencia de las páginas del diario del Movimiento y su sintonía personal y de amistad tanto con Rincón de Arellano como con Alfredo Sánchez Bella, ministro de Información y Turismo desde 1969.

La edición del *Almanaque* del último año de los 60 mantiene su estructura tradicional. Cuenta con firmas prestigiosas como Enrique Soler Godes, Vicente Garín Llombart, José Corts Grau, y con la colaboración tradicional del escritor Fernando Vizcaíno Casas, afincado en Madrid y amigo de infancia de Ombuena, que traslada evocación y nostalgia de la Valencia de su juventud en cada almanaque. Sin embargo, no se ha plasmado todavía el cambio.

Un joven Francisco Pérez Puche, que más tarde se ocupará durante años de una minuciosa y crítica vida municipal, firma “La gran noticia”, sobre la llegada del hombre

a la luna; y la más joven todavía Consuelo Reyna, por aquellos años en Madrid trabajando en Colpisa, aporta “El negocio musical de la Navidad”, abundando en un tema, la crónica musical, de la que también se ocupaba en la agencia de noticias, y que comenzará a llevar cuando se incorpora, dos años más tarde, a la redacción de *Las Provincias*.

El *Almanaque* de 1970, recoge en sus primeras páginas de Actualidad Valenciana la concesión de “la Flor Natural al poeta Vicente Andrés Estellés, redactor-jefe de *Las Provincias*”, y publica en su página 181 *Vespres del cant*, fragmento del poema “*Raons personals*” que obtuvo el premio dels *Jocs Florals*.

Pérez Puche se ha incorporado ya a la crónica municipal, y desde este capítulo el *Almanaque* reconoce que “en el plano local, 1970 fue para Valencia un año interesante [...] Con la primera reunión plenaria del año llegó la primera novedad: las sesiones comenzaron a ser públicas, con el libre acceso de prensa y ciudadanos...” Es en esta crónica donde aparece una referencia que marcará una de las líneas editoriales del periódico en los años venideros: el tema del Saler y la Albufera, que Pérez Puche aborda como “posiblemente, el tema más polémico del año”.

La estructura de la publicación empieza a añadir temas: aparece “Ventana al exterior”, donde desde entonces aparecerá un resumen anual de política exterior que llevaba el periodista Fernando Herrero.

Mientras tanto, el periódico empieza a publicar en febrero una serie de entrevistas sobre el futuro de Valencia. En ellas, donde se abordaba también el desarrollo urbanístico y la expansión del turismo, latían una serie de quejas ya tradicionales entre la burguesía valenciana sobre el estado de postración de Valencia y lo valenciano. El recién nombrado decano de la Facultad de Derecho, Manuel Broseta, que en poco tiempo será un referente en la vida editorial del periódico, dirigió un informe encargado por la Caja de Ahorros de Valencia sobre las perspectivas de desarrollo para la región: el informe Prevasa. Sobre este informe, Broseta declara al periódico que “hay una cosa que sí ha cambiado en Valencia: es la toma de conciencia. Hace unos años, Valencia estaba adormilada, pero ahora se ha dado cuenta de su problema [...] se es consciente de que hay que tomar soluciones y ya se van produciendo” (Pérez Puche, 2001). El mismo periodista experto en temas municipales señalará en el almanaque de 1971 que “Valencia es una ciudad que vive agobiada por unos problemas muy superiores a sus posibilidades, tanto económicos como de gestión... la actividad escuetamente municipal se ha visto muy atada y si se han conseguido realizaciones de interés ha sido merced al concurso y la ayuda de algunos ministerios. (“Valencia en 1971: un discreto año de realizaciones”, *Almanaque de Las Provincias*, 1971, p.339). Y concluye,

Si realmente el III Plan de Desarrollo es puesto en vigor con todas sus previsiones y si la ley de Administración Local da las posibilidades de gestión que de ella se espera, la vida municipal de Valencia podrá salir de su etapa gris y administradora... En este sentido, es más que probable que el año que va a empezar signifique para Valencia la definitiva rotura de los moldes... y con ello, el comienzo de lo que muy bien podría ser una segunda expansión, tras aquel punto, ya histórico, de la riada de 1957. Confiemos, pues, y estemos alerta.

(“Actualidad Municipal: Punto final”, *Almanaque de Las Provincias* 1971, p.347)

Martín Domínguez aludía al clamor de lo inanimado frente al silencio y cobardía de los hombres en el discurso que le valió su fin como director del diario en el que llevaba años al frente. La riada del 57 y el olvido de Valencia provocó el discurso en el inocuo marco de la proclamación de la Fallera Mayor que tanto indignó al poder: “Cuando enmudecen los hombres, hablan las piedras”. Doce años después, las mismas páginas del periódico, las colaboraciones en su *Almanaque*, y su línea editorial, hacen hincapié en la vieja queja: que Valencia pueda salir de “su etapa gris y administradora”. Y se apuesta por ello.

En 1972 la periodista María Consuelo Reyna se ha incorporado a la redacción, y sustituye en la subdirección a Vicente Badía, que se jubila. Según recuerda Pérez Puche, se evidencia entonces que va a haber cambios; se amplía el abanico de temas y de colaboradores, y *Las Provincias* empieza a ser el reflejo de la transformación valenciana de los años 70. Según reconoce la propia Reyna “no se trata de un plan organizado. Lo que hago es apostar por la gente que conozco y atraerla al periódico. José Ombuena pertenece a una generación y tiene colaboradores en el periódico; yo hago lo mismo con gente de mi generación” (Pérez Puche, 2001).

Y efectivamente, la Redacción y el propio despacho de Consuelo Reyna, se abren, con la aquiescencia del propietario de la empresa, su padre, y del director del periódico, Ombuena. Por otro lado, las cifras de ventas confirman el buen camino.

Desde que se hace cargo de la confección del Almanaque, el enfoque de María Consuelo Reyna y de la “gente de su generación” se hace evidente en su estructura. El Índice del viejo almanaque ha cambiado. A las páginas de *Actualidad Valenciana*, con artículos mucho más centrados en temas clave (el patrimonio urbano, el Ayuntamiento, el desarrollo industrial valenciano), se unen apartados específicos como Universidad, Agricultura o Economía. En ellos, aparecen firmas que serán determinantes en la historia política y social de la transición valenciana: Manuel Sánchez Ayuso, Manuel Girona, Damià Mollà, Trinidad Simó, Francesc de Paula Burguera, Manuel Broseta, Aurelio Martínez, Sanchis Guarner o José María del Rivero.

1973 es el año en que *Las Provincias*, con el equipo Reyna, Pérez Puche y Penalba, “echa el resto” en la defensa de la Dehesa del Saler. Son días y días de seguimiento,

editoriales, fotografías del fotógrafo José Penalba, entrevistas y estilo directo, hasta concienciar a una opinión pública que no veía el desastre.

El *Almanaque* lo recoge: Dentro de los grandes temas de la vida municipal se resalta la urbanización del Saler y el destino del cauce del Turia. El naturalista Ignacio Docavo critica la enorme escasez de espacios verdes en la ciudad. Pérez Puche hace una alarmada crónica de “La Dehesa al día”, anunciando “ya se construyen hoteles y apartamentos”, y María Consuelo Reyna, con su estilo claro y directo arremete en dos artículos sucesivos en el periódico, que se recogen en el Almanaque (“La Dehesa”, *Almanaque de Las Provincias* 1973, pp.95-101).

La tan comentada repoblación de la Dehesa es una de las cosas más dolorosamente cómicas que he oído en los últimos tiempos. Es como si alguien dijese: Vamos a derribar la catedral de Burgos y en su lugar haremos una iglesia más acorde con las directrices del Concilio Vaticano II. Que piensen que la Dehesa también es una obra de arte de la naturaleza”...

Antes de empezar a escribir este comentario, he vuelto a la Dehesa. La he recorrido palmo a palmo, más a fondo que nunca y... creo haberme quedado corta: han destrozado el paisaje. La Dehesa, a no ser que se detuviesen radicalmente las obras, ya no tiene solución.

Se abordan en este número la crisis de la Universidad y los últimos coletazos de la censura a estudiantes y profesores. Se denuncia el incierto destino de la Facultad de Económicas de Valencia, que el periódico insiste en mantener para una ciudad en expansión. Se reflejan y comentan datos económicos y de población. Francesc Burguera incide en la necesidad de promover y defender la producción de naranja y su exportación. Broseta escribe sobre “los trabajadores españoles y el Mercado Común”, mientras Vicent Andrés Estellés repasa, en valenciano, las excelencias de Castellón y Alicante. Mientras, el incisivo y breve estilo de Consuelo Reyna reniega: “Sureste y Levante”, “¿tanto cuesta decir región valenciana, Reino de Valencia, país valenciano o simplemente Valencia? (“Sureste y Levante”, *Almanaque Las Provincias* 1973, pp.207-208).

En este *Almanaque* de 1973 las distancias marítimas y los horarios de ordinarios han quedado relegados por una información más actual y necesaria: excursiones por la región valenciana. El *Juicio Universal* ha desaparecido de las páginas del *Almanaque*.

4.2. 1974-1980. Las Provincias y su papel en la transición en Valencia.

La portada del *Almanaque* de 1974 es elocuente: el tronco de un pino en el que se ha clavado un cartel que reza: “Respetad este parque. Denunciad a los que lo maltraten”. Y en el interior se apostilla “El Saler fue, también a lo largo de 1974, uno de los grandes temas polémicos. A lo largo del *Almanaque*, queda constancia de ello”.

El formato se moderniza. Consuelo Reyna sabe reconocer el potencial gráfico de un magnífico fotógrafo que ha sucedido a su padre en el periódico: José Penalba. Sus fotografías de página entera ilustran cada mes la llamada *Actualidad valenciana*.

Se incluye un apartado conjunto de *Economía y Agricultura*; un apartado de *Editoriales* y un capítulo muy relevante del cambio que se intuye: *Las ideas y los hechos*, en el que se cuentan aportaciones de Josep Lluís Blasco (“Los intelectuales y la política”), Manuel Broseta (“Universidad libre y Universidad despolitizada”), Trinidad Simó (“Ecología y desarrollo industrial. ¿Incompatibles?”), Vicent Soler (“Després del Saler, el riu”) y “La veu del nostre poble”, del Profesor Broseta.

Amando de Miguel intenta aclarar “Lo que va a pasar”, y en este sentido, el *Almanaque* recoge un extenso apartado bajo el epígrafe “España y su futuro”, fruto de entrevistas que el periódico realizó a lo largo de varias semanas a personalidades valencianas de distintas tendencias, sobre su visión del futuro de España y el futuro de Valencia.

Nuestro *Almanaque* de 1975 llega a las manos de nuestros lectores marcado por la huella de Franco [...] Días después, el 23 de noviembre, S.M. el Rey don Juan Carlos I hacía un llamamiento a todos los españoles sin excepción... Nosotros, los que hacemos *Las Provincias* nos sumamos a los dos llamamientos [...] Con 1975 termina la época de una figura histórica sin posible parangón...

(“La huella de Franco”, *Almanaque de Las Provincias* 1975, pp.V-VIII)

Termina una época y empieza una nueva en la que la redacción de *Las Provincias* se abre, aunque, como recuerda María Consuelo Reyna, “no fue en ningún momento un proyecto definido del periódico, sino que vivíamos aquellos tiempos en su día a día, y cada uno lo vivía como quiso”. Y sigue evocando: “había muchísima ebullición. Veíamos que íbamos a sufrir una transformación total y que no sabíamos cómo enfocar. Todos, del primero al último, habíamos nacido en pleno franquismo. Por eso, a veces, hacíamos las cosas que hacíamos, porque no sabíamos calibrarlas”.

La incorporación al periódico de una joven plantilla de periodistas y la entrada de firmas procedentes de la Universidad, la economía, abanderados de temas hasta entonces opacos como el feminismo, el ecologismo o filólogos de la talla de Sanchis

Guarner, afloran un nuevo estilo al viejo rotativo, de la mano de Consuelo Reyna. Y se plasma en las páginas de su *Almanaque*.

Así, el propio número de 1975 celebra el empleo de la lengua valenciana en el pleno de la Diputación o deplora el final de las “cenas políticas” que se venían celebrando en Valencia desde 1971, y de las que *Las Provincias* era puntual cronista y, en ocasiones, invitado.

Al *Almanaque* de 1975 se incorporan colaboradores relevantes en la nueva vida política valenciana: Joaquín Muñoz Peirats, el abogado Vicente Montés, creador de la Escuela Valenciana de Derecho Civil, o el sociólogo Amando de Miguel que da cuenta de una conferencia de Vicent Ventura: “el País Valenciano es Vicente Ventura. En la conferencia de anoche se me hizo realidad esta caprichosa asociación” (“El complejo de Cid Campeador”, *Almanaque de Las Provincias* 1975, pp.251-253)

María Consuelo Reyna, que ha inaugurado su famosa columna “País”, reivindica el orgullo de pertenecer a Valencia, y critica sus carencias, bajo un título que apunta tendencias que años más tardes se han revelado dramáticas para esta ciudad: “Faraonismo” (*Almanaque de Las Provincias*, 1975, pp.227-228).

Si añadimos a este número colaboraciones como la del joven economista Vicent Soler, que había inaugurado hacía dos años en el periódico su sección “Pulso económico”, la de Vicent Andrés Estellés bajo el título “Una conferencia, una ciutat, un país”, la reflexión sobre el momento cultural valenciano de Amadeu Fabregat, o “Els xiquets i la llengua”, de Manuel Sanchis Guarner, queda muy claro que el viejo diario conservador “abre sus páginas y se deja impregnar por una parte de la sensibilidad aperturista de un país que está cambiando” (Bordería, 2000: 286).

Pese a que el diario sigue manteniendo en sus páginas un mesurado tono oficialista, sobre todo en política nacional, el peso del lector tradicional del periódico, la burguesía valenciana, y la necesidad de alcanzar sus peticiones económicas, hacen que el discurso del periódico incida en todo “lo valenciano” y de igual modo se refleja en las páginas anuales de *El Almanaque*:

“Valencia tiene desgracia en las altas regiones gubernamentales. Mientras otras provincias miran prevenidas sus aspiraciones... Valencia hace infructuosos esfuerzos para obtener lo que de justicia se le debe...”

Si al pie de esta cita pusiéramos una fecha reciente, la de este mes de abril de 1976, es muy probable que el lector no reparara en el engaño; La frase, sin embargo, es antigua. Acaba de cumplir, como si nada, ciento diez años. Fue escrita por la redacción de *Las Provincias*, en enero de 1866”

(“Hoy como ayer”, *Almanaque de Las Provincias* 1976, pp.179-181)

El periódico está impregnado de ansiedad, de expectación, y de reivindicaciones de un cierto autogobierno. Llegan a la redacción de forma continua políticos nuevos y viejos. Las noticias de la prensa de Madrid se comentan en la redacción mientras se espera el cierre. Y los acontecimientos se suceden a una velocidad que los años anteriores no habían contemplado: Salvador Barber firma “El año más largo”, en el que detalla mes por mes manifestaciones pro-amnistía, huelgas, mítines, constitución de la Taula de Forces Polítiques i Sindicals y creación de nuevos partidos. (*Almanaque de Las Provincias*, 1976, pp.105-122).

Abierto a la ciudad viva, el periódico ha incorporado desde hace un par de años, una nueva sección “Aquí los barrios”, que sigue con detalle el periodista Antonio Luque. Comienza también a incorporarse al *Almanaque*, junto con colaboraciones que rescatan figuras políticas del pasado democrático valenciano. Emilio Attard se ocupa de reivindicar la figura del líder de su viejo partido, la Derecha Regional Valenciana, Luis Lúcia.

Hasta 1978 tanto el periódico, como su suplemento anual, el *Almanaque*, mantienen el tono progresista y de apertura, que todavía encaja con la voluntad de cambio de un sector relevante de la burguesía valenciana, que no tenía empacho en mantener aspiraciones regionalistas/nacionalistas frente al poder del gobierno central; aspiraciones que en los lejanos años 30 también sustentó la burguesía financiera y agrarista de Ignacio Villalonga.

Para Manuel Broseta, cada vez más presente en las páginas del periódico, “soy de los que estiman que, en términos absolutos, la apertura no se está realizando en la profundidad y con la velocidad que era de desear en todos los sectores de la vida política y social” (Bordería, 2000: 287).

Y desde el periódico decano se pone todo el empeño: El *Almanaque* de 1977 se centra en la lucha por la autonomía, con colaboraciones de Broseta, Sánchez Ayuso, Maldonado, Albiñana, Noguera de Roig, Emilio Attard, y la propia Consuelo Reyna (“La Generalitat espera”, *Almanaque Las Provincias* 1977, p.337).

“Las Provincias dóna, amb motiu d’aquesta important ocasió, el text íntegre del parcialment conegut poema de Vicent Andrés Estellés, -Poble- Cal dir que està signat a 1975, quan el despertar autonomista del poble valencià es ja irreversible.

Més enllà, però, del seu indubtable valor literari, encara estant moltíssim, hi ha de reconeixer la veu del poble, d’un poble que s’acosta al seu moment, hui maiteixa”

(“Poble. Al País Valencià”. *Almanaque de Las Provincias* 1977, pp.479-483)

En las elecciones generales de 1977, la UCD es derrotada en Valencia frente a los partidos de izquierda. El partido de Adolfo Suárez, que en Valencia se había constituido con el Partido Popular Regional Valenciano de Emilio Attard, intenta hacerse fuerte para ganar las elecciones generales y municipales de 1979. Para ello, busca la colaboración del valenciano Abril Martorell, y de Manuel Broseta y condicionar el proceso de elaboración del Estatuto de Autonomía. Se elimina del partido a los miembros liberales como Francisco de Paula Burguera, José Antonio Noguera de Roig y Joaquín Muñoz Peirats y asumen postulados anticatalanistas que les diferencien del sector liberal apartado. Encuentran eco en *Las Provincias*, que desde entonces vuelve a posturas conservadoras “como le es natural” (Pérez Puche, 1998: 266).

Aunque un editorial recogido en el *Almanaque*, señala que “Las Provincias, que nació hace más de un siglo para servir a este pueblo, tiene que aplaudir este primer brote institucional que es el Consell del País Valenciano” (“Hacer País”, *Almanaque de Las Provincias* 1978, pp.191-192), la edición de 1980 recoge el famoso artículo aparecido en el periódico en mayo de 1980, “Adiós al País Valenciano”. En él, la periodista rebate con firmeza un término que había venido usando en sus columnas, y que hacía propio el periódico y sus colaboradores,

Si algo me importa muy poco en este mundo es rectificar cuando creo que me he equivocado, y hoy voy a hacerlo... País valenciano podía haber sido la denominación... si detrás de este nombre no hubiera un proyecto político que lo que pretende es anular nuestra región.

Quizá, como dice Fuster, yo pertenezca a esos puristas que prefieren hablar en nombre de la historia., todo antes que secundar una muy hábil e inteligente maniobra para borrar a nuestra Valencia del mapa e integrarla en esa Gran Cataluña...”

(Almanaque Las Provincias 1980, pp.279-280)

Con todo, la tradición y la calidad del *Almanaque* se ha mantenido los últimos años de la década. Se sigue con atención la vida municipal. El signo del Ayuntamiento cambia en 1979 y se suceden en pocos meses dos alcaldes socialistas. El *Almanaque* reproduce la carta enviada por Fernando Martínez Castellano, que dimite al cabo de cinco meses para dar paso a un alcalde que será significativo en la vida y la fisonomía de una ciudad nueva: Ricard Pérez Casado (“Cinco meses... Valencia”, *Almanaque de Las Provincias* 1979, pp.93-94).

Se sigue el Consell preautonómico y las vicisitudes de la vía valenciana a la autonomía. Se incorporan firmas de UCD como la de Jaime Lamo de Espinosa (“UCD: un voto a favor de la esperanza”, p.315).

La procesión cívica del 9 de octubre ha sido cruenta, con agresiones tanto al alcalde Pérez Casado como a otros políticos participantes. La *Batalla de Valencia* está activa, y *Las Provincias*, quiéralo o no, es parte en ella. En esta línea, pero deplorando la violencia, Consuelo Reyna recoge en el *Almanaque* una columna publicada en el diario, que todavía titulaba “País”:

Lo de ayer debe ser tomado como una amarga lección [...] Un gobernante no puede obcecarse en la defensa de unas ideas que no conectan con el pueblo al cual tiene la misión de dirigir, y si humilla, crispa e insulta al pueblo que lo votó, lo único que logrará es hacer más y más grande el abismo entre gobernantes y gobernados.

(“Un triste 9 de Octubre”. *Almanaque de Las Provincias* 1979, pp.339-340)

La crónica del mes de enero en el *Almanaque* de 1980 se inicia con un explícito titular: “El Consell suprime la bandera cuatribarrada”. Los vaivenes de la política preautonómica ocupan las páginas, junto a un capítulo nuevo: “En torno a la Autonomía y la Lengua Valenciana”, en el que junto a las firmas de Attard, Broseta, Manuel del Hierro o Manuel Girona, se incluyen dos artículos centrados en la lengua valenciana: “Polémica en el Senado sobre la lengua valenciana”, de Milagro Heredero, y “El manipulado desmarque de un sentimiento”, de Pascual Martín Villalba, Presidente del Grup d’ Acció Valencianista.

En 1980 el *Almanaque* ha cumplido cien años. El escritor y periodista Vicente Vidal Corella, que inició su andadura profesional en el *Diario de Valencia* en los años 30, resalta que

Hace ahora cien años,... don Teodoro Llorente Olivares y don José Doménech Taberner iniciaban la publicación continuada de una obra que sería una verdadera institución erudita y literaria: el *Almanaque de Las Provincias*... Aquel *Almanaque* para 1880 marcó la pauta para la publicación –corregida y aumentada- en años sucesivos.

(“Un siglo de la vida y cultura valencianas”, *Almanaque de Las Provincias* 1980, pp.365-368)

En 1980 ya no hay “primavera” en *Las Provincias*. Valencia -aún sin definirse como País, Región, Reino o Comunidad- no ha estrenado autonomía. El periódico, como empresa, sigue creciendo, en estos momentos sin competencia, y la influencia de su subdirectora, Consuelo Reyna, también. Se le lee, se le teme y se le escucha. Los políticos continúan acudiendo a su despacho, que sigue abierto. Bordería señala que las demandas que desde los años 70 recogía el periódico “recordaban con absoluta fidelidad las preocupaciones del mismo grupo social por los años cincuenta, cuando el

director Martín Domínguez había iniciado su particular enfrentamiento con la censura” (Bordería, 2000: 288).

Ahora, la libertad informativa permitía publicar esos anhelos, pero no cambiaba sus principios. Y, por cierto, en los almanaques de 1978 a 1980 ha vuelto a aparecer el Juicio Universal al final de su edición.

5 Conclusiones

El Almanaque del diario Las Provincias, deudor de las publicaciones de carácter popular que se desarrollaron en España desde el siglo XVIII, puede ser encuadrado en el género de prensa literaria valenciana, en cuanto a la calidad y diversidad de sus colaboraciones, la defensa en sus páginas del valencianismo literario y cultural, y a la expresión, en definitiva, del binomio periodismo-literatura.

Por otro lado, sus ediciones anuales reflejan la vocación integradora y plural que, en su manifiesto fundacional, recogía el periódico Las Provincias, y que en las páginas del Almanaque se evidencia con un amplio espectro de colaboradores literarios, artísticos y de opinión, que la rigidez y control de las páginas del periódico no permitían.

Presenta el valor añadido de recopilar un sinnúmero de artículos en lengua valenciana, incluso en los años cuarenta y cincuenta, con firmas como la del propio Joan Fuster, Vicent Andrés Estellés o Manuel Sanchis Guarner.

Es indudable su importancia como fuente de estudio de ciento cincuenta años de historia valenciana, tanto como crónica detallada de acontecimientos, como de recuperación de personajes que colaboran en sus páginas, muchas veces olvidados.

En la década de los 70, entre el franquismo y la transición a la democracia, El Almanaque es fiel reflejo de la propia evolución ideológica del periódico, y una galería inestimable de colaboradores activos en nuestra reciente historia. Sociólogos, urbanistas, economistas y políticos de todas las tendencias se dan cita en sus páginas, con una nueva óptica en el viejo diario conservador y en su compendio anual que dirige la subdirectora, Consuelo Reyna, periodista, empresaria y propietaria.

Referencias bibliográficas

- ALTABELLA, J. (1970): "Las Provincias. Eje histórico del periodismo valenciano 1866-1969", Madrid, Editora Nacional.
- ARCHILÉS CARDONA, F. (2006): "Hacer región es hacer patria. La región en el imaginario de la nación española de la Restauración" en Ayer, Marcial Pons Editores, pp.121-147.
- BARRERA, C. (1995): Periodismo y franquismo de la censura a la apertura. Madrid, EIUNSA.
- BORDERIA, E. (2000): La prensa durante el franquismo: represión, censura y negocio, Valencia (1939-1975), Valencia, Fundación Universitaria San Pablo, CEU.
- (2006): "Aperturismo *avant la lettre* en la prensa del franquismo: la burguesía valenciana y la voz disonante de *Las Provincias*, 1949-1975" en VI Encuentro de Investigadores del Franquismo. Universidad de Zaragoza.
- CRESPO, A. (2005). "Las Provincias: un diario conservador durante la Transición en Valencia (1972-1982) en Actes del Congrés "La Transició de la dictadura franquista a la democracia" Barcelona.
- CORTÉS, S. (1991): "Prensa literaria valenciana de postguerra: El cas de L'Almanaque de Las Provincias (1940-1951)", en Caplletra, Revista Internacional de Filología, nº.10, pp. 41-50.
- GUILLAMET, J. y SALGADO, F. (2014): El periodismo en las transiciones políticas: de la Revolución Portuguesa y la Transición Española a la Primavera Árabe, Madrid, Biblioteca Nueva.
- IRANZO, A. (2014): "Prensa y poder. Las Provincias, actor político central de la Transición valenciana". Historia y Comunicación Social, nº 19, pp. 535-544.
- MATEU, A. y DOMINGUEZ, M. (2011): "Inicios del columnismo ambiental en la prensa española. La campaña de *Las Provincias* sobre la urbanización del Saler", Zer, nº 30, pp.171-187.
- PAREJA, M. (2013): El periódico Mediterráneo durante la transición española (1975-1982), Castelló, Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.
- PEREZ PUCHE, F.: "Los medios informativos en la Transición" en GARRIDO, V., MARTIN, J., y SOLER, M. (eds), 1998: La transición política en la Comunidad Valenciana. Valencia: Fundación Profesor Manuel Broseta. pp.261-275.
- (2001): Tal como éramos. La Valencia de los años 70, Valencia, Carena Editores.

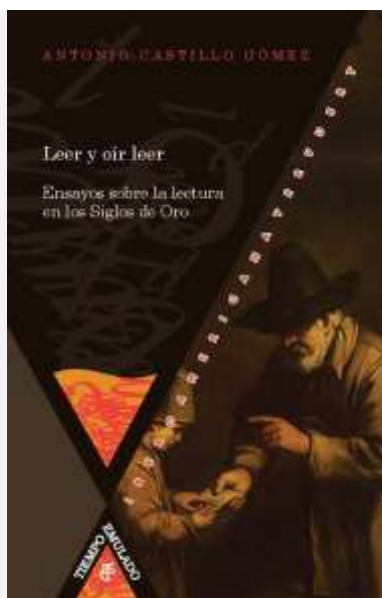
SAZ, I. (2007): "Franquismo y democracia en Valencia" en Actas del Simposio "Reino y Ciudad, Valencia en su Historia". Fundación Caja Madrid. pp. 601-640

SENSO, C. (2014): "Parlaments de paper. Valencia Semanal i la Transició a la democràcia al país Valencià" en *Afers* nº 79, 2014, pp.771-792.

SEOANE, M.C. y SAIZ, M.D. (2007): Cuatro siglos de periodismo en España. Madrid, Alianza Editorial-

SOLER, V. (2011): *L'ofici de raonar*, Valencia, Publicacions Universitat de València.

XAMBÓ, R. (1995): *Dies de Premsa. La Comunicació al País Valencià des de la Transició Política*. València, L'Eixam Edicions.



Leer y oír leer. Ensayos sobre la lectura en los Siglos de Oro

Antonio Castillo Gómez

Iberoamericana-Vervuert, Madrid, 2016

231 pp.

Carmen Espejo Cala (Universidad de Sevilla)

Cerrando el círculo de la Historia de la Lectura en España

El volumen *Leer y oír leer. Ensayos sobre la lectura en los Siglos de Oro*, de reciente publicación, cierra el círculo – provisionalmente – de la aportación española a la Historia de la Lectura. Los trabajos de Antonio Castillo suponen la aproximación más exhaustiva y profunda a la disciplina en nuestro país, consecuencia directa en parte del magisterio que el autor reconoce en dos figuras emblemáticas, Armando Petrucci –

con quien se formó Castillo en el Istituto di Paleografia de La Sapienza en Roma – y Roger Chartier.

De hecho, este volumen se compone con una selección de trabajos del autor previamente publicados en revistas y monografías, revisados y enmendados en su caso, y actualizados después de la traducción a otras lenguas de algunos de ellos. A pesar de este origen heterogéneo, la coherencia está aquí garantizada por el hilo temático en el que se engarzan los distintos capítulos: después de un razonamiento sobre la sinrazón de leer demasiado, un mal que aquejó ya a algunos hombres del Siglo de Oro como el hidalgo cervantino (capítulo I), la obra avanza hasta un epígrafe en el que se revisa el tópico de la lectura erudita (capítulo II), al que le sigue un estudio de la lectura en las cárceles inquisitoriales (capítulo III) y en las comunidades de moriscos, beatas y monjas (capítulo IV), hasta llegar a las lecturas colectivas en la calle, a través de coplas, avisos y panfletos (capítulo V). El círculo se cierra con una vuelta al individuo lector en el último capítulo, que trata sobre la autobiografía como fuente para el estudio de los modos de lectura (capítulo VI).

La aportación fundamental de estos trabajos – y de toda la obra de Castillo – tiene que ver con su capacidad para ir más allá de los lugares comunes de la disciplina y mostrar la paradoja implícita en cada caso que llegamos a documentar: “la subversión inherente a cada acto de lectura”, en palabras del autor (p. 41). Tal como aquellos presos de la Inquisición que tuvieron a su disposición nutridas bibliotecas dentro de la celda; o el humilde zapatero portugués, inopinadamente informado, que decide emigrar a Brasil tras leer nuevas sobre este territorio lejano en carteles fijados en la ciudad de Lisboa. “Confieso, de nuevo, que no me interesan los libros en lo que tienen de objetos, más o menos queridos, sino las personas que les dan sentido en el momento de leerlos, lo que para ellas podía representar la lectura” (p. 74), sentencia Castillo.

El lector, entonces y ahora, se comporta como un viajero que recorre las tierras del prójimo, un nómada que caza furtivamente en campos que no ha escrito. En el momento de la lectura, tiene la oportunidad de *inventar* algo distinto de lo que era la intención del texto. Este establece unas determinadas pautas de apropiación, pero al final es el lector quien resuelve el enigma siguiendo el camino trazado o explorando otros: el leer, en fin, como una “cacería furtiva”. La lectura, entre la norma y la transgresión (p. 20).

Por otro lado, los capítulos aquí compilados son buen exponente del modo minucioso de trabajo de Antonio Castillo, que aúna el método interpretativo de los microhistoriadores con el rigor documental de los historiadores *clásicos*: una ojeada al epígrafe de “Fuentes y Bibliografía” de este volumen permite comprobar que el autor maneja con la misma soltura la reciente bibliografía internacional sobre la disciplina,

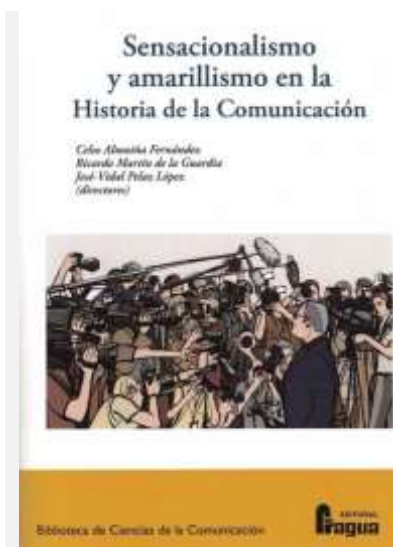
que los legajos y colecciones de manuscritos e impresos de la Edad Moderna en archivos y bibliotecas antiguas de España, Francia y Portugal.

De esta forma, *Leer y oír leer. Ensayos sobre la lectura en los Siglos de Oro* está predestinada a convertirse en una obra de referencia para los expertos en la disciplina, y más aún, para todos los investigadores de la Edad Moderna: la tesis general de la misma es que hubo, en efecto, muchos modos de lectura en la Edad Moderna, la mayoría de ellos ajenos a nuestro patrón actual de lectura como actividad silenciosa y solitaria; pero, en cualquier caso, estas lecturas constituyeron un alimento fundamental para las mentalidades de la época, y no podremos entender bien el periodo si seguimos acudiendo al tópico de una escasa alfabetización que mantuvo a la mayoría de la población alejada de la cultura escrita.

El planteamiento que se hace Antonio Castillo de su disciplina, por tanto, tiene que ver en parte con las aportaciones de la bibliografía material y sus conceptos y métodos de trabajo pero también en parte con el objetivo de la Historia Social, pues se trata al fin y al cabo, en toda su obra, de rescatar del olvido a todos los lectores de la Historia, particularmente a los más humildes: “A fin de cuentas, entonces como ahora, la gente siempre ha leído algo más que libros y eso a pesar de que numerosas historias de la literatura y algunos estudios de la lectura siguen empeñados en retratar lo contrario” (p. 152).

La trayectoria académica del autor tiene finalmente el mérito de haber dedicado tantos esfuerzos a la investigación como a la divulgación, a través de conocidos instrumentos como el blog *Grafosfera. Bitácora sobre Cultura Escrita* que edita el Seminario Interdisciplinar de Estudios sobre Cultura Escrita (SIECE), la Red de Archivos e Investigadores de la Escritura Popular (RedAiep), o la revista *Cultura Escrita & Sociedad*.

Damos por tanto la bienvenida a esta obra, a partir de la cual deberán asentarse una nueva Historia del Libro, de la Lectura, y de la Comunicación en España, más comprensivas y metodológicamente renovadas.



Sensacionalismo y amarillismo en la Historia de la Comunicación

Celso Almuiña Fernández, Ricardo Martín de la Guardia y José-Vidal Pelaz López (directores)

Editorial Fragua, Madrid (España), 2016

593 pp.

Reseña por Daniel Moya López

SENSACIONALISMO Y AMARILLISMO, CONCEPTOS CLÁSICOS EN LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

Valladolid acogió en septiembre de 2015 el X Congreso de la Asociación de Historiadores de la Comunicación, una cita anual de la que un año más tarde ve la luz “*Sensacionalismo y amarillismo en la Historia de la Comunicación*”, la recopilación de todas las ponencias presentadas a tal evento. Editado por Editorial Fragua, dentro de la Biblioteca de Ciencias de la Comunicación, y dirigido por Celso Almuiña Fernández,

Ricardo Martín de la Guardia y José-Vidal Pelaz López, la obra, de casi 600 páginas, presenta una gran diversidad de comunicaciones.

La apertura la realiza el propio Celso Almuíña con un breve pero excelente repaso al sensacionalismo y amarillismo, los términos claves de la edición de 2015, en la historia de la comunicación española. Un recorrido que parte de la mención a las *Actas Diurnas* de César Augusto y pone fin al viaje en la Transición Española y el papel estabilizador de los medios de comunicación. Una introducción de lujo que comienza, con toda la intención, con el artículo 20. 1. de la Constitución española de 1978, aquél que refiere a los derechos en materia de comunicación emanados de la Carta Magna.

En ella se expone algunos clásicos en los estudios de la comunicación: desde el sensacionalismo para ganar las guerras (Hearst como máximo ejemplo) hasta la manipulación del discurso para preservar el poder, a través, entre otras cosas, de la maximización del vocabulario, como corsé de etiqueta inflexible. Un pasaje en el que se evoluciona del sensacionalismo al amarillismo del siglo XX.

Tras Almuíña, Jean-François Botrel, de la Université Rennes 2, trae desde Francia una visión, de bolsillo, sobre el sensacionalismo en la era premediática, allí donde la prensa de masas no había escrito sus inicios en la Historia. Botrel repasa algunos ejemplos que visualizan aquel sensacionalismo de las relaciones de sucesos, de hechos sobrenaturales o de auténtica desmesura en la moralidad y la conducta. Un pequeño esbozo de investigaciones sesudas de años atrás.

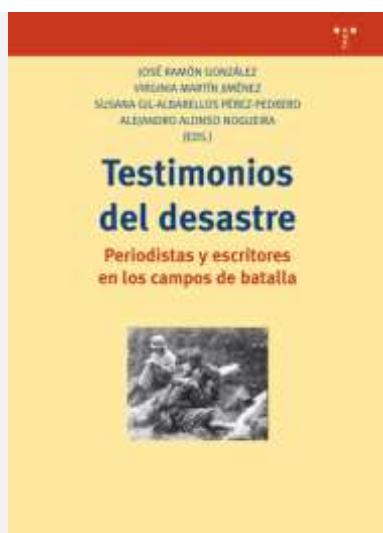
A partir de ahí, la obra se divide en tres partes, tres divisiones temáticas. La primera de ellas encauzada al sensacionalismo y amarillismo en la prensa escrita; la segunda, hacia los medios audiovisuales; y la tercera, sobre propuestas metodológicas para el estudio de ambos términos. Un congreso que contó con participación de investigadores de todos los rincones nacionales y al que se sumaron comunicaciones cuyos autores traspasaban fronteras, bien vecinas (Portugal), bien al otro lado del charco (Sudamérica) o desde lugares algo menos habituales en el mundo académico español (India). Fascículos muy concretos de tamañas diferencias entre sí.

En la primera parte son varias las categorías en las que podrían agruparse las distintas comunicaciones. Tanto por temáticas, como por localizaciones geográficas, como por parámetros temporales. Así, en este primer tercio se vislumbran trabajos sobre la violencia de género, el tratamiento informativo entre líderes de un mismo partido (Adolfo Suárez y Leopoldo Calvo Sotelo, de la UCD), los cantares de ciego en España, comparaciones entre España y Argentina, reflexiones sobre la ética, o trabajos más concretos geográficamente que van desde un periódico de Oporto, a la prensa castellanense en la Restauración, o el turismo en las Islas Baleares desde la óptica de los medios de comunicación.

Para la segunda, surge como gran novedad el concepto de *infotainment*, es decir, vender la información como entretenimiento. También se hallan comunicaciones que hacen referencia bien a canales públicos españoles (TVE o ETB), análisis sobre el universo del cine o grandes formatos contemporáneos como *The Public Eye* o *Nightcrawler*. He aquí, también, otra reflexión sobre la ética y su relación con los formatos televisivos sensacionalistas.

Para la tercera parte quedan las propuestas metodológicas, si bien es ésta la que recoge comunicaciones que, a veces, no parecen ajustarse demasiado al título de este último tercio. Esto, quede dicho, no rebaja lo más mínimo el valor de tales estudios. Investigaciones sobre el rol de la mujer en Colombia o sobre El crimen de Cuenca. Otras comunicaciones, sí centradas sobre términos conceptuales, divergen sobre el sensacionalismo como recurso o estrategia, o también sobre los límites y posibilidades de fuentes orales para el estudio de la historia de la prensa.

En definitiva, un libro de actas al uso que recoge las comunicaciones del congreso celebrado en la capital vallisoletana más que un trabajo extenso y de una linealidad argumental de una obra académica que abarque un tema general, a la vez que específico, como es el sensacionalismo y el amarillismo en la Historia de la Comunicación.



Testimonios del desastre. Periodistas y escritores en los campos de batalla

José ramón González, Virginia Martín Jiménez, Susana Gil-Albarellos Pérez-Pedrero, Alejandro Alonso Nogueira (EDS.)

Editorial Trea, Gijón, 2016

381 pp.

Reseña por Esperanza Sáez

PERIODISMO Y LITERATURA EN LA GUERRA

Existen periodistas y escritores que son testigos de la guerra y que nos aportan una visión particular de los hechos. Son creadores de parte de la historia que conocemos. Es el caso de los periodistas y escritores que se encuentran en conflictos bélicos y que lo abordan por múltiples discursos que destacan por su inmediatez y su testimonio directo de los hechos, mediante la crónica o el reportaje periodístico.

En este libro se recogen diferentes textos escasamente conocidos, normalmente publicados en periódicos o revistas y en el que han participado escritores y profesionales del periodismo. La recuperación para la historia de ese amplio número de textos y su análisis, extremadamente amplio, muestran la riqueza de una

publicación de estas características. Los aspectos históricos, sociales o políticos que contiene, tanto como su dimensión discursiva, retórica, ideológica y genérica abarcan un estudio pormenorizado y minucioso.

Comienza el libro explicando cómo la crónica es un género “que se sitúa a caballo entre la información, la opinión y el reportaje” (p. 13). Son redactadas por corresponsales, enviados especiales o comentaristas que son capaces de impregnar el contenido noticioso de contexto, descripción de las circunstancias e interpretación de lo acontecido, siempre con una especialización como base importante para ello.

La crónica es un género informativo e interpretativo, por ello, es imprescindible firmarla. Este es el motivo de la incorporación de muchos escritores reconocidos, que fueron fichados por los medios. De esta manera, se consolidó la figura del escritor cronista y el género fue adquiriendo matices más literarios. Aunque no fue hasta la segunda década del siglo XX cuando se consolidó en la prensa española.

El griego Heródoto fue el primer reportero de guerra, sus relatos sobre las Guerras Médicas son el primer ejemplo en la Historia, el Periodismo y la Literatura que confluyeron en una misma obra. Tucídides, Jenofonte y una larga lista de ejemplos como Azorín, Chaves Nogales... le siguieron a través de los siglos. Actualmente existen escritores que cuentan con un pasado como corresponsales de guerra: Arturo Pérez Reverte o Maruja Torres. Todos ellos son nombres que han construido con sus crónicas y sus novelas la historia del periodismo y de la literatura.

Interesante es conocer a través de estas páginas como la Guerra de Vietnam fue la que tuvo mejor cobertura periodística y fue la primera que gozó de amplia cobertura de televisión.

La historia del periodismo de guerra está llena de ejemplos en los que el periodismo puramente informativo converge con ejercicios literarios más o menos apegados a la realidad y a los hechos que se demanda, al menos en teoría, al periodismo. Ha habido, pues escritores que en tiempo de guerra han hecho de periodistas pero también moldeado la figura de corresponsal de guerra. También ha habido periodistas que una vez retirados han incursionado en la literatura teniendo a la guerra y al periodista como materia prima de sus trabajos literarios. Esa relación entre dos actividades con elementos comunes pero también divergentes, ha estado presente a lo largo de la historia de los corresponsales de guerra o más ampliamente, de la cobertura de los conflictos armados por los medios de comunicación y quienes trabajan en ellos. (p 19).

La Primera Guerra Mundial marca el comienzo de una etapa que se prolonga hasta hoy y en la que la lucha por la información que libran los aparatos de censura y propaganda y el periodismo se sistematiza cada vez más. El telégrafo, teléfono, cine o fotografía impedían que los militares pudiesen controlar la información que ya a principios del

siglo XX, se podía transmitir en tiempo real. En cambio en la Guerra de Iraq podemos incidir en la gran cobertura informativa que recibimos pero también fue dónde se produjo una mayor baja de periodistas.

Aspectos como las profesiones de los corresponsales de guerra extranjeros en la segunda mitad del siglo XX en España (boticarios, médicos, jueces, militares y ociosos que, por amor al arte, se convierten en corresponsales anónimos) hacen imaginarnos el poder que se desarrolla al comunicar esta tipo de información a partir de entonces. Como ejemplo, Francisco Peris Mencheta fue uno de los escasos corresponsales que informó de los conflictos en los que participaron tropas españolas entre el último cuarto del siglo XIX y la primera década del XX.

En otros países como Perú, el periodista Carlos Miró Quesada, *Garrotín*, encarna perfectamente el papel que jugaron en la transmisión de los trágicos acontecimientos españoles. Los periodistas despuntaron como referentes imprescindibles en la toma de posición que cada país hispanoamericano exhibió ante la Guerra Civil española.

Keith Scott Watson es uno de los personajes más atractivos del periodismo de guerra anglosajón de la primera mitad del siglo XX. Su estimulante trayectoria vital, marcada por una atracción por el exotismo y el peligro que le llevó a cubrir como enviado especial la Guerra Civil Española y la II Guerra Mundial para el *Daily Express* y el *Daily Herald*, y a viajar como corresponsal a la Unión Soviética y Egipto, no ha tenido el reconocimiento ni la constante rememoración de la que han gozado otros periodistas de la época.

La organización diacrónica de los diferentes capítulos del libro, que avanzan desde los primeros cronistas europeos y españoles de las guerras napoleónicas (o, en el caso particular de España, de las guerras carlistas o las de Marruecos) hasta periodistas o escritores actuales, como Maruja Torres, Ángeles Rodicio o Julio Fuentes, permite entender la evolución de los diferentes subgéneros de discurso que abordan la guerra y la consolidación de una tradición propia.

Diferentes investigaciones como la dimensión retórica e ideológica de la crónica de guerra, el análisis discursivo de la crónica de guerra y los estilos de los diferentes autores a lo largo de la historia, el estudio de la figura de cronista de guerra y sobretodo la recuperación de personajes destacados y sus crónicas a lo largo de los años son motivos más que suficientes para aconsejar su lectura a los lectores identificados con esta temática. De esa forma vamos avanzando poco a poco en el mejor conocimiento de una importante vertiente de nuestro legado cultural y literario.



Tiempo de mentiras. El control de la prensa extranjera en España durante el primer franquismo (1936-1945)

Antonio César Moreno Cantano

Muñoz Moya editores, Sarrión (Teruel), 2016

499 pp.

Reseña por Concha Langa Nuño

TIEMPO DE MENTIRAS... Y DE PROPAGANDA

El ambicioso libro del Dr. Moreno cantano nos aproxima al control de la prensa extranjera en la primera España franquista. No es una tarea fácil como muestra en la detallada y enorme documentación que albergan sus páginas. Esa es la primera grata impresión que nos ha dado este trabajo: la minuciosa búsqueda en numerosos archivos y la gran cantidad de información que ofrece.

Es este el mejor mérito de una gran obra, que completa la visión que de la prensa en la España franquista se tenía hasta ahora. Y es que, como indica en la introducción su

autor, el panorama historiográfico sobre la propaganda exterior era bastante desolador con escasas excepciones. Se trata también de un estudio sobre la propaganda del régimen franquista. En palabras del autor, el objetivo del régimen con la propaganda extranjera fue buscar:

...la legitimación ante las potencias extranjeras y la divulgación fuera de las fronteras españolas de los ideales y símbolos de la causa franquista. Estos preceptos no se abandonaron durante la Segunda Guerra Mundial sino que se les incorporaron otros nuevos a saber: la utilización de la prensa, tanto nacional como extranjera, como mecanismo de adhesión a los intereses del Eje, y campo de batalla del que se valió Franco para que las distintas burocracias políticas del Nuevo Estado dirimieran sus diferencias. (p. 19)

Esta última frase nos lleva a unos de los temas más interesantes del libro: aproximarnos a la compleja realidad del primer franquismo. Y ello porque los cambios y la evolución de la prensa en estos años es un claro reflejo de la que sufrió un régimen “en construcción”. El análisis de los diversos organismos que desde la guerra (Oficina de Prensa del Cuartel General de Franco; Servicio de Información y Policía Militar; Delegación del Estado para Prensa y Propaganda; Junta Central Carlista de Guerra; Servicios de Información del Frente Nordeste (en París) de la Lliga catalanista; Delegación Nacional del Servicio Exterior de Falange, etc.) a la posguerra (Dirección General de Prensa; Delegación nacional de Prensa; Servicios de Prensa extranjera de la Vicesecretaría de Educación Popular, etc.) con sus solapamientos, cuando no enfrentamientos, es un claro ejemplo de las distintas sensibilidades que respaldaron el golpe de Estado y de cómo se fue improvisando el régimen mientras avanzaba la guerra y se iba generando un juego de poderes siempre arbitrado por Franco.

Si a ello añadimos que cada uno de estos organismos confeccionaba boletines de información que se repartían dentro o fuera del país para servir de fuente de información de lo que la prensa extranjera decía o para divulgar la versión de los hechos que la España nacional quería vender al resto del mundo, a los que se añadían los que los países amigos realizaban y distribuían (destacando la propaganda alemana), ofrecen un complejo panorama que explica el interés por combatir la guerra de la propaganda que iba ganando el bando republicano en el exterior (en el que el “victimismo” de los republicanos y el excesivo “negacionismo” de los nacionales también influyó). Parte de esa falta de efectividad de la propaganda nacional estaba relacionada con el papel de las agencias de prensa internacional, proclive a la República. De ahí lo positivo, afirma Moreno, de crear una agencia española propia como fue EFE en 1938 (que dependió en estos primeros años de las agencias alemanas e italiana).

Desde la creación del primer gobierno de Franco en 1938 y el fin de la guerra mundial se comprueba el ascenso del poder falangista. Aquí es de gran interés conocer el papel

jugado por Serrano Suñer que consiguió, durante los primeros años de la Segunda Guerra Mundial, un control total sobre la prensa, especialmente durante su tiempo como ministro de Gobernación (desde agosto de 1939) que también llegó a la extranjera, algo que no pudo continuar cuando ejerció de ministro de Asuntos Exteriores (octubre de 1940 a septiembre de 1941) y que fue una de las causas de su dimisión. Serrano tenía una clara idea de la importancia de la propaganda y del control de los medios que llevó a la práctica a través de la Dirección General de Prensa y a través de un grupo de jóvenes falangistas que ocuparon los principales cargos relacionados con los medios de Comunicación y la propaganda.

Las páginas que dedica Moreno Cantano a la propaganda que sobre la Segunda Guerra Mundial difundieron los periódicos del Movimiento, con críticas devastadoras a Gran Bretaña y loas continuas a Alemania, evidencian el control de los medios y las claras simpatías de la “neutral” España de Franco ante la Segunda Guerra Mundial. Un control que llevó a la protesta de los embajadores de los países aliados ante Franco.

Pero ese control no significó que la lucha por el manejo de la propaganda hubiese terminado. El enfrentamiento entre Serrano Suñer y Gómez-Jordana (partidario de una auténtica neutralidad española) evidencian la respuesta al poder de Falange por parte de los militares, entre otros. La derrota de Serrano y la creación en mayo de 1941 de la Vicesecretaría de Educación Popular que encuadró la Prensa y Propaganda del Estado y de Partido y que Franco puso bajo la tutela de Arrese, un falangista más franquista, marcó el comienzo del declive del poder de Falange sobre la prensa. Esto no alejó a España de su enorme germanofilia, como bien muestra la prensa del periodo y como Moreno nos detalla con datos sobre el control alemán de la prensa española e incluso el uso de periodistas hispanos como espías al servicio nazi (Convenio Schmidt-Tovar). Aunque la prensa falangista (y Arrese) mantuvo sus simpatías alemanas, pues creían que una victoria del Eje llevaría a Falange a un mayor control del Estado español y una mayor fasticización, la llegada a Exteriores de Lequerica (agosto de 1944) y, sobre todo, la derrota de los países del Eje en la Segunda Guerra Mundial terminaron con el control sobre los medios y la propaganda que pasaron a la esfera de influencia de los católicos.

En conclusión, este libro evidencia algo que, aquí también, definen estos años del régimen franquista: la construcción del régimen primero con la contribución de las distintas fuerzas que han coadyuvado al alzamiento y luego la lucha de poder entre las distintas familias, una vez que Franco va unificando el poder en sus manos. Un Franco que dejó hacer a Serrano y Arrese mientras el Eje fue ganando la guerra. Como indica Moreno al referirse a los enfrentamientos entre la Vicesecretaría de Educación Popular y el Ministerio de Asuntos Exteriores:

...bajo estas luchas por asumir las competencias en temas de información y propaganda internacional, se dirimían disputas entre las diversas burocracias del

régimen por consolidar su posición en las estructuras de poder a costa de las demás. (p. 331)

En suma, un libro necesario que completa la información que sobre las relaciones entre el poder y la prensa se dieron en la España franquista y para conocer quiénes y por qué estuvieron detrás de la construcción de la propaganda franquista en el exterior, además de confirmar las implicaciones de esta propaganda en la política internacional del régimen.



Perfiles de periodistas contemporáneos

Celso Almuiña Fernández

Ricardo Martín de la Guardia

José-Vidal Pelaz López

(directores)

Fragua, Madrid, 2016

424 pp.

Reseña por Laura Lopez Romero

Memoria histórica de periodistas: pasado y presente

Los manuales sobre historia del periodismo recalcan las trayectorias vitales de periodistas que alcanzaron un éxito remarcable a lo largo de sus carreras profesionales, bien por ser creadores de nuevas fórmulas informativas, por protagonizar grandes y arriesgadas gestas, por publicar exclusivas que cambiaron el rumbo de la historia o incluso por hacer un uso desmedido con fines partidistas, propagandísticos, etc. Nombres propios reconocidos en la esfera nacional e internacional, pero que apenas

constituyen la punta del iceberg de los muchos periodistas, hombres y mujeres, que realizaron una loable labor, no reconocida en los libros, por la falta de memoria histórica.

La valía de esta publicación reside precisamente en rescatar del olvido los perfiles de casi una treintena de profesionales de la comunicación de procedencia española y extranjera, sobre todo del ámbito iberoamericano y europeo. Las investigaciones publicadas constituyen un mosaico de gran diversidad que repasa recorridos vitales de hombres y mujeres, fundadores de periódicos, redactores, periodistas represaliados, cronistas políticos, redactores deportivos, especialistas en moda, corresponsales de guerra, ilustradores, caricaturistas entre los siglos XVII y XX, principalmente del medio impreso, aunque también se incluyen investigaciones sobre radio.

La primera parte, titulada “De los pioneros a la Restauración” incluye siete aportaciones que abarca los siglos XVII, XVIII y XIX. De la mano de Francisco Baena Sánchez se ofrece un interesante trabajo sobre las relaciones de catástrofes del siglo XVII y la labor del reportero de época, mientras que Ana María Velasco analiza la figura de Abelardo de Carlos, exitoso empresario de la prensa femenina -en este caso, de moda-, cuyo esfuerzo en la mejora del discurso periodístico y las técnicas de impresión hicieron de *La Moda Elegante e Ilustrada* y *La Ilustración Española y Americana*, dos cabeceras que fueron tendencias en el siglo XIX. Le sigue el trabajo de Eduardo Higuera, quien indaga sobre la profesionalización del periodismo y el desarrollo del periodismo de empresa de la mano de Pablo Correa, a finales del siglo XIX. La aportación de Antoni Marimón se centra en el destacado escritor regionalista y regeneracionista Miguel dels Sants Oliver, en medios de las islas Baleares a principios del siglo XX; mientras que María Monjas contribuye en esta obra colectiva con un estudio sobre Nicasio Hernández Luquero, poeta, novelista y traductor y su incursión en los medios madrileños de *El País* y *Vida Socialista*, a principios del siglo XX. Las dos últimas aportaciones que cierran esta primera parte ofrecen sendos perfiles sobre la trayectoria profesional de Narciso Masferrer a principios del siglo XX, pionero en el periodismo deportivo en el diario *La Censura*, antes de la fundación de *El Mundo Deportivo*, de la mano del investigador Bernat López; y por último, la figura de Juan Puyol, corresponsal de guerra de *ABC* en Londres al estallar la I Guerra Mundial, de la mano de Juan Cantavella, cuyo trabajo se ha centrado en los escritos del periodista entre 1914 y 1916.

La segunda parte de esta obra colectiva titulada “De la crisis de la Restauración al Franquismo” ofrece interesantes investigaciones en un segmento temporal muy convulso para España. Enrique Berzal ofrece un riguroso trabajo sobre el periodista Federico Santander y su labor al frente de *El Norte de Castilla* mientras que la autora Gema Cano indaga en la pluma del director Félix Lorenzo con artículos de gran éxito publicados en *El Sol* entre 1929 y 1930. Una tercera aportación recupera la figura de dos periodistas malagueños, Eduardo León y Serralvo, fundador y director del conservador *El Cronista*, y Rosendo Corripio Márquez, redactor jefe del republicano *Julio*, uno de los

episodios más característicos de la represión periodística en Málaga durante la guerra civil, gracias al trabajo presentado por Juan Antonio García Galindo, Laura López Romero y Genoveva Novas Martín. Finaliza esta segunda parte con las excelentes contribuciones de Concha Langa Nuño con el trazado del perfil biográfico de Juan Carretero Luca de Tena en sus primeros artículos aparecidos entre 1915 y 1919 en *ABC* y *Blanco y Negro*, de Madrid, así como en *El Liberal*, de Sevilla y por último, el trabajo presentado por Cristina Barreiro sobre la trayectoria del periodista Santiago Lozano a través de su trabajo en *El Debate*, *Ideal* de Granada y *El Ideal Gallego*, entre otros.

La tercera parte de esta obra incorpora siete valiosas aportaciones centradas en el periodo de la transición y la democracia, con gran variedad de temáticas. Por un lado, el humor gráfico toma partido en el trabajo presentado por Félix Caballero con el estudio del ilustrador de viñetas Fernando Quesada, en *El Faro de Vigo*. Por otro, Juan José Echeverría se ocupa de la figura del periodista José Luis Banús en el proceso autonómico vasco en los primeros momentos de la Transición. En ese mismo contexto destaca la minuciosa investigación de Jaume Gillament, Marcel Mauri y Christopher Tulloch sobre los cronistas angloamericanos (cinco británicos y dos norteamericanos) de las más prestigiosas cabeceras, durante la transición española. Continúa este apartado con la interesante aportación de Jezabel Martínez sobre el papel de los redactores del diario *Arriba* en el abandono de la línea ideológica del periódico durante 1975 a 1978. Esta tercera parte se cierra con el análisis de dos grandes figuras mediáticas de mayor actualidad, por un lado, José María Carrascal y por otro, José María García en Antena 3 Radio. El primero de ellos, gracias al trabajo de Itziar Reguero y Marta Requero, aborda la cuestión autonómica y la identidad nacional tras la muerte de Franco, mientras que Carlos Barrera y Pilar Dobón-Roux se ocupan de la labor periodística en las ondas de José María García.

Esta obra colectiva finaliza con un cuarto apartado con ocho aportaciones de interesante diversidad geográfica. La labor de una treintena de corresponsales portugueses en la guerra civil española para los ocho principales periódicos de Oporto y Lisboa es un amplio trabajo presentado por Alberto Pena. También desde Portugal Pedro Marques ofrece la trayectoria de la destacada periodista Manuela de Azevedo desde sus inicios hasta su retirada. En esta última parte se abordan investigaciones sobre periodistas iberoamericanos. Ricardo Paredes recoge la biografía del locutor chileno Ricardo Vivado Orsini, Mônica Mourão aborda las transformaciones sufridas por la profesión periodística en Brasil entre 1950 y 1970, mientras que Luciano Ramírez se ocupa de analizar la obra gráfica sobre crímenes y delitos del mejicano José Guadalupe Posada durante el Porfiriato. Julio Morato y Alejandro Ojeda y su equipo finalizan este repertorio de trabajos sobre el periodismo iberoamericano con la biografía del periodista argentino decimonónico Juan Lassere.

Dos últimas investigaciones cierran esta obra. Por un lado, Ingrid Schultze da a conocer la persecución y cárcel que sufrió el periodista alemán Carl von Ossietzky durante la II Reich, la República de Weimar y el nacionalsocialismo. Por otro, el trabajo de Francisco Cabezuelo, Natalia Neira y Ángel Luis Rubio indaga en el pensamiento de Umberto Eco sobre la manipulación de la información en el mundo actual.

Este amplio mosaico de investigaciones ofrece un gran diversidad temática, geográfica y temporal por lo que está recomendado para los que tengan inquietud por conocer amplios aspectos de la historia del periodismo en España en mayor proporción, y del ámbito iberoamericano y europeo.