

4

Revista internacional
de Historia
de la Comunicación

Volumen I. Año 2015
Revista semestral, editada en Sevilla
por la ASOCIACIÓN DE HISTORIADORES
DE LA COMUNICACIÓN (AHC)
ISSN 2255-5129
Revista indexada en Latindex

ÍNDICE RIHC 4

1.1.1 Dossier

Antonio Laguna Platero y Francesc A. Martínez Gallego: <i>Pioneros de la industria de la información española</i>	1
Antonio Checa Godoy: <i>La prensa flipina en español entre dos guerras (1899-1941)</i>	22
Jaume Guillaumet: <i>El regreso de la monarquía y la transición a la democracia en España (1975-78). Los apoyos de la prensa británica</i>	52

1.1.2 Miscelánea

Pablo Hernández Ramos, Thomas Birkner: <i>El Zollverein ibérico. Análisis de los proyectos de unión aduanera hispano-portuguesa en la prensa de Madrid (1850-1867)</i>	75
Lina María Leal Villamizar: <i>La "cuestión judía" en la prensa colombiana (1933-1939)</i>	98
Constantino Gonzalo Morell: <i>La noticia está en los barrios. Medios de comunicación y movimiento vecinal vallisoletano en la transición</i>	131
Jezabel Martínez Fábregas: <i>Structural and ideological changes in the official press during the spanish transition (1975-1978)</i>	153
Carlos Barrera y Pilar Dobon-Roux: <i>Antena 3 Radio: nacimiento y primer desarrollo de una empresa periodística singular</i>	175

Félix Caballero Wangüemert: <i>La segunda edad de oro del humor gráfico gallego (1982-2000)</i>	198
Jesús Carlos Méndez Paguillo: <i>Humoristas gráficos de Sevilla: Emilio Rioja y las viñetas de la Transición española</i>	220

1.1.3 Reseñas

Inmaculada Casas-Delgado: La grandeza de lo menudo (Juan Gomis Coloma: <i>Menudencias de imprenta. Producción y circulación de la literatura popular (Valencia, siglo XVIII)</i>	250
Concha Langa Nuño: Dos siglos de belleza en las paredes (Antonio Checa Godoy: <i>El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda</i>)	254
Luis Veres: Vida y muerte del editor que más revistas vendió en la II República (Antonio Laguna Platero: <i>Carceller. El éxito trágico del editor de La Traca</i>)	258
Yolanda Cabrera García-Ochoa: Las Redes Sociales hacen historia (Verónica de Haro de San Mateo, María del Mar Grandío Pérez & Manuel Hernández Pérez (Coordinadores): <i>Historias en Red. Impacto de las redes sociales en los procesos de comunicación</i>)	262

EN HOMENAJE PÓSTUMO A MARÍA CRUZ SEOANE

El fallecimiento de María Cruz Seoane (A Coruña, 1935), a mediados del pasado 2014, deja a los historiadores de la Comunicación, y en especial de la prensa, sin una de sus más significativas representantes en España.

Aunque se doctoró en Filología Románica, con la *tesis El primer lenguaje constitucional español (Las Cortes de Cádiz)*, en 1968, pronto orientó sus investigaciones hacia la historia de la prensa en España, y especialmente el siglo XIX. Su obra *Oratoria y periodismo en la España del siglo XIX* (1977), anunciaba ya una investigadora tenaz y genuina que abría una nueva perspectiva del periodismo, su rasgos y su papel en la sociedad española, tan diferente del complaciente, tópico y sesgado dominante en la dictadura de Franco. Pero sería la monumental *Historia del Periodismo en España*, que fue apareciendo a partir de 1983, algunos de cuyos volúmenes redactó con María Dolores Sáiz, la que definitivamente introduce un giro fundamental en la historia de la prensa entre nosotros. Con Saiz volvería a colaborar y juntas presentaban en 2007 *Cuatro siglos de periodismo en España. De los avisos a los periódicos digitales*. Pero antes, en colaboración con su hija Susana Sueiro, había afrontado una obra relevante y arriesgada *Historia de El País y el grupo Prisa*, obra aparecida en 2004 y trabajo sin duda de especial valor al adentrarse con criterio independiente en la trayectoria y la propia configuración del principal grupo de comunicación español, reto que superó satisfactoriamente. Dispersos en revistas y obras colectivas libros quedaron muchos otros trabajos suyos, como los artículos sobre la prensa española para la Historia de España dirigida en sus inicios por Ramón Menéndez Pidal, o sus numerosos trabajos

sobre la relación entre periodismo y literatura. Ejerció la docencia, naturalmente la Historia del periodismo en España, en la Universidad Carlos III de Madrid. La escritora Carmen Martín Gaité, que la conocía bien y sobre la que María Cruz escribió *La Historia y las historias de la obra de Carmen Martín Gaité* resaltaba en ella la capacidad de «saber unir la paciencia, el rigor y la modestia al pulso selectivo, al buen olfato y a la sensibilidad». Añadamos el carácter renovador de su obra de investigadora, su capacidad de síntesis y la de saber distinguir entre lo fundamental y lo secundario en la compleja trayectoria del periodismo español.

La *Revista Internacional de Historia de la Comunicación* rinde homenaje a la investigadora y profesora a través del dossier sobre historia del periodismo incluido en este número.

PIONEROS DE LA INDUSTRIA DE LA INFORMACIÓN ESPAÑOLA

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i04.01>

Antonio Laguna Platero
Universidad de Castilla la Mancha

antonio.laguna@uclm.es

 <https://orcid.org/0000-0002-1535-7382>

Francesc A. Martínez Gallego

Universitat de València

francesc.martinez@uv.es

Recibido: 28-11-2014

Aceptado: 27-5-2015

Resumen: *En este artículo, nos proponemos reconstruir el proceso histórico que alumbró el nacimiento de reporterismo y la utilización de la información como un elemento distintivo. Nos centraremos en las figuras de Manuel María de Santa Ana, en la medida que pone en marcha el periodismo de agencia y el de información, y Francisco Peris Mencheta, por ser uno de los primeros periodistas en desarrollar la crónica y el reportaje. Ambos unidos en una empresa común, La Correspondencia de España, y por una misma filosofía: el negocio y la influencia.*

Palabras clave: *Periodismo de empresa, periodismo político, Manuel María Santa Ana, Francisco Peris Mencheta.*

Abstract: *In this paper, we intend to reconstruct the historical process that gave birth to the beginning of reporting and the use of information as a distinctive element. We will focus on the figures of Manuel María of Santa Anna, in the sense that he launches the Agency and the information journalism, and Francisco Peris Mencheta, for being one of the first journalists to develop chronic and report. Both together in a common enterprise, La Correspondencia de España, and by the same philosophy: business and influence.*

Keywords: *Political journalism, new journalism, Manuel María Santa Ana, Francisco Peris Mencheta.*

1 Los valores de la información

“Por triste y duro que sea, no hay más remedio que decirlo: en la actualidad no existe prensa honrada, seria, imparcial y digna. Lo sabe todo el mundo, y se confiesa á veces por algunos (...). Cuantos periódicos han tratado de mantenerse independientes, han tenido que dar en tierra, y al poco tiempo de nacer. No hay -se dice- más que periódicos de empresa ó periódicos subvencionados, y (con la sola excepción de algunos semanarios que circulan poco, y Dios sabe si así podrán sostenerse) es verdad. Lo que equivale á decir que los órganos de la prensa son mercancías puestas á pública subasta” (*Revista Política y Parlamentaria*, 15/09/1900).

Este artículo se entrelaza, en buena medida, con ideas e hipótesis emanadas directamente del gran caudal analítico que nos legó Mari Cruz Seoane. Sus trabajos sobre el pasado periodístico y muy especialmente sus análisis sobre la empresa periodística, marcaron un punto de inflexión en la forma de abordar el papel de las organizaciones que fueron asumiendo el compromiso de montar, editar y distribuir un medio de comunicación destinado a ganar dinero e influencia. Sus citas, sus referencias a miles de publicaciones, sus explicaciones y análisis sobre los procesos históricos en los que se enmarcaron nos han permitido encontrar nuevos derroteros a los planes de investigación para intentar ahondar más, conocer más y, sobre todo, seguir adelante con el trabajo que un día, en condiciones mucho más difíciles que las actuales, con hemerotecas más físicas y menos virtuales y con mecanismos de recogida de información más manuales y menos digitales, se planteó la historiadora de la prensa y la comunicación Mari Cruz Seoane. Asumimos el relevo, retomamos su trabajo en el punto donde lo dejó y, con Kavafis, prometemos ir "más lejos" para que cuando nos toque a nosotros pasar el testigo, hayamos por lo menos aportado una décima parte de lo que lo hizo esta gran investigadora.

La información y su concreción en forma de noticias a través de un soporte es la esencia del periodismo. También de una actividad económica que arranca del progresivo valor de cambio que adquiere la información para las personas. Es un proceso histórico que tiene en el mercado y en la burguesía a sus principales protagonistas. No es difícil detectar todo tipo de ejemplos: por la demanda de información precisa y regular de actividades mercantiles, banqueros como los Fugger alemanes pondrán en marcha el primer sistema privado de correo de noticias a partir del siglo XV; por la demanda de información económica para sus ventas, las principales ciudades portuarias o cortesanas de los reinos de España verán aparecer a fines del siglo XVIII los primeros diarios con el nombre de la ciudad y espacios dedicados a fomentar la compra venta de objetos y mercancías; por las perspectivas de negocio rentable, aparecerán también en el mundo del periodismo “capitanes” protagonistas de otra forma de hacer y entender la revolución industrial del siglo XIX, produciendo soportes impresos de contenidos informativos para públicos cada vez más extensos. La demanda y la necesidad de satisfacerla a cambio de un resultado económico positivo, sería un primer motor clave a la hora de entender la evolución de la información como mercancía. Si nos trasladamos del mundo del periodismo al de la publicidad, no existe ninguna duda respecto del papel moldeador que ha ejercido la demanda (Eguizábal 2010: 8).

Nuestra perspectiva se distancia, por tanto, de otros puntos de vista menos sociales que hacen pivotar sobre el desarrollo tecnológico la evolución de la noticia como género informativo. El telégrafo, la radio o la televisión, por supuesto que han modificado la forma de narrar los acontecimientos y, de resultas, las formas de obtener un mayor impacto con la noticia, sobre todo si hablamos de rapidez en la transmisión y cantidad de receptores o de potenciales consumidores (Fontcuberta, 1993: 72-73). El ejemplo reiterado de cómo el telégrafo implicó la invención del “lead” o entradilla para describir en forma de pirámide invertida lo que pasaba durante la Guerra de Secesión norteamericana, no nos puede hacer perder de vista la importancia que tiene la enorme demanda de información que se había generado en buena parte de los estados norteros (Schudson, 1978: 31 y 66-67).

La información, además de mercancía con valor de cambio por la demanda que genera, posee también un valor simbólico básico en toda sociedad en la medida que aparece vinculada al orden social y al poder. Corresponde a Pierre Bourdieu haber descrito las características de ese poder simbólico en la constitución y desarrollo del estado moderno y de su lógica de “dominación impersonal” (Fernández, 2013: 38). A partir de ahí colegimos la obsesión del poder por el control de la información y de sus efectos, ya sea mediante técnicas preventivas como la censura ya mediante estrategias represivas donde la panoplia es variada y extensa. También es cierto, especialmente a partir de la I Guerra Mundial y el desarrollo de la comunicación de masas, que las estrategias para controlar la información se hicieron más sofisticadas, “científicas”

incluso, por la conjunción de la Psicología con la Teoría de la Comunicación, dando lugar a diversas estrategias para “desinformar” a los receptores. Posteriormente y desvinculado del peyorativo término de propaganda, la información pasó a ser cuestión central de la comunicación política en la medida que se podía ubicar en el terreno de lo objetivo, frente a la opinión y sus identificaciones partidistas (Laguna, 2010:106).

En la medida que el liberalismo representativo se transformaba en democrático, el derecho a la información pasó a ser reconocido como un principio fundamental de las respectivas cartas magnas. En el caso español, se conquistó con mucho retraso, pues no será hasta la Constitución de 1978 cuando se recoja ese derecho de todos los ciudadanos “a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión” (art. 20). Una redacción, como se deduce, un tanto paradójica. Si el derecho es de los ciudadanos, su administración pertenece a los medios que, a su vez, pertenecen a empresarios. En uno de los manuales básicos de periodismo, se recoge el anónimo de que: “los periódicos pertenecen a individuos y grandes empresas, pero la libertad de prensa pertenece al pueblo” (Randall, 2009: 23). Unas líneas más adelante reitera con insistencia que el fin de los empresarios de prensa no es otro que “hacer dinero o propaganda, cuando no ambas cosas a la vez”, poniendo como ejemplo a William Randolph Hearst.

Tras la crisis de 1973 –y más aún tras el derrumbe del bloque soviético, a partir de 1989– en mundo occidental creció el mercado de la información en la misma medida que el Estado se retiraba del sector. La palabra era desregulación. Crecieron las cuentas de resultados de las empresas en la misma medida que el sector crecía con megafusiones de todo tipo. Creció la producción informativa en la misma medida que la enorme competencia hizo progresar la espectacularización de las noticias. Durante aquellos dorados años, el valor de cambio de la mercancía informativa parecía no tener fin, arrastrando tras de sí la enorme industria publicística creada al socaire de las nuevas sociedades del bienestar y el consumo. Incluso podríamos aventurar que el binomio derecho a la información y a la publicidad fue clave en el hundimiento de los regímenes comunistas en Europa. La información formó parte de una *burbuja* especulativa generada por un capital ávido.

Nunca el valor simbólico y material de la información había alcanzado tal nivel de desarrollo ni provocado tan grandes efectos como los vividos en las últimas décadas del siglo XX. Sin embargo, desde principios del siglo XXI, el panorama ha cambiado diametralmente. La información ha perdido su demanda, esto es, su valor de cambio ante la irrupción de un nuevo medio que aparentemente “no media”. La extensión mundial de Internet provoca el nacimiento de una nueva mentalidad en el sentido de que obtener información, sobre todo en forma de imágenes, es fácil, rápido y, sobre todo, gratis. Además, el deterioro provocado por la orgía sensacionalista de las

empresas de información en su afán de vender más, hace que los ciudadanos cada vez diferencien menos entre información de calidad y de servicio público frente a la información basura tal y como la describe el profesor Pérez Tornero en su blog. La consecuencia es que la industria periodística basada en la venta de noticias tiene hoy en día una crisis de demanda, y por lo mismo de ventas, de la que no sabe cómo salir. El impacto de la tecnología, a diferencia de otras ocasiones como cuando llegó el cine, la radio o la televisión, no ha generado nichos de especialización o géneros diferenciados en el tratamiento informativo. Ahora, la amenaza real está siendo la peor crisis de la historia del negocio periodístico, haciendo inviable los costos de producción, impresión o distribución de noticias.

Frente a esta situación, la investigación del pasado periodístico cobra mayor relieve, sobre todo la aproximación a todas aquellas iniciativas que sirvieron para desarrollar nuevas formas de entender el negocio y la profesión; que sirvieron para competir con éxito en el mercado de la prensa. Y lo haremos a través de dos personajes, señeros en la historia del periodismo y ligados entre sí: Manuel María de Santa Ana y Francisco Peris Mencheta. Reconstruiremos el proceso histórico que columbró el nacimiento del reportero y la utilización de la información como un elemento distintivo del periódico.

Nuestra hipótesis conjuga el periodismo de empresa con la sociedad de masas: en ésta, las formas de hegemonía política y social vinculadas a la representación censitaria decaen paulatinamente, y, con ellas, los periódicos que se dirigían a una elite social preocupada por la representación política (electores y elegibles). A tal decaimiento sucede la emergencia de una nueva prensa que, aunque se reclama independiente, afecta a “contar la realidad”, utiliza el velo de la objetividad para ocultar sus cargas de profundidad en pos de la hegemonía. El tránsito a la sociedad de comunicación de masas es también el del periódico explícito en su posicionamiento al del rotativo que dice haber sustituido la política partidista por la política empresarial, pero que sigue batallando en el territorio intelectual en pos de la hegemonía cultural (Martínez, 1996).

2 Periodismo de partido frente a periodismo de empresa

La historia del periodismo es, antes que nada, historia de la prensa. Y es también la historia de dos factores básicos que se hallan en la base de su evolución. El primero tiene que ver con la necesidad de publicitar ideas, pensamientos, aspiraciones, propuestas, disposiciones, normas... y también acontecimientos. Todos estos

contenidos y algunos más caracterizaron a las publicaciones periódicas desde sus orígenes en aquellas ciudades marcadas por su actividad mercantil y política. La demanda cada vez más amplia de satisfacer la necesidad de conocimiento e información, promovió un nuevo oficio que, por su vínculo con la periodicidad que marcaba la vida del soporte de difusión, acabó recibiendo el nombre de periodismo, lo que explica en buena medida esa identificación citada entre la historia de la prensa y la del periodismo. No es el único rasgo identitario que el medio impreso confirió al periodismo productor. Está también la función mediadora entre instituciones y ciudadanos. La construcción de una esfera pública, objetivo prioritario atribuido por Habermas a la burguesía en su ascenso político, es una conquista que se materializa gracias a la creación y desarrollo del periodismo. Significa que la articulación del sistema representativo propio de los regímenes liberales que se erigen en buena parte del mundo entre el siglo XVIII y XIX, no solo pasa por la norma o la institución de nuevo cuño, sino también por la publicidad de ideas que hacen las personas y sus organizaciones políticas para ganar adeptos y votos, esto es, por la irrupción del nuevo universo identificado como opinión pública.

De todo lo dicho se deduce que la primera razón de ser de buena parte de los periódicos y del periodismo, especialmente en el siglo XIX, tuvo que ver con la política y sus versiones, con las instituciones y sus funciones y con los gobiernos y sus intenciones. La cronología de cabeceras que se suceden desde 1808 en España, pero también en buena parte de los países europeos, confirmaría la política y su mundo como la principal razón que motiva la creación de la mayor parte de cabeceras. Mayoría abrumadora que, incluso, llega a suscitar la hipótesis de que la historia de la prensa española se subdivide en dos grandes etapas, la de partido hasta los años ochenta del siglo XIX y la de empresa en la fase siguiente (Álvarez, 1981: 64 y ss.). Sin embargo, la evolución no es tan sencilla. Son varios los autores (Seoane y Sáiz, 1996: 23; Gómez Mompart, 1996: 84) que han apuntado una línea interpretativa distinta, basada en que la evolución económica del país, junto con factores coyunturales diversos, provocarían que el modelo de prensa de partido que había dominado el siglo XIX se fuera transformado en un modelo mixto que compaginará la defensa de unas ideas, de unos líderes y de unas organizaciones, con una preocupación constante por mejorar su calidad y competitividad. En otras palabras, no habría una sucesión de modelos, sino una hibridación con presencia de ambos.

Con todo, la divisoria que marca los años ochenta entre prensa de partido y de empresa, con ser nítida tal y como refleja el trabajo de J.T. Álvarez citado, no implica la sucesión de modelos o la desaparición de uno a favor del otro. Y no lo es porque el objetivo de ganar dinero también fue desde un primer momento otra de las grandes motivaciones que propició la creación de periódicos. La demanda de información que se fue forjando a medida que los estados se expandían y los negocios se multiplicaban, impulsó la segunda condición, la del beneficio económico.

Desde esta otra perspectiva, más que tránsito de modelos de periódicos lo que se produciría es un desarrollo del mercado de la información que agudizaría la necesidad de competir en el conjunto de los títulos que concurren en él. Y en este proceso de crecimiento, los hitos que marcan los puntos de inflexión no son tanto las cabeceras que progresivamente van apareciendo, se llame *La Vanguardia*, *ABC* o *El Sol*, cuanto los factores estructurales que determinan la evolución del mundo periodístico. En este sentido, el motor del cambio se puso en marcha en la misma medida que más personas, con más posibilidades para comprar, para leer, para opinar y para participar políticamente se fueron sumando y dando forma a la demanda masiva que espoleó el crecimiento de cabeceras¹.

Fabricar periódicos para venderlos y lucrarse con ello sería el segundo factor básico que, junto con la dimensión pública antes aludida, conformaría el motor impulsor de la iniciativa privada en la creación de medios impresos periódicos. En este sentido, Bellanger, Godechot y otros² han situado la década de los años treinta del siglo XIX como esencial a la hora de localizar los fundamentos de la moderna prensa industrial por los cambios que experimenta la organización financiera de los periódicos, en especial los norteamericanos como el *New York Herald* de Gordon Bennett o los franceses como *La Presse* de Emile de Girardin. G. Renard atribuía este proceso de cambio, antes que nada, a “la evolución de la sociedad, que deviene industrial y mercantil”, esto es, al surgimiento de una demanda que espolea los procesos de cambio (Renard, 1925: 229). Solo desde esta nueva realidad socioeconómica se puede entender que un personaje como Girardin se plantease cambiar las bases del negocio periodístico vendiendo más barato para multiplicar las tiradas y así captar más publicidad.

En una escala menor pero igualmente significativa, en España también se produce en esa década importantes signos de cambio. Nos referimos a la creación en 1835 del diario *El Español* (1835-1838), una iniciativa llevada a cabo por la Compañía

¹ Lo constataba un testigo de la época, al señalar: “Cuando comenzó á calmar el romanticismo político que llevó a la prensa por el camino de lo que llamó apostolado y sacerdocio, comenzó á sentirse la necesidad de que los periódicos se escribiesen para el público grande, no para los afiliados á un partido. De aquí el criterio de amplitud sustituyendo al exclusivismo, como lo prueba la sección *El país pintado por sí mismo*, que el ilustre Gasset y Artime estableció en su *Imparcial* como terreno neutro y á todos accesible, y la suprema serenidad de juicio con que estableció, sólidamente, su fama *El Globo*, llegando á representar una opinión importantísima, no por la cantidad, sino por la calidad, en todo lo que no era su política propia. Desde entonces comenzaron los periódicos á preocuparse en el desarrollo de su vida económica y á tomar el rumbo de empresas mercantiles, acentuando cada vez más su carácter de tales” (*Revista Política y Parlamentaria*, 15/09/1900).

² “On l'a dit cent fois: 1836 est une date essentielle de l'histoire qui nous occupe. Non qu'elle apporte nombre de bouleversements immédiats dans la présentation et, sous réserve du 'feuilleton-roman' et de quelques autres initiatives, dans le contenu des journaux. Mais, par l'abaissement de leur prix de vente et les conséquences y sont liées ou en découlent, elle annonce la presse 'industrielle' des temps nouveaux et prépare le passage du journal d'opinion, réservé á une élite, au journal d'information, au journal populaire” (Bellanger, C., Godechot, J., Guiral, P. y Terrou, F., 1969: p. 114).

Tipográfica, “sociedad por acciones con amplia representación aristocrática” (Fuentes y Fernández, 1997: 67), bajo la dirección de Andrés Borrego. La novedad no solo radica en la empresa promotora, sino en el planteamiento periodístico que establecen para promover la venta del diario, cuidando la calidad de sus contenidos, promoviendo un nuevo diseño más amplio y potenciando la sección de anuncios. Por todo lo cual, *El Español* merece la consideración de primer diario de empresa de nuestro país (Gómez Aparicio, 1974: 214)³.

Comprobamos, en consecuencia, cómo los investigadores datan la irrupción del periodismo de empresa a medida que van surgiendo cabeceras cuya finalidad fundamental, definida en el acta de constitución, es la consecución de beneficios. Esto es, periódicos cuyos progenitores no son un partido político ni su razón de ser exclusivamente la propagación de ideas (Álvarez, 1981: 70; Iglesias, 1989: 44-48; Sánchez Yllán, 2001: 398). Y es precisamente en este tiempo de oportunidades y de pioneros donde irrumpe la figura de Manuel María de Santa Ana.

3 Tiempo de oportunidades y necesidades

El periodismo de empresa, forzado por la necesidad de cambiar constantemente la calidad del producto para ser más competitivo, tendrá más elementos identificativos en todos los órdenes de su estructura productiva. En el ámbito de los contenidos, la información de todo tipo pasó a ser una sección ampliada a medida que el mundo conocido se articulaba mediante el telégrafo y el ferrocarril. También los otros contenidos, los del entretenimiento, donde la sección del folletín se convirtió en el mejor modo de fidelizar a los lectores⁴. La producción cada vez más intensa y extensa de ejemplares con máquinas que hacían del vapor su energía motriz y del papel continuo su nueva forma de trabajo, fue también una preocupación de estas primeras empresas. La publicidad, presente en todos los medios desde un primer momento, fue otro escenario significativo de la batalla competitiva lo que provocó una rápida evolución en las formas de captar, diseñar, editar y cobrar el anuncio⁵.

³ “*El Español*, que se autotitulaba ‘Diario de las doctrinas y de los intereses sociales’, es el primer periódico concebido en España como una Empresa a la vez mercantil, informativa y doctrinal. Como tal Empresa mercantil, y para convertirla en realidad don Andrés Borrego reúne, mediante suscripción, un capital de cuatro millones de reales, cosa desconocida hasta entonces” (GÓMEZ, 1974: I: 214).

⁴ En 1841, los hermanos Ayguals de Izco, junto con Martínez Villergas, creaban una Sociedad Literaria especializada en este tipo de novela para prensa, con producción propia o de importación y con notables resultados económicos (SANCHEZ, R., 2001: 127).

⁵ En 1852 se creaba en Madrid la primera agencia publicitaria reconocida, la Comisión Central de Anuncios (Serrano, 2001). En los años finales del reinado de Isabel II laboraban varias empresas de

Pero donde sin duda se concentra la batalla por conquistar el mercado consumidor de prensa en estas primeras fases será en el capítulo de la venta. El sistema tradicional de venta por suscripción, ensayado desde el siglo XVIII y vinculado al sistema de correos y transportes, fue progresivamente complementado, cuando no superado, por el de venta directa al cliente. El responsable de este cambio es un licenciado en medicina que en 1842 cambió Sevilla por Madrid para hacer en España lo que Girardin había hecho en Francia, un andaluz que en pocos años acabará siendo el empresario más importante de la historia del periodismo español.

La biografía del personaje se inicia en febrero de 1820 en Sevilla, en una "familia aristocrática, en su abolengo, y pobre, pobrísima de recursos", heredando de su padre, "tenazmente perseguido por el gobierno absoluto, el amor á la libertad, y de su madre virtuosísima, la fe católica" (*El Globo*, 17/01/1882). Otras biografías lo sitúan como hijo de una pobre familia que desde temprano compaginó sus estudios de medicina con trabajos periodísticos en el *Diario de Sevilla*, donde era a la vez redactor, administrador y corrector de pruebas, con tal de poder ganar lo suficiente para poder subsistir (*El País*, 12/10/1894). En el *Diario de Sevilla*, propiedad de Francisco Altare, trabajó por espacio de tres años, significándose en la defensa de la causa liberal frente a la amenaza carlista: "(...) aquel periódico fue ministerial alternativamente de los progresistas y de los moderados" (*El Globo*, 17/01/1882).

En 1842 se traslada a Madrid con su madre y cuatro hermanos. Tiene 22 años y la decisión tomada de renunciar a la medicina en favor de la literatura y el periodismo. Compone algunas obras teatrales de escaso mérito. Trabaja como redactor de *El Espectador* y *La Época*, también en el satírico *El Burro*, dirige *El Diablo Cojuelo*, *El Mentor de la Infancia* y *La Tauromaquia*, pasa por la redacción de *El Patriota* y prepara con los redactores de *El 1 de Setiembre* la sublevación de Cartagena y Alicante frente al gobierno moderado de González Bravo. Tras la derrota de la rebelión progresista comandada por Pantelón Boné, en marzo de 1844, y gracias a un pasaporte proporcionado por el Secretario del Gobernador Civil de Madrid, Esteban Collantes, con el que mantenía una estrecha amistad, pudo emigrar a Francia para evitar mayores represalias. Allí permaneció por espacio casi de dos años. Años más tarde recordará (Santa Ana, 1869) que en 1844 compuso unos relatos, unos romances, empujado por "un amigo, del que conservo perpetua y agradecida memoria" y que "quiso favorecerme decorosamente, y tomó a su cargo el publicar los romances que alguna vez yo había compuesto para distraerle, porque él, aunque rico, no era feliz; se comprometió a pagar la obra y a sostener durante el tiempo de la publicación al autor; y yo, que tenía más necesidades que romances, me puse a escribir..., a escribir..., a escribir; y el resultado fue que escribí mucho (...)".

tramitación de anuncios en prensa como la propia Central General de Anuncios o La Publicidad (Checa, 2007: 44-45)

Santa Ana recordaba las pobres condiciones en las que vivió aquellos días, pero también las valiosas amistades que por entonces contrajo. “Se conocía –diría de sus escritos- que habían tenido su origen en alguna de aquellas inolvidables comidas que en 1844 y 1845 nos veían reunidos, amigos y satisfechos de nuestra pobreza, a una docena de hombres jóvenes, de los cuales casi todos han llegado a ser la gloria del país (...)”.

¿Quién fue su protector, quienes sus amigos de exilio? Sabemos que por entonces conoció y trabó trato con Antonio María de Orleans, duque de Montpensier, hijo del rey Luis Felipe de Orleans, entonces en el trono francés. Tenía el príncipe sólo veinte años y estaba muy volcado en su formación militar. En 1846 casará con una princesa española, María Luisa Fernanda de Borbón, hermana de la reina Isabel II. Ella tiene quince años; él veintidós. ¿Fue este príncipe el *caballo blanco* del joven Santa Ana cargado de ilusiones e ínfulas literarias?

El tiempo de residencia en Francia sirvió a Santa Ana para conocer las nuevas tendencias periodísticas que diarios como *La Presse* de Girardin estaban poniendo en marcha. Y, por otra parte y tras la caída de la monarquía de los Orleans en Francia, los Duques de Montpensier, vinieron a refugiarse en España. La relación entre Santa Ana y los Montpensier tal vez pueda explicar por qué 1848 será el año del despegue de Santa Ana. En ese año acompañará a los duques a Sevilla para relacionarlos con los prohombres del Partido Liberal en aquella ciudad. La visita derivó en necesidad de mantener una información regular, y Santa Ana se comprometió con los duques a remitirles periódicamente cartas con la información solicitada. Y esas cartas...

“Llenas de chispeante gracia, de verdad descriptiva y de curiosos y oportunos datos, interesaron de tal modo á sus ilustrados lectores, que al Duque de Glucelarg (hoy Duque de Decazes), Secretario de la Legación francesa y amigo do Montpensier, al par que de nuestro escritor, se le ocurrió la idea de sacar mayor partido de aquellas cartas que se enviaban á Sevilla dando copia de ellas á uno ó más periódicos del extranjero.

—¿Y cómo, preguntaba el autor, podría yo, materialmente, enviar esas copias?...

—Por medio, contestó el Duque, de las máquinas autógrafas que acaban de ponerse a la venta" (*El Imparcial*, 12/10/1894).

Santa Ana compró inmediatamente la máquina aconsejada, valorada en 50 pesetas, pidiendo al mismo tiempo instrucciones acerca de cómo usarla. Superado el trance y dominado el mecanismo, pasó a ser litógrafo, recolector de noticias y redactor desde octubre de 1848, buscando satisfacer de manera directa las necesidades de información que pudiesen tener los oficinistas de un ministerio o los parroquianos de

un café⁶. Todo ello fundamentado en un contenido único: noticias..."La información, la noticia escrita, dada en un pequeño suelto, era acogida y leída con gusto por personas que no militaban en un partido, por hombres ocupados exclusivamente en sus negocios, por señoras, por todo el mundo" (*El Imparcial*, 12/10/1894). No es de extrañar que Altabella calificara a la *Carta Autógrafo* de 1848 como la "primera institución del periodismo de empresa" (Iglesias, 1989: 45).

La fórmula empleada, a mitad de camino entre el periodismo informativo y el servicio de lo que posteriormente se denominaría agencia de noticias, resultó todo un éxito. Es más, tal y como señala la propia Mari Cruz Seoane, *La Carta Autógrafo* de Santa Ana sería un precedente claro de la primera agencia informativa española, habida cuenta de que Girardin solicitó para su periódico la publicación en exclusiva de las cartas que remitía Santa Ana al extranjero, aprovechando la inauguración de la primera línea de telégrafo eléctrico en 1846, que enlazaba Madrid con Irún y, por lo mismo, con los telégrafos franceses⁷. En diciembre de 1850, aparece otro cliente para las noticias de *La Carta*. Se trata de *Las Novedades*, primer diario pretendidamente informativo que pone en marcha Ángel Fernández de los Ríos y que a los tres años de existencia lideraba el *ranking* de tirada según la contabilidad de los impuestos pagados por el consumo de papel que recogía periódicamente *La Gaceta*. *Las Novedades* contrató en exclusiva para España el servicio de noticias de Santa Ana a cambio de 3.000 reales mensuales, una cantidad tan elevada que pronto provocó la rescisión del contrato por las dificultades del diario en sus comienzos. La respuesta de Santa Ana fue reunir a todos los directores de diarios de Madrid y proponerle el servicio por 8.000 reales mensuales, lo que según los cronistas provocó una carcajada por respuesta.

Tras la fundación de *La Carta Autógrafo*, Santa Ana contraerá, el 28 de marzo de 1849, matrimonio con Florentina Rodríguez-Camaleño Jaques, una vallisoletana seis años menor que él, hija única de Luis Rodríguez Camaleño, magistrado y docente en leyes, brillante abogado, Jefe Político de Lugo en 1823, diputado a Cortes por Valladolid entre 1837 y 1840, regente de la Audiencia de Asturias entre 1840 y 1843, elegido senador en 1843 y convertido en senador vitalicio en 1845 y en 1858. Un liberal, progresista en sus orígenes, entusiasta de la Constitución de Cádiz, que fue atemperando sus juicios políticos –a la par que se convertía en propietario territorial acudiendo a las subastas de bienes nacionales desamortizados– hasta afincarlos en las cercanías de la Unión Liberal. El suegro financia al yerno en alguna de sus empresas: *La*

⁶ "Santa Ana, personalmente y sin auxilio alguno, recogía las noticias en Centros informativos hasta entonces casi inéditos, como Ministerios, Círculos culturales y económicos, Establecimientos benéficos, etc., y en prensa litográfica de mano, que había adquirido por cincuenta pesetas, imprimía los setenta y siete ejemplares iniciales, que él mismo vendería después en cafés, vestíbulos de teatros y otros puntos madrileños de reunión" (Gómez, 1974: 358).

⁷ Recordemos que el telégrafo no se generalizó en España hasta 1852, ni tampoco se permitió su uso privado hasta tres años más tarde (SEOANE, 1983: 200-201).

Carta Autógrafo entre ellas; mientras la esposa manuscibe las cuatro páginas de la publicación (Garrido, 2006). El suegro y sus amistades montpensieristas, se convierten en sus valedores en los círculos políticos. Así resulta más ágil, más fácil, hacer acopio de la información que su periódico-agencia requiere.

Los Montpensier, Antonio de Orleans y Maria Luisa de Borbón, se instalaron en Francia tras su boda, pero volvieron a España tras la revolución de 1848. No fueron recibidos con agrado por el ministerio Narváez, que en modo alguno quería que Orleans actuase como príncipe de Asturias. Obligados por el gobierno, la pareja principesca hubo de fijar su residencia en Sevilla, y no en Madrid como tenían previsto. Como dice M.C. Fernández (1997) "alejándolos de Madrid podían evitar su participación directa en los asuntos de Estado, pero, con el tiempo, les permitía agrupar en torno a su persona a todos los grupos de adeptos con los que conspirar contra la Reina". El nacimiento de Alfonso de Borbón, en 1857, redobló el papel de la casa sevillana de los Montpensier como centro de reunión de liberales de vocación unionista. Santa Ana no anduvo lejos y es posible que los cambios de su *Carta Autógrafo* hacia su conversión en diario estuviese relacionada con tales hechos.

En 1851 Santa Ana cambiaba el nombre a su publicación por el de *Correspondencia Autógrafo Confidencial*, con una tirada superior a los 300 ejemplares en 1854 y un precio de 60 reales al mes la suscripción. Lanza cuatro ediciones sucesivas al día y tiene su cuartel general en la Carrera de San Jerónimo, a tiro de piedra del Congreso de los Diputados. Su planteamiento seguía siendo el mismo y crecía en la misma medida que crecía la agenda de contactos que Santa Ana tejó con "todos los hombres políticos del momento". Sin embargo, no escapó a los rigores de la censura impuesta por González Bravo, llegando a ser suspendido por un tiempo y controlada la lista de suscriptores. El negocio, con todo no debió ir mal a tenor de los constantes cambios de sede que se produjo entre 1853 y 1854: del pasaje de San Felipe Neri a la calle de Preciados, pasando por la Carrera de San Jerónimo para acabar en la calle del Arenal. Tras la revolución de julio de 1854, intensifica su actividad promoviendo dos nuevos periódicos, uno bajo el título de *La Gacetilla* y la redacción de José de Castro Serrano, y el otro *El Boletín del Pueblo*, realizado por Carlos Pravia.

Finalmente, el 3 de octubre de 1859 creaba *La Correspondencia de España*, un diario que salía a la calle por la tarde para diferenciarse del resto, "al imposible precio de 4 reales al mes", el más barato de todos, apostando por la información como sello distintivo. Para la venta del nuevo diario, Santa Ana se encargó de diseñar un operativo propio del marketing actual. Movilizó a todo el personal a su alcance, desde los aprendices de la imprenta hasta los redactores y amigos que tenía. Durante ocho días se repartieron por calles y plazas, por cafés y establecimientos públicos ofertando voz en grito el nuevo diario. De esta forma, al cumplir el primer mes, la tirada del periódico era ya de 6.000 ejemplares. Y creciendo, puesto que pronto superó la barrera de los

20.000. Señalan sus biógrafos que tanto él como sus amigos y familiares paseaban por cafés y otros lugares públicos para comprar de forma grandilocuente ejemplares de su diario, intentando atraer la atención y provocar que otros hicieran lo mismo a la *Carta Autógrafa* de 1848. De esta forma, provocaban un efecto contagio que no tardó en extenderse (Eguizábal, 2010: 38). Hasta tal punto que en los años sesenta, la organización de venta *La Correspondencia de España* “sostenía a más de mil familias” y presentaba una estructura organizativa calificada como de “gran empresa”:

“Un director, siete redactores, seis empleados de la administración, veinte cajistas, dos regentes, un maquinista, ocho empleados de las máquinas, cuatro de la estereotipia, tres de la fundición, veinte repartidores, un mozo, un carretero y dos mil vendedores de Madrid y Provincias se sostienen á expensas de este periódico, que produce además cada año á su propietario de 30 á 35.000 duros; 18 ó 20.000 producen solo los anuncios. Gracias a este filón (...) posee hoy la casa-administración del periódico, tres casas más en la calle del Rubio, una en la travesía del Conservatorio, la magnífica de la Carrera de San Jerónimo en que vive, y una posesión rústica en Leganés, que gracias á su viveza de imaginación, le cuesta ya más de un millón de reales”⁸.

El resultado será el éxito económico de Santa Ana y la conversión de su diario en un poderoso medio de influencia sobre un público que, si bien no tiene derechos democráticos, sí reclama un protagonismo que se manifestará en los intensos años del Sexenio Revolucionario. *La Correspondencia* nació apoyando a O'Donnell, defendió la candidatura de Montpensier al trono vacante desde 1868 y la restauración Borbónica tras la proclamación de la República en febrero de 1873.

Sin embargo, su sello distintivo, lo que lo hizo ser un diario muy competitivo fue su apuesta por la información. Sobre todo porque la salida de *La Correspondencia* en octubre de 1859 coincidió con el inicio de la guerra en África. A diferencia de otros diarios, el de Santa Ana primó el mensaje sobre la opinión, la descripción sobre la recreación y la concisión sobre la narración. El resultado será que... “En *La Correspondencia*, húmeda todavía, arrancándola de las manos de los vendedores, buscaban las madres noticias de sus hijos, y las enamoradas de sus amantes, y los hombres el relato de las fuerzas españolas, y todos, grandes y chicos, devoraban las noticias que el popular periódico lanzaba, todos los días, á los vientos de la publicidad” (*La Época*, 11/10/1894). Y después de la guerra de África, vino la de Crimea, las domésticas con carlistas y republicanos, las coloniales... conflictos potenciaban el interés por la información y que alimentaron el nacimiento del periodismo de

⁸ “Estos individuos venden en Madrid cada noche de 18 a 20.000 ejemplares, o sea unas 800 manos, lo que produce para ellos una ganancia de cerca de 2000 reales repartidos entre unas 400 personas”. MADRID, Juan de: “*La Correspondencia de España* y su propietario, Manuel María Santana”, en *La Ilustración Española y Americana*, 10/05/1870

guerra, un género informativo que protagonizó Francisco Peris Mencheta, calificado por Azorín como la personificación de la noticia. Mencheta o la noticia (Azorín, 1997: 83).

La Correspondencia de España fue el único periódico que acompañó a Alfonso XII en todos sus viajes oficiales y cubrió acontecimientos internacionales de relumbrón, como la inauguración del canal de Panamá o los acuerdos de París de 1898 que pusieron fin a la dominación española sobre las islas de Cuba y Puerto Rico. En este despliegue internacional, Peris Mencheta tuvo mucho que decir. Y, mientras tanto, Manuel Santa Ana accedía a la senaduría —electo por Alicante, Toledo y Murcia— entre 1877 y 1889 y, a continuación a la senaduría vitalicia, y a la condición de marqués por gracia de la regente María Cristina de Habsburgo en 1889. Cuando murió, el 11 de octubre de 1894, dejó un patrimonio de millón y medio de pesetas, que incluían siete inmuebles madrileños, una fábrica de papel y otra que incluía la maquinaria para la confección del periódico (Garrido, 2006, 40).

4 Francisco Peris Mencheta, reportero

"Francisco Peris Mencheta es un hombre singularísimo en todas sus cosas; sí me atreviera á calificarle de algún modo, le llamaría *El judío Errante*; nada hay en efecto más parecido á esta figura semi-bíblica, semi-legendaria que el activo corresponsal de *La Correspondencia de España*; tan pronto se le ve en la fértil Andalucía describiendo aquellos cármes encantados, aquellas vegas, aquellos palacios, muestras brillantes de una civilización que fué potente y esplendorosa, refiriendo amena y sencillamente los acontecimientos que tienen lugar, cometen la escabrosa Asturias, pintando tipos y costumbres, dando á conocer las condiciones de aquella provincia y el estado y carácter de sus habitantes; ya escribe de Valencia con motivo de una solemnidad religiosa tradicional, ya de las provincias Vascongadas donde se halla expuesto á las contingencias y peligros de una guerra civil; donde quiera que suceda algo importante, allí está él para comunicárnoslo y dar á los cuatro vientos la noticia de lo que á todos ó á la mayor parte interesa" (*El Globo*, 23/10/1878).

"A los postres, el Sr. Santa Ana, entregó al señor Peris Mencheta una medalla de oro en la que se leen las siguientes inscripciones: Por un lado dice: «El fundador de *La Correspondencia de España* a su primer repórter Francisco Peris Mencheta—1875-1885 »—Por otro lado se lee: «Guerra.—Inundaciones.—Epidemias.—Terremotos.» (*La Época*, 30/06/1885)

Valenciano nacido en Sueca en 1844, su biografía recuerda en parte la del propio Santa Ana, esto es, de origen humilde, comprometido con ideas avanzadas en su juventud durante la I República, acabó concentrando esfuerzos y energías en desarrollar una nueva forma de entender la crónica periodística y en promover negocios basados en la venta de información, lo que le valió fama, dinero y cargos públicos (Asociación de la Prensa Diaria, 1924). Si Santa Ana es el pionero del periodismo informativo, Mencheta será quien lo eleve a la categoría de género y pauta comercial, desarrollando todas las actividades complementarias: redactor, editor, empresario y creador de la agencia de noticias que llevará su propio nombre. García Galindo, por todo esto, lo identificará como un miembro destacado de la categoría de empresarios de prensa y periodistas de elite (García Galindo, 2002: 104).

El fracaso de la República inaugura el éxito de su carrera. Contratado a partir de 1875 por el poderoso e influyente director de *Las Provincias* de Valencia, Teodoro Llorente, para ejercer de corresponsal con la misión de “Informar al periódico de la campaña carlista yendo avanzado al cuartel general del ejército del Centro”.

Mencheta se convierte así en un reportero de guerra. El 7 de mayo de 1875 parte de Valencia con destino a Teruel. El invento no era nuevo, pero sí aplicado por primera vez en Valencia. Hasta esa fecha, los partes militares constituían la principal fuente de información. Con Mencheta desplazado al escenario del Maestrazgo, con un periodista narrando *in situ* el fragor del combate, el color de la tragedia y el sabor de la pólvora, el efecto fue multiplicador. El público sentía el suceso al tiempo que leía la crónica. El lector quedaba atrapado y esperaba ávido el próximo número. El 27 de junio de 1875, la práctica totalidad de la primera plana quedará ocupada por las cartas remitidas por Mencheta, unas desde Alcora, otras desde Lucena y Castellón. En todas ellas, la estrecha relación de Mencheta con el ejército demuestra su forma de trabajar. Hasta la fotografía que se hará por estas fechas y que publicará *Las Provincias* en 1916, nos revela su traje militar como atuendo que le identifica en esta mixtura de mitad cronista, mitad soldado⁹.

El 11 de julio de 1875, la noticia con la que *Las Provincias* abría su sección de “Noticias Locales” era la vuelta de Peris Mencheta a Valencia, tras haber hecho “un penoso, rápido y arriesgado viaje, para que tuviésemos, antes que nadie, los detalles de la rendición de aquella plaza”. En efecto, el sitio de Cantavieja hará famoso a Mencheta. Nunca antes un corresponsal había gozado de la virtud de ser él mismo parte de la noticia (García Palomares, 2010: 84). Hasta el propio diario *Las Provincias* lo convierte en protagonista destacado, reproduciendo sus crónicas y agradeciéndole

⁹ También a *El Mercantil Valenciano*, 27/II/1877, le sorprende el atuendo de Mencheta, por lo que no deja de describirlo: “botas de agua, pantalón ajustado, una especie de zamarra, dorman o chaquetón con pechera acordonada de negro, y en ella prendidas algunas condecoraciones, sombrero hongo, un caprichoso ruso sobre las espaldas y una pequeña cartera escritorio debajo del brazo”.

públicamente el trabajo realizado. El colofón llega a fines de agosto de 1875, cuando recibe la Cruz Roja del Mérito Militar por su actividad informativa llevada a cabo en la acción de Monlleó y el sitio de Cantavieja.

Mencheta no sólo ha vuelto agasajado, reconocido como *reporter*, sino también alfonsino y bien relacionado. Cualidades que debió apreciar el dueño del periódico de mayor difusión en la España del momento. Santa Ana no dudó en contratarlo como reportero de su diario para cubrir el desarrollo de la guerra carlista en el País Vasco. Finalizada la contienda carlista, Mencheta pasó a escribir unas crónicas sociales donde el rey era el protagonista. Al igual que había sucedido en su etapa como reportero de guerra, ahora, para poder escribir de la corona, nuestro antiguo republicano se funde con la familia real, acompañándola en sus desplazamientos, como el crucero realizado por los reyes en la primavera de 1877.

Su popularidad creció en “todas las esferas, incluso en las más elevadas”, como acabamos de ver. También crecieron sus posibilidades económicas, sobre todo cuando contrajo matrimonio, en enero de 1877, con la hija del importante impresor valenciano Juan Guix. Y junto a su suegro, su otro gran benefactor es Manuel María Santa Ana, del que recibe el encargo, casi como si de un regalo de bodas se tratase, de poner en marcha en Valencia la sección monográfica de *La Correspondencia de España*, tal y como había hecho en Barcelona. Apareció así, como suplemento de cuarta plana, *La Correspondencia de Valencia*¹⁰.

Santa Ana y Mencheta no sólo compartían negocios, sino la defensa particular del rey. Hasta extremos como el organizar en Valencia, en diciembre de 1877, una comida con diversas personalidades y periodistas con el objeto de reunir “un equipo de boda como presente a la infanta Mercedes” (*Las Provincias*, 15 y 19/XII/1877). También su periódico hará pública en estas fechas una carta, dirigida a todos los industriales del país, invitándoles a sumarse a la idea del regalo que, eso sí, quedaría expuesto en el domicilio de D. Manuel, antes de presentarlo a la futura reina.

Pero Mencheta había aprendido y ganado lo suficiente como para independizarse. El hecho ocurre el 1 de febrero de 1882, cuando *La Correspondencia de Valencia* aparezca como diario vespertino, con un formato sábana de cuatro planas y con un objetivo exclusivamente informativo. Tras la creación de su primer diario y una vez pasado el tiempo necesario, Mencheta acomete su nueva aventura: la creación en 1883 de una Agencia de Noticias. Una nueva empresa que, en los inicios del siglo XX, llegará a ocupar el tercer lugar por volumen de negocio. El nacimiento de la Agencia de Noticias Mencheta parte de dos elementos claves: de la imposibilidad económica que

¹⁰ Ya que no tenemos el primer número, reseñamos la nota que apareció en *Las Provincias* de 14-I-1877: “Ayer tarde apareció al público *La Correspondencia de Valencia*, periódico de noticias impreso en la cuarta plana de la de *España*, mereciéndose preferente interés los asuntos relacionados con la agricultura, industria y comercio”.

la mayor parte de la prensa española tiene de cubrir la información mediante corresponsales; y de la seguridad económica que para el proyecto significa tener el apoyo de Santa Ana. En efecto, *La Correspondencia de España* fue el primer cliente de la Agencia. Luego *La Correspondencia de Valencia*. A partir de ahí, Mencheta fue erigiendo su imperio abriendo oficinas en cada provincia y fundando nuevos periódicos. En Sevilla crearía *El Noticiero Sevillano* y en Barcelona *El Noticiero Universal*, su cabecera más longeva ya que se mantendrá en la calle hasta 1986. La noticia como mercancía había dado lugar a un gran negocio.

Mencheta es sinónimo de periodismo “ágil, directo, noticioso, carente de retórica literaria”, pero también un personaje incrustado en una potente trama de interés: su presencia, como cronista, en la expedición que fleta el marqués de Campo hacia el canal de Panamá, no es un viaje más. El magnate valenciano de los negocios ha utilizado *La Correspondencia de España* para dar a conocer el ofrecimiento hecho al gobierno de fletar uno de sus buques para el envío de una comisión oficial a las obras del canal. Mencheta es hombre de Santa Ana, ¿y a la vez de Campo? Piqueras (1993) explica que “los vínculos con el grupo del marqués están constatados” y que tanto Mencheta como Juan Navarro Reverter, futuro ministro de Hacienda y de Estado, hombre también de Campo, laboraron para garantizar los intereses de un marqués convertido en el mayor accionista español en el Canal de Panamá. La expedición se produjo en 1886; cinco años antes Campo, con la colaboración de Reverter, había fundado el Banco Peninsular Ultramarino, que entre otras cosas sirvió para financiar el lucrativo negocio de la explotación del tabaco en Filipinas. En definitiva, de Vigo a Panamá y de Melilla a El Rif, el cronista, asociado a intereses de altos vuelos, dibuja el tránsito del colonialismo al imperialismo español.

5 Empresa periodística, política empresarial, hegemonía cultural: a modo de conclusión

Santa Ana acabará marqués; Peris Mencheta senador. A principios del siglo XX, una porción de la nueva aristocracia burguesa y de los nuevos padres de la patria eran antiguos fabricantes de noticias y reporteros con capacidad para concitar la atención de una emergente opinión pública en la naciente sociedad de comunicación de masas.

Decía Gramsci, unos años más tarde que “no existe una clase independiente de intelectuales, sino que cada grupo social tiene su propio estrato de intelectuales, o tiende a formar uno”, de manera que los periodistas, porción de esa intelectualidad,

no pueden ubicarse en el limbo de la independencia, por más que a veces cueste situarlos en su relación concreta con la política. La biografía de Hearts elaborada por Nasaw (2005), demostró que el padre del *new journalism*, con lo que tuvo de magna empresa periodística, de aliento a nuevos lenguajes periodísticos y estilos de presentación de noticias o de formatos diarísticos, estuvo casi siempre ligada a intereses políticos. Lo que estaba sucediendo es que la definición de la prensa recalaba en el marchamo de la independencia y eludía cualquier ribete de periodismo militante... mientras militaba, de forma velada, en formulaciones (no necesariamente en formaciones) políticas concretas y en políticas empresariales evidentes.

Desde el periodismo noticioso que desvela Santa Ana, desde el reporterismo ambicioso de Peris Mencheta, encontramos, al escarbar, una intensa relación del primero con el liberalismo montpensierista y del segundo con personajes del alfonsinismo como el marqués de Campo, Navarro Reverter o el mismísimo rey Alfonso. El problema fundamental, en medio del tránsito al periodismo que define la nueva sociedad de comunicación de masas, es la veladura. Hemos visto, en la cita inicial de este trabajo, cómo la *Revista Política y Parlamentaria* decía, en 1900, que “los órganos de la prensa son mercancías puestas á pública subasta” y que su apelación a la independencia era rotundamente falsa, puesto que dependían del mercado. ¿Añoranza de otras dependencias menos mercantiles y más abiertamente políticas? En todo caso, la constatación de un cambio: el periódico de partido se mostraba sin máscara; el periódico de empresa, superpone las suyas.

Volvamos al Gramsci preocupado por cómo se disputa la hegemonía cultural entre los diferentes grupos sociales y cómo encaja la prensa en esa disputa. A la vista de los sistemas de partidos de la Europa de los años 1920 y 1930, el filósofo italiano afirmaba que no existía una correspondencia precisa entre clases social y partido político y que, habitualmente, una clase social estaba representada por diversas formaciones políticas. No existía, pues, un *partido orgánico*. Pero sí un *intelectual orgánico* en el que la prensa de masas jugaba un papel crucial: “ocurre a menudo que el estado mayor intelectual del partido orgánico no pertenece a ninguna de estas fracciones, sino que actúa como si fuese una fuerza dirigente autosostenida (...). Esta función puede ser estudiada con mayor precisión si se parte del punto de vista de que un periódico (o grupo de periódicos), una revista (o un grupo de revistas) son también ‘partidos’ o ‘fracciones de partido’ o ‘función de un determinado partido’. Piénsese en la función del *Times* en Inglaterra, o en la que tuvo el *Corriere della Sera* en Italia, o en la función de la llamada ‘prensa de información’, sedicentemente ‘apolítica’ o, finalmente, en la prensa deportiva y la prensa técnica” (Gramsci, 1974: 41). Prensa de información, sedicentemente apolítica. He ahí la cuestión.

La Correspondencia de España, la *Corres*, no fue “ministerial de todos los ministerios”, a pesar del motejo popular: fue un periódico liberal-conservador, que se decantó hacia

el unionismo, el montpensierismo y el alfonsinismo consecutivamente. El Peris Mencheta de veleidades republicanas fue quedando atrás vertiginosamente cuando se convirtió en un palacio: “entra y sale de los ministerios como por su casa, y en las jornadas reales es tan conocido como cualquiera de los personajes de la corte” (*El Resumen*, cit. en *El Mercantil Valenciano*, 10/12/1889). Cuando un ya experimentado Mencheta se decida a seguir a las expediciones africanistas que apuntan a la consolidación de un imperialismo español, lo hará en primera línea, en un espacio que los militares reservan a muy pocos periodistas. Tenía 65 años, era senador, pero hervía todavía en él la sangre del *reporter*, cuando volvió a Marruecos tras el desastre del Barranco del Lobo. Lo hizo tras una previa declaración de intenciones: “No soy ministerial, no lo he sido de ningún gobierno, no lo seré mientras viva, no he cobrado ni una sola peseta del Estado, me remordería la conciencia si hubiese cobrado del fondo de los reptiles alguna vez, pero siempre he hecho justicia a los poderes públicos y a los gobiernos, ayudando desinteresadamente, en momentos angustiosos para la patria” (*La Correspondencia de Valencia*, 17/09/1909).

Santa Ana, Peris Mencheta, intelectuales orgánicos de un partido sin expresión partidista, oculto tras los intereses generales, los intereses de la patria o expresiones concomitantes. Con ellos, sí, había nacido el discurso del periodismo de masas, y no sólo en su concreción formal, sino en su significado más profundo.

Referencias bibliográficas

- ALVAREZ FERNÁNDEZ, J.T. (1981): Restauración y prensa de masas. Los engranajes de un sistema (1875-1883), Pamplona, EUNSA.
- ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DIARIA (Barcelona) (1924): *Vida de periodistas ilustres (Mila i Fontanals. Maragall. Peris Mencheta. Figuerola)*, Barcelona.
- AZORIN (1997): “Mencheta o la noticia”, *Valencia*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- BELLANGER, C., GODECHOT, J., GUIRAL, P. y TERROU, F. (1969): *Histoire Générale de la Presse Française*, vol. II, (1815-1871), París: PUF.
- CHECA GODOY, A. (2007): *Historia de la publicidad*, La Coruña, Netbiblo S.L.
- EGUIZABAL, R. (2010): *Industrias de la conciencia. Una historia social de la publicidad en España, 1975-2009*, Barcelona, Península.
- FERNÁNDEZ ALBÉNDIZ, M.C. (1997): *La corte sevillana de los Montpensier*, Sevilla, Ayuntamiento de Sevilla.

- FERNANDEZ FERNANDEZ, J.M. (2013): "Capital simbólico, dominación y legitimidad. Las raíces weberianas de la sociología de Pierre Bourdieu", en *Papers*, nº 98. Disponible en Internet (27-6-2013): papers.uab.cat/article/view/v98-n1-fernandez/pdf.
- Fontcuberta, M. (1993): *La noticia. Pistas para percibir el mundo*, Barcelona, Paidós.
- Fuentes, J.F. y Fernández Sebastián, J. (1997): *Historia del periodismo español. Prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*, Madrid, Síntesis, 67.
- García Galindo, J.A. (2002): "Elites y prensa en Andalucía", en *Les Élités et la presse en Espagne et en Amérique latine: des Lumières à la seconde guerre mondiale / actes réunies et présentés par Paul Aubert et Jean-Michel Desvois*, Madrid : Casa Velázquez ; Bordeaux : Maison des Pays Ibériques ; Aix-en-Provence, Université de Provence. UMR Telemme.
- García Palomares, A. (2010): "Peris Mencheta: el activo corresponsal de la Tercera Guerra Carlista", en *Textual & Visual Media*, nº 3.
- Garrido Muro, Luis (2006): "Estudio Preliminar", en Rodríguez Camaleño, Luis: *Juicio crítico de la revolución española*, Santander, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cantabria, pp. 11-50.
- Gómez Aparicio, P. (1974): *Historia del Periodismo Español*. Madrid, Editora Nacional, vol. 1.
- Gómez Mompert, J. Ll. (1996): "Prensa de opinión, prensa de información. Los diarios españoles en la conformación de la sociedad-cultura de comunicación de masas", en Aubert, P., Desvois, J.M. (eds.): *Presse et Pouvoir en Esagne, 1868-1975*, Bordeaux-Madrid, Maison des Paus Ibériques-Casa Velázquez.
- Gramsci, A. (1974): *Pequeña antología política*, Madrid, Fundamentos.
- Iglesias, F. (1989): "Reorganización de la prensa y nuevas empresas periodísticas", en Álvarez Fernández, J.T.: *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*, Barcelona, Ariel, pp. 44-48.
- Laguna, A. (2010): *Las claves del éxito político*, Barcelona, Península.
- Martínez, F. A. (1996): "En torno a los orígenes de la cultura de masas: el estadio de la reflexión", *Comunicación y Estudios Universitarios*, 6, 9-23.
- Nasaw, D. (2005): *Hearst. Un magnate de la prensa*, Barcelona, Tusquets.

- PIQUERAS, J.A. (1993): “Edición y estudio preliminar”, en PERIS MENCHETA, Francisco: *De Madrid a Panamá*. Valencia. Generalitat Valenciana.
- RANDALL, D. (2009): *El periodista universal*, Madrid, Siglo XXI.
- RENARD, G. (1925): *Les travailleurs du livre et du journal*, París, Livraire Octave Doin, tomo II
- SANCHEZ YLLAN, J.C. (2001): “La edición de periódicos y la empresa periodística”, en *Historia de la edición en España, 1936-1936*. Madrid: Marcial Pons, p. 398.
- SANCHEZ, R. (2001): “Las formas del libro. Textos, imágenes y formatos”, en *Historia de la edición en España (1836-1936)*. Madrid: Marcial Pons.
- SCHUDSON, M. (1978): *Discovering the News. A Social History of American Newspapers*, Basic Books, USA
- SEOANE, M.C. (1983): *Historia del Periodismo en España*, vol. 2, El siglo XIX, Madrid, Alianza Editorial, p. 200.
- SEOANE, M.C. y SÁIZ, M.D. (1996): *Historia del Periodismo en España*. T. 3. El siglo XX: 1898-1936, Madrid, Alianza Universidad.
- SERRANO, R. (2001): *El fin del Antiguo Régimen (1808-1868). Cultura y vida cotidiana*. Madrid, Síntesis.

LA PRENSA FILIPINA EN ESPAÑOL ENTRE DOS GUERRAS (1899-1941)

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i04.02>

Antonio Checa Godoy

Universidad de Sevilla

acheca@us.es

 <https://orcid.org/0000-0002-3468-8232>

Recibido: 15-4-15

Aceptado: 18-5-15

Resumen: La derrota española en la guerra con Estados Unidos en 1898 no supone la extinción de la prensa en español en Filipinas. Aunque 1899 abre una nueva y muy distinta etapa en las islas, el español sigue siendo idioma oficial y en español se editarán múltiples periódicos de muy distintas orientaciones, incluida una prensa nacionalista contraria a la ocupación norteamericana y desde luego la prensa católica. Pero la introducción del inglés en la escuela, desplazando al español, supone que al cabo de dos generaciones se produzca una inversión de la situación, pasando el español, que ha sido también el idioma mayoritario en la literatura filipina, a un papel crecientemente secundario. En ese panorama, cuando también la prensa en idiomas locales se expande y se multiplican los periódicos bilingües o trilingües, la invasión de las islas por Japón en 1941 crea una nueva situación de la que el gran perjudicado será el periodismo en español. Este artículo describe y analiza todo ese proceso.

Palabras clave: Prensa, Filipinas, español, nacionalismo

Abstract: *The Spanish defeat in the war against United States in 1898 does not mean the extinction of the press written in Spanish in the Philippines. Although 1899 opens a new and very different stage in the islands, Spanish remains as the official language and multiple newspapers from many different backgrounds will be published, including a nationalist press opposed to the US occupation, and of course the Catholic press. But the introduction of English in school, forcing aside Spanish, will cause a reversal of the situation after mere two generations, leading Spanish, who has also been the main language of Philippine literature, to an increasingly supporting role. In this scenario, when the press written into local language also expands and bilingual or trilingual newspaper multiply, the invasion of the islands by Japan in 1941 stirs up a new situation where the journalism in Spanish language will be further harmed. This article describes the entire process.*

Keywords: *Newspapers, Philippines, spanish, nationalism*

1 Introducción

El mantenimiento de una nutrida prensa en lengua castellana en Filipinas tras la guerra hispano-norteamericana y la sustitución de la administración española por la norteamericana, es una página poco conocida y poco apreciada del periodismo en español. Entre esa guerra y la invasión de las islas por Japón al final de 1941, que supone un nuevo terremoto para la comunicación y abre una etapa histórica diferente, se editan en Filipinas por encima de los 220 títulos en español, de ellos más de 30 diarios, con una rica prensa regional, además de un número cercano de títulos redactados en dos o incluso tres idiomas, con el español entre ellos. Ese amplio número de cabeceras responde a muy distintos objetivos, desde las que sencillamente buscan defender a la colonia y los intereses españoles, a las que utilizan el español como lengua vehicular en un archipiélago donde bullen una decena de idiomas relevantes, y a través de esa prensa reivindican la personalidad del pueblo filipino, sin olvidar periódicos obreros y religiosos, revistas culturales, científicas o recreativas en un abanico generoso.

Aunque raramente esas cabeceras, salvo algunos diarios, alcanzan amplia difusión, muchas llegan a ser influyentes, redactadas en su mayoría por varias generaciones de filipinos a los que las circunstancias llevan a ser a un tiempo periodistas, políticos y escritores. Jóvenes periodistas que elevan la literatura en lengua española a un nivel muy superior al alcanzado en el XIX, durante la colonia, y que además fundan partidos políticos u ocupan destacados puestos en instituciones oficiales, de la Biblioteca Nacional al Tribunal Supremo, pasando por las dos cámaras del parlamento.

Poco conocida, salvo algunos aspectos superficiales o muy concretos, nos proponemos en este artículo rescatar del olvido esa prensa y analizar sus rasgos básicos y su

evolución. Queda, para otra investigación, el análisis de lo ocurrido en las islas desde la II Guerra Mundial a nuestros días.

2 Fuentes disponibles

Las fuentes primarias disponibles en España sobre la prensa en lengua española publicada en Filipinas tras 1898 son escasas, en contraste con la etapa colonial precedente. Entre la Biblioteca Nacional de España y la Hemeroteca Municipal de Madrid se localizan ejemplares –raramente colecciones amplias- de 26 publicaciones en español aparecidas en las islas desde 1899, un número muy insuficiente, y son aún más escasos en otras hemerotecas. Por fortuna, los procesos de digitalización emprendidos en Filipinas y Estados Unidos, incluso por empresas como Google, aunque más orientados a ofertar periódicos en inglés o tagalo y otros idiomas de Filipinas, incluyen también publicaciones bilingües y algunas más en español.

Por otro lado, no faltan publicaciones estadísticas con estimable rigor, como los Anuarios publicados por la agencia Ayer and Son's de Filadelfia hasta 1922, todos digitalizados, y los informes del servicio de Correos filipino, con detallada relación de periódicos editados, directores y rasgos, relaciones que llegan hasta los días de la II Guerra Mundial.

Mejor es el panorama bibliográfico, tanto en español como en inglés. Junto a la digitalización de algunos títulos clásicos, de difícil acceso, editados en los mismos años objeto de este estudio, en las últimas décadas son numerosos los estudios aparecidos en Filipinas sobre la evolución de su prensa, si bien es cierto que se percibe una infravaloración en ellos de la prensa en español, probablemente por el desconocimiento del idioma de la mayoría de los jóvenes autores.

3 Reorganización tras la guerra (1899-1903)

El año 1899 marca el inicio de una nueva era para la prensa en Filipinas. El anterior, el año de la guerra hispano-norteamericana, ha sido muy difícil para el ejercicio del periodismo. En los meses iniciales serán cerrados por las autoridades españolas títulos sospechosos de simpatizar con los independentistas. Es el caso del *Diario de Manila*, veterano periódico surgido en 1848, en cuya imprenta se localizan en febrero

panfletos de los insurgentes. En los últimos meses del año, perdida la guerra por España, serán los diarios más partidarios de la vinculación de las islas a España los que cierran en tanto asoman tímidamente los periódicos nacionalistas. Cuando se firma el 10 de diciembre de 1898 el Tratado de París, que pone fin oficial a la guerra y ratifica el dominio norteamericano en las islas, de los periódicos que se imprimían al inicio del año apenas sobreviven en Manila el aséptico diario *El Comercio*, el periódico de la familia Loyzaga, que había surgido el 11 de octubre de 1869 y se adapta a los nuevos tiempos, la *Revista Mercantil*, de la misma empresa, y algún órgano secundario, como *El Correo sino-anmanita*, peculiar anuario sobre las misiones católicas en Asia. Fuera de la capital hay incluso menor continuidad, pues prácticamente solo registramos el mantenimiento de *El Siglo* (febrero de 1897-marzo de 1902), en Iloilo.

Las islas están pobladas entonces por casi ocho millones de personas, aunque esa población retrocede -hasta 1903- por los sucesivos conflictos. En vísperas de la guerra la población española se sitúa en torno a las 75.000 personas, tras ella se producirá una repatriación masiva y en Filipinas quedan, según las fuentes, entre 3.000 y 6.000, la mitad de ellas en Manila. El influyente clero católico, por ejemplo, que en los días de la guerra suponen las 1.200 personas, no llega a 400 en 1903 (Rodao, 2011: 252-253). En estos años se considera que habla español o lo comprende en torno al 14% de la población de las islas, incluidos alrededor de los 200.000 mestizos. Es sin duda el idioma de la calle y el comercio; pero en 1898 no llega al diez por ciento la población escolarizada -con todo, uno de los niveles más altos de Asia-, y parte de la escolarización está a cargo de grupos religiosos, ahora en desbandada; además, en 1900-1901 llegan a las islas 650 maestros norteamericanos para impartir enseñanza en inglés y la legislación impuesta por los nuevos ocupantes contempla un proceso paulatino para que en 15 años toda la enseñanza se imparta en lengua inglesa.

En esa tesitura, la prensa que se crea en 1899 y años siguientes lo hará preferentemente en español, aunque con secciones en tagalo y otros idiomas filipinos, y muy secundariamente, salvo Manila, en inglés. En su mayoría, y mucho más fuera de la capital, son expresión del pueblo filipino, que desconoce el inglés, no de la exigua colonia española. Aflora una nueva y nutrida generación periodística en el país, pero es patente que permanecen también muchos protagonistas del periodismo filipino anterior a 1898: los Romero Salas, Del Pan, Loyzaga, Ravago, Utor, Campillá, Pellicena..., que adoptan distintas posturas ante el cambio.

En el año 1899, según Taylor (1927:36), aparecen 24 nuevos títulos en el país. Nueve de ellos estarán redactados en español, seis en inglés y nueve en distintos idiomas filipinos. En realidad, el número de periódicos aparecidos en este año es muy superior al estimado por Taylor, que ignora buena parte de la prensa editada fuera de Manila, y rebasa los 35 títulos. Entre los órganos bilingües una mayoría ofrecen la cabecera en español y un predominio de textos en este idioma: *El filipino libre*, que funda el médico

Manuel Xerez Burgos (Manila, 1853-1937), *La Voz del pueblo* y, sobre todo, *La Democracia*, diario, que comienza el 16 de mayo, impulsado por el destacado físico y botánico Trinidad H. Pardo de Tavera Gorricho (Manila, 1857-1925), poco proclive a la cultura española. En este diario, llamado a alcanzar notable popularidad y ser hasta su extinción en 1917 el principal órgano pronorteamericano en español, leemos significativamente al iniciar su publicación:

Queremos la paz: somos filipinos y como tales deploramos que se derrame inútilmente la sangre de nuestros hermanos /.../ Creemos en los nobles propósitos de pueblo americano, y atendiendo al llamamiento de la comisión nos proponemos en *La Democracia* prestarle nuestra cooperación para el logro de las justas aspiraciones de nuestro propio pueblo.

No obstante, en *La Democracia* coincidirán varias sensibilidades respecto a España y su cultura y otro periodista decisivo en los primeros años del diario, Leoncio González Liqueste (1877), por ejemplo, será uno de los impulsores de la Academia de la Lengua española en Filipinas.

Casi todos estos títulos, como *El grito del pueblo*, diario en principio, que representará al sector nacionalista liderado por Pascual H. Poblete, serán mucho más críticos. Pero *La Unión*, de 1901, es otro periódico favorable a los norteamericanos y en sus páginas se publica el manifiesto de fundación del Partido Federal, que contempla como objetivo la integración de Filipinas en los EE UU como un estado más.

En la capital filipina surge en abril de 1899 *El Noticiero de Manila*, un diario vespertino moderado que se mantiene hasta 1904, dirigido por Joaquín Pellicena Camacho (Valladolid, 1879-París, 1938) y con su hermano Pedro en la redacción. Los Pellicena, padre e hijos, forman una familia periodística muy relevante en los inicios del siglo XX. *Libertas* (7 de julio de 1899-31 de enero de 1918), cubre al poco el espacio de la prensa católica; diario muy conservador, lo crea un grupo de dominicos encabezado por Buenaventura García de Paredes y el arzobispo de Manila Bernardino Nozaleda –que aporta 2.000 pesos–, lo dirige primero Manuel Ravago Neri (Cagayan, 1870-San Pablo, 1937), asiduo colaborador de la prensa católica manileña hasta su muerte; luego estará a su frente Ángel Goicouría. Cesa hacia el final de la I Guerra Mundial, suspendido por el gobierno norteamericano por sus manifiestas simpatías hacia los Imperios Centrales. Órgano católico será asimismo *La estrella de Antipolo* –nombre del principal santuario católico del país–, quincenal que comienza en agosto de este año y se editará hasta 1908. La iglesia católica se enfrenta en los primeros años a la pérdida de efectivos, el generalizado anticlericalismo de la nueva prensa, la arraigada demanda de una iglesia más enraizada en el pueblo y la aparición de la Iglesia Filipina Independiente, escisión que rechaza la autoridad del Papa y tiende a configurar una iglesia nacional. Reacciona con cierta lentitud: hasta 1906, por ejemplo, no será nombrado un obispo nacido en Filipinas.

El Progreso, que asoma en junio, es un proyecto de la familia Del Pan –anteriormente dueña del *Diario de Manila*-, que dirigido por Víctor del Pan se mantiene –desde 1901 como *El Adelanto*- hasta 1904. El veterano escritor masón Juan Utor Fernández crea en 1899 *El Liberal* y luego redacta *La Patria*, que representan la tendencia más demócrata dentro del abanico de nuevas publicaciones. La masonería tendrá destacada presencia en la prensa filipina en español hasta los años veinte y *La Patria*, que se edita hasta 1904, será algún tiempo, dirigida por Miguel Zaragoza, órgano del fugaz Partido Liberal.

En diciembre comienza *El Correo de Oriente*, que anima José María Romero Salas. Tiene corta vida, pero Salas relanza el *Diario de Manila* en 1900, y luego, el 1 de abril de 1902, con mucho más éxito, pues alcanza a 1930, creará su propio periódico, *El Mercantil*, y dirigirá la Cámara de Comercio española en Manila. Será persona muy popular y hoy una calle en Manila lleva su nombre. Convierte a *El Mercantil* en el órgano más leído por la colonia española en Manila durante tres décadas. *El Comercio*, dirigido por José Ageo de Loyzaga (Manila, 1864-1926) desde 1894, es vespertino muy aséptico, que sabe adaptarse a la nueva situación. La empresa edita hasta junio de 1903 la veterana *Revista mercantil* –había surgido en 1865-, semanal. El nuevo *Diario de Manila* no alcanza el éxito de su anterior etapa, en 1905 edita el suplemento literario «Los domingos del *Diario de Manila*», pero cesa por entonces. Romero Salas conoce la cárcel por un artículo en este diario, donde censura al dirigente Felipe Buencamino, que de líder insurgente pasa a federalista pronorteamericano.

Pero 1899 es también el año de inicio de la guerra de los nacionalistas filipinos contra el nuevo ocupante, EE UU. Los filipinos –que oficialmente han proclamado su independencia en junio de 1898- han visto como se firmaba en diciembre ese Tratado de París sin contar con ellos ni otorgarles autonomía. Se inicia una guerra en condiciones muy desiguales, que concluye en 1902 con la rendición del líder filipino Emilio Aguinaldo. Ya semanas antes los independentistas filipinos lanzan diversos periódicos, con neto dominio del español en sus páginas. En junio de 1898 Clemente José Zulueta funda *La Libertad*, fugaz. Durante lo que se llamará la Primera República Filipina (1899-1902), cuya constitución declara el español idioma oficial, veremos aparecer títulos como *La Independencia*, en Manila, el 3 de septiembre de 1898, diario, y el 28 de diciembre *La Revolución* en Iloilo, un semanario. De su lado, uno de los líderes de esa república nativa, Pedro Paterno (Manila, 1857-1911), impulsará *La República filipina*, pronto suspendido por el gobierno norteamericano. Ya en 1899 se imprime en Malolos, capital de la efímera república, en el interior de la isla de Luzón, *El Herald de la Revolución*. Se transformará en *Gaceta de Filipinas*, como órgano oficial de la efímera república. Los nacionalistas promoverán incluso algún periódico infantil, como *El Aprendiz*, en 1900. No faltan periódicos migrantes, por los avatares de la guerra, como *Columnas Volantes*, que se imprime en 1899 en la región de Mabini, al sur de la isla de Luzón.

La Independencia, el más relevante de todos ellos, se mantendrá únicamente hasta el 24 de noviembre de 1899, apenas un año; sus instalaciones serán destruidas por el gobierno norteamericano. Lo funda el general insurgente Antonio Luna Novicio y será su redactor jefe y luego -tras la muerte de aquel- su director, Rafael Palma Velázquez (Manila, 1874-1939), que tras una intensa vida periodística a inicios del siglo XX es elegido rector de la Universidad de Filipinas. A sus páginas asoma parte de esa generación de jóvenes nacionalistas, escritores y políticos, que luego redactarán distintos medios, como Cecilio Apóstol (Manila-1877-1938), poeta en español, que colabora asimismo en *La Fraternidad* o luego *El Renacimiento*. La línea del diario aparece clara desde el primer número:

Nosotros defenderemos la independencia de Filipinas porque es la aspiración de un país que ha llegado a su mayor edad; y cuando un pueblo se levanta como un solo hombre para protestar, arma al brazo, contra una política de opresión e injusticia, manifiesta vitalidad suficiente para vivir libre.

La suspensión de *La Independencia* (reaparecerá fugazmente en 1906-1907, dirigida ahora por Macario A. González) lleva al mismo grupo a crear en Cebú otro periódico nacionalista, *El Nuevo Día*, que se editará en 1900-1901. Su impulsor y financiador es un joven Sergio Osmeña, futuro presidente del país. Lo redacta asimismo Palma, que en el número del 7 septiembre de 1900 escribe sobre España:

Hay que sentar que nuestro espíritu es muy distinto. La naturaleza, así como nos ha dotado de otra piel y otra sangre, nos ha dado también distintas cualidades y potencias. El alma española los ha vivificado, pero obsérvanse determinadas resistencias, impulsos contrarios, influidos por la naturaleza, el clima, los mismos componentes físicos y psíquicos. ¿Cabe la asimilación? No. En la naturaleza no se combinan lo positivo y negativo, se rechazan siempre. El alma española tiene vicios y defectos, cuyos gérmenes heredamos. Depurándola, podemos tener lo que quisiéramos. El alma española representa el antiguo culto á las ideas puras, á las ideas inmortales, las que hacen los pueblos, las que mantienen el eterno rejuvenecimiento de la humanidad en la quebrantada postración de nuestros días, consumidos por la fiebre y nostalgia del becerro de oro.

El cierre de *El Nuevo Día* obliga a lanzar otro periódico a los nacionalistas, ahora en Manila, será *El Renacimiento*, con ediciones en español y tagalo, un diario que comienza en septiembre de 1901 y se mantendrá una década, siempre en el filo de la navaja con las autoridades norteamericanas. Con Rafael Palma será figura decisiva en los primeros tiempos su hermano José. El diario tendrá desde 1903 como director a Fernando María Guerrero (Manila, 1873-1929), que como casi todo el grupo une a la pasión periodística y política la literaria. No es modesto el periódico en su presentación:

Hecho por filipinos, casi todos ellos de pura raza, *El Renacimiento* constituye la prueba más concluyente de la capacidad de los naturales de las Islas, no solo como escritores, sino como hombres de gran sentido político. Colaboran en este diario, el de mayor circulación del Archipiélago, las plumas más notables del país.

El diario, como destaca Gloria Cano (2011: 414-415), desarrolló en 1903 una campaña en pro de la consideración del español como idioma nacional en Filipinas en detrimento del inglés. En el editorial del 12 de mayo de ese año, titulado «El castellano como lenguaje oficial», subraya que «la lengua de un pueblo no se improvisa. Los esfuerzos del Gobierno no han dado al inglés el carácter de generalización necesaria para ser oficial. Es indispensable una generación por lo menos para asimilar un idioma extraño. La declaración del inglés como lenguaje oficial equivaldría a excluir prácticamente a los filipinos de sus actuales puestos».

El mismo año en que surge *El Renacimiento*, la administración norteamericana aprueba, el 4 de noviembre de ese 1901, lo que se llamará Ley de Sedición, que prohíbe defender, por la palabra o la imprenta, la independencia de Filipinas. Se aplicará en numerosas ocasiones.

No son los únicos títulos con simpatías nacionalistas en los años iniciales de la nueva etapa, las evidencian también, en Manila, *La Aurora*, nuevo órgano de Poblete, que anima Pedro Aunario (Manila, 1880-1945) en 1899; *La Fraternidad*, que funda en 1900 Alfonso Montes, o *La Luz*, de 1900. Fuera de Manila brota también una prensa nacionalista, casi siempre escrita en español, que desde luego tendrá muchos problemas con las nuevas autoridades norteamericanas, pero también con la jerarquía eclesiástica, vista por lo general como defensora del colonialismo español. *El Instructor*, por ejemplo, es un pequeño periódico quincenal surgido en Dagupán en 1899 y dirigido por un sacerdote heterodoxo, Adriano Garcés, no llega al año de vida. En Aparri, surgirá en 1900 *El Porvenir de Aparri*, bilingüe (español y cagayan), también con fuerte anticlericalismo. Significativo es lo ocurrido en Cebú, la segunda ciudad de las islas. Allí, dos hermanos, Vicente (Cebú, 1877-Manila, 1950) y Filemón Sotto (1872-1966), nacionalistas e impresores, crean en 1899 *La Justicia*, suspendido de inmediato por las autoridades ocupantes. Al poco lanzan *El Nacional*, al que ocurre lo mismo, y que le vale a Vicente Sotto dos meses de cárcel; cuando sale, ya en 1900, crea un tercer periódico, *El Pueblo*, semanario como los anteriores y algo más duradero, pero que acaba siendo igualmente suspendido y obliga a Vicente a exiliarse en Hong Kong, de donde solo regresará, más de diez años después, para lanzar entonces, 1912, *La Independencia*, semanario, en Manila. Filemón, más moderado, o más cauto, crea en 1899 *El Imparcial*, pero años después, en 1907, algo suavizada la censura, funda *El Nacionalista*, de título explícito. Deja la primera línea del periodismo por la acción

política y en 1916 es elegido senador, luego será redactor de la constitución filipina de 1935.

En Iloilo el 28 de junio de 1900 comienza *El País*, que funda Ramón Avanceña (Molo, 1872-Manila, 1957), futuro presidente del Tribunal Supremo filipino; no tendrá larga vida, parece utópico en esa coyuntura: las autoridades norteamericanas suspenden el periódico el 8 de septiembre. Algo parecido ocurre con *Las Noticias*, que asoma el 2 de enero de 1901 y tiene muy corto recorrido. Pero no faltan en la ciudad nuevas iniciativas. En 1903 surge *La Voz de Bisayas*, diario. Antes, en 1899-1900 se ha editado la *Revista Comercial*, que no es, como pudiera parecer, una publicación de economía, sino un trisemanario de información general.

En la isla de Bohol comienza a editarse el 15 de mayo de 1899, *La Oportunidad*, que tendrá igualmente corta y azarosa existencia.

4 Una edad de plata: 1903-1920

Concluida la guerra filipino-norteamericana, la prensa se asienta en el país, que comienza a crecer en población, y la editada en español –que se mantiene como idioma oficial y será, por ejemplo, el idioma de los tribunales hasta 1913- conoce una relativamente buena coyuntura, de forma que reaparece incluso la prensa satírica con títulos como *El Tío Paco*, semanario que comienza en 1902, dirigido por Joaquín Pellicena Camacho, además de una prensa especializada como *Mercurio*, revista comercial que dirige Francisco Campillá Casades, o la titulada *Revista de Tribunales*. *El Tío Paco*, que no llega al año de vida, defiende sin rebozo la herencia española, pero *El Nuevo Diógenes*, que comienza en abril de 1901, es claramente pro-norteamericano. En 1899 había surgido de forma fugaz, *The kon gotas*, visible sucesor de *The kon leche*, extinguido en 1898. En 1903 se editan en Manila una docena de diarios, de ellos 7 en español, 3 en inglés y 2 bilingües. Aunque la guerra formalmente termina en 1902, se mantienen núcleos de resistencia durante años y la administración norteamericana vigila sobre todo a los periódicos nacionalistas.

También fuera de la capital reaparece la prensa en español y es inicialmente muy escasa la redactada en inglés. En Cebú, aparte de los títulos nacionalistas ya aludidos, en 1903 se crea *El País*, trisemanario, un periódico moderado que funda y dirige Joaquín Pellicena López (Barcelona, 1856-Buenos Aires, 1916), padre de Pellicena Camacho; en 1904 lo hace *La Opinión* y en 1907, con *El Precursor*, bilingüe, asoma la familia Cuenco, propietaria de la Imprenta Rosario, que será decisiva en el periodismo local –y la política- durante varias décadas. Lo funda Mariano Albaw Cuenco, pero en seguida la persona clave será su hijo, Mariano Jesús Cuenco (Cebú, 1888-Manila,

1964), que será destacado líder del Partido Nacionalista filipino y en 1946 presidirá el senado de una Filipinas ya independiente. El periódico, bisemanal en principio, pero que llegará a diario, se mantiene hasta 1941, cesa con el inicio de la II Guerra Mundial. Periódicos, por lo general más fugaces, de Cebú serán asimismo *Nueva era*, trisemanario de 1902, *El Anunciador*, semanario de 1907, y *The Curier*, semanario sabatino, que si bien muestra cabecera en inglés tiene contenido bilingüe pero con mayoría de textos en español, comienza en 1907 y se mantiene un trienio. En la cercana ciudad de Argao veremos editarse, con más fugacidad, *La Voz de Argao*, en 1906, y *La Solidaridad*, en 1907.

En Iloilo Julio P. Hernández promueve y dirige *El Tiempo*, federalista, es decir, pro norteamericano, que comienza en 1900, y se editará asimismo más fugazmente *La Aurora*. En Cagayan asoma *El Porvenir*, trisemanario, y en Bacolod *La Igualdad*. En Nueva Cáceres surgirá en 1902 *La Paz*, semanario trilingüe, de título explícito, pues viene a ser el lema de los pronorteamericanos, en el año en que concluye la guerra filipina. Lo funda Francisco Álvarez y su ideología facilita sin duda su mantenimiento al menos un lustro. Es patente que el Partido Federal, mimado por la administración norteamericana, organiza una red con cabeceras afines en numerosas ciudades; con pragmatismo, serán prácticamente todos periódicos en español.

En buena parte, los impulsores de esta prensa son impresores, algunos establecidos ya en años precedentes, otros lo harán ahora. En Iloilo, por ejemplo, José González Paramós, dueño de la imprenta «La Editorial», crea en 1903 con Manuel de la Portilla *Nuevo Herald*, diario en español, que asimismo codirige. El periódico se va a mantener durante dos décadas. En su establecimiento se realizarán otros títulos, como la *Revista Católica*, órgano semanal del Centro Católico, que comienza en 1903 y consigue audiencia regional. *Nuevo Herald* difunde en torno a los 700 ejemplares, *Revista Católica* los 400. Otro caso muy significativo, años después, será el de Flavio Zaragoza Cano, que funda en 1914 en Legazpi el bisemanario *Heraldo de Bicol*, y para garantizar su continuidad crea la Imprenta Monserrat. El periódico se editará en efecto hasta la guerra. Zaragoza había redactado con anterioridad en Iloilo *La nueva fuerza* y desempeñará tareas muy heterogéneas, incluida la de traductor en los tribunales de Iloilo.

En Manila, el fugaz Partido Conservador, visto por las autoridades norteamericanas como simpatizante de España, crea en 1901 el *Diario de Filipinas*, que dirige Macario Adriático González. Partido y periódico duran poco. El nacionalismo se dota en 1906 de un nuevo órgano diario oficial, *Soberanía Nacional*, de corta vida, y luego de diversos periódicos menores, con semanarios como *El Nacionalismo*, que se edita en Manila apenas unas semanas en 1906-1907, o *La Asamblea*, de 1908, otro periódico promovido por Paterno, además de mantener, más independiente, *El Renacimiento*.

El 30 de octubre de 1908 este diario, por entonces el más difundido en las islas, publica el editorial «Aves de rapiña», escrito por Fidel Reyes, en una etapa en que lo dirige Teodoro M. Kalaw (Lipa, 1884-Manila, 1940), donde se censuran las prácticas depredadoras de la administración norteamericana y alude al Ministro del Interior, Dean Worcester. En ese editorial se puede leer:

Hay hombres que, además de ser águilas, reúnen en sí las características del buitre, del búho y del vampiro. Subiendo a las montañas de Benguet para clasificar y medir cráneos de igorotes y estudiarlos y civilizarlos y sorprender al vuelo, con ojo de ave de rapiña, donde se encuentran los grandes yacimientos del oro, la presa oculta entre los montes solitarios, para apropiárselos después gracias a facilidades legales hechas y deshechas al antojo, pero siempre en beneficio propio. Autorizando a despecho de leyes y ordenanzas una matanza ilegal de ganado enfermo, para sacar beneficio de la carne infecta y podrida que el mismo estaba obligado a condenar en virtud de su posición oficial. Presentándose en todas las ocasiones con el ceño fruncido del sabio que consume su vida en los misterios del laboratorio de ciencia, cuando toda su labor científica se reduce a desecar insectos e importar huevas de peces como si los peces de este país fueran menos nutritivos y menos ricos, de tal modo que valiera la pena de sustituirlos con especies venidas de otros climas. Dando un impulso admirable al descubrimiento de veneros de riqueza en Mindoro, en Mindanao y demás puntos vírgenes del archipiélago con el dinero del pueblo y con el pretexto de bien público, cuando en rigor se trata de poseer todos los datos y la clave de la riqueza nacional en provecho personalísimo como se demuestra por la adquisición de inmensas propiedades registradas con nombres ajenos. Promoviendo por medio de agentes y consocios secretos la venta a la ciudad de terrenos sin valor por cantidades fabulosas que los padres de la ciudad no se atreven a rehusar por el temor de disgustar a quien va detrás de la moción, y que no rehúsan por lo que les conviene. Patrocinando la concesión de hoteles en sitios terraplenados con la perspectiva de enormes utilidades, a expensas de la sangre del país.

Se desencadena un largo y complejo proceso judicial contra toda la redacción y propiedad del periódico, con 12 personas procesadas, y se tambalea el diario, que tiene también una edición en tagalo. En enero de 1910 llegan unas sanciones inusualmente duras y la suspensión por la administración norteamericana¹. Naturalmente, los periódicos afines al gobierno norteamericano lo acusan reiteradamente de odio a los Estados Unidos. Kalaw será, curiosamente, ministro de

¹ *El Renacimiento* llegó a convertirse en toda una obsesión para la Administración norteamericana. En 1910 la Corte Suprema filipina editó un volumen de 174 páginas recopilando todas las quejas contra el periódico [Disponible en www.archive.org/details/cu31924073778890]

Interior en 1920, con la administración autónoma filipina, y director de la Biblioteca Nacional.

Al finalizar la década inicial del siglo, Manila dispone de media docena de diarios en español, que abarcan casi todo el arco ideológico del país. *El Comercio* y *El Mercantil* son periódicos poco políticos, pero con apreciable audiencia. Aquel dirigido por su propietario, José Ageo Loyzaga, y este por José María Romero Salas. *Libertas* es el diario católico, cabecera de un red de prensa aún relevante, con varias revistas y periódicos comarcales –como *La Juventud*, semanario de 1904, en Cebú-, pues la iglesia católica ha de responder al incremento de la propaganda protestante, con publicaciones presbiterianas y metodistas, y, de otro lado, la ya aludida aparición en 1902 de la denominada Iglesia Filipina Independiente, una iglesia nacional –«Aglipayan»- que mantendrá también sus órganos, como el semanario en español titulado precisamente *Iglesia filipina independiente*, surgido en 1902. Esta iglesia tiene claras simpatías en periódicos nacionalistas como *El Grito del pueblo* y, con matices, *El Renacimiento*.

La Democracia, de su lado, representa como vimos la aceptación del poder norteamericano. Trinidad H. Pardo de Tavera, su promotor -cofundador del aludido Partido Federal, que representará esa corriente-, se mantiene a su frente una década; luego lo dirigirán, entre otros, Hugo Salazar, Gaudencio Eleizegui y sobre todo Manuel Bernabé, destacado escritor en lengua española. Cuando Pardo de Tavera fallece en 1927, otro destacado periodista, poco pronorteamericano, Teodoro M. Kalaw, desde las columnas de *La Vanguardia*, le dedica el 9 de septiembre una columna donde afirma:

Pardo de Tavera era entre los nuestros, el más grande, el más decidido y el más honrado campeón del americanismo, del americanismo sano, que no es otro que la importación de lo mejor de la civilización americana. -«Ideas americanas necesitamos», decía Pardo cuando todavía estaba en el poder, «prácticas americanas, instituciones americanas y, especialmente, idioma americano». Estos propósitos los encarnó él (Pardo) en una organización política que, al fracasar en el pueblo, mató a su vez el ideal que la caracterizaba: la anexión.

Esa organización política es el Partido Federal, que desaparece en 1907.

El cierre de *El Renacimiento* lleva a la creación de *La Vanguardia* (y de *Taliba*, en tagalo), en febrero de 1910, impulsada por el último editor de *El Renacimiento*, Martín Ocampo (1852-1927), que morirá exiliado en Guam, y con Fernando M. Guerrero de director. Años después, en 1916, el periódico pasará a manos de Alejandro Roces y conocerá una etapa de menor militancia y una discreta independencia. El diario llegará hasta los días de la II Guerra Mundial. El nacionalismo se refuerza también en 1910 con *El Ideal*, diario que dirige Arsenio N. Luz, uno de los grandes impulsores del carnaval

manileño, y donde el escritor Jaime C. de Veyra (Tanawan, 1873-1963) mantiene una leída sección, «Efemérides filipinas». Se editará hasta 1922.

Junto a los diarios, no falta una prensa satírica en lengua española o en español y otros idiomas, como *El Hisopo*, 1906, que introduce textos en chabacano, o *Chispazos*, que se imprime en 1907-1908, dirigida por José Sedano Colenge. *Lipag Kalabaw*, pese a su cabecera en tagalo, es un satírico en lengua española asimismo de 1907-1908. Pero son títulos que, al contrario que los diarios, no se consolidan. Nacen los primeros periódicos orientados a los trabajadores, como *La redención del obrero*, del que aparecerán 20 números en 1903-1904. Su creador es Isabelo de los Reyes, uno de los promotores de la Iglesia filipina independiente –de hecho se oferta conjuntamente con el semanario órgano de ésta-. De ideario muy contradictorio, en el número dos, del 15 de octubre, el editorial con el que se abre el número, titulado «Redimamos a la obrera», concluye con esta pintoresca reivindicación:

Basta de esclavitud. Redimamos a las pobres mujeres filipinas formando asociaciones de damas cristianas que persigan este humanitario objeto, así como en Europa ya están formándose otras análogas encabezándolas las emperatrices, reinas, princesas y demás señoras ilustres.

Le sucede, aunque por poco tiempo, *El Trabajo*.

La batalla de los idiomas y su futuro se libra desde luego en la escuela, dominada por el inglés. No hay siquiera periódicos pedagógicos para favorecer la enseñanza en español. En 1902 apuntamos, pero parece iniciativa aislada, una edición en España para Filipinas de El mentor de los niños, enciclopedia para la primera enseñanza, que ha redactado años antes el pedagogo asturiano Acisclo Fernández Vallín y Bustillo. En diciembre de 1904, por ejemplo, asoma *The Filipino Teacher*, mensual, que distribuye el gobierno norteamericano gratuitamente. Luego será órgano de la Asociación Filipina de Profesores, dirigido por Vicente Díaz. En sus primeros años se redactará en inglés y español, luego solo en inglés. En julio de 1907 Filipinas celebra sus primeras elecciones para elegir un parlamento autónomo, 80 miembros, el Partido Nacionalista obtiene 59 de ellos, una gran victoria, y el Partido Nacional Progresista, heredero del Federal, 16. En octubre se constituye la primera Asamblea, que presidirá Sergio Osmeña, tan perseguido por las autoridades norteamericanas cuando redactaba en Cebú *El Nuevo Día*.

No obstante las ausencias señaladas, en la primera década del siglo surgirán en Manila numerosas y en algún caso notables publicaciones especializadas en español. En 1903-1904 Manuel Artigas Cuerva dirige *El Maquinista*, órgano de la Asociación de Maquinistas Terrestres y Navales de Filipinas. En 1904 comienza el *Boletín de la Cámara de Comercio Filipina*, que se edita hasta 1913. De mayo de 1905 data la *Revista histórica de Filipinas*, mensual. En 1905-1905 se edita el curioso *Boletín de la*

Clínica Electroterápica, que dirige el médico Antonio de Asís. En 1907 se imprime *Vida Filipina*, semanal. También como publicación ilustrada surge en 1908 la *Revista Popular*, mensual. En ese mismo año, 1908, aparecen la *Revista Científica de Filipinas*, mensual asimismo, *Domus Aurea*, de corta vida, *Enciclopedia Filipina*, que edita su primer número en febrero, y sobre todo *Excelsior*, dirigida por Luis Sors, mensual en principio, luego decenal, será la más destacada revista ilustrada y de amenidades en español hasta los días de la II Guerra Mundial y desempeña un papel relevante en el seno del periodismo en lengua española. En 1908 comienza también a editarse la *Biblioteca Nacional Filipina*, mensual, que dirigirá el historiador Manuel Artigas Cuerva (1866-1945) y con la historia dominando en sus contenidos; cesa en 1911. Igualmente con contenido cultural y con gran apertura surge en 1910 *Cultura Filipina*, órgano de una asociación del mismo nombre, mensual asimismo y dirigida por Narciso Rangel Rodríguez. Dispone de imprenta propia y organiza al mismo tiempo una pequeña editorial, pero cesa en 1914.

También de 1910 data la *Revista filipina de Medicina y Farmacia*, órgano del Colegio de Médicos y Farmacéuticos, mensual, y llamada a superar las tres décadas en publicación. Es otra publicación que solo cesa en 1941, con la guerra. De excelente nivel, publica por ejemplo notables trabajos sobre remedios para la enfermedad del beri-beri. Ese mismo 1910, cuando cesa el diario *El Renacimiento*, surge la revista semanal ilustrada *Renacimiento Filipino*, impulsada por Martín Ocampo, que se mantiene al menos hasta 1912. Al concluir la década, como refleja el cuadro nº 1, la prensa filipina en español o bilingüe supera los veinte títulos, de un total aproximado de 50 publicaciones en edición.

Cuadro nº 1.- La prensa en español de Filipinas en 1910

Título	Ciudad	Frecuencia de aparición	Fundación	Idiomas	Rasgos. Difusión
<i>El Adalid</i>	Iloilo	Diario	1907	Español	Información general. Nacionalista
<i>El Atalaya de Negros</i>	Bacolod	Diario	1910	Español	Información general
<i>Biblioteca Nacional Filipina</i>	Manila	Mensual	1909	Español	Cultural
<i>Boletín de la Cámara de Comercio filipina</i>	Manila	Mensual	1904	Español	Comercial
<i>Boletín oficial</i>	Manila	Trisemana	1905	Español e	Información

		I		Inglés	oficial
<i>El Comercio</i>	Manila	Diario	1869	Español	Información general. Conservador Independiente
<i>The Courier</i>	Cebú	Semanal	1907	Español e inglés	Información general
<i>Cultura Filipina</i>	Manila	Mensual	1908	Español	Cultura
<i>La Democracia</i>	Manila	Diario	1899	Español y tagalo	Información general. Nacionalista
<i>Excelsior</i>	Manila	Decenal	1908	Español	Literatura y amenidades. 2.000
<i>Filipino Teacher</i>	Manila	Mensual	1904	Inglés y español	Educación
<i>El Ideal</i>	Manila	Diario	1910	Español	Información general. Nacionalista
<i>Libertas</i>	Manila	Diario	1899	Español	Información general. Católico
<i>El Mercantil</i>	Manila	Diario	1902	Español	Información general. Independiente
<i>Mindanao Herald</i>	Zamboanga	Semanal	1903	Inglés y español	Información general
<i>Nuevo Herald</i>	Iloilo	Diario	1903	Español	Información general. Independiente
<i>La Paz</i>	Nueva Cáceres	Semanario	1902	Español, inglés y bicolano	Información general. Independiente
<i>Philippine Agricultural Review</i>	Manila	Trimestral	1908	Inglés y español	Agricultura
<i>Philippine Free Press</i>	Manila	Semanario	1908	Inglés y español	Independiente. 6.750 ejemplares.
<i>El Precursor</i>	Cebú	Bisemanal	1907	Español y bisayano	Información general.

					Nacionalista
<i>Renacimiento filipino</i>	Manila	Semanal	1910	Español	Revista ilustrada
<i>Revista Científica de Filipinas</i>	Manila	Mensual	1908	Español e inglés	Divulgación científica. 2.000
<i>El Tiempo</i>	Iloilo	Diario	1900	Español	Federalista. 1.000 ejemplares
<i>La Vanguardia</i>	Manila	Diario	1910	Español	Información general. Nacionalista
(Estilo RiHC_CuerpoTextoTabla)		Celda 2.1	Celda 3.1		
Celda 1.2		Celda 2.2	Celda 3.2		
Celda 1.3		Celda 2.3	Celda 3.3		
Celda 1.4		Celda 2.4	Celda 3.4		
Celda 1.5		Celda 2.5	Celda 3.5		

Fuente: Anuario Ayer and Son's 1911 y elaboración propia.

Los años diez permiten, gracias al crecimiento demográfico y -con altibajos- económico, pero también la mayor estabilidad política, una decidida expansión de la prensa en el país. Entre 1910 y 1920 se dobla prácticamente el número de títulos y publicaciones, que al finalizar la década supera ya claramente el centenar. El español conserva buen número de cabeceras, y ofrece clara mayoría entre los diarios, pero en la prensa especializada el inglés compite abiertamente con el castellano, que se mantiene como idioma oficial pero encuentra crecientes dificultades en las escuelas y en otros ámbitos. En Manila se editan de promedio siete diarios en español. El núcleo más estable está compuesto por dos veteranos periódicos conservadores moderados, *El Comercio* y *El Mercantil*, y el diario católico *Libertas*, que difunde unos 3.000 ejemplares, y que suspendido en 1918 por las autoridades será sucedido a los pocos meses por *La Defensa*, que aunque tendrá menos éxito se mantendrá como cotidiano algo más una década. *La Democracia*, animado por Manuel Bernabé, defiende ahora al Partido Progresista, nacionalista moderado. A su izquierda queda *Consolidación Nacional*, que surge en 1913 y dirige Pedro Gil (Cavite, 1889-Manila, 1965), nacionalista, alcanza en sus mejores momentos los 5.000 ejemplares; la misma empresa edita desde 1915 *The Independent*, semanario en inglés y español, que dirige Vicente Sotto, regresado del exilio; Gil ha sido antes el animador también de un

semanario avanzado, *Los Obreros*. Nacionalistas son asimismo, en distintos niveles, *El Ideal* y *La Vanguardia*, que dirige Fernando María Guerrero y afirma superar los 5.900 ejemplares.

Al final de la década se producen cambios relevantes en el seno de la prensa nacionalista. Cesa *Consolidación Nacional*, que en 1918 se transforma en *El Debate*, que asume la numeración de su predecesor, entre sus directores iniciales estarán Francisco Verona y Ramón Torres. Difunde en sus primeros tiempos en torno a los 4.500 ejemplares. Ambos, claramente vinculados al incipiente movimiento obrero filipino, acercan el diario a los sectores obreros, sobre todo de Manila y la isla de Negros. El sector más nacionalista crea en paralelo un nuevo diario en español, *La Nación*, que dirigirán Pedro Gil y luego Gregorio Perfecto (Mandurriao, 1891-Manila, 1949) y se imprime hasta 1923. Será el diario más conflictivo en esos años para la administración norteamericana y supera los 5.000 ejemplares. Perfecto, jurista, combate la corrupción lo que le acarrea numerosas sanciones. En 1945 presidirá el Tribunal Supremo. En paralelo, *El Filipino* es un diario que impulsa Claro M. Recto (Tiálong, 1890-Roma, 1960) y redacta un joven Enrique K. Laygo (Lipa, 1897-Manila, 1932); Recto será uno de los impulsores del Partido Demócrata y destacado escritor en lengua española, al igual que Laygo.

La prensa en español sigue agrupada visiblemente en dos sectores, el nacionalista, que se expresa en castellano o lenguas locales, y la que defiende con matices la herencia y la cultura española, o la religión católica. En un artículo publicado en marzo de 1918 en *The Philippine Review/Revista Filipina*, el periodista Joaquín Pellicena subraya que los diarios «políticos» filipinos se expresan en español, y cita a *El Ideal*, como órgano oficial del Partido Nacionalista; *La Nación*, como órgano del Partido Demócrata, y *La Vanguardia* como nacionalista independiente. *La Democracia*, representa un caso casi aislado de diario pronorteamericano pero en lengua española, y cesa al concluir la década. Tiene un continuador, en *The Philippines Herald*, que comienza en 1920, pero ya, significativamente, en inglés. Lo promueve el futuro presidente Manuel L. Quezón. Hacia 1920 la prensa diaria de Manila en español alcanza en conjunto los 30.000 ejemplares cotidianos y supera claramente a la redactada en inglés o tagalo; pero es su canto de cisne.

Los diarios en español no se circunscriben a Manila, sino que aparecerán con cierto vigor en otras ciudades. En Bacolod, por ejemplo, veremos imprimirse en 1910 *El Atalaya de Negros*, diario independiente que se editará durante un lustro, dirigido por su propietario, Niceto López González. En 1914 será sucedido por *La Restauración*, que se mantiene hasta 1919, bajo dirección de José López Asunción, y en 1917 por *El Noticiero de Negros*, que dirige Ramón L. Navas.

En Cebú tendremos, además de *El Precursor*, de la familia Cuenco, ya aludido, *La Revolución*, en español y cebuano/bisayano, desde 1910, un duradero trisemanario

nacionalista –cesa en 1941, con el estallido de la Guerra- que impulsa Filemón Sotto. En 1913 comienza *La Tribuna*, impulsado a su vez por Manuel C. Briones (Cebú, 1893-1957), abogado y político, que posteriormente, en 1915, crea *El Espectador*, ambos con talante nacionalista. A mediados de la década, Isidro Valmenta, destacado dirigente de la masonería local, funda *La Opinión*.

En Iloilo, a la prensa aparecida en el inicio del siglo, como los diarios *El Tiempo*, federalista, dirigido ahora por José B. Magalona, y *Nuevo Heraldo* (1904-1916), conservador independiente, que dirige en sus últimos tiempos Fravio Zaragoza Cano (1892-1965), se van uniendo otros títulos. Un dirigente nacionalista que morirá muy joven, Nicolás Jalandoni (1882-1911), crea en julio de 1907 *El Adalid* –«diario bilingüe defensor de los ideales del pueblo filipino»-, lo dirigirán Federico Ortiz y luego Engracio Padilla, notario. Se mantiene hasta 1927, no sin dificultades, incluidas las derivadas de frecuentes sanciones, como las de 1913 a tres redactores (1.000 pesos cada uno), difunde unos modestos 700 ejemplares. Posteriores, datan ambos de 1918, son *El Pueblo* y *El Centinela*, diarios. En 1913 se edita por poco tiempo la revista cultural *Biblioteca Ilocana*.

Zamboanga, en Mindanao, ciudad menor que Cebú o Iloilo, no alcanza aún a crear diarios, pero si numerosos y estimables bisemanarios como *La Unión*, en 1913, *La Voz de Mindanao*, en 1914, *El Pueblo* –«catecismo democrático»-, en 1915, *La Voz del pueblo*, que dirigirá Santiago Mendoza y asoma también en 1915, y a final de la década *El Eco de Dava* y, en 1919, *El Fénix*, que dirige José Erquiaga. En San Fernando, región de Pampanga, veremos aparecer semanarios como *El Imparcial* en 1907, que será sucedido en la década siguiente por *El Paladín*, en ambos será figura decisiva el escritor en lengua española Zoilo Hilario (San Fernando, 1891-1963). En Tuguegarao Adrián Guzmán crea en 1914 el semanario *La Verdad*, en español, con sección en ibanag. Alcanza el cuarto de siglo de existencia, y en sus últimos años incluye una sección en inglés. En Lingayen, región de Pangasinan, veremos surgir con edición en español y pangasiano, primero *Palaris*, en 1914, semanal, y luego, en 1917, *Heraldo pangasinan*, también semanario.

Los años diez serán también los de expansión de la prensa católica, en gran parte en español, impulsada por una Iglesia que ha superado los difíciles años iniciales de siglo, de fuerte anticlericalismo, como hemos resaltado, por la vinculación del clero con el régimen colonial español. Ahora, junto al diario *Libertas* veremos numerosos periódicos menores, bastante estables por lo general, en Cebú, por ejemplo, el futuro arzobispo José María Cuenco (Cebú, 1885-1972) impulsa en 1915 el semanario *El Boletín católico*, que se mantendrá hasta los días de la guerra. En Calvayog el obispado lanza en 1911 *Eco de Samar y Leyte*, semanal, que alcanza las tres décadas de vida. En 1918 la Federación católica de Filipinas imprime en la capital *La Verdad*, mensual, pero no pasa de los números iniciales. Las Congregaciones Marianas publican el mensual

Hoja azul. El título principal será *Cultura social*, revista mensual que comienza en 1913, impulsada por el arzobispado de Manila, llamada a relativa larga duración -cesa a finales de 1941, con la guerra-, de un contenido muy conservador, del que es muestra este editorial del número 113, de mayo de 1922:

¿Por qué, si somos nosotros, católicos, hemos de buscar el aprecio, el favor y la amistad de nuestros enemigos los herejes o sectarios? ¿Por qué, si sabemos que su culto es falso e injurioso a nuestro Dios, hemos nosotros de asistir a sus funciones, bautizos, matrimonios o entierros? ¿Por qué hemos de secundar sus obras, y comunicar con ellos, más o menos directamente en asuntos de religión? ¿No creemos que los herejes y los sectarios son enemigos de nuestro Dios, que es nuestro verdadero Padre? Pues, ¿por qué los hemos de tratar como si fueran de nuestra propia familia? Si San Pablo en su segunda carta, capítulo V, exhorta a los fieles de Corinto a que no se mezclen, ni en los banquetes, con los deshonestos, con los maldicientes, ¿cuánto más habrá que huir de los herejes y sectarios, por ser el pecado de estos mucho más grave que el de los primeros?

En el número de noviembre del mismo año, *Cultura Social* ofrece una relación de prensa católica filipina. Son 17 títulos, de ellos siete exclusivamente en castellano, incluido el diario *La Defensa*, uno en inglés, otro en tagalo, en tanto ocho se redactan en varios idiomas, casi siempre uno de ellos es el español.

La prensa especializada, salvo la religiosa, se concentra en Manila. Conforme avanza la década esa prensa tiende a expresarse preferentemente en inglés. No dejan de aparecer nuevos títulos en lengua española, pero en número inferior al de la década precedente. Surgen periódicos satíricos, como *El Antípoda*, quincenal de 1919, y *El Antifraile*, por las mismas fechas, pero es un género que parece agotarse. *Feria de Novedades* es una revista comercial semanal que asoma en 1915, animada por José A. del Barrio, pero no consigue consolidarse. A partir de 1913 se imprime *El día filipino*, a modo de anuario ilustrado, que tampoco arraiga. En 1914-1915 Teodoro M. Kalaw dirige el boletín mensual masónico *Hojas sueltas*. En 1918 otro breve intento de revista ilustrada, la *Revista Popular de Filipinas*. El colegio católico San Beda, de los benedictinos, toda una institución en Manila, crea en 1916 la revista mensual *Ecos*, que seguirá hasta la guerra, pero en los años treinta es ya una revista bilingüe español-inglés.

Se mantienen publicaciones como *el Boletín oficial de la Cámara de Comercio española en Filipinas*, en nueva época desde 1916, mensual; alcanza a 1941. En 1918 Luis Sors vende *Excelsior*, decenario, al empresario filipino Adolfo García, aunque continúa al frente de la publicación, que se convierte en un buen exponente del notable momento que alcanza entonces la literatura filipina en lengua española. Sigue la *Revista filipina de Medicina y Farmacia*, mensual, pero se echan en falta, y es significativo, revistas educativas e incluso jurídicas.

Los años diez son también una etapa de florecimiento de las publicaciones bilingües en inglés y español, donde el español ocupa en principio una posición destacada. Y por lo general con notable duración. En 1904 surgía en Manila el mensual *Justicia*, con predominio del español; en 1908 se crea *Philippines Free Press*, un semanario de amplia circulación, llamado a muy larga vida –sigue en publicación, desde hace años como decano de la prensa filipina–, bilingüe es asimismo *The Philippine Review/Revista Filipina*, que tendrá como director-propietario a Gregorio Nieva, que la mantiene de 1916 a 1921, como revista de alta paginación, y cuidado contenido fotográfico donde publican textos muchos de los mejores escritores en español de la época y destacados políticos: Jesús Balmori, Epifanio de los Santos, Francisco Varona, Joaquín Pellicena, Sergio Osmeña...

5 La decadencia: 1920-1941

Tras los cambios de 1918-1919, con la irrupción de *El Debate* y *La Defensa*, apenas se crean diarios en español en Manila, aunque si aparecerán algunos en ciudades como Iloilo o Cebú. En 1925 comienza en la capital *La Opinión*, que al año siguiente –el 15 de abril de 1926– se fusiona con *El Comercio*, veterano y en decadencia, para quien la muerte de su director y propietario, José Ageo de Loyzaga en ese año resulta decisiva. La cabecera fusionada se mantendrá hasta el 30 de septiembre de 1938. En sus primeros años lo dirige el escritor en español y tagalo Rosauro Almario (Manila, 1886-1933). Pero antes de esa fusión han desaparecido *La Nación* en 1923 –el nacionalismo filipino tiende ya como hemos visto a expresarse en inglés, además de los idiomas locales– y *El Ideal*, que lo hace en 1922, fecha en que también ha cesado *La Democracia*. Comparativamente, los datos no son tan negativos. Filipinas ofrece en la tercera década del siglo una veintena de diarios, de ellos diez son redactados exclusivamente en español, cinco en Manila y cinco, dato llamativo, en Iloilo, hay tres diarios en inglés, dos en tagalo y otros dos en chino –todos en Manila–, y dos diarios bilingües en Cebú, uno de ellos –*La Revolución*– en español y cebuano. En 1920 o 1925 lanzar un nuevo diario es empresa mucho más compleja que en 1900 o 1905. Comienzan a configurarse grupos empresariales que editan periódicos en varios idiomas.

Pero si en el sector de diarios en español las novedades comienzan a ser escasas y su número tiende a reducirse, algunos tipos de prensa especializada siguen brotando. En junio de 1923 comienza el *Boletín eclesiástico de Filipinas*, que había conocido una primera etapa en el periodo colonial. Impulsado por el arzobispado, se mantendrá en edición mensual hasta diciembre de 1941, cuando la II Guerra Mundial llega a Filipinas, reaparece en 1946 y se mantiene con edición en español hasta 1960, continúa luego

en inglés. Su primer director, hasta 1928 será Francisco Cubeñas, rector del seminario, le continuará hasta 1933 el P. Alberto Santa María. En el mismo año, de visible replanteamiento de su política de prensa por parte de la iglesia católica filipina y con importante papel de la Universidad Santo Tomás, surgen, asimismo en Manila, el *Boletín de la iglesia de San Ignacio* y *Hojas del catecismo*, dos publicaciones mensuales, la segunda de más larga vida. En Zamboanga se crea *Hojas católicas*, quincenal. En 1929 comienza a editarse en Manila el *Boletín de los Caballeros de Colón*, que solo se mantiene hasta 1931.

Título relevante es *Trabajo*, un mensual que crea en 1921 Joaquín Balmori, hermano del escritor Jesús Balmori. Joaquín ha ido uno de los impulsores en 1917 de la Federación del Trabajo de Filipinas y en ese 1921 impulsa su órgano oficial, *Trabajo*, un modesto pero meritorio periódico en español y tagalo que se va mantener hasta la guerra, en sus últimos años como quincenal. En 1923 se edita, pero por poco tiempo, *El progreso económico de Filipinas*, mensual, y en 1924 se crea, con poca vida asimismo, *Estudio*, semanal. En 1925 aparecen dos modestos periódicos portuarios mensuales, en Manila el *Heraldo Marítimo*, y en Cebú el *Boletín Marítimo*. En septiembre de 1927 nuevo intento de revista femenina, *La Mujer*, muy breve. Brotan también revistas de carnaval, por lo general episódicas, como *Carnaval* y *Confetti* (1921), ésta en español y tagalo.

El panorama fuera de Manila es diferente; aunque el inglés avanza en la prensa diaria, veremos editarse un buen número de diarios bilingües, en el que normalmente el español es uno de los dos idiomas y el otro la lengua de la región. El proceso más relevante es el que vive la prensa en Iloilo, que desde los años diez se convierte en eje de la industria azucarera y vive un buen momento económico, que se traduce en una buena coyuntura para su prensa, todavía redactada de forma claramente mayoritaria en español, de forma que durante la década de los veinte se editarán en la ciudad cinco diarios en lengua española a un tiempo. *El Adalid*, el título veterano, *El Centinela*, de 1918, *El Pueblo*, del mismo año, *La Tribuna*, de 1923, y *Prensa Libre*, de 1925, que ha sido precedido por *La Prensa*. Estos dos últimos son diarios creados por José María Nava (1891-¿?), personaje polifacético, escritor y cantante, pero sobre todo destacado líder obrero y artífice de la creación de la Federación Obrera de Filipinas, en tanto los demás, con matices, representan los intereses de los empresarios azucareros.

También surgen los periódicos menores redactados exclusivamente en español: *Ideales*, que comienza en 1920 en Daguyan, por ejemplo, un quincenal que se edita durante una década; o *El Imparcial*, bisemanario de Zamboanga, que dirige Agustín L. Álvarez. Lo usual es ya el bilingüismo: en Vigan asoma en 1923 *El Mensajero*, en español e ilocano; en Silay lo hacen *Civismo*, trisemanario en castellano y bisayano en 1924 y al año siguiente *El Nacional*, semanario en los mismos idiomas. *Vox Populi*, se

edita en Lucena desde 1925 como semanario bilingüe, pero en este caso español e inglés.

En 1920 se crea el premio Zóbel, hoy el galardón literario más antiguo de Filipinas, para premiar la creación en lengua española. En los años siguientes lo obtendrán buen número de escritores-periodistas, como Manuel Bernabé, Enrique K. Laygo, Manuel Ravago, Jesús Balmori, Flavio Zaragoza o Pedro Aunario.

Cuadro nº 2.- La prensa en español de Filipinas en 1927

Título	Ciudad	Frecuencia de aparición	Fundación	Idiomas	Rasgos. Difusión
<i>El Adalid</i>	Iloilo	Diario	1907	Español	Información general
<i>Ang katarungan</i>	Cagayan	Semanal	1917	Español y bisayano	Información general
<i>The Bicol news</i>	Naga	Bisemanal	1926	Inglés, español y bicolano	Información general
<i>Boletín católico</i>	Cebú	Semanal	1915	Español, inglés y bisayano	Católico
<i>Boletín de la iglesia de San Ignacio</i>	Manila	Mensual	1923	Español	Católico
<i>Boletín eclesiástico de Filipinas</i>	Manila	Mensual	1923	Español	Católico
<i>Boletín marítimo</i>	Cebú	Mensual	1925	Español	Información portuaria
<i>Boletín oficial de la Cámara de Comercio española en Filipinas</i>	Manila	Mensual	1916	Español	Comercial
<i>Cable Tow</i>	Manila	Mensual	1923	Inglés y español	Masónico
<i>Centinela, El</i>	Iloilo	Diario	1918	Español	Información general
<i>China Light review</i>	Manila	Mensual	1926	Inglés, español y chino	Comunidad china

<i>Civismo</i>	Silay	Trisemanal	1924	Español y bisayano	Información general
<i>Cultura social</i>	Manila	Mensual	1913	Español	Órgano del Ateneo de Manila
<i>El Debate</i>	Manila	Diario	1913	Español	Independiente
<i>La Defensa</i>	Manila	Diario	1919	Español	Católico
<i>Diario de sesiones de la legislatura filipina</i>	Manila	Diario	1926	Español e inglés	Parlamento filipino
<i>Ecos</i>	Manila	Mensual	1916	Español	Escolar (Colegio San Beda)
<i>Eco de Samar y Leyte</i>	Calbayog	Semanal	1911	Español y bisayano	Católico (obispado)
<i>Estudiantina</i>	Cebú	Mensual	1925	Español e inglés	Escolar (Colegio San Carlos)
<i>Excelsior</i>	Manila	Decenal	1909	Español	Literatura y amenidades
<i>Far Eastern free mason</i>	Manila	Mensual	1916	Inglés y español	Masónico rito escocés
<i>El Fénix</i>	Zamboanga	Bisemanal	1919	Español	Información general
<i>El Filipino</i>	Manila	Quincenal	1923	Inglés, español e ilocano	Información general
<i>Heraldo Bicol</i>	Legazpi	Bisemanal	1914	Inglés, español y bicolano	Información general
<i>Heraldo marítimo</i>	Manila	Mensual	1924	Español	Información portuaria
<i>Hojas católicas</i>	Zamboanga	Quincenal	1923	Español	Católico
<i>Hojas de catecismo</i>	Manila	Semanal	1923	Español	Católico
<i>Ideales</i>	Dagupan	Quincenal	1920	Español	Información general
<i>El Imparcial</i>	Zamboanga	Bisemanal	1924	Español	Información general
<i>The</i>	Manila	Semanal	1915	Inglés y	Información

<i>Independent</i>				español	general
<i>Isagani</i>	Manila	Semanal	1925	Español	Información general
<i>Kusug sa Katarungan</i>	Dumaquete	Semanal	1926	Español, inglés y bisayano	Información general
<i>La Lucha</i>	Manila	Semanal	1909	Español e ilocano	Información general
<i>El Mensajero</i>	Vigan	Semanal	1923	Español e ilocano	Información general
<i>El Mercantil</i>	Manila	Diario	1902	Español	Información general
<i>Monthly Bulletin of the Philippine Health Service</i>	Manila	Mensual	1925	Inglés y español	Salud
<i>El Nacional</i>	Silay	Semanal	1925	Español y bisayano	Información general
<i>El Obrero</i>	Tacloban	Semanal	1924	Español, inglés y bisayano	Información general
<i>Official Gazette</i>	Manila	Trisemanal	1905	Inglés y español	Información oficial
<i>La Opinión-El Comercio</i>	Manila	Diario	1926	Español	Información general
<i>Philippine Agricultural Review</i>	Manila	Trimestral	1908	Inglés y español	Agricultura
<i>Philippines Free Press</i>	Manila	Semanal	1908	Inglés y español	Independiente
<i>Pinoy</i>	Capiz	Semanal	1926	Inglés, español y bisayano	Información general
<i>The Plain Dealer</i>	Manila	Semanal	1926	Inglés y español	Información general
<i>El Precursor</i>	Cebú	Bisemanal	1908	Español y bisayano	Información general
<i>Prensa libre</i>	Iloilo	Diario	1925	Español	Información general
<i>El Pueblo</i>	Iloilo	Diario	1918	Español	Información general

<i>Revista de la Cámara de Comercio de las islas Filipinas</i>	Manila	Mensual	1915	Español	Comercio
<i>Revista filipina de Medicina y Farmacia</i>	Manila	Mensual	1910	Español	Medicina
<i>La Revolución</i>	Cebú	Diario	1915	Español y bisayano	Información general
<i>Sinceridad</i>	Tuguegarao	Semanal	1926	Español, inglés e ibanago	Información general
<i>Sugar Central and Planters News</i>	Manila	Mensual	1920	Inglés y español	Economía
<i>Tingog sa Lungsod</i>	Dumaquete	Semanal	1926	Español, inglés y visayano	Información general
<i>El Trabajo</i>	Manila	Mensual	1921	Español y tagalo	Obrerista
<i>La Tribuna</i>	Iloilo	Diario	1923	Español	Información general
<i>Unitas</i>	Manila	Mensual	1922	Español	Universidad Santo Tomás
<i>La Vanguardia</i>	Manila	Diario	1910	Español	Información general
<i>La Verdad</i>	Tuguegarao	Semanal	1914	Español e ibanago	Información general
<i>Vox Populi</i>	Lucena	Semanal	1925	Inglés y español	Información general
<i>La Voz del pueblo</i>	Zamboanga	Bisemanal	1915	Español	Información general
<i>Woman's outlook</i>	Manila	Mensual	1922	Inglés y español	Revista ilustrada

Fuente: Bureau of Posts, Manila, febrero de 1927.

La década que precede a la entrada de Filipinas en la II Guerra Mundial, los años treinta, representan una etapa muy intensa para el país, que en 1934 se dota de un avanzado régimen de autonomía que debe preceder a la plena independencia, prevista

para una década después. El español se mantiene como idioma oficial, pero al inicio de los años treinta se estima que es ya el idioma habitual de poco más de 400.000 filipinos -con creciente edad promedio-, cuando el país alcanza los 20 millones de habitantes. Al final de la década, el país superan las 300 publicaciones, de ellas una cuarta parte incluyen informaciones en español; solo 25 se editan ya exclusivamente en castellano, si bien ocho de ellas son diarios.

No se crean nuevos diarios en español en Manila. El principal órgano católico, el diario *La Defensa*, ha de pasar en 1931 a bisemanal e incluir secciones en inglés. Antes, a finales de 1930, ha cesado *El Mercantil*, cuando la avanzada edad de Romero Salas - que fallece en 1931- le impide dirigirlo, y como empresa muy personal, y bien poco rentable, no sobrevive. El intento promovido por *Voz española* de fusionar publicaciones menores y lanzar un diario, a fines de 1932, no cuaja. Manila mantiene solo tres diarios en español, dos de ellos *La Vanguardia* y *El Debate*, se vinculan a grandes grupos de comunicación para los que el cotidiano en español es secundario. *La Opinión-El Comercio* se mantiene con dificultad sin ese paraguas y acaba sucumbiendo en 1938. Mediada la década se estima que esa prensa exclusivamente en español, no alcanza los 80.000 ejemplares, muy por bajo de la impresa en inglés, que supera ya el centenar y medio de publicaciones, entre ellas varios diarios de gran difusión, y también por la editada en tagalo. Esos títulos, incluidos los ocho diarios de información general, es un número apreciable, pero se trata visiblemente de órganos de reducida audiencia. El grupo TVT, el de la familia Roces, mantiene, junto a publicaciones menores, pero algunas -como el semanario *Liwayway*- de notable tirada, tres diarios, *The Tribune*, en inglés, *Taliba*, en tagalo, y *La Vanguardia* en español. Este diario, ahora de gran formato, ocho columnas, ofrece un suplemento semanal, «Sabatino de *La Vanguardia*». El otro gran grupo es DMHM, propiedad del naviero Vicente Madrigal y con otro destacado empresario, Andrés Soriano, entre los principales accionistas, con *The Philippine Herald*, en inglés, *Mabuhay*, en tagalo, y *El Debate*, en español. En inglés y español se redactan el *Diario de Sesiones* de la Asamblea filipina y la *Official Gazette*, trisemanal, ésta desde 1905. *La Vanguardia* y *El Debate*, difunden en conjunto en 1940 los 32.000 ejemplares.

Fuera de Manila, si bien se mantienen, algo mejor, media docena de diarios, apenas se crean títulos nuevos. En Cebú, por ejemplo, solo comienza en los años veinte un nuevo periódico en español, el semanario *El Demócrata*, de 1928, impulsado por el líder político Nicolás Rafols (Toledo, Cebú, 1894-Manila, 1947); incluso la iglesia católica se inclina por órganos en lengua local, cebuano, como el semanario *Lungsuranon* (1934), aunque se mantiene *El Boletín católico*, en español. No obstante, en 1940 aparecerá, promovido por la familia Escaño, notable grupo empresarial local, un nuevo diario en español, *La Nación*, que los acontecimientos de 1941, con la invasión japonesa, convierten en efímero. En los mismos días cesan también, obligados por las circunstancias, *La Revolución*, diario, y *El Precursor*, bilingüe, en sus últimos años

bisemanario. En 1936-1937 se edita también en Cebú un modesto quincenal en español, *Patria*.

Mejor es la situación en Iloilo, donde se editan en estos años cuatro diarios en español, de pequeña tirada todos: *El Centinela*, que dirige Luis Guzmán Rivas, otro escritor-periodista que en 1940 obtendrá el premio Zóbel, *La Tribuna*, dirigido por Patricio Zaldariaga (1883-1954), *El Tiempo*, fundado en 1929, y *Prensa Libre*, el único de ellos con orientación de izquierdas. En 1936 se crea la revista mensual *Chismes*.

Otra media docena ciudades ofrecen prensa de información general en español, pero ya no como único idioma, serán Zamboanga, Bacolod, Tuguegarao, Legazpi, Ilagan y Calbayog. Destaca la prensa de la primera, con el trisemanario *La Antorcha* y los bisemanarios *El Criterio* y *El Informador* que, surgidos a principio de la década de los treinta, llegarán hasta los días de la guerra. Se editan en español, «dialecto» - chabacano- e inglés. En Ilagan se edita desde 1935 *La Atalaya*, en Bacolod se crea en el mismo año *La Linterna*, semanario de talante progresista, dirigido por Alberto Vásques. Al mismo tiempo continúan desde los años diez *La Verdad*, en Tuguegarao; *Heraldo de Bicol*, en Legazpi, y *Eco de Samar y Leyte* en Calbayog.

En 1937 el tagalo pasa a ser considerado lengua oficial, y aunque el español se mantiene asimismo, formalmente, como lengua estatal, su carácter subalterno es patente. El inglés domina la escuela y el ámbito público. En Manila y algunas ciudades importantes se mantienen colegios religiosos, con enseñanza en español, pero por lo general elitistas. Varios editan revistas, como *El Letranense*, órgano del colegio San Juan de Letrán de Manila, dirigido por dominicos. Su papel como lengua familiar es ya muy reducido. Pese a ello, se constata que en los años treinta y hasta la guerra, no dejan de aparecer pequeños periódicos en español, aunque se evidencia que van dirigidos mucho más a la propia colonia española que al público filipino en general. Al inicio de la década, por ejemplo, asoman en Manila los semanarios *Voz española* y *Nuestra España*; aquel es un semanario de 1931-1932, que funda Alberto Carlos, de un feroz conservadurismo, que le llevara a defender al dictador Primo de Rivera e incluir colaboraciones de los escritores o políticos españoles más conservadores, de Ramiro de Maeztu al doctor Albiñana. Simpatizante de la República, pero equilibrado, es *Nuestra España*, que dirige Carlos de Oteyza y tiene un final significativo: los núcleos antirrepublicanos de la colonia española en Manila, económicamente potentes, planifican su desaparición: adquieren el periódico, que atraviesa dificultades, pagan atrasos y lo cierran al poco. En ambos casos, sus informaciones, con amplio contenido sobre cuanto ocurre en la península ibérica, van claramente destinadas a la comunidad española en las islas. No es el caso, pero constituye una excepción, de *Unión*, un semanario que comienza en 1932 dirigido por el veterano líder independentista Vicente Sotto, como órgano del partido que encabeza, Unión Cívica. Será el principal defensor de la República española en Filipinas. En 1936 añade una sección en inglés.

En similar línea, *Estado Libre*, semanario que comienza en 1936. Cuando estalla en 1936 la guerra en España, esa prensa en español filipina defenderá en su mayoría al bando de los sublevados, que incluso crea una prensa afín, como los periódicos y boletines *Yugo*, impulsado por simpatizantes de Falange Española y dirigido por Antonio Ferrer Gutiérrez, *Flechas*, *Arriba España* y *Pro Cervantes* —éste más orientado a la defensa del idioma—, mensual dirigido por Enrique de Maristela, en tanto la república contará con las simpatías de *Democracia española*, decenal, que impulsa en 1937 el español Pío Brun Cuevas y llega al fatídico 1941 (Rodao, 2012: 468- 491). Claramente inclinada al bando franquista está asimismo *Excelsior*, la principal revista ilustrada, que en 1934 alcanzaba los mil números editados, pero que pasa de decenal a quincenal y en 1937 a mensual, manteniendo con dificultades los 2.500 ejemplares de venta promedio.

Aunque no falta algún nuevo periódico satírico —como *Kikirikí*, mediada la década— y desde luego muchas nuevas publicaciones católicas —*Todos misioneros*, *Juan de la Cruz*, *Apostolado de la Oración*, en Manila, *El Misionero*, en Baguío...— la prensa en español atraviesa crecientes dificultades ante la paulatina reducción de su público potencial. En ese contexto, la invasión japonesa, iniciada en diciembre de 1941 en el transcurso de la II Guerra Mundial, inicia un profundo proceso de cambio en el que la prensa en español será precisamente la gran perdedora, ausente en la prensa de la guerrilla, y con el estigma de la vinculación de España con los países del Eje, aunque al final del conflicto, en abril de 1945, de forma muy oportunista, España declare la guerra a Japón.

6 Conclusiones

El final de la breve guerra entre España y EE UU, que supone para la primera la pérdida de las islas, inicia una nueva etapa en la evolución de la prensa en Filipinas, si en principio los órganos redactados en español son mayoritarios y abarcan muy distintos tipos de prensa, incluida la más nacionalista y hasta en algunos casos la pro-norteamericana, y desde luego la católica, luego la imposición paulatina del inglés como lengua escolar y económica irá relegando al español y a su prensa, a partir sobre todo de que —mediados los años veinte— pasen a dominar en la sociedad filipina las primeras generaciones educadas en lengua inglesa.

Entre 1898 y 1899 hay una clara continuidad —no hay ningún tipo de represión contra los españoles, si contra los independentistas filipinos— en las personas que realizan los periódicos filipinos, pero no en las cabeceras, donde la ruptura es casi total.

No se detectan esfuerzos ni estrategias desde España para ayudar al mantenimiento de esa prensa en español –y obviamente tampoco desde las repúblicas latinoamericanas-, fuera de alguna declaración platónica. Casi se desconoce su propias importancia, como muestra algún viajero español por el archipiélago, Vicente Blasco Ibáñez es un ejemplo. Si se evidencia en el nacionalismo filipino –y el movimiento obrero- que eligen claramente en principio el idioma español como instrumento vehicular para llegar a un pueblo caracterizado precisamente por la dispersión lingüística –Filipinas mantiene por entonces en torno a las 175 lenguas vivas-; desde los años veinte el nacionalismo tiende a expresarse en inglés, en tanto potencia las lenguas locales, sobre todo el tagalo.

Paulatinamente la prensa redactada en lengua española, y especialmente en Manila, tenderá a ser órgano de la colonia española y en buena medida de la iglesia católica más que expresión del pueblo filipino.

No obstante, esa decadencia no debe ocultar que la prensa en español pasa a ser también en estos años el reflejo de un sugestivo proceso de despegue de la literatura filipina, precisamente en lengua española, o que durante varias décadas los sectores más avanzados de la opinión pública filipina prefieran el español al inglés y, en suma, que en conjunto sean varios cientos de títulos en español los aparecidos desde 1899 hasta que la invasión japonesa de la islas a finales de 1941 rompa de nuevo el panorama, en este caso en detrimento, ahora decisivo, de la prensa en español.

7 Fuentes

Bibliográficas

ARTIGAS CUERVA, Manuel (1909), *Los periódicos filipinos: la más completa bibliografía publicada hasta la fecha acerca de los papeles públicos filipinos*, Biblioteca Nacional Filipina, Manila, 224 pp. [Disponible, incompleto, en <http://hdl.handle.net/2027/miun.arb8044.0001.001>]

CAILLES UNSON, Ben (1969), «La literatura hispanofilipina», en *Archivum*, tomo 19, pp. 275-291,

CANO, Gloria (2011), «Filipino Press between Two Empires: *El Renacimiento*», en *Southeast Asian Studies*, Vol. 49, No. 3, pp. 395-430.

COLET VALLADOLID, Alice (2006), «Featuring-- the Philippine press, 1637-2005», Pasig, Manila, 122 pp.

LENT, John A. (1970), «Guerrilla press of the Philippines, 1941-1945» en *Asian Studies*, volumen 8-2, pp. 260-174

PALMA, Rafael (1914), *Voces de Aliento. Colección de artículos literarios*, Imprenta Cultura Filipina, Manila, 217 pp. [Disponible en www.cervantesvirtual.com]

REYES ENCANTO, Georgina (2004), *Constructing the Filipina: a history of women's magazines, 1891-2002*, University of the Philippines Press, Quezon City, 121 pp.

RODAO, Florentino (2011), «De colonizadores a residentes. Los españoles ante la transición imperial en Filipinas», en Elizalde, María Dolores, y Delgado, Josep María, editores, *Filipinas, un país entre dos imperios*, UAB, Bellaterra, pp. 251-297.

RODAO, Florentino (2012), «El español durante la guerra civil: las revistas ideologizadas», en Donoso Jiménez, Isaac, editor, *Historia cultural de la lengua española en Filipinas. Ayer y hoy*, Verbum editorial, Madrid, pp. 459-510.

ROPERO, Godofredo (2008), «Cebu media history: evolving through 100 years 1905-2005», en Philippine Communication Centrum, Manila. [Disponible en ww2.aijc.com.ph/OCCF/mediamuseum/timeline/timeline-cebu.htm]

ROSARIO-BRAID, Florangel, y Tuazón, Ramon R. (1999), «Communication Media in the Philippines: 1521-1986», en *Philippine Studies* vol. 47, no. 3, pp. 291-318.

SORIANO, D. H. (1987), *The Roces family: publishers, with as History of the Philippine Press*, Islas Filipinas Pub., Manila, 146 pp.

TAYLOR, Carson (1927), *History of the Philippine Press*, s/e, Manila, 1927, 62 pp.

Electrónicas

www.archive.org [colecciones de revistas como *Cultura Social* o *Revista Filipina*]

www.cervantesvirtual.com [textos sobre Filipinas]

www.hemerotecadigital.bne.es [colecciones de periódicos como *La redención del obrero* o *Voz española*]

Philippine Communication Centrum: <http://aijc.com.ph>

Repertorios y catálogos

American newspaper annual and directory, Ayer and son's, Filadelfia, 1903/1922.

Rizal Library/Ateneo de Manila: <http://rizal.lib.admu.edu.ph>

EL REGRESO DE LA MONARQUÍA Y LA TRANSICIÓN A LA DEMOCRACIA EN ESPAÑA (1975-78). LOS APOYOS DE LA PRENSA BRITÁNICA¹

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i04.03>

Jaume Guillamet

Universitat Pompeu Fabra

jaume.guillamet@upf.edu

 <https://orcid.org/0000-0001-8385-1588>

Recibido: 28-11-2014

Aceptado: 28-5-2015

Resumen: *El regreso de la Monarquía y la Transición española a la democracia tras la muerte de Franco fueron objeto de una atención especial en la prensa extranjera. En*

¹ Este artículo es resultado de una investigación llevada a cabo en el *Cañada Blanch Centre of Spanish Contemporary Studies* de la *London School of Economics & Political Sciences*, con una beca de la agencia catalana Agaur, en el marco del proyecto “Noticias Internacionales de España. La Transición, 1975-1978”, Plan Nacional I+D+I, CSO 2009 09655.

este artículo, se estudia el papel desempeñado por la prensa británica, en el contexto de las relaciones especiales entre las casas reales de la más antigua y la más joven de las monarquías europeas y la actitud de reserva mantenida por los gobiernos laboristas de Harold Wilson y James Callaghan. Los cuatro principales diarios británicos –The Daily Telegraph, The Times, The Guardian y Financial Times– mostraron su apoyo al proceso de cambio español poniendo énfasis, respectivamente, en el papel del rey Juan Carlos, el espíritu europeísta, el pragmatismo político y el análisis de los objetivos y riesgos. Excepto el primero, se cuestionó inicialmente la capacidad del Rey y la disposición al cambio del presidente Arias. Todos coincidieron en el apoyo a la reforma del presidente Suárez y la necesidad de legalizar al partido comunista y mostraron serias reservas ante algunas insuficiencias de la Constitución.

Palabras clave: Monarquía, transición, prensa, Reino Unido, democracia

Abstract: *The return of the monarchy and the Spanish transition to democracy after Franco's death were given special attention in the foreign press. In this article, the role played by the British press is studied in the context of the special relations between the royal houses of the oldest and youngest of the European monarchy and the attitude of reserve maintained by the Labour governments of Harold Wilson and James Callaghan. The four major British newspapers -The Daily Telegraph, The Times, The Guardian and Financial Times showed their support to the Spanish changing emphasis, respectively, in the role of King Juan Carlos, the European spirit, political pragmatism and analysis of objectives and risks. Except the first, initially it questioned the ability of the King and the willingness to change of President Arias. All agreed on supporting the reform of President Suarez and the need to legalize the Communist Party and showed strong reservations about certain shortcomings of the Constitution*

Keywords: Monarchy, transition, press, United Kingdom, democracy

1 Introducción

La instauración por Franco de una monarquía de nuevo cuño, destinada a continuar el régimen del Movimiento Nacional, fue un hecho insólito en la Europa del último tercio del siglo XX. Las dos guerras mundiales habían acabado con el zarismo ruso, los imperios alemán y austro-húngaro, la monarquía italiana y otras, la última de las cuales en Grecia en 1973. Al anacronismo de la resurrección de un régimen caído en 1931, se unía la incertidumbre de ligarlo a la continuidad de la dictadura, pasando por alto la legitimidad dinástica. El nombramiento del príncipe Juan Carlos de Borbón, sin el apoyo de los monárquicos fieles a su padre y heredero del trono, Juan de Borbón, dejaba al futuro rey en una posición de extrema debilidad, frente a las instituciones corporativas legadas por el dictador y con el único apoyo aparente del Ejército.

Pese a los contactos internacionales tejidos tras su designación en 1969, el Príncipe de España -que no de Asturias, como le correspondía en el orden sucesorio- hubo de afrontar en soledad el momento de la sucesión. Según sus biógrafos (Powell, 1995: 146-156; Preston, 2003: 356-363), tuvo que improvisar a última hora un escenario de apoyos internacionales, tras el entierro del Caudillo, en el que destaca la asistencia de los presidentes de la República francesa, Valéry Giscard d'Estaing, y de la República Federal de Alemania, Walter Scheel, a la misa de coronación del 25 de noviembre de 1975. No tuvo la misma visibilidad como apoyo político significativo la representación del Reino Unido, a cargo del Duque Felipe de Edimburgo, esposo de la reina Isabel. Aunque en 1972 Juan Carlos había tenido una entrevista positiva con el premier Harold Wilson en Londres, el posterior gobierno laborista mantuvo un perfil bajo durante todo el proceso, a causa del antifranquismo de los sindicatos británicos (Preston, 2003: 304 y 362), acentuado por las cinco penas de muerte por terrorismo ejecutadas el 27 de septiembre de 1975.

Terminada la guerra civil, el gobierno conservador de Winston Churchill había maniobrado con la posibilidad de obtener el apoyo del ejército para la restauración de la monarquía española (Portero, 2009: 162-178; Burns, 2009; Wigg, 2005) en la persona del heredero de la corona, Juan de Borbón y Battenberg, que tras la abdicación de Alfonso XIII en 1931 había prestado el servicio militar en la Royal Navy. Los lazos familiares con la gran monarquía tradicional europea, a cuya familia pertenecía la abuela de Juan Carlos, Victoria Eugenia de Battenberg, se mantuvieron principalmente a través de Lord Mountbatten, tío abuelo del príncipe, último gobernador de la India y alto jefe militar de las fuerzas navales británicas y de la OTAN en el Mediterráneo.

Las relaciones con la familia real británica no habían sido ajenas, tampoco, a la boda de Juan Carlos con la princesa Sofía de Grecia, cuyo noviazgo pudo haberse fraguado en la boda de los duques de Kent en la abadía de Westminster, en 1961 (Preston, 2003: 181-

188)². La cordialidad de la reina Isabel en las invitaciones a sus parientes españoles en los últimos años del franquismo (Powell, 1995: 88-99) influyó poco en la actitud del gobierno, de forma que Londres no formó parte de los destinos de los primeros viajes reales, a diferencia de Washington, París y Bonn.

Las relaciones hispano-británicas muestran diferencias de actitud entre la benevolencia geoestratégica del gabinete conservador de Edward Heath y los equilibrios del laborista de Harold Wilson que le relevó en 1974, frente a la hostilidad declarada por los sindicatos y bases del partido (Martín García, 2010: 178-183). Ambos gabinetes coincidieron en una actitud prudente en el tema de Gibraltar, por los apoyos de terceros países a la descolonización que Franco recibía en las Naciones Unidas.

El interés de España en cultivar una buena relación diplomática se debía principalmente al ingreso de la Gran Bretaña en la Comunidad Económica Europea en 1973, tras el levantamiento del veto francés en 1968 con la retirada del general Charles De Gaulle. El aparente desinterés del gobierno de Londres escondería, no obstante, una actitud positiva de Wilson ante el propósito de Juan Carlos de restablecer la democracia en España y contribuir a la estabilidad de Europa Occidental y el Mediterráneo. Aunque la relación de Reino Unido con España en estos años no sea comparable a la de Francia o Alemania, el gobierno y el partido laborista mantuvieron previamente contactos con grupos de la oposición y reformistas del franquismo y apoyaron al PSOE para reforzar las opciones del socialismo moderado frente a los comunistas.

El papel de la prensa extranjera tiene especial interés durante el primer año y medio de la transición, hasta las elecciones de 15 de junio de 1977, a causa de la persistencia del control gubernamental sobre la española -hasta la modificación de los artículos 2 y 69 de la Ley de Prensa sobre limitaciones a la libertad de prensa, por un real decreto de 1 abril- y del compromiso los periódicos españoles con el proceso de cambio político (Barrera, 2009; Fuentes y Fernández Sebastián, 1997: 317-346). En el proceso posterior hacia la aprobación de la Constitución esta atención sigue manteniendo mayor acento crítico, ya que la prensa española sigue constreñida por las limitaciones en la crítica de la monarquía, de la unidad de España y del Ejército, establecidas por el citado real decreto.

En el contexto del apoyo general al cambio democrático manifestado por la prensa extranjera (Guillamet, Mauri, Rodríguez-Martínez, Salgado y Tulloch, 2014), el comportamiento de los principales diarios británicos ofrece un perfil propio. En primer lugar, por las diferencias en las posiciones geoestratégicas entre el Reino Unido, Francia e Italia, así como en las corrientes políticas dominantes en los respectivos

² Uno de los momentos de la estancia de ambos príncipes en Londres da título al libro de Carol (2012), con prólogo del amigo de Antonio Cusí, amigo del Rey.

parlamentos. En segundo lugar, por las diferencias de las tradiciones periodísticas, con mayor atención a la distinción de géneros periodísticos en cuanto a separación de información y opinión. En tercer lugar, por la continuidad en su perspectiva histórica de la guerra civil, de la que se ocuparon extensamente estos diarios, menos afectados que los continentales por los cambios derivados de la II Guerra Mundial³. También la radio británica hizo una intensa cobertura de la guerra de España (Deacon, 2012). La mirada sobre la nueva monarquía española desde la más antigua de las monarquías europeas a la que trata de semejarse añade un elemento de singularidad.

2 Objetivos y metodología

El objetivo de este artículo es presentar el apoyo de la prensa británica a la Transición española en función del perfil propio de cada uno de sus cuatro principales periódicos, a partir de los resultados obtenidos en un proyecto de investigación sobre el papel de la prensa extranjera⁴. El período seleccionado transcurre desde la muerte de Francisco Franco el 20 de noviembre de 1975, hasta la aprobación de la Constitución, el 6 de diciembre de 1978, con la que se produce formalmente el cambio de régimen.

Dicho proyecto ha proporcionado una base de datos de 7.657 textos periodísticos (noticias, crónicas, reportajes, artículos y editoriales) de 11 diarios de cuatro países – Francia, Italia, Reino Unido y Estados Unidos-, de los que casi la mitad - 3.607- corresponden a cuatro diarios británicos: *The Times*, *The Daily Telegraph*, *The Guardian* y *Financial Times*, todos editados en Londres.

Los cuatro diarios estudiados prestan una atención extraordinaria al proceso político que se abre tras la muerte de Franco, tras cuatros decenios de desinterés por España. Hay un apoyo incondicional del conservador, *The Daily Telegraph*, el primero en difusión en el Reino Unido, con más de 1.300.000 ejemplares diarios, superiores a la suma de *The Times*, liberal conservador y *The Guardian*, liberal de izquierda, ambos por encima de los 300.000 ejemplares, y el económico *Financial Times*, que se acerca a los 200.000 ejemplares (Grigg, 1993, 580-581; Taylor, 1993, 173). El apoyo de éstos no

³ Para el papel de la prensa británica durante la Guerra civil: Armero (1976), Knitghley (1975, 2001); García de Santa Cecilia (2008), Preston (2008) y Deacon (2008a y 2008b). *The Times*, *The Daily Telegraph* y *The Guardian* se ocuparon extensamente de la guerra de España, mientras que los diarios franceses e italianos o bien estaban afectados por la ocupación nazi y el fascismo o bien no se publicaban.

⁴ “Noticias internacionales de España. La Transición, 1975-78. El tratamiento informativo y la percepción exterior de la política española a través de la prensa internacional”, CSO2009 09655 Plan Nacional I+D+I del Ministerio de Ciencia e Innovación.

es menos evidente, aunque está sujeto a más condiciones, de acuerdo con sus respectivas orientaciones editoriales. Puede hablarse de apoyos, en plural, por los distintos puntos de vista expresados en cada uno de ellos: el monarquismo conservador de *The Daily Telegraph*, el europeísmo liberal de *The Times*, el pragmatismo liberal de izquierda de *The Guardian* y la mirada más estrictamente analítica del económico *Financial Times*.

La mayor intensidad de la cobertura periodística se dio en el primer año y medio, cuando se plantean los problemas básicos para la celebración de unas elecciones libres, celebradas el 15 de junio de 1977, como pórtico del necesario cambio de régimen. A partir de esta fecha la atención decrece en *The Daily Telegraph*, aunque no tanto en los demás, donde se mantiene hasta el referéndum de la Constitución, con que culmina el proceso. La cobertura informativa más alta corresponde a *The Times* con un total de 1.261 piezas publicadas, más de una al día. Siguen *Financial Times* y *The Guardian* con sendos totales de 867 y 816 piezas, cerca de al día, y *The Daily Telegraph* con 663, con una media algo más baja. Solo el diario francés *Le Monde* –el mayor atención dedicó a la situación en España bajo el franquismo– publica un número de piezas equivalente, 852. De los otros seis diarios estudiados, solo el italiano *Corriere della Sera* alcanza un número de piezas superior al más bajo de los británicos, 764. Durante esos tres años, *The Times* publica 36 editoriales, un promedio de uno al mes, y *The Guardian*, 32, mientras que *The Daily Telegraph* y *Financial Times* publicaron 25 cada uno, lo que suma un total de 118 para los cuatro rotativos británicos. En Francia son 56 los editoriales publicados por *Le Monde* y 1 en *Le Figaro*. En Italia, 5 editoriales en *Corriere della Sera*, 4 en *La Stampa* y 8 en *La Repubblica*, aunque el artículo editorial es un género casi ausente en los diarios italianos. En Estados Unidos son 14 los editoriales publicados en *The New York Times* y 6 en *The Washington Post*.

La presentación de la línea de conducta de los cuatro diarios británicos se construye a partir de un análisis cualitativo de esos 118 artículos editoriales, todos ellos sin firma y publicados en el espacio principal de la sección de opinión. Se trata de ver cuáles son los hechos y temas seleccionados como de interés para el público británico, cómo se juzgan las acciones de los principales actores políticos y qué recomendaciones se hacen en lo que puede interpretarse como una forma de influencia en el proceso español. Del análisis de cada diario se deduce una lectura editorial específica de la Transición española. Del análisis conjunto, en el capítulo de conclusiones, se obtiene un balance conjunto que hasta el momento no tiene referencias para otros países, a pesar de otros trabajos de interés sobre el papel de la prensa francesa, italiana, alemana y norteamericana (Angoustures, 2003; Belmonte, 2009; Guillaumet, Mauri, Rodríguez-Martínez, Salgado y Tulloch, 2014; Lemus, 2009 y Reckling, 2014).

3 El monarquismo conservador de *The Daily Telegraph*

The Daily Telegraph, el primer diario británico en enviar un corresponsal a Madrid en 1973, es propiedad de Michael Berry, Lord Hartwell, nieto de Lord Camrose, que lo compró en 1928 a la familia de Joseph Levy, su fundador en 1855. En 1975, entra como director el antiguo diputado y ministro conservador William F. Deedes (Hart-Davis, 1990). El 20 de julio de 1974, la noticia de la primera cesión provisional de poderes al Príncipe Juan Carlos ya ha tenido los máximos honores de portada como si se tratara de la retirada definitiva del Caudillo, con obituario político incluido. Cuando recibe el alta hospitalaria y recupera el poder, el diario lo lamenta porque estima que el proceso político podría ser más calmado de la mano del Príncipe (14-09-1974)⁵. Desde 1973, el diario tiene a Harold Sieve como corresponsals en Madrid, al que substituirá Frank Taylor, auxiliado por Tim Brown y Tony Allen-Mills.

Las reservas de The Daily Telegraph sobre la capacidad del futuro rey para la gestión del cambio político son bastante menores que las expresadas en los otros diarios. Lo ve como un príncipe sin poder real que ha hecho notar su resistencia a la substitución temporal para no ser asociado en demasía con el régimen franquista. The Times habla de una figura un poco inadecuada y desconocida, necesitada del apoyo del Ejército y rechazada por la oposición (20-07-1974) y The Guardian de un príncipe “con ropas dejadas” al que el pueblo español parece indiferente (20-07-1974). The Financial Times duda que sus únicos talentos conocidos –prudencia y habilidad para hacer amigos- le basten para conducir una transición suave (20-07-1974).

Cuando el Príncipe se hace cargo de nuevo de la Jefatura del Estado, con la muerte de Franco en el horizonte, The Daily Telegraph le da un apoyo claro (21-11-1975). Con mayores reservas, los otros rotativos aprecian el gesto de su visita a las tropas del Sahara, acechadas por la Marcha Verde ordenada por Hassan II de Marruecos, pero The Guardian es especialmente duro con “el Príncipe que no dice nada” (01-11-1975). The Times le advierte que no podrá sobrevivir como mero continuador de Franco (01-11-1975), mientras que The Financial Times expresa sus reservas ante el regreso de la monarquía española en un mundo crecientemente republicano; su legitimidad va a depender de la capacidad personal de hacer las reformas necesarias. La tensión política y policial del momento lleva a advertirle que si no consigue una “descompresión” de la situación, la explosión resultante “podría llevárselo abajo a él, a la monarquía y muchas cosas más” (27-10-1975 y 21-11-1975). Aun reconociendo que sus capacidades están por demostrar, The Daily Telegraph, aprecia la buena disposición del nuevo rey y está seguro de que va a tener el apoyo de la mayoría de los españoles.

⁵ Las fechas de las ediciones referidas de cada diario en el texto se expresan entre paréntesis.

Frente al escepticismo y la crítica de toda la prensa extranjera por la confirmación de Arias y la composición del nuevo gobierno, el diario conservador apoya al Rey y le da el tiempo que necesite en lo que es “un buen comienzo para España” (09-12-1975 y 13-12-1975). Acepta al presidente del gobierno como un reformista frustrado por Franco, aunque reconoce a Juan Carlos bajo la presión de la derecha del régimen. Dos nuevos editoriales insisten en el apoyo al Rey y Arias (26-01-1976 y 29-01-1976).

El motivo del primero es la firma en Madrid del acuerdo para la renovación de las bases de Estados Unidos entre el ministro de Asuntos Exteriores José María de Areilza y el secretario de Estado Henry Kissinger. The Daily Telegraph que, desde el principio ha insistido en la importancia de la adhesión a la OTAN, confía que ésta se haya producido cuando venzan los cuatro años de vigencia del acuerdo. Mientras otros periódicos reprochan a los Estados Unidos tener menor interés en el avance español hacia la democracia que en resolver sus cuestiones estratégicas, el mayor rotativo londinense reprocha al ministro laborista James Callaghan los obstáculos puestos por el Foreign Office a la reanudación de las negociaciones para un tratado comercial con la CEE interrumpidas en septiembre. Cuando Areilza visita Londres a principio de marzo, el diario insiste en pedir receptividad al gobierno laborista (02-03-1976).

La decepción general producida por el primer discurso de Arias, que no va más allá del reconocimiento de las asociaciones políticas propuestas aún bajo Franco, a final de enero de 1976, no empaña el apoyo de The Daily Telegraph, que editorializa sobre el “arrastre de España hacia la democracia”. Se pregunta, comprensivo, hasta qué punto los españoles “preocupados por sus dificultades diarias quieren de verdad un retorno inmediato al carnaval de la política a gran escala”. The Guardian, muy duro, ve al Rey de España como “un monarca que pende de un hilo” (29-01-1976). Enero y febrero son meses de muchas huelgas, manifestaciones por la amnistía y represión policial, principalmente en Madrid y Barcelona. En esta ciudad el Rey es recibido con frialdad, de acuerdo con los corresponsales de The Times y The Daily Telegraph, pero con sus palabras en catalán en los discursos oficiales, la lengua que Franco nunca autorizó, confirma un repunte de su popularidad personal.

A fines de febrero, el diario conservador publica una larga carta del Duque de Wellington sobre “El papel de la Monarquía en España”, que critica la cobertura del corresponsal en Madrid, Harold Sieve. Lo acusa de una inclinación “hacia un punto de vista socialista extremo”, impropia del diario (26-02-1976). Le reprocha también que asocie indebidamente al rey Juan Carlos con las acciones del gobierno, para lo que aduce el ejemplo de un titular sobre orden público, de difícil paralelismo en la política británica. Recordando su paso por la embajada británica en Madrid⁶, el Duque de Wellington se extiende en las impresiones positivas de una reciente visita a España

⁶ Arthur V. Wellesley, octavo duque de Wellington, fue agregado militar en Madrid entre 1964 y 1968.

que le llevan a mantener una opinión favorable a la acción del Rey y del Gobierno⁷. Al pie de la carta, una breve nota del corresponsal puntualiza al Duque la improcedencia de la comparación con el Reino Unido, ya que el rey Juan Carlos no es aún un monarca constitucional, sino el heredero de los poderes de Franco. El 31 de marzo de 1976 se publica la última crónica de Sieve desde Madrid, que es substituido como corresponsal por Frank Taylor. Da toda la impresión de un cese repentino y forzado, tras el que podría apuntarse una posible presión del rey a través del entorno de la realeza británica⁸.

Sin embargo, dos semanas después de la muerte por la policía de cinco obreros en la represión de una huelga general en la ciudad vasca de Vitoria, The Daily Telegraph no deja de asociar a Juan Carlos con su gobierno en la denuncia de un “vacío peligroso en España”, (10-03-1976). Lamenta que el Rey y sus ministros no hayan sido capaces de encontrar la determinación y el apoyo necesarios para impulsar la reforma, por miedo al llamado búnker o núcleo político que se opone al cambio. El diario invoca la autoridad que le da haber pedido paciencia para avanzar “lentamente deprisa”, para afirmar que antes o después el Rey deberá “enfrentarse a la vieja guardia y mandarla de vacaciones” y que, cuanto antes lo haga, “mejor”.

En las semanas siguientes, el rotativo conservador buscará indicios positivos en una visita privada a Madrid del ex premier Edward Heath y utilizará la comparación con Portugal para justificar la lentitud española. “La discreta guía del Rey” será ensalzada con motivo de la aprobación por las Cortes de una ley de libertad de asociación y reunión, en la que la derecha es tranquilizada con la prevista exclusión de los comunistas (29-05-1976).

Desde el primer momento, The Daily Telegraph se ha opuesto a la exclusión de los comunistas porque aún les da más fuerza, pero se muestra comprensivo con las dificultades del gobierno, a la vez que marca la prioridad del avance de España hacia la OTAN (10-06-1976). Insiste de nuevo en la necesidad de legalizar a los comunistas, a primeros de julio, tras la dimisión de Arias, el nombramiento de Adolfo Suárez y la inmediata aprobación por las Cortes de la reforma del Código Penal (15-07-1976). Arias hubo de renunciar a ella un mes antes tras aprobarse la ley de asociaciones políticas –nunca habló de partidos- a la que iba ligada.

⁷ En una carta publicada por *The Daily Telegraph* el 28 de febrero de 1976, el diputado laborista W. W. Hamilton discute la autoridad del Duque de Wellington para opinar sobre los hechos políticos de España y hace votos para que un futuro gobierno democrático devuelva al pueblo español las propiedades que le fueron entregadas en gratitud por las acciones de su primer antepasado en la Guerra de la Independencia. Se refiere a la finca de Soto de Roma e Illora, junto a Granada, donde hicieron una estancia en abril de 2011 los Príncipes de Gales.

⁸ No sería el único caso de una queja de Juan Carlos ante el tratamiento de la prensa extranjera. En primavera de 1976, expresó al embajador estadounidense en Madrid su disgusto por las crónicas de los corresponsales Henry Giniger (*The New York Times*) y Miguel Acoca (*The Washington Post*). (López Zapico, 2010).

La aprobación de la Ley de Reforma Política, por las Cortes el 18 de noviembre y en referéndum el 15 de diciembre, que abre el paso a unas elecciones libres, es atribuida por *The Daily Telegraph* “al crédito del Rey y del primer ministro” (20-11-1976). Las referencias al monarca prácticamente desaparecen de los editoriales del diario conservador a partir de este momento, que ve como el final del comienzo de la era post Franco y la puerta al establecimiento de un sistema parlamentario de estilo occidental. También el número de editoriales –siempre breves y de escueta argumentación, como es propio de un diario de gran difusión- decrece a medida que el proceso de cambio se va aposentando.

4 El europeísmo de *The Times*

The Times fue el primer diario en el mundo en enviar un corresponsal de guerra al conflicto de Crimea, en 1854, y realizó una cobertura intensa de la guerra civil española, publicando una crónica tan decisiva para la verdad histórica como la del bombardeo de Guernica por la aviación nazi el 26 de abril de 1937. Es propiedad desde 1966 del editor canadiense Roy Thomson, tras pertenecer desde 1788 a la familia de su fundador John Walter, desde 1908 a Lord Northcliffe y desde 1922 a Lord Astor. Su director es William Rees-Mogg, ligado al partido conservador, que da amplia libertad a los periodistas (Griffiths, 1993, 482-483; Rees-Mogg, 2011, 142-144), acentúa el tono liberal y apoya al gobierno laborista en la entrada en la Comunidad Económica Europea, en 1973. Desde la década anterior tiene al stringer norteamericano Harry Debelius como corresponsal local en Madrid, al que refuerza con Richard Wigg desde París, antes de incorporar a un segundo stringer, el inglés William Chislett. El editorialista Edward Mortimer viaja varias veces a España.

Los editoriales de *The Times*, frecuentes y extensos, reclaman durante los primeros meses de reinado de Juan Carlos la adopción de un ritmo claro de reformas que pueda tener el apoyo de los países europeos, ya que la democracia es el requisito ineludible para el acceso de España a la CEE. Ante la fuerte presión política y social, el Rey deberá decidir pronto entre sacar el tapón de la botella o cerrarlo brutalmente (14-01-1976). El diario tiene muy presente el peso de la guerra civil en las actitudes del personal político del franquismo, sobre todo en su oposición a la legalización del partido comunista, pero deja claro que si España quiere entrar en la CEE debe tener el mismo espectro político que Francia e Italia.

Pese a la crítica sostenida al primer gobierno de la Monarquía y a su presidente, *The Times* es el diario elegido por el ministro de Gobernación Manuel Fraga para hacer público su programa de reforma, el 30 de enero de 1976, tras el primer y

decepcionante discurso de Arias. El diario supone al antiguo embajador en Londres como mentor del Rey y aprecia su intento de domesticar a la policía, pero lo acaba descartando como sucesor de Arias, por no haber impedido la brutalidad de la represión. Tras los obreros muertos en la catedral de Vitoria, *The Times* contrapone la violencia de “la chusma marxista-anarquista” durante guerra civil evocada por la derecha a las acusaciones contra la policía hechas desde el País Vasco por los grupos obreros y el PSOE, y apela a un ejercicio de autoridad de gobierno y los líderes comunistas aún en la cárcel o el exilio (05-03-1976).

La celebrada caída de Arias es vista como un refuerzo de la posición del Rey que, lejos de haber heredado el poder absoluto de Franco, está condicionado por las instituciones legadas por éste (03-07-1976). En el desconcierto por el nombramiento de Adolfo Suárez, el diario intuye que la juventud y falta de memoria de la guerra civil, compartida con el Rey, ofrecen una posibilidad de avance. Ve el anuncio de la amnistía parcial dictada antes de final de mes como el primer test democratizador y una desaprobación del franquismo (09-07-1976).

The Times cuestiona con qué derecho podía condenar los actos de violencia un régimen surgido de una rebelión armada y mantenido en el poder por la fuerza. Con esta mirada histórica, había mostrado comprensión por el terrorismo, a propósito de las ejecuciones de septiembre de 1975, y la sigue mostrando por las circunstancias del País Vasco, donde la acción de ETA contraria a la reforma se retroalimenta con la brutalidad policial y una “violencia no oficial” tolerada contra el nacionalismo. Lo escribe tras el asesinato del vasco José María Araluce, vocal del Consejo del Reino, y tres escoltas. A lo largo de la escalada terrorista de los años siguientes, insiste en señalar un grave punto débil del gobierno Suárez, al que da un claro apoyo en el avance democrático (06-10-1976). *The Times* señala el 40 aniversario del bombardeo de Guernica por la aviación nazi el 26 de abril de 1937⁹ y evoca las crónicas con que su corresponsal George L. Steer dio a conocerlo, a propósito de la aparición del libro *Guernica, Guernica* de Herbert Southworth¹⁰.

El diario liberal conservador da apoyo a la ley de reforma de Suárez, pese a que en ella no se hace al gobierno responsable ante el parlamento y se otorga al rey un poder más parecido al del presidente de la República Francesa que al de un monarca constitucional (24-11-1976). La debilidad de la oposición, a la que cree que no conviene una campaña de abstención en el referéndum, no excluye que deban pactarse con ella las reglas de la convocatoria de elecciones, porque solamente después de éstas se sabrá si la democracia va a funcionar mejor que en los años 30

⁹ Robin Gregg: “Guernica: a memorial to the horror of twentieth-century war”, *The Times*, Londres, 30 de abril de 1977.

¹⁰ Paul Preston: “The myth and the awful truth of the Guernica bombing”, *The Times*, Londres, 19 de septiembre de 1977.

(13-12-1976). El resultado positivo del referéndum es celebrado como una “primera expresión popular de rechazo a la era de Franco” (17-12-1976).

El dramatismo de los últimos días de enero de 1977 llevan a la evocación de la guerra civil como el trasfondo para la comprensión de la “vía tempestuosa de España hacia la democracia, que parece imponerse tras los secuestros y asesinatos de este invierno” (26-01-1977). Aunque algunas de sus causas han desaparecido, *The Times* señala la pervivencia de rasgos españoles perennes, acentuados por los cuarenta años de violencia de un gobierno centralista autoritario y nuevos factores surgidos de la guerra civil y sus consecuencias. Uno de ellos es la existencia de una derecha antidemocrática, pequeña pero con mucho poder y dispuesta a defender sus privilegios por todos los medios. Otros serían la influencia obtenida por el partido comunista en la lucha clandestina y el descontento causado por la crisis del progreso económico que coincide con la salida de la dictadura.

Con las diez muertes de la semana sangrienta de final de enero de 1977 —un estudiante, una mujer, cuatro abogados comunistas y un ayudante, dos policías y un guardia civil-, además del secuestro del presidente del Tribunal Supremo de Justicia Militar que se suma al del presidente del Consejo de Estado- la atención del diario se fija en el peligro de una argentinización de España. La aparición de terroristas de la Triple A se añade a los grupos ultras ya existentes, como los Guerrilleros de Cristo Rey y el izquierdista Grapo, sospechoso de infiltración derechista y policial (31-01-1977),, además de ETA.

Para *The Times*, la legalización del partido comunista es a la vez “una especie de tratado de paz que finaliza formalmente la guerra civil” y la obtención por España de un billete de entrada en la CEE (12-04-1977). La convocatoria de elecciones da lugar a un elogio de los progresos hechos por el Rey de España, aquel “Juanito El Breve” a quien nadie suponía fuerzas suficientes: “El rey del 18 de julio, heredero tan sólo del alzamiento militar de 1936, es ahora el heredero legítimo de los Borbones” (17-05-1977).

A una semana de las elecciones, el diario confía que la monarquía constitucional tenga más éxito que la República de 1931 y ve buenas razones para confiar en ello: España es más próspera, educada y civilizada; hay menos españoles que no tengan nada a perder; la ansiedad por evitar la marcha atrás es mayor que el deseo de venganza; entre los jóvenes hay el deseo de un futuro merecedor de ser vivido (08-06-1977). El resultado de las elecciones —con la victoria de la Unión de Centro Democrático de Adolfo Suárez, seguida del Partido Socialista Obrero Español de Felipe González y, a gran distancia, del Partido Comunista de España de Santiago Carrillo y Alianza Popular de Manuel Fraga- es motivo de una cálida felicitación a España de sus amigos de la Europa Occidental. Es el momento de abordar la entrada en la CEE, ya que el obstáculo

político ha desaparecido. *The Times* reconoce la existencia de dificultades económicas, “pero debemos a los amigos españoles un espíritu constructivo” (17-06-1977).

5 El pragmatismo crítico de *The Guardian*

The Guardian fue fundado por John Edward Taylor como *The Manchester Guardian*, en 1821 y tomó el nombre actual en 1959, dos años antes de trasladarse a Londres. C. P. Scott, sobrino nieto del fundador y editor desde 1872 a 1929, creó Guardian Trust como fundación y empresa editora. Es un diario liberal desde su fundación, que desde 1955 apoya a los laboristas, con Peter Preston que se estrena como editor en 1975. Desde la década anterior tiene al stringer galés Bill Cernlyn-Jones como corresponsal local en Madrid, que recibe el refuerzo esporádico del corresponsal en París, Walter Schwartz y de los enviados a la revolución portuguesa James MacManus y Peter Niesewand, hasta que en mayo llega el corresponsal titular John Hooper, procedente de Chipre. Desde Barcelona, hay crónicas esporádicas de Robert Mc Gloughlin. El editorialista Richard Gott viaja varias veces a España.

Desde una posición liberal de izquierdas y en editoriales extensos, *The Guardian* analiza con pragmatismo las primeras semanas del gobierno de Arias, detectando algunos signos de cambio en una cierta tolerancia ante la oleada de huelgas, “pajas al viento”, frente al peligro de un golpe militar (10-01-1976). Tras la decepción del primer discurso del presidente, pide firmeza al Rey para que se adopte una línea más valiente (29-01-1976). Contrapone el peligro militar a la ausencia de riesgos de revuelta en las fábricas, en un país donde la mayoría tiene más bienes a conservar que en los años 30 y teme el recuerdo de la guerra civil. A pesar de que hay una protesta laboral tan fuerte que hace que las fábricas británicas parezcan un paraíso ello (08-03-1976), el diario no ve que pueda haber una revolución por parte de una izquierda, que además está desunida (07-06-1976).

Una barrera más decisiva para el cambio democrático lo ve *The Guardian* en una rica clase media española, beneficiada por el crecimiento económico bajo el franquismo, lo que explica el fuerte gradualismo de Arias y Fraga. Ante la previsible caída del primero, después que las Cortes aprueben la ley de partidos pero rechacen la reforma consiguiente del Código Penal, teme un retorno al poder del Opus Dei (16-06-1976). Teme incluso que Arias sea relevado por alguien menos reformador (03-07-1976). El diario liberal de izquierda ha valorado como un discurso de nobles sentimientos el pronunciado por el Rey en Washington a primeros de junio, pero sigue viéndolo como una figura enigmática con escaso margen de maniobra frente a “la jerarquía fascista constitucionalmente atrincherada”.

La primera valoración del nombramiento de Suárez es negativa: la reforma será lenta, porque el Rey ha atrasado el reloj (10-07-1976). Aún valorando la amnistía parcial como un paso adelante, la ve dudosa en sus efectos (19-07-1976). Pese a que el gobierno anterior ni tan sólo la consideró, no es suficiente de cara a la CEE y a la OTAN ni para obtener una acreditación democrática. *The Guardian* sigue insistiendo en la incertidumbre española, ya que nadie sabe aún si puede confiar en el Rey (14-08-1976). Suárez ha asegurado al socialista Felipe González que desea una democracia con todos los partidos, pero hasta el momento han salido pocos presos de la cárcel. El diario se emplaza a ver qué ocurre el 1 de septiembre, día que los comunistas Santiago Carrillo y Dolores Ibárruri se proponen regresar a España. Tampoco hay optimismo en el análisis del problema vasco (20-10-1976), sin que el Rey haya visitado aún esas provincias, a diferencia de Cataluña y Galicia. En vísperas de la votación de la ley de reforma en las Cortes, señala las manchas que acumula el gobierno, al que sin embargo reconoce tenacidad en sus propósitos (08-11-1976).

El tono cambia tras la votación favorable de las Cortes, *The Guardian* ve por fin que España se encamina hacia la libertad (20-11-1976). Más significativo es el “Viva España democrática” de la noticia en portada el día anterior. A partir de ahora, da un apoyo claro al gobierno Suárez sin dejar de señalar las insuficiencias de sus actos, como el reparto desigual de escaños en el nuevo parlamento pactado con la recién creada Alianza Popular, en perjuicio claro de los electores urbanos y a la izquierda.

Con todo, este diario cree que la oposición se equivoca al proponer un boicot o una abstención en el referéndum. Un editorial publicado la víspera proclama en el título que, pese a todo, España ha de decir sí (15-12-1976). Pese a la conducta agresiva del gobierno que ha reprimido con porras y gases a quienes han promovido el no, excepto a la ultraderecha de Blas Piñar. Pese a las amenazas e imperfecciones, España podrá tener su primer parlamento en 40 años y los parlamentos electos pueden reformarse a sí mismos.

Sin embargo, las tensiones y violencias alimentan de nuevo la desconfianza, expresada en sucesivos editoriales –diez en los primeros seis meses de 1977– hasta el desmantelamiento del Movimiento Nacional y la legalización del Partido Comunista, a primeros de abril. Se aprueban pasos como la supresión del Tribunal de Orden Público, pero se insiste en denunciar la falta de control de la policía, la lealtad del ejército a la memoria de Franco y la libertad de acción de los ultras. “El rey de España, débil en sus propósitos, ha dejado que Madrid se parezca al Chicago de los años 1920”, comienza el editorial sobre el asesinato de los abogados comunistas, advirtiendo que los golpes se alimentan del caos (26-01-1977). “La violencia puede generar una dictadura”, advierte de nuevo *The Guardian*, con la mirada puesta en los militares (29-01-1977).

La cumbre eurocomunista de primeros de marzo en Madrid es la ocasión para un extenso análisis del papel de los comunistas en Europa, que están muy próximos al

gobierno en Italia y Francia, frente al modesto 10% de votos que se les augura en España (05-03-1977). La legalización del PCE asegura la plena validez de las elecciones, pero recoge los temores de fraude electoral expresados por Felipe González en Londres por el papel de la policía y los gobernadores civiles (11-04-1977). La dura represión por la policía a caballo de la manifestación del Primero de Mayo en Madrid, que alcanza a dos reporteros del diario y uno de la agencia Reuters, excita la indignación ante un gobierno que parece incapaz de dominar a su propia policía y pierde crédito ante los gobiernos extranjeros (03-05-1977).

En vísperas electorales, *The Guardian* ve un ambiente democrático vivo y vigoroso, en el que la derecha de Fraga tiene escasas posibilidades pero tampoco el centro puede asegurarse una victoria clara, por los rechazos que Suárez despierta tanto entre los antiguos franquistas como los jóvenes. Muchos de esos votos podrían ir a reforzar a los socialistas de González, e incluso a los comunistas de Carrillo, que así tendrían capacidad de influir en las alianzas de gobierno. Apunta incluso que una presencia comunista en el gobierno podría ser útil para el progreso del eurocomunismo en Europa (10-07-1977). La inclinación de los resultados hacia los dos principales partidos moderados abre la posibilidad perdurable de una alternancia democrática, algo que no sucede en todas las democracias. España da un paso largo en el camino hacia la libertad y “entierra su pasado bajo una montaña de papeletas electorales” (17-07-1977).

6 La mirada analítica de *Financial Times*

Financial Times fue fundado en 1888 y ha tenido diversos propietarios, hasta que en 1957 es adquirido por S. Pearson Industries Ltd. y mejora su difusión con mayor atención a la información general. F. Fisher es el editor a partir de 1973. En vísperas de la muerte de Franco manda como corresponsal en Madrid a Roger Mathews, substituido en julio de 1977 por Diana Smith, stringer procedente de Lisboa, y en octubre por Robert Graham, al que se añade David Gardner en abril de 1978.

En los editoriales extensos y analíticos dedicados al proceso español, el diario económico apenas expresa juicios de valor, sino opiniones derivadas del análisis estratégico de las posibilidades de éxito de la democracia. Durante los dos primeros meses de la monarquía, insiste hasta cuatro veces consecutivas en tratar de aquilatar la capacidad del Rey para promover una ruptura fundamental con el pasado, ante la elección inevitable entre franquismo y democracia. Le atribuye la posición fuerte de una popularidad basada en la esperanza de la opinión pública, aunque necesite una considerable fuerza de carácter para resistir la presión política y personal de la derecha

del régimen en que se ha formado (24-11-1975). El Rey puede juzgar que el peligro de la extrema derecha es más real y organizado que el de la izquierda, pero la pronta constatación de que el cambio no va a ser rápido no ha de hacerle pensar que el tiempo esté de su parte. Bien al contrario, el diario teme que el paso de semanas y meses sin signos claros de cambio conlleve el peligro de polarización política y de escalada de violencia (12-12-1975), “una situación fea” como la que a mediados de enero Financial Times advierte en España, con una escalada de disturbios a los que el gobierno sólo responde con represión (15-01-1976).

Ante la estudiada indecisión de Arias en su discurso de final de enero, el diario recuerda al gobierno la experiencia portuguesa en cuanto a la dificultad de controlar el ritmo del cambio (29-01-1976). No se puede asumir indefinidamente que el pueblo español valore la lentitud de la reforma por encima de la reforma misma, ni que las instituciones vigentes vayan a cooperar en el desmantelamiento de sus privilegios. La devaluación de la peseta acordada a primeros de febrero confirma que también en la economía, el gobierno se limita a reaccionar ante los acontecimientos en lugar de definir una política (10-02-1976). El Rey parece incapaz de decantar la balanza a favor del cambio, estima a finales de marzo, tras las muertes de Vitoria, el resurgimiento del terrorismo de ambos extremos y la dureza con la oposición aún ilegal. La confluencia de Junta Democrática y Plataforma Democrática en la nueva Coordinación Democrática, con todas sus diferencias, simboliza la demanda creciente de que todos los grupos sean aceptados en el proceso político, pero la prohibición por Fraga de la conferencia de prensa de su presentación es característica del endurecimiento del gobierno y no favorece una transición suave hacia otro régimen (31-03-1976).

Un mes más tarde, Financial Times acusa a Arias de querer pasarse de listo con el anuncio en televisión de un referéndum y elecciones, sin ofrecer mayores detalles (30-04-1976), aunque dos meses más tarde dirá tras su cese que no ha sido un mal primer ministro (06-07-1976). Ve malos presagios en el perfil de Suárez y en el rechazo a seguir en el gobierno de Fraga y Areilza, en especial de éste, al que reconoce cualificaciones para haber sido nombrado primer ministro. Cuando finalmente concede “el beneficio de la duda a España” (18-08-1976), tras los primeros actos del nuevo gobierno, el diario económico se fija en su capacidad de éxito frente a la fuerza de la extrema derecha y del ejército. Introduce, además, una preocupación creciente por el empeoramiento de la economía, cuyos problemas son más difíciles de gestionar en una situación de cambio político. El Rey habría de estar preparado a gobernar por decreto en caso de bloqueo de la reforma por las Cortes franquistas, aunque “pueda parecer una extraña manera de enfocar la democracia”.

Tras la presentación por Suárez de las líneas básicas de la reforma, Financial Times ve en la atribución al rey de considerables poderes una posible dificultad para la aceptación de los partidos de la oposición (13-09-1976). Juan Carlos no ha de temer

que la oposición quiera abolir la monarquía si llega al poder, los únicos riesgos del trono están en su identificación con la derecha. La amenaza terrorista a la reforma, señalada tras el asesinato de Araluce, reduce la libertad de maniobra del Rey, en un clima de polarización (26-10-1976). El diario recuerda que nueve meses atrás, Juan Carlos era potencialmente mucho más fuerte de lo que el mismo creyera, por ser el único que podía cubrir el vacío dejado por Franco. Ahora que el proceso español se ha vuelto tortuoso, Financial Times se fija en unas declaraciones conciliadoras de Manuel Gutiérrez Mellado, nuevo vicepresidente militar de un gobierno cogido entre dos fuegos (26-10-1976). La víspera del referéndum, tras una aparición pública del clandestino Carrillo en Madrid y el secuestro por el GRAPO del presidente del Consejo de Estado, Antonio María Oriol, el diario señala el control de la extrema derecha y de la policía como un problema que el gobierno aún ha de afrontar (14-12-1976).

La credibilidad y el reforzamiento obtenidos por Suárez con el resultado del referéndum, su habilidad en gestionar el desafío de la detención de Carrillo y el buen comienzo de las negociaciones con la oposición para la convocatoria de elecciones hacen ver al diario económico señales de cambio en Madrid (17-01-1977). Su atención se centra en el esfuerzo del gobierno en mantener al ejército al margen de la acción política, con el peligro de que la severa crisis económica pueda desencadenar un serio conflicto social. España ha hecho un largo camino en los catorce meses transcurridos desde la muerte de Franco, pero la democracia aún queda lejos. Los asesinatos políticos de la última semana de enero elevan la lucha entre la derecha y la izquierda a un nivel excesivamente peligroso (26-01-1977), con la sospecha de que la extrema derecha esté buscando la provocación por medio del terrorismo de supuesta izquierda del GRAPO y el desafío a la autoridad del gobierno, también evidenciada en el País Vasco. Aunque ve indicios positivos en relación con la oposición, si el gobierno no es capaz de mantener el nervio y mostrar determinación, una escalada violenta como la del Ulster daría muy poca esperanza a la democracia.

Como el resto de la prensa británica, Financial Times juzga de manera pragmática la necesidad de legalizar el PCE, que analiza particularmente en dos editoriales sucesivos con motivo del restablecimiento de relaciones diplomáticas con la URSS (11-02-1977) y la cumbre eurocomunista de Madrid (02-03-1977). Hace notar que la moderación de los comunistas españoles les lleva a apoyar la entrada en la CEE y a tolerar las bases norteamericanas y la pertenencia a la OTAN, además de la monarquía. La satisfacción con que se acoge la convocatoria de elecciones, no esconde la preocupación del malestar militar por la legalización de los comunistas (18-04-1977), ante la que el gobierno ha de evitar legalizar también a los partidos de la extrema izquierda. No evita tampoco un tono muy duro ante el error de la inesperada represión policial de la conmemoración del Primero de Mayo por los sindicatos recién legalizados (03-05-1977), con unos métodos que recuerdan más a la España de Franco que “a la nueva España democrática que los países socios de Europa Occidental están esperando”.

Los temores expresados sobre un mapa político con múltiples candidaturas a las elecciones se disipan con el resultado de un parlamento equilibrado por el centro-derecha en el gobierno y un poderoso partido socialista en la oposición, cuya eventual victoria no habría sido digerible para el ejército (17-06-1977). *Financial Times* valora la determinación del Rey y la habilidad política de Suárez en una transición que finalmente ha sido más suave de lo que se temía y cuyo resultado en un completo repudio del franquismo. “Las espantosas dificultades económicas” que el gobierno ha evitado hasta el momento han de ser afrontadas sin espera, así como “los temas explosivos del separatismo catalán y vasco”. No deja de advertir tampoco sobre las dificultades que pueda entrañar la redacción de la nueva Constitución, frente a fuerzas poderosas que desearían el fracaso del primer gobierno electo en 41 años.

7 Elogio y crítica de la Constitución

La atención es desigual en el segundo año y medio de la Transición que transcurre entre las elecciones y el referéndum de la Constitución de 6 de diciembre de 1978. *The Daily Telegraph* sólo publica tres editoriales, dos de los cuales sobre la Carta Magna, con reservas en las que coincide con *The Guardian* y *Financial Times*, mientras que *The Times* apenas podrá ocuparse de su aprobación, al dejar de publicarse temporalmente por un cierre patronal a fines de noviembre¹¹. En el clima de satisfacción por la celebración y los resultados de las primeras elecciones democráticas que han dejado atrás el franquismo, la prensa británica da su apoyo a la petición oficial de adhesión de España en la CEE, incondicional por parte de *The Times* (29-07-1977; 19-04-1978) y con reservas de *Financial Times* (21-06-1977, 30-11-1978) sobre su viabilidad económica. En ese contexto, hay algunas alusiones editoriales a la cuestión de Gibraltar de *The Times* (05-09-1977 y 18-03-1978).y *The Guardian* (07-09-1977), que recuerdan la ciudadanía europea de sus habitantes y recomiendan prudencia en las reclamaciones del gobierno español.

La principal preocupación editorial de *The Times* es el agravamiento de la situación en el País Vasco, del que se ocupa en cinco de los catorce editoriales de este período. En el último de ellos (21-11-1978), relaciona muy directamente la falta de acuerdo constitucional con el Partido Nacionalista Vasco con las incertidumbres del futuro. Recuerda a los nostálgicos del franquismo que el terrorismo separatista es un legado del dictador y que cualquier intento de imponer una dictadura no resolvería el problema, sino que podría llevar a una nueva guerra civil. En cambio, la solución de la

¹¹ Los diarios británicos sufren una serie de conflictos laborales relacionados con la renovación tecnológica de las imprentas, que afectan frecuentemente la normalidad de la edición, pero sólo en el caso de *The Times* se llega a un cierre patronal de varios meses.

autonomía de Cataluña es celebrada con emoción histórica y el regreso del presidente de la Generalitat en el exilio señalado “como uno de los hechos públicos memorables de la historia europea reciente” (30-09-1977).

La aprobación mayoritaria de una constitución elaborada con el consenso de la mayoría de partidos es señalada como un “hito histórico mayor”, en expresión del *Financial Times* (01-11-1978) y como un “nuevo comienzo para España”, en palabras de *The Daily Telegraph* (02-11-1978), que atribuye gran parte del mérito al Rey, pero estima que tranquiliza poco a las dos fuerzas más poderosas –Ejército e Iglesia católica romana-, que pierden su posición dominante (08-12-1978). Al lastre de la falta de consenso vasco, el diario económico añade los riesgos de la debilidad del gobierno de Suárez, con serios problemas internos, a pesar de su vital contribución al restablecimiento de la credibilidad internacional de España como nación democrática.

Por ello, *The Guardian* habla de las sombras que quedan tras el referéndum de la Constitución, un documento impresionantemente progresivo, pero necesitado de un gobierno fuerte y decidido que ahora no hay (08-12-1978). Un gobierno que tenga la sabiduría y la fuerza necesaria para tratar el caso vasco (21-10-1978). Las sombras que quedan no van a desaparecer fácilmente. Así como Franco no pudo borrar el espíritu que había llevado a la proclamación de la República, también llevará tiempo que la monarquía constitucional acabe con los legados de la época del Caudillo.

8 Conclusiones

Las posiciones editoriales adoptadas por la prensa británica durante la Transición revelan una preocupación atenta y sostenida ante los cambios que se producen en España y un interés marcado por su conversión en un régimen democrático que pueda incorporarse a la Comunidad Económica Europea y a la Organización del Tratado del Atlántico Norte. Esa preocupación e interés se concretan en un apoyo expreso a toda decisión que comporte un paso adelante en dicha dirección, con alusiones frecuentes a la frialdad observada por el gabinete británico. A la denuncia de la falta de garantías democráticas que se da en la convocatoria del referéndum de la reforma y, en menor grado, en la celebración de las primeras elecciones libres se opone una valoración admirativa del coraje y el esfuerzo del Rey y del gobierno Suárez en el impulso de la reforma y desactivación del legado de Franco. La oposición es objeto de menor atención por su debilidad, fraccionamiento y escasa influencia en los meses que llevan hasta la celebración de las elecciones.

Sin otros conflictos bilaterales que la reclamación española de Gibraltar -cuya escasa presencia en el posicionamiento editorial va ligada a la entrada de España en la CEE, en

la que Gran Bretaña tiene mayor interés que Francia e Italia-, la prensa británica no atiende a posibles consideraciones sobre el supuesto interés de la Monarquía británica por el éxito de la singular restauración española, promovida por Franco saltándose la línea dinástica. La comparación entre ambas podrá ser el mejor elogio del éxito del Rey, que empieza a vislumbrarse tras el discurso ante el Congreso de los Estados Unidos, en junio de 1976, pero antes de esta fecha y aún después son abundantes las expresiones de desconfianza sobre la capacidad del joven monarca y la viabilidad del regreso de una institución anacrónica cuya única oportunidad pasa por la instauración de una democracia. El relevo del primer corresponsal de The Daily Telegraph tras la carta del duque de Wellington podría apreciarse como una intervención cercana a la familia real británica en apoyo del monarca español.

Con una mirada cuya perspectiva se remonta a la guerra civil, las referencias respetuosas a la legitimidad de la II República se combinan con el reconocimiento pragmático de la nueva monarquía como única vía de futuro, condicionada por la vigilancia del ejército heredado de la dictadura. Hay un elogio compartido de la asombrosa superación de la herencia de Franco con la elaboración de una Constitución integradora y avanzada, a la vez que una advertencia solemne de los peligros que acechan un régimen constitucional que empieza con algunas cuestiones sin resolver: la incomodidad del Ejército y la Iglesia católica, que pierden la enorme poder disfrutado bajo el régimen de Franco, y la exclusión en el consenso del nacionalismo vasco moderado, bajo el asedio del terrorismo, recrudecido a pesar de la amnistía definitiva de las Cortes democráticas. El terrorismo es el único aspecto objeto de una comparación recurrente: las acciones de ETA se benefician de un apoyo social alimentado por el comportamiento represivo indiscriminado de la policía española, que no cesa tras las elecciones y contrasta con la actitud más ecuaníme de la policía británica ante el conflicto con el nacionalismo armado de IRA en Irlanda del Norte.

En estas cuestiones y las relativas a la monarquía, los análisis y opiniones editoriales de la prensa extranjera cobran especial interés por las limitaciones legales a las que sigue constreñida la prensa española, incluso después de la reforma de la Ley de Prensa e Imprenta en vísperas de las elecciones que mantiene una prohibición en las opiniones sobre la monarquía, el ejército y la unidad de España, así como el control administrativo de las empresas periodísticas. Los editoriales de la prensa británica – más numerosos, regulares y analíticos que los del resto de la prensa internacional- reflejan con sostenida atención y notable énfasis la preocupación por el efecto de una Constitución mal cerrada sobre la evolución del nuevo régimen democrático.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS


- ANGOUSTURES, A. (2003): "La transition espagnole dans l'opinion française", dans *De la dictature a la démocratie: voix ibériques*, París, Peter Lang éditions.
- ARMERO, J. M. (1976): *España fue noticia. Corresponsales extranjeros en la guerra civil*, Madrid, Sedmay.
- BARRERA, C. (2009): "Complicidad y complejidad de la prensa diaria en la Transición a la democracia" en QUIROSA-CHEYROUZE y MUÑOZ, R. *Prensa y democracia: los medios de comunicación en la Transición*, Madrid, Biblioteca Nueva, pp. 119-132.
- BELMONTE, F. (2009): "Desde Francia, Miradas a la Transición. Los franceses descubren España (noviembre de 1975 - diciembre de 1978)" en QUIROSA-CHEYROUZE Y MUÑOZ, R. (2009): *Prensa y democracia. Los medios de comunicación en la Transición*, Madrid, Biblioteca Nueva, pp. 263-295.
- BURNS, J. (2009): *Papa Spy: a true love, wartime espionage in Madrid and the treachery of Cambridge spies*, Londres, Bloomsbury.
- CAROL, M. (2012): *Un té en el Savoy. Juan Carlos y Sofía, 50 años de servicio a España*, Madrid, La Esfera de los Libros.
- DEACON, D. (2008 a): *British news media and the Spanish Civil War. Tomorrow may be too late*. Edinburgh, Edinburgh University Press.
- (2008 b): "Elective and experiential affinities. British and American foreign correspondents and the Spanish Civil War", *Journalism Studies*, volume 9, issue 3, pp. 392-408.
- (2012): "'A quietening effect'? The BBC and the Spanish Civil War (1936-1939)" en *Media History*, vol. 18, nº 2, pp. 143-158, <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13688804.2012.663866#abstract>
- GARCIA DE SANTA CECILIA, C. (ed) (2006): *Corresponsales en la Guerra de España*, Madrid, Instituto Cervantes y Fundación Pablo Iglesias.
- GRIFFITHS, D., editor (1992): *The Encyclopedia of the British Press, 1492-1992*, Londres, Macmillan Press.
- GRIGG, J. (1993): *History of The Times, 6. The Thomson years, 1966-1981*, volume VI, Londres, Times Books.
- GUILLAMET, J., MAURI, M., RODRÍGUEZ-MARTÍNEZ, R., SALGADO, F. y TULLOCH, Ch. (2014): "La Transición española en la prensa europea y norteamericana. Cuatro

- miradas: Francia, Italia, Reino Unido y EE.UU (1975-78)” en GUILLAMET, J. y SALGADO, F.: *El periodismo en las transiciones políticas*, Madrid, Biblioteca Nueva, pp. 111-136.
- HART-DAVIS, D. (1990): *The House the Berrys Built. Inside The Telegraph 1928-1986*, London, Hodder & Stoughton.
- KNIGHTLEY, Ph. (1975, 2001): *The First Casualty. The War Correspondent as hero and myth-maker, from the Crimea to Kosovo*, Londres, Prion,, Hay una versión en español *Corresponsales de guerra*, Barcelona, Euros, 1978.
- LEMUS, E. (2009): “Percepciones de la prensa norteamericana y la francesa ante la Transición española” en QUIROSA-CHEYROUZE Y MUÑOZ, R. (2009): *Prensa y democracia. Los medios de comunicación en la Transición*, Madrid, Biblioteca Nueva, pp. 263-295.
- LÓPEZ ZAPICO, M. (2010): *El Tardofranquismo contemplado a través del periódico The New York Times (1973-1975)*, Gijón, CICEES.
- MARTIN GARCÍA, O. J. (2010): “Gran Bretaña y España. Relaciones y estrategias para el fin de la dictadura (1969-1977)” en MARTIN GARCIA, O. J. y ORTIZ HERAS, M. (coords.); *Claves internacionales en la transición española*, Madrid, Libros de la Catarata, 2010, pp. 148-173.
- POWELL, Ch. T. (1995): *Juan Carlos. Un rey para la democracia*, Barcelona, Ariel – Planeta.
- PORTERO, F (2002): “España, el Reino Unido y la Guerra Fría”, en BALFOUR, S. y PRESTON, P.: *España y las grandes potencias en el siglo XX*, Barcelona, Crítica.
- PRESTON, P. (2003): *Juan Carlos. El rey de un pueblo*, Barcelona, Plaza y Janés.
- (2008): *We Saw Spain Die*, Londres, Constable and Robinson. Versión en español *Idealistas bajo las balas, historias de la guerra civil*, Barcelona, 2007; y en catalán, *Idealistes sota les bales, històries de la guerra civil*, Barcelona, Columna, 2007.
- REES-MOGG, W. (2011): *Memoirs*, Londres, Harper Press.
- RECKLING, T. (2014): “Entre la dictadura y la democracia: La muerte de Franco y las primeras elecciones democráticas de 1977 vistas desde Alemania” en GUILLAMET, J. y SALGADO, F.: *El periodismo en las transiciones políticas*, Madrid, Biblioteca Nueva, pp. 137-144.
- TAYLOR, G. (1993): *Changing faces. A History of The Guardian 1956-1988*, Londres, Fourth Estate.

WIGG, R. (2005): *Churchill and Spain. The survival of the Franco regime, 1940-1945*, Londres, Routledge/Cañada Blanch Studies on Contemporary Spain.

EL ZOLLVEREIN IBÉRICO. ANÁLISIS DE LOS PROYECTOS DE UNIÓN ADUANERA HISPANO-PORTUGUESA EN LA PRENSA DE MADRID (1850- 1867)

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i04.04>

Pablo Hernández Ramos
Universidad Complutense de Madrid
pablohr@ccinf.ucm.es
 <https://orcid.org/0000-0001-6631-3665>

Thomas Birkner
Universidad de Münster
thomas.birkner@uniBmuenster.de
 <https://orcid.org/0000-0002-0818-3062>

Recibido: 19-2-2015

Aceptado: 10-5-15

Resumen: *En este artículo se lleva a cabo un análisis de los mensajes periodísticos favorables a la creación de una unión aduanera entre España y Portugal publicados a mediados del siglo XIX en la prensa de Madrid. Para ello se sigue un modelo interpretativo derivado del análisis del discurso, centrado en desvelar las estrategias argumentativas esgrimidas en los textos periodísticos para establecer los objetivos perseguidos por los partidarios de la unión aduanera ibérica. Los resultados de este análisis ponen de manifiesto la importancia que cobraron en la España de la época*

ciertos proyectos de unión aduanera para el conjunto del territorio ibérico, los cuales tomaban como modelo explícito, sobre todo en sus inicios, el Zollverein alemán: la unión aduanera y comercial liderada por Prusia. Así, en base a los documentos analizados se puede afirmar la destacada significación que los planes de Zollverein ibérico tuvieron en el marco de desarrollo del iberismo.

Palabras clave: Zollverein, unión aduanera, prensa, iberismo, España, Portugal.

Abstract: *This paper analyses the messages published in the mid-nineteenth century Madrid press in support of the setting of a customs union between Spain and Portugal. To this end, an interpretative model derived from discourse analysis is applied, focused on establishing relations between the keywords used by newspapers, textual message content and context of the historical-political period. The results of this analysis show the importance that certain Iberian customs union projects gained in Spain, and how these projects took as an explicit model, especially in the first years, the German Zollverein, i.e., the customs and trade union led by Prussia. Thus, based on the analysed documents, we can confirm the outstanding importance that Iberian Zollverein plans had in the development of Iberianism.*

Keywords: Zollverein, customs union, press, Iberianism, Spain, Portugal.

1 Introducción

El Zollverein fue una unión comercial y aduanera en la que se integraron varios de los Estados pertenecientes a la Confederación Germánica. Entró en vigor el 1 de enero de 1834 y funcionó hasta 1871, cuando se constituye oficialmente el Imperio alemán como entidad política unificada, asumiendo de manera natural las competencias en materia comercial. La meta del Zollverein, en un sentido económico, era la creación de un mercado interno y la armonización de los sistemas comerciales y fiscales dentro de la Confederación Germánica. Este sistema de unión aduanera propició un periodo de crecimiento económico en los Estados alemanes (Fulbrook, 2009: 142), beneficiando el ascenso de Prusia como potencia industrial, y ha sido interpretado usualmente por la historiografía como el proyecto fundacional que inició el camino hacia la unión política alemana (Hahn, 1984: 189-190; Fulbrook, 2009: 133; Ploeckl, 2010: 2). Esta interpretación, surgida ya entre los contemporáneos del Zollverein, ha sido cuestionada en parte por algunos sectores de la comunidad académica^{1 2}. El objeto de

¹ Muchos de los promotores del Zollverein fueron ya en su momento conscientes de la dimensión política del proyecto. Así lo manifestó, por ejemplo, el ministro de finanzas prusiano de la época, Friedrich von Motz, quien afirmó que la “Einigung dieser Staaten zu einem Zoll- und Handelsverband zugleich auch Einigung zu ein und demselben politischen System mit sich führt” (citado en Nipperdey, 2012: 359). [“La unidad de estos estados en una agrupación aduanera y de comercio lleva simultáneamente a la unidad en un mismo sistema político”. Traducción propia.]. Hoy en día,

estudio de este artículo son precisamente los proyectos de implementación de un Zollverein en suelo ibérico, es decir, de una unión aduanera hispano-portuguesa.

El análisis de los mensajes periodísticos relativos a la posibilidad de establecer una unión aduanera en suelo ibérico solo tiene un antecedente relevante en un artículo de la profesora Meireles Pereira (1998), que se ocupa de las propuestas de Zollverein ibérico aparecidas en la prensa de Oporto en el tercer cuarto del siglo XIX. La cuestión también se ha tratado desde el punto de vista de la historia general, no periodística, y aunque sea de una manera tangencial, en estudios sobre iberismo como los de María Victoria López-Cordón (1975), Teodoro Martín (1975, 1981, 2009), José Antonio Rocamora (1994), Maria da Conceição Meireles Pereira (1992, 1995, 2010), o Sérgio Campos Matos (2006, 2009), así como los de Hipólito de la Torre Gómez, quien no obstante se centra en el nacionalismo portugués y en las relaciones intrapeninsulares (1988, 1993, 1999), y las recientes aportaciones de César Rina Simón (2012, 2013).

Durante el intervalo de diecisiete años que abarca este estudio (1850-1867), la prensa madrileña de la época, representativa de la española por su calidad y cantidad (Rojas Friend y Fuentes, 1998: 187; Fuentes y Fernández Sebastián, 1998: 165; Checa Godoy, 2006), dio cabida en sus páginas a numerosos mensajes favorables a la puesta en marcha de una unión aduanera entre España y Portugal. El objetivo principal de este artículo es describir de qué manera los proyectos de unión aduanera ibérica se establecieron como una cuestión relevante para la opinión pública en la España de la época, en un momento en que el periódico fue un protagonista central de los acontecimientos políticos “como vanguardia de la acción y de las reivindicaciones [...], como guía de opinión o instrumento de propaganda” (Rueda, Galán y Rubio, 2014: 65). En segundo lugar, se pretende aclarar el papel que jugaron los mencionados proyectos de carácter económico en el marco de desarrollo del iberismo, la ideología que defendía el acercamiento y colaboración de Portugal y España a todos los niveles, planteando en muchos casos como objetivo final la unión política.

Para llevar a cabo la crítica de fuentes se seguirá un modelo derivado del análisis del discurso, en el que se prestará atención a las palabras clave presentes en los textos periodísticos, en relación a la trama histórica, política, económica y periodística del

académicos como Brophy (2011: 189) sugieren que las metas de Prusia fueron desde un primer momento y de manera consciente de carácter más político que económico: “The union pulled middle-German states into the orbit of Prussian commerce, while minimizing the role of Austrian participation in German trade and industry. In doing so, the Zollverein augmented Prussian political power, but not necessarily the prowess of the German economy”. [“La unión llevó a los Estados alemanes centrales a la órbita del comercio prusiano, al tiempo que minimizó el papel de la participación austriaca en el comercio y la industria alemana. De este modo, el Zollverein aumentó el poder político de Prusia, pero no necesariamente la capacidad económica alemana”. Traducción propia.]

² Pese a lo antedicho, y siguiendo a autores como Tilly (1990: 189) o Angelow (2003: 60), no se puede afirmar radicalmente que la creación del Zollverein fuera pensada en clave nacional alemana en un sentido moderno. En definitiva, hay que considerar al Zollverein como una condición necesaria e incluso decisiva, pero no suficiente, para el éxito del proceso de unificación alemana liderado por Prusia.

momento. Siguiendo la opinión de Martin Conboy (2004), la actividad periodística tiene lugar en el discurso, el cual ha de ser analizado por el investigador desde dos puntos de vista: en primer lugar, a través de la manifestación al mismo tiempo de texto y contexto, realidades envueltas en una relación de graduación cambiante en la que no hay prevalencia de ninguna de las dos de forma continuada en el tiempo; en segundo lugar, se advierte que el lenguaje trata de intervenir de forma directa sobre la cultura en la que es producido, actuando como creador de arquetipos y como fermento para la formación de nuevos significados aplicables a los objetos de los que se habla, en un juego de doble dirección en el que las interpretaciones de la realidad afectan al lenguaje al tiempo que este influye en la realidad. Como sugieren Saiz y Fuentes (1993: 538), se entiende que es circunstancia inherente a cualquier texto periodístico –es más, a cualquier texto– la introducción de un desfase entre la realidad y lo que es contado como tal. El origen de lo que se entiende como discurso reside precisamente en ese desfase, en esa divergencia.

Al tratarse de un método utilizado en muy diferentes disciplinas, desde la lingüística hasta la filosofía, pasando por la psicología cognitiva, la antropología y, por supuesto, los estudios relacionados con la comunicación, no es posible alcanzar una definición del análisis del discurso que sea canónica, válida para todas y cada una de sus aplicaciones. Sin embargo, en el contexto en que aquí es presentado se estima como adecuada la aproximación de Kimberly Neuendorf (2002), que explica este método como aquel que se centra en la descripción de temáticas publicadas y difundidas por los medios de comunicación, a través del cual se analiza el contenido de los mensajes y se establece cuáles son los términos centrales gracias a un estudio profundo de las conexiones existentes entre dichas palabras clave³.

El artículo se extiende a lo largo de cuatro apartados, incluyendo la introducción. Tras esta, se repasará brevemente el contexto histórico en el que surgen los proyectos de unión aduanera ibérica, para después afrontar el análisis de los mensajes periodísticos relativos a la cuestión. Por último, se expondrán las conclusiones e interpretaciones correspondientes.

³ También es atractiva la definición del análisis del discurso propuesta por Colleen Cotter, quien observa este método como aquel que trata con “matters related to larger stretches of talk and text beyond the word or sentence level, including questions of participant, topic, function, and discourse structure” (Cotter, 2003: 418) [“asuntos relacionados con amplias extensiones de habla y texto más allá del nivel de palabra o nivel de frase, incluyendo preguntas sobre el participante, el tema, la función y la estructura del discurso”. Traducción propia]. Esta autora considera como modelos a este respecto los trabajos, comenzados a mediados de la década de 1970, por el Glasgow University Media Group –destacan especialmente los dos primeros trabajos: *Bad News* (1976) y *More Bad News* (1980) –, magistrales en su condición de estudios fundadores del análisis del discurso aplicado a los medios de comunicación.

2 Breve contextualización histórica

A mediados del siglo XIX, las dos potencias del sur de Europa que habían dominado el globo durante la época de los grandes viajes transoceánicos se encuentran en franca decadencia. Todavía aturcidas por el éxito de los procesos de independencia en el continente americano, Portugal está sometida *de facto* a la tutela británica, mientras que España se encuentra dentro de la órbita de influencia francesa. Sucesivas crisis políticas sacuden a ambos países, incapaces de encontrar un rumbo positivo para sus intereses o de volver a ser considerados miembros de peso dentro del concierto europeo.

En Portugal, el gobierno de Costa Cabral saca adelante en la primavera de 1846 un proyecto para cercar los campos y registrar la propiedad agrícola en el norte del país. Los campesinos del Miño vieron entonces cómo compradores de clase media se hacían de manera legal con terrenos comunales que desde siempre habían sido utilizados para el pastoreo, la quema de rastrojos o la caza con cebo (Birmingham, 2003: 125). Tras haber soportado un año de malas cosechas y hambre, la privatización de las tierras campesinas termina con la paciencia de las clases populares del norte de Portugal y provoca el estallido de la revolución de María da Fonte, de carácter espontáneo y de ámbito rural, que obliga a Costa Cabral a exiliarse. La sucesión de acontecimientos que siguen a esta revuelta se convierten en la Patuleia, una auténtica guerra civil en la que los revolucionarios portugueses –setembristas, miguelistas y disidentes del cartismo– expanden el conflicto al conjunto del país, incluyendo los dos grandes centros urbanos (Saraiva, 2007: 304).

En España, los ministerios moderados de Narváez –que tenía muy buena relación con Costa Cabral–, Istúriz y Pacheco siguen con preocupación las convulsiones portuguesas, procurando hacer lo posible por evitar el contagio y la consiguiente desestabilización política del país. Además de coincidir en sus planteamientos de doctrina ideológica y económica, tanto Narváez como Costa Cabral eran marcadamente anti-británicos. Así, las circunstancias del momento en España y Portugal permitían vislumbrar cierta comunidad de intereses entre los partidos moderado y cartista, que propiciaban la posibilidad de un acercamiento entre ambos países, con una alianza ibérica en el horizonte (Reis Torgal y Roque, 1998: 97-98), la cual permitiría a portugueses y españoles la emancipación a nivel internacional y significaría el fin de la tutela británica y francesa.

La diplomacia inglesa, sin embargo, temerosa de perder su honda influencia en los asuntos peninsulares, decide forzar una intervención militar para restituir a los cabralistas en el poder y evitar una posible alianza ibérica. En 1847, una expedición compuesta por batallones británicos, españoles y franceses, actuando en el marco de la Cuádruple Alianza, precipita la victoria de las fuerzas conservadoras portuguesas en la guerra civil. Será en este contexto de inestabilidad política cuando surjan en la

prensa periódica de Madrid, progresivamente consolidada a lo largo del Ochocientos como vehículo portador y transportador de ideas políticas y económicas, las primeras propuestas de Zollverein ibérico.

Es importante destacar que, a la altura de 1849, la idea de crear un Zollverein ibérico era atractiva también para el gobierno de Narváez. En enero de aquel año, Donoso Cortés había sido destinado a Prusia como representante del gobierno español, con el encargo de realizar un informe sobre la situación sociopolítica en aquel país⁴. A lo largo de quince cartas, el filósofo doctrinario comenta punto por punto la actualidad de la monarquía prusiana, llegando a incluir en su último mensaje un pormenorizado análisis sobre el origen, progresos, estado general, gobierno, legislación y estado comercial de la liga aduanera alemana. El conjunto de los escritos de Donoso sobre Prusia son de gran interés, aunque su análisis queda fuera de los límites de este estudio. Únicamente resaltaremos su conclusión respecto “al engrandecimiento siempre creciente de la Prusia”, que según el autor se debió a una combinación de factores: “La Asociación Aduanera dio a la Prusia la dirección económica de la Alemania: la revolución, que acaba con otros Estados, ha venido a poner en sus manos el cetro de la dominación política” (Donoso Cortés, 1849: 288). Así, se observa un juicio claro en el pensamiento de Donoso, quien no tiene dudas sobre el papel trascendental que jugó el Zollverein como elemento decisivo en el ascenso de la monarquía prusiana al centro del poder en Alemania.

3 Los proyectos de Zollverein ibérico en la prensa de Madrid

3.1 Planes de Zollverein ibérico en la década de 1850

3.1.1 Juan Arias Girón defiende el modelo alemán

Los primeros meses de 1850 se encuentra en *El Heraldo*, periódico moderado al servicio del general Narváez y de los intereses de María Cristina (Seoane, 1983: 179),

⁴ Por esas fechas Donoso Cortés contaba 39 años y era reconocido en toda Europa como destacado político, diplomático y teórico del Estado. Su evolución desde el liberalismo conservador hacia posiciones anti-parlamentarias y tradicionalistas era ya clara. El gobierno de Narváez lo destina a Berlín por recomendación de Pedro José Pidal, amigo de Donoso y ministro de Estado de la época. Ver *Revista contemporánea* (Madrid), julio-agosto 1881, tomo XXXIV, p. 5.

una interesante serie de doce artículos, con el título de “Relaciones entre Portugal y España” y firmados por el político moderado Juan Arias Girón, quien desde 1847 era diputado por Ciudad Rodrigo⁵. *El Herald* afirma que esta serie de artículos constituía “un síntoma más de la atracción irresistible que empuja cada día más a ambas naciones a estrechar los lazos que las unen”⁶. Los artículos fueron publicados entre el 23 de febrero y el 13 de abril, siempre en primera página y ocupando en torno a las dos columnas.

Específicamente sobre los proyectos de unión aduanera trata el octavo artículo de la serie. El texto comienza haciendo una alusión al éxito del Zollverein alemán y establece dos criterios netos por los que se va a guiar en su defensa de la unión aduanera peninsular: “Dos elementos poderosos crearon e impulsaron la acción de la liga aduanera de Alemania: uno procedía del estado interior de aquel país, y otro de sus necesidades exteriores”⁷. Arias Girón desarrolla estas premisas, analizando la evolución y perfeccionamiento de la economía de los Estados alemanes desde la caída de Napoleón Bonaparte hasta la constitución de la unión aduanera, para después trasladar la cuestión al marco ibérico.

En el primero de los aspectos referidos, la situación interior de Alemania, se destacan “las muchas fronteras, líneas de aduanas, derechos de diferentes especies, restricciones y prohibiciones que tenía alrededor de sí la industria y el comercio interior”, que suponían una losa insalvable para una eficiente producción de bienes⁸. El autor trasplanta esta idea al suelo ibérico e imagina que España saldría beneficiada al abrir a sus productos “las comunicaciones naturales con los puertos del Océano”, en una época en la que la pérdida de soberanía sobre los territorios americanos aguijoneaba una economía ya de por sí maltrecha desde hacía decenios.

En segundo lugar, en cuanto a la proyección exterior germana, se destaca el papel central de Prusia como principal actor del Zollverein. La tesis que maneja Arias Girón es que dicho país necesitaba a toda costa “ofrecer a los demás pueblos de Europa un mercado” frente a la inundación de productos ingleses que se imponían en todo el continente. Si la monarquía prusiana pretendía convertirse definitivamente en potencia europea de primer orden, era imprescindible que pudiera dar salida a su producción. El autor alaba la “constancia proverbial”, el “detenimiento” y la “influencia” que supo utilizar Prusia para persuadir a los demás Estados de las bondades de la unión aduanera, que al cabo sirvió para consolidar su lugar de líder sobre el conjunto de Alemania. Se compara la actuación prusiana con los intentos franceses por realizar una liga aduanera con Bélgica, echados a perder por el miedo de la pequeña monarquía a perder su independencia.

⁵ *Estadística del personal y vicisitudes de las Cortes y de los Ministerios de España* (1858).

⁶ *El Herald*, 23-02-1850, p. 1, col. 2.

⁷ *El Herald*, 17-03-1850, p. 1, col. 2.

⁸ *Ibíd.*

Estos eran dos ejemplos importantes para España: tendría que saber manejar su situación de superioridad económica respecto de Portugal para convencer a este de que saldría favorecido por la unión y además su nacionalidad no se vería menoscabada. Bien al contrario, Arias Girón opina que la coyuntura portuguesa es en aquel momento muy desfavorable para sus intereses y que el país “necesita adquirir una posición respetable y ventajosa para conducir bien sus negociaciones con el extranjero y obtener condiciones mercantiles favorables”⁹. El músculo que le faltaba a Portugal para poder imponer condiciones más ventajosas en los tratos con Inglaterra lo podría encontrar asociándose con España.

Diez días más tarde se encuentra en las páginas de *El Herald* la segunda parte del proyecto de Zollverein ibérico. El principal objetivo de Arias Girón en este artículo es tumbar los miedos que pudiera tener Portugal respecto a una posible absorción por parte española. En el caso de que los proyectos de unión aduanera ibérica tuvieran éxito, la independencia portuguesa estaría fuera de peligro, como demuestra la experiencia del Zollverein alemán: “Caminamos sobre el sólido arrecife de la experiencia ajena [...] Cuando la ciudad libre de Frankfurt, que no tiene dos millas cuadradas de terreno, y otros Estados poco más importantes se sostienen independientes e íntegros en medio de la asociación, fuera el recelo de no serlo harto ridículo en Portugal, que puede cubrir en área y en población a diez Estados alemanes”¹⁰. Se trataba de convencer a los portugueses de que la unión solo podía traer beneficios, porque como afirma el autor a continuación, “disipado este recelo, no hay ningún obstáculo racional” que pudiera contener la fuerza de la unión económica ibérica. Los halagos a Prusia como principal artífice del Zollverein se repiten: Arias Girón habla de “un país de proverbial perseverancia, una nación inteligente y especulativa”¹¹. Así, el trabajo de persuasión que la monarquía prusiana realizó durante largos años con el objetivo de alcanzar una liga aduanera satisfactoria para todos los intereses debería ser tomado como ejemplo por España.

3.1.2 Liga hispano-lusitana y Antonio Romero Ortiz

A finales de 1854, ya con el partido progresista en el poder tras el éxito de la revolución de julio, se constituye en Madrid la liga hispano-lusitana, asociación que tenía por objetivo el acercamiento político y económico entre los dos países. Se trataba de una suerte de grupo de presión creado para influir en las decisiones de los gobiernos de Lisboa y Madrid respecto a las cuestiones que afectaran a las relaciones peninsulares, y estaba formado por personas de todas las tendencias políticas, según se puede comprobar en la nómina de miembros de la liga, publicada por periódicos progresistas como *La Iberia* o *El Clamor Público*¹². Otros, como *La España*, de tendencia

⁹ *Ibíd.*

¹⁰ *El Herald*, 27-03-1850, p. 1, col. 2.

¹¹ *Ibíd.*

¹² *La Iberia*, 22-12-1854, p. 1, col. 5; *El Clamor Público*, 23-12-1854, p. 3, col. 3.

moderada, publicaron los estatutos de la asociación, entre los que se incluía una propuesta de unión aduanera peninsular¹³.

Por otro lado, durante los años de la Unión Liberal, uno de los artículos clave para comprender la pujanza de las ideas favorables a la unión ibérica, en una perspectiva global y no solo económica, es el que escribe el diputado progresista Antonio Romero Ortiz en la revista *La América*, cercana al partido democrático. Este texto fue reproducido por el diario *La Época*, favorito de las élites conservadoras, lo que demuestra la transversalidad del iberismo a esas alturas de siglo¹⁴. Se trata de un artículo de tono optimista, con el que el autor pretendía insuflar confianza, vitalizar el movimiento iberista, entregar unas líneas de propaganda a aquellos que creían posible que Portugal y España conformarían un Estado único, a mayor gloria de sus ciudadanos y del partido que consiguiera llevar la idea a buen puerto. Más allá de la doctrina ideológica, sin embargo, se encontraban también propuestas de carácter práctico, como el proyecto de Zollverein ibérico¹⁵.

3.1.3 “La armonía y acción recíproca de los intereses”: Joaquín María Sanromá

El periódico de Nicolás María Rivero, *La Discusión*, de orientación democrática, reproduce el 22 de julio de 1859 un largo artículo publicado en la *Revista peninsular ultramarina de los caminos de hierro* por Joaquín María Sanromá, economista catalán que desarrollaría su labor política como secretario de Estado a las órdenes de Laureano Figuerola, ministro de Hacienda del gobierno revolucionario de 1868. El artículo trata la propuesta de unión aduanera ibérica, concebida en ciertos círculos económicos progresistas, a los que representaba el autor.

Sanromá refiere el “calor extraordinario” con el que se debatía por esas fechas la cuestión ibérica y la abundancia de proyectos “de los intereses morales y materiales, la unidad de civilización y de miras políticas, el mutuo auxilio y la eficaz cooperación” de España y Portugal¹⁶, y repasa las empresas destinadas al acercamiento de ambos países: publicación de revistas iberistas, redacción y difusión de folletos en favor de la unión o planes ferroviarios y de navegación fluvial. El autor expresa a continuación su rechazo a cualquier intento de realizar la unión a través de la conquista y censura el periodo de unión dinástica bajo la dinastía filipina por haber sido “una gran calamidad que vino a caer sobre la altiva y noble raza lusitana”¹⁷. En opinión de Sanromá, la torpeza de la monarquía española de la época en su trato con los portugueses plantó la semilla de enemistad que se transformó en los siglos posteriores en desconfianza

¹³ *La España*, 23-02-1855, p. 4, col. 2.

¹⁴ *La Época*, 27-03-1858, p. 1, col. 3.

¹⁵ *La América*, 24-03-1858, p. 2, col. 1.

¹⁶ *La Discusión*, 22-07-1859, p. 3, col. 5.

¹⁷ *La Discusión*, 22-07-1859, p. 4, col. 1.

perpetua hacia todo lo español. Otros ejemplos históricos de uniones llevadas a cabo por la fuerza o la diplomacia y que terminaron en fracaso (Reino Unido de los Países Bajos, Grecia bajo el Imperio Otomano) sirven al autor para desechar cualquier vía de unión hispano-portuguesa que no sea “la armonía y acción recíproca de los intereses”, cuyo primer y fundamental pilar habría de ser la unión aduanera¹⁸.

Llegado este punto del razonamiento, Joaquín María Sanromá hace desfilar un ejemplo histórico que por su rotundo éxito tiene que ser visto por los nacionalistas ibéricos como paradigma a seguir:

Estúdiese la historia contemporánea del país alemán, con su pensamiento político representado por la Confederación y su pensamiento económico encarnado en el *Zollverein*. Tomó el primero por pretexto conservar la unidad de la raza germánica, [...] Subsistieron todos los defectos del viejísimo y apagado imperio y la Alemania se encontró despojada de sus antiguas libertades, [...] Es falso que la forma política de la Confederación Germánica haya contribuido en lo más mínimo a alimentar el espíritu teutónico. [...] Otros han sido ciertamente los resultados del pensamiento económico: otros los frutos del *Zollverein*. Mientras el antiguo teutonismo político se disuelve, el nuevo teutonismo brota lozano y majestuoso de la unión aduanera.¹⁹

La división clara y terminante del autor entre las consecuencias de la idea política confederal y las derivadas de la unión aduanera es fundamental a la hora de entender el momento de desarrollo en que se encontraba el iberismo en España. El economista catalán descarta en ese momento la unión política en base a la experiencia alemana, pero al tiempo reclama su validez, ya que demuestra la necesidad urgente de encontrar una comunidad de intereses económicos y materiales que lleve a la convergencia de intereses políticos y sociales: “Unión aduanera como medio de armonizar los intereses materiales, preparando lentamente el acuerdo de los morales, administrativos y políticos”²⁰.

Tras esta toma de partido, el autor pasa a enumerar las ventajas que llaman a la unión aduanera de Portugal y España, a saber: la vecindad geográfica, el lento pero paulatino desarrollo ferroviario, los proyectos de navegación fluvial a través de los cuatro grandes ríos hispano-lusos (Miño, Duero, Tajo y Guadiana) y la semejanza de las instituciones políticas y administrativas. Entre los inconvenientes, el mayor obstáculo que encuentra Sanromá al respecto está en el conflicto de intereses entre el librecambismo portugués y el proteccionismo de los gobiernos conservadores de Madrid.

¹⁸ *La Discusión*, 22-07-1859, p. 4, col. 2.

¹⁹ *Ibíd.*

²⁰ *Ibíd.*

Esta política beneficiaba sobre todo a los industriales textiles, que tenían una entrada masiva de productos ingleses a bajo precio. Así, Sanromá se preocupa de tumbar las tesis proteccionistas exponiendo datos favorables a la balanza comercial portuguesa y a sus productos textiles en determinadas etapas del siglo XVIII y principios del XIX, y argumentando que “la guerra civil, la ineptitud de algunos gobernantes, la exigüedad de la población, la estrechez del territorio” son los verdaderos causantes del estado de retraso económico de Portugal. Todo ello encontraría solución en la unión aduanera con España, empresa que habría de combinarse con la unión de pesos y medidas. El autor cierra el artículo afirmando que “esto basta para el primer paso de la unión peninsular; el tiempo, las relaciones creadas y las exigencias de la mutua seguridad se encargarán de hacer lo restante”²¹. El horizonte lejano seguía siendo la unión política, aunque para ello hubiera que caminar primero más lentamente a través de la senda de la unión aduanera.

3.1.4 “Constituir de toda la península una sola y poderosa nación”: Félix de Bona

Otro texto orientado a publicitar la idea del Zollverein ibérico es el firmado por el escritor Félix de Bona en las páginas de *La América*, quien alaba los proyectos de ampliación del tejido ferroviario español en dirección a Portugal. Estos tenían como objetivo enlazar una línea desde Oporto hasta Madrid pasando por Lisboa y Badajoz, y dadas las excelentes perspectivas económicas que esperaban a las regiones atravesadas por el ferrocarril hispano-portugués, Félix de Bona aplaudía estos planes. Sin embargo, más que el beneficio económico, al colaborador de *La América* le interesaba destacar las ventajas políticas que podrían derivarse de una red ferroviaria que conectara las grandes capitales ibéricas. Félix de Bona piensa que “debemos aspirar a construir una alianza o federación”, que habría de estar basada en primer lugar en el acercamiento mutuo y en el intercambio comercial²². Estas aspiraciones estaban representadas por el ferrocarril, símbolo por excelencia del progreso decimonónico. El redactor de *La América* recuerda que tanto en España como en Portugal se habían publicado durante la década de 1850 varios textos que defendían la implantación de una línea férrea que abarcara toda la península Ibérica y que conectara sus grandes capitales. Se destacan los nombres de António Rodrigues Sampaio y Latino Coelho como defensores y propagadores de una idea que no pretendía la renuncia de Portugal a su nacionalidad, sino un incremento del poder económico de los dos países peninsulares²³.

Así, según este planteamiento, la futura Iberia no habría de esperar que los gobernantes tomaran la iniciativa de crear un nuevo Estado, que por lo demás tendría

²¹ *La Discusión*, 22-07-1859, p. 4, col. 4.

²² *La América*, 08-09-1859, p. 4, col. 2.

²³ Los proyectos de Zollverein ibérico también gozaron de popularidad en Portugal. Un artículo interesante sobre este asunto es el de Meireles Pereira (1998).

un carácter artificial, sino que iban a ser los ciudadanos políticamente más avanzados de uno y otro país quienes, apoyados en los avances técnicos y en la ideología dominante del siglo, sacaran adelante la unión ibérica. Para cerrar su artículo, Félix de Bona insiste en que las mejores armas de conquista en el siglo XIX no eran otras que el incremento de las relaciones comerciales y la rectitud en las relaciones internacionales. El autor apela a la formalización de una reforma arancelaria y de la unión aduanera ibérica, medidas que en combinación con el desarrollo del ferrocarril sería mucho más productiva que ciertas aventuras coloniales en África que por esas fechas ya tentaban a algunos pensadores y políticos españoles. Así, Félix de Bona afirma que “nos convendría reconcentrar nuestra acción en las reformas económicas que un día han de constituir de toda la península una sola y poderosa nación”²⁴.

3.1.5 “La unión de España y Portugal”: Juan Bautista Guardiola

La idea de la unión aduanera arraigó pronto en las filas del iberismo. Sin embargo, para los sectores más radicalmente demócratas o incluso proto-socialistas todo acercamiento en lo administrativo, en lo cultural y por supuesto en lo económico era bienvenido, pero nunca habría de perderse de vista el objetivo final: la unión política. Esto es lo que defiende en la primera página de *La Discusión* Juan Bautista Guardiola, jefe del partido republicano en Barcelona y diputado por la capital catalana tras la Vicalvarada (Maluquer de Motes, 1977: 273). Guardiola afirma en su artículo, titulado “La unión de España y Portugal”, que “la unión entre los que por causas que son de lamentar forman hoy dos Estados, y no fueron un tiempo más que un solo pueblo, es una necesidad reconocida por las personas de corazón e inteligencia de ambas naciones”²⁵.

El político catalán se posiciona a favor de la unión aduanera ibérica partiendo de una base realista, al considerar que existía un grave obstáculo interpuesto entre las intenciones de los iberistas y la consecución de su objetivo: los tratados comerciales anglo-portugueses, y en particular el Tratado de Methuen, firmado en 1703. Para Guardiola, “si no se atravesara esta dificultad, si Portugal estuviera, como lo está España, libre de todo compromiso con las demás potencias, la unión aduanera sería cosa sencillísima”²⁶. Así, era imprescindible resolver esa cuestión antes de siquiera pensar en dar los primeros pasos hacia el futuro Zollverein ibérico, y esto podría ser “cuestión de meses, y quizás de años”²⁷.

Sin embargo, además de las cuestiones económicas, desde el incipiente republicanismo español se pone el acento en otras cuestiones mucho más sencillas de realizar en el corto plazo. Juan Bautista Guardiola se pregunta qué habría de suceder

²⁴ *La América*, 08-09-1859, p. 4, col. 3.

²⁵ *La Discusión*, 15-10-1859, p. 1, col. 2.

²⁶ *La Discusión*, 15-10-1859, p. 1, col. 3.

²⁷ *La Discusión*, 15-10-1859, p. 1, col. 4.

con otros proyectos iberistas, como la paridad de títulos universitarios y profesionales, la abolición de los pasaportes para cruzar la frontera o la unión postal:

Todas estas disposiciones contribuirían, tanto al menos como la unión aduanera, a preparar la unión política, que dentro de un tiempo más o menos lejano están llamadas a efectuar Portugal y España. No hieren intereses creados. No se oponen a tratado alguno. Dependen pura y exclusivamente de la voluntad de los gobiernos de España y Portugal: ni aun es necesario su acuerdo.²⁸

La última aportación es reveladora y decisiva para entender el planteamiento de Guardiola. No era necesario el acuerdo entre los gobiernos, bastaba que uno de ellos tomara una decisión en sentido favorable a los intereses comunes y arrastraría sin siquiera pretenderlo al otro. En el hipotético caso de que Madrid proporcionara ventajas a los súbditos portugueses, como pudiera ser el reconocimiento de títulos académicos para trabajar en cualquiera de los dos países, era probable que Lisboa viera las ventajas encerradas en esa decisión y tomara el mismo camino.

También descuella la importancia que otorga el autor a la existencia de intereses creados –como pudieran ser los derivados de los tratados comerciales entre Portugal e Inglaterra– que no habría por qué perjudicar en el camino a la unión ibérica. Esta era una postura prudente y reflexiva que podría haber servido de inspiración práctica para los gobiernos.

3.1.6 Otras menciones

Además de los textos en que se demandaba a fondo y específicamente la unión aduanera como medida que repercutiría positivamente en la economía española, sin incluir necesariamente referencias a los proyectos de unión ibérica en sentido político, en gran cantidad de artículos iberistas se mencionaba el proyecto de Zollverein hispano-portugués como herramienta de primer orden para avanzar en el camino de la unión²⁹.

²⁸ *La Discusión*, 15-10-1859, p. 1, col. 3.

²⁹ *La Esperanza*, 31-05-1854, p. 1, col. 1; *La Iberia*, 08-02-1855, p. 1, col. 3 y sig.; *La Época*, 24-06-1858, p. 1, col. 4; *La América*, 08-09-1859, p. 4, col. 2; *La Época*, 06-10-1859, p. 3, cols. 4 y 5; *La Discusión*, 22-07-1859, p. 3, col. 5; *La Discusión*, 15-10-1859, p. 1, col. 2 y sig.

3.2 Planes de Zollverein ibérico en la década de 1860

3.2.1 Sociedad Económica Matritense y Arturo de Marcoartú

Con fecha de 14 de abril de 1860, *La Época* publica una carta de la Sociedad Económica Matritense, según la cual esta asociación se posiciona a favor de la supresión de aranceles en el comercio entre España y Portugal³⁰. La Sociedad Económica Matritense habla en su carta del Zollverein alemán como uno de los “acontecimientos económicos más trascendentales del siglo y que más han atraído la solidaridad de los pueblos”, considerando que Portugal y España deberían seguir el ejemplo de la institución “imaginada por [Friedrich] List con un objetivo comercial y político”³¹. No solo se alaba la obra del Zollverein alemán, sino que se enaltecen también los acuerdos comerciales entre Francia e Inglaterra o la supresión de aduanas en Italia, entre otros proyectos. La asociación madrileña, presidida por Arturo de Marcoartú, ingeniero de profesión, considera que la evolución de Europa en lo referente a las fronteras “parece reclamar la supresión de las aduanas hispano-lusitanas, la libre circulación de ambos pueblos por tierra, ríos y mares de sus provincias de la Península y de Ultramar”³².

El progresista *La Iberia* también dio especial importancia a las demandas de unión aduanera expresadas por la Sociedad Económica Matritense. En el número del 26 de abril de 1860 se dedica un texto en primera página a comentar la carta que la Sociedad dirigió a varios periódicos, mensaje enfocado a lo que se conocía como “acercamiento” o “identidad de intereses”, que no tenía mayores implicaciones en lo político a corto plazo. Desde luego que *La Iberia* recibió dicha carta con agrado, calificando el proyecto de unión aduanera ibérica como “el fundamento capital sobre que descansan las liberales reformas económicas” que el progresismo demandaba³³. La propuesta de la Sociedad Económica Matritense encajaba perfectamente en los planteamientos económicos defendidos por *La Iberia*, que manifestó su apoyo al proyecto en el lenguaje acostumbrado por los partidarios de la unión ibérica:

Queremos, en fin, que dos hermanos que se quieren por instinto, como por la igualdad de su historia, de su geografía y de sus hábitos, no se vean separados por la inexorable madrastra, que bajo el nombre de muralla aduanera, se levanta entre estos dos cuerpos que pugnan por abrazarse. [...] [Nosotros] colocamos con preferencia nuestro ariete para descargar sus golpes uno y otro día, hasta derribar esa muralla, que impidiendo el movimiento y la actividad comercial,

³⁰ Esta carta también sería publicada por la *Gaceta de los caminos de hierro*, con fecha 2 de septiembre de 1860, pp. 7-8.

³¹ *La Época*, 14-04-1860, p. 4, col. 4.

³² *La Época*, 14-04-1860, p. 4, cols. 4 y 5.

³³ *La Iberia*, 26-04-1860, p. 1, col. 6.

lastima los sentimientos y mutuos intereses de dos pueblos unidos por los lazos de la fraternidad.³⁴

Para el periódico dirigido por Pedro Calvo Asensio, diputado progresista, el apoyo a la apertura de fronteras no encontraría oposición en la industria fabril, que vería reducidos los perjuicios ocasionados por el contrabando y poco había de temer un fuerte crecimiento de las importaciones portuguesas. Ciertamente, la propuesta de unión aduanera incardinaba directamente con la ideología liberal-progresista, que izaba la bandera librecambista en lucha contra el proteccionismo defendido por los moderados. El reciente tratado comercial que habían firmado Inglaterra y Francia – conocido como tratado Cobden-Chevalier –, todo un hito en la historia económica de Europa, inspiraba confianza a los defensores del librecambio.

Arturo de Marcoartú será por entonces protagonista de una diatriba pública. El ingeniero y presidente de la Sociedad Económica Matritense envió en mayo de 1860 una carta al director de *La Época* en la que polemizaba con el diario absolutista *La Esperanza* por la posición de este último en torno a la cuestión del Zollverein ibérico. Marcoartú estima que la unión ibérica llegará tarde o temprano, pero difiere de *La Esperanza* en cuanto a los procesos económicos que habrán de llevar a la unión. La propuesta de Marcoartú es clara: “la supresión de las aduanas interiores y la igualdad de las exteriores”, aportando datos que demostraban cómo la legislación liberal portuguesa a este respecto no solo no había sido perjudicial para su incipiente industria textil, sino que incluso la había potenciado³⁵. Teniendo en cuenta ese hecho, y asumiendo que los trigos asiáticos y africanos no podrían competir con los castellanos, que seguirían siendo consumidos pese a la apertura de las fronteras económicas, Marcoartú apuesta decididamente por la unión aduanera ibérica frente al proteccionismo de *La Esperanza*.

Este ilustre partidario del Zollverein ibérico también tomaría la palabra en las páginas del progresista *La Iberia* para replicar a *La Esperanza*. Coincidiendo con *La Iberia* en presentar como propaganda carlista-miguelista los rumores que hablaban de una posible unión por conquista, Marcoartú afirma defender únicamente medios “legítimos” para culminar la fusión hispano-portuguesa, abundando así en la tradición del nacionalismo ibérico más honesto. La solución que proponía esta sociedad era “la supresión de las aduanas interiores y la igualación de las exteriores”, ante lo que se había opuesto *La Esperanza*³⁶. A lo largo de más de dos columnas, Arturo de Marcoartú argumenta por qué su solución era la correcta, la que debería tomarse para emprender con éxito el camino de la unión económica, que abriría a su vez la vía para la unión política. El autor arremete, con un argumento tan sencillo como brillante,

³⁴ *Ibíd.*

³⁵ *La Época*, 26-05-1860, p. 1, col. 4.

³⁶ *La Iberia*, 27-05-1860, p. 2, col. 4.

contra lo que los proteccionistas presentaban como intereses nacionales, que no eran más que “intereses de los menos; los que son intereses antinacionales”³⁷.

El artículo finaliza con una apelación dirigida a la base ideológica de *La Esperanza*: el autor se dirige a las bases igualitarias del cristianismo, contrarias en sus principios a lo que manifestaba el diario proclamado católico, que defendía el proteccionismo. El ingeniero y economista realiza una analogía entre progreso y cristianismo auténtico, porque “para amarnos como hermanos envió Dios al hombre el don de la palabra, el viento, la brújula, el vapor y la electricidad sin distinción de castas, de razas ni de climas”³⁸. Así, el proteccionismo sería una doctrina contraria a la religión verdadera que decía defender *La Esperanza*. Se observa una fuerte disputa entre librecambistas y proteccionistas en el marco de la discusión sobre la unión de Portugal y España. El proyecto iberista atraviesa por entonces la discusión política española y llega más allá de su ámbito que podría considerarse como natural, afectando al debate en otros muchos aspectos, entre los que se encontraba el enfrentamiento entre progresistas y conservadores de cara a la organización económica y arancelaria del país.

3.2.2 Memoria *La unión aduanera ibérica*, de José García Barzanallana

En enero de 1863, *La Época* dedica un pequeño comentario a la memoria *La unión aduanera ibérica*, de José García Barzanallana³⁹. Dicha obra le merece una buena opinión al diario, al considerar que estaba escrita con “detenimiento” y que trataba de manera equilibrada las ventajas y los inconvenientes de abordar la cuestión ibérica. El objetivo último de las propuestas de Barzanallana era unir a Portugal y España a través del acercamiento mutuo en asuntos como el comercio, la industria o la navegación de los ríos⁴⁰. En ningún caso se trata en dicha obra la cuestión política, lo que era del agrado de *La Época*.

La completa abolición de los pagos de tasas por el comercio de productos entre España y Portugal, acompañada por una reforma arancelaria, se pretendía implantar como paso previo a la unión política de Portugal y España. El folleto de José García Barzanallana fue la publicación que quizá con más éxito defendió la idea. Damián Menéndez Rayón comenta el texto de Barzanallana en las páginas de la revista democrática *La América*, alabándolo como uno de los “más singulares e importantes” en torno a la cuestión, y calificando a su autor de persona “competente y autorizada” para tratar el tema⁴¹. El crítico Menéndez Rayón parte de la base de que la

³⁷ *Ibíd.*

³⁸ *La Iberia*, 27-05-1860, p. 2, col. 5.

³⁹ José García Barzanallana fue, entre otros cargos, diputado, senador, director general de aduanas y llegaría a ser ministro de Hacienda bajo la presidencia de Cánovas entre 1875 y 1877. Su hermano Manuel también fue ministro de Hacienda (Sampedro y Merry Val, 2005: 268).

⁴⁰ *La Época*, 15-01-1863, p. 2, col. 6.

⁴¹ *La América*, 27-05-1863, p. 10, col. 3.

denominada “cuestión de las nacionalidades” ha cambiado de paradigma en el siglo XIX. Si hasta ese siglo la definición de nacionalidad se había basado en la conquista y/o en los enlaces dinásticos, a estos criterios se le añadía ya a la altura de 1863 con pleno derecho “el consentimiento expreso de los pueblos que por sus propios intereses, por deseos de grandeza, por afinidad de raza o familia quieran adherirse a un grupo mayor”⁴².

Las tesis defendidas por Barzanallana, en concordancia con su adscripción política moderada, proponían que España no cambiara su política económica y que fuera Portugal quien se adaptara al proteccionismo, sobre todo con la idea de proteger a la industria textil catalana. Este plan chocaba frontalmente con las propuestas de unión aduanera librecambista defendidas por progresistas como Sanromá o Marcoartú. El Zollverein alemán, sin embargo, también era un modelo para Barzanallana, destacando precisamente el “sistema protector” promovido por Friedrich List frente a la herencia liberal de Adam Smith (García Barzanallana, 1862: p. 28). *La liga aduanera ibérica* tuvo una importante repercusión en los círculos iberistas, donde fue recibida con cierto distanciamiento por centrarse más en los beneficios que pudiera obtener España de una posible liga aduanera que en la deseada unión política con Portugal. De hecho, el autor afirma en sus conclusiones que la unión es deseable “pero no han de sacrificarse los intereses actuales de España a la inmediata fusión en una, de las dos nacionalidades peninsulares” (García Barzanallana, 1862: 168).

3.2.3 Otras menciones

Al igual que a lo largo de la década anterior, durante los años 60 del siglo XIX se sucedieron en la prensa periódica madrileña textos que, sin centrarse en la defensa única y exclusiva del Zollverein ibérico, proclamaron la necesidad de adoptar dicha medida como herramienta aceleradora de un proceso de integración entre España y Portugal⁴³.

4 Conclusiones

En el presente artículo se han analizado un total de veintisiete textos en los que se exponen las ventajas que, a juicio de los autores, la puesta en marcha de una unión aduanera ibérica hubiera ofrecido como herramienta para el desarrollo económico del

⁴² *La América*, 27-05-1863, p. 11, col. 1.

⁴³ *La Época*, 26-05-1860, p. 1, col. 4; *La Iberia*, 27-05-1860, p. 2, col. 4; *La Iberia*, 29-05-1860, p. 3, col. 1; *La Época*, 19-03-1861, p. 3, col. 4; *Gaceta economista*, 29-07-1861, p.2, col. 2; *La Iberia*, 06-11-1861, p. 1, col. 1; *Gaceta economista*, 10-02-1862, p. 1, col. 2 y sig.; *La Discusión*, 03-04-1862, p. 2, col. 1; *La Concordia*, 13-09-1863, p. 9, col. 1; *La Iberia*, 24-05-1864, p. 1, col. 3 y sig.; *El Contemporáneo*, 01-07-1864, p. 1, col. 3 y sig.; *La Soberanía Nacional*, 30-05-1866, p. 2, col. 1.

conjunto peninsular. En líneas generales, los defensores de la unión aduanera ibérica toman como ejemplo explícito el Zollverein, la unión aduanera alemana liderada por Prusia, que ya entonces era percibida como un éxito económico y apuntaba firmemente a una futura culminación de la unidad política de los Estados de la Confederación Germánica. Siguiendo dicho modelo, ciertos sectores intelectuales españoles trataron con su participación en el debate público, a través de la prensa, de divulgar mensajes favorables a la implantación en suelo ibérico una unión aduanera entre Portugal y España que, a través de la igualación legislativa en cuestiones comerciales y la supresión de aranceles al cruzar la frontera, abriera la puerta de un crecimiento económico sostenido en ambos países.

Además, muchos de los proyectos esbozados en las páginas de los periódicos madrileños dejan traslucir en el horizonte la posibilidad de avanzar, a través del progresivo concierto de los intereses materiales, en el camino de la fusión política. Es también cierto que esta última no se buscaba necesariamente, y que en primer lugar se observaba la cooperación con Portugal como instrumento para activar el crecimiento económico y, al mismo tiempo y como consecuencia, liberar a los dos reinos ibéricos de la tutela que *de facto* ejercían sobre ellos las grandes potencias europeas del momento. Los planes de Zollverein ibérico, sin embargo, no llegaron ni mucho menos a inundar las páginas de los periódicos. Fue un proyecto siempre latente, que surgía a cuentagotas y de la mano de una discusión ideológica más profunda, la que ofrecía el iberismo; esto es, la ideología que patrocina el acercamiento y la cooperación entre España y Portugal. De haber tenido arraigo popular, de haberse extendido más allá de un reducido círculo de élites culturales, políticas y económicas, el programa iberista habría puesto en cuestión la totalidad de la organización política y socioeconómica española: se hubiera inaugurado una etapa de deconstrucción de un determinado orden, tarea que los gobernantes del momento no estaban por la labor de emprender.

Así, el iberismo, en este caso el iberismo económico, se revela como un fenómeno singular en el siglo XIX español, por su carácter de proyecto de improbable realización pero que, al mismo tiempo, aglutinaba a su favor a una gran mayoría de los sectores políticos del momento. No en vano, los textos periodísticos aquí analizados fueron publicados en doce periódicos diferentes, cuya orientación política varía desde el republicanismo democrático de *La Discusión* hasta el conservadurismo elitista de *La Época*, pasando por el moderantismo de *El Español* o el progresismo de *La Iberia*. Esta transversalidad a la hora de ser defendido desde programas políticos tan diversos demuestra la pujanza que el iberismo tuvo en la España de mediados del siglo XIX. El posicionamiento de *La Esperanza*, cabecera cercana al absolutismo, único diario de los citados en este artículo que se acogía con reservas a la defensa de la unión aduanera entre España y Portugal, confirma el carácter esencialmente liberal del movimiento iberista.

El análisis de los textos periodísticos relacionados con la unión aduanera hispano-portuguesa revela el profundo anhelo de cierto grupo de economistas y políticos españoles de la época por devolver al país su posición hegemónica en el concierto europeo, o al menos la voluntad de amortiguar la decadencia a través de la creación de un centro económico en el sur de Europa. Ante el ejemplo de Prusia, la unión aduanera ibérica se presentaba como una magnífica oportunidad para lograrlo. En definitiva, el presente estudio certifica la relevancia que los planes de Zollverein ibérico tuvieron en el proceso de desarrollo del iberismo, que experimenta su momento de mayor expansión precisamente durante los años centrales del siglo XIX.

Referencias bibliográficas

- ANGELOW, J. (2003): *Der deutsche Bund*, Darmstadt, Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- BIRMINGHAM, D. (2003): *A concise history of Portugal*, Cambridge, Cambridge University Press.
- BROPHY, J. M. (2011): "The End of the Economic Old Order: The Great Transition, 1750-1860", en Smith, H.W. (ed.): *The Oxford Handbook of Modern German History*, Oxford, Oxford University Press, pp. 169-194.
- CHECA GODOY, A. (2006): *El ejercicio de la libertad. La prensa española en el Sexenio Revolucionario*, Madrid, Biblioteca Nueva.
- CHIRON, Y. (2002): *Pío IX*, Madrid, Palabra.
- CONBOY, M. (2004): *Journalism. A Critical History*, Sage, Londres, Thousand Oaks (California) y Nueva Delhi.
- COTTER, C. (2003): "Discourse and Media", en Schiffrin, D., Tannen, D. y Hamilton, H. E. (eds.) (2003): *The Handbook of Discourse Analysis*, Malden (Massachusetts), Blackwell, pp. 416-436.
- DE LA TORRE GÓMEZ, H. (1988): "Las relaciones hispano-portuguesas. Una aproximación histórica e historiográfica" en *Bulletin d'Histoire Contemporaine de l'Espagne*, n. 7, pp. 40-53.

- (1993): “Las relaciones hispano-portuguesas en la Edad Contemporánea”, en *Reflexiones en torno a España y Portugal*, Alicante, Instituto de Cultura Juan Albert, pp. 83-122.
- (1999): “Iberismo”, en de Blas Guerrero, A. (dir.), *Enciclopedia del nacionalismo*, Madrid, Alianza, pp. 327-332.
- DONOSO CORTÉS, J. (1849): “Cartas políticas sobre la situación de Prusia”, en J. M. Ortí y Lara (dir. y pról.) (1903): *Obras de don Juan Donoso Cortés*, volumen II, Madrid, Casa Editorial de San Francisco de Sales.
- Estadística del personal y vicisitudes de las Cortes y de los Ministerios de España* (1858), Madrid, Imprenta Nacional.
- FUENTES, J. F. y FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, J. (1998): *Historia del periodismo español*, Madrid, Síntesis.
- FULBROOK, M. (2009): *Historia de Alemania*, Madrid, Akal.
- GARCÍA BARZANALLANA, J. (1862): *La liga aduanera ibérica*, Madrid, Imprenta del Colegio de Sordomudos y de Ciegos.
- HAHN, H.-W. (1984): *Geschichte des Deutschen Zollvereins*, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht.
- LÓPEZ-CORDÓN, M.V. (1975): *El pensamiento político del federalismo español, 1868-1874*, Barcelona, Planeta.
- MALUQUER DE MOTES, J. (1977): *El socialismo en España (1833-1868)*, Barcelona, Crítica.
- MARTÍN, T. (1975): “El iberismo: Una herencia de la izquierda decimonónica” en *Cuatro ensayos de historia de España*, Madrid, Editorial Cuadernos para el Diálogo, pp. 45-73.
- (1981): “El movimiento iberista en el siglo XIX” en *Homenaje a Antonio Domínguez Ortiz*, Madrid, Ministerio de Educación y Ciencia, pp. 649-662.
- (2009): *El movimiento iberista. Aproximación a la historia de una idea*, Madrid, Asociación de Profesores Universitarios Jubilados.
- MATOS, S.C. (2006): “Iberismo e identidade nacional”, en *Clio. Revista do Centro de História da Universidade de Lisboa*, Lisboa, Universidade de Lisboa, pp. 349-400.
- (2009): “Was Iberism a Nationalism? Conceptions of Iberism in Portugal in the Nineteenth and Twentieth Centuries”, en *Portuguese Studies*, Londres, Modern Humanities Research Association, vol. 25, pp. 215-229.

- MEIRELES PEREIRA, M.C. (1992): "Iberismo e nacionalismo no pensamento de José Barbosa Leão. O futuro de Portugal visto do Porto em 1881", *Revista da Faculdade de Letras. História*, Porto, Universidade do Porto, 2ª serie, vol. 9, pp. 237-249.
- (1995): *A questão ibérica. Imprensa e opinião (1850-1870)*, 2 vols. [Tesis doctoral presentada en la Facultad de Letras de la Universidade do Porto].
- (1998): "Concertação económica peninsular e união aduaneira na imprensa portuense. Propostas e resistências no 3º quartel do Oitocentos", en *Revista da Faculdade de Letras. História*, 2ª série, (13), pp. 423-462.
- (2010): Iberismo e nacionalismo em Portugal da Regeneração à República. Entre utopia e distopia [separata de la *Revista de História das Ideias*, vol. 31], Coimbra, Faculdade de Letras.
- NEUENDORF, K. A. (2002): *The Content Analysis Guidebook*, Thousand Oaks (California), Sage.
- NIPPERDEY, T. (2012): *Deutsche Geschichte, 1800–1866. Bürgerwelt und starker Staat*, München, Beck.
- PLOECKL, F. (2010): "The Zollverein and the formation of a customs union" en Oxford University Discussion Papers in Economic and Social History, n. 84. Disponible en internet (28-01-2015) <http://www.economics.ox.ac.uk/Oxford-Economic-and-Social-History-Working-Papers/the-zollverein-and-the-formation-of-a-customs-union>
- REIS TORGAL, L. y ROQUE, J. L. (coords.) (1998): "O Liberalismo", en Mattoso, J. (dir.): *História de Portugal*, vol. V. Lisboa: Estampa.
- RINA SIMÓN, C. (2012): "Reflexiones historiográficas en torno al Iberismo", en Iñesta Mena, F., Mateos Ascacíbar, F.J., *España: Nación y Constitución y otros estudios sobre Extremadura*, Llerena, Sociedad Extremeña de Historia, pp. 188-195.
- (2013): "El iberismo historiográfico como recurso identitario" en Ortega López, T. M., del Arco Blando, M. Á. (eds.), *Claves del mundo contemporáneo, debate e investigación: Actas del XI Congreso de la Asociación de la Historia Contemporánea*, Granada.
- ROBLES JAÉN, C. (1999): "La intervención española en Portugal en 1847", en *Anales de Historia Contemporánea*, n. 15, pp. 413-435.
- ROCAMORA, J.A. (1994): *El nacionalismo ibérico 1792-1936*, Valladolid, Universidad de Valladolid.

- ROJAS FRIEND, A., FUENTES, J. F. (1998): "Nota sobre la evolución de la prensa provincial española a mediados del siglo XIX, 1850-1860", en *Studia historica. Historia contemporánea*, n. 16, pp. 185-196.
- RUEDA, J.C., GALÁN, E. y RUBIO, Á.L. (2014): *Historia de los medios de comunicación*, Madrid, Alianza.
- SAIZ, María Dolores y FUENTES, Juan Francisco (1993): "La prensa como fuente histórica", en Artola, M., *Enciclopedia de historia de España*, tomo VII, pp. 525-581.
- SAMPEDRO, J. L. y MERRY VAL, F. A. (2005): *Ministros de Hacienda y Economía de 1700 a 2005. Tres siglos de historia*, Madrid, Ministerio de Economía y Hacienda.
- SARAIVA, J. H. (2007): *História concisa de Portugal*, Lisboa, Europa-América.
- SEOANE, M. C. (1983): *Historia del periodismo español. El siglo XIX*, Madrid, Alianza.
- TILLY, R. H. (1990): *Vom Zollverein zum Industriestaat. Die wirtschaftlich-soziale Entwicklung Deutschlands 1834 bis 1914*, München, DTV.

Los documentos listados a continuación han sido consultados en la sala de prensa y revistas de la Biblioteca Nacional de España y en la Hemeroteca Municipal de Madrid.

El Heraldo, 23-02-1850

El Heraldo, 13-03-1850

El Heraldo, 17-03-1850

El Heraldo, 27-03-1850

La Iberia, 22-12-1854

El Clamor Público, 23-12-1854

La España, 23-02-1855

La Época, 27-03-1858

La América, 24-03-1858

La Discusión, 22-07-1859

La América, 08-09-1859

La Discusión, 15-10-1859

La Época, 14-04-1860

La Iberia, 26-04-1860

La Esperanza, 10-05-1860

La Época, 26-05-1860

La Iberia, 27-05-1860

La Iberia, 29-05-1860

La Época, 15-01-1863

La América, 27-05-1863

Revista ibérica de ciencias, política, literatura, artes e instrucción pública, 15-04-1863

El Imparcial, 16-03-1867

LA 'CUESTIÓN JUDÍA' EN LA PRENSA COLOMBIANA (1933-1939)

EL DEBATE EN RELACIÓN CON LAS COMUNIDADES JUDÍAS QUE ANTECEDIÓ LAS RESTRICCIONES A SU INMIGRACIÓN

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i04.05>

Lina María Leal Villamizar

Docente e investigadora de la Universidad Minuto de Dios

Líder Semillero de investigación: Prensa, Historia y Cultura

Facultad de Ciencias de la Comunicación

lina.leal@uniminuto.edu

 <https://orcid.org/0000-0002-3304-5251>

Recibido: 27-2-15

Aceptado: 26-5-2015

Resumen: Este trabajo expone el debate en la prensa respecto a la inmigración judía en Colombia entre 1933 y 1939. La discusión encarna los argumentos de intelectuales y políticos colombianos a favor y en contra de esta inmigración, que cargan con una serie de imágenes y estereotipos sobre “lo judío”. Como producto de este debate, el gobierno colombiano –a la cabeza de Eduardo Santos, tío abuelo del actual presidente de Colombia– restringe la llegada de judíos al país en 1939. Por último, el epílogo construye el entramado de relaciones tejido en torno al debate, y tiene como propósito

demostrar que la “cuestión Judía” en la prensa colombiana contuvo argumentos económicos y nacionalistas, más que religiosos o raciales, para restringir la entrada de judíos al país.

Palabras clave: judíos, prensa colombiana, antisemitismo, preguerra.

Abstract: *This paper presents the debate about Jewish immigration in Colombian press between 1933 and 1939. The discussion reflects the arguments of Colombian intellectuals and politicians for and against this immigration, which bear imaginaries and representations about “Jewishness”. As a result of this debate, the Colombian government -a head of Eduardo Santos, great uncle of the current president of Colombia- restricts the arrival of Jews to the country in 1939. Finally, the epilogue is building the fabric of relationships around the debate. The purpose is to demonstrate that «Jewish Question» in Colombia is based on economical and nationalist arguments, rather than religious or racial, to restrict the entry of Jews into the country.*

Keywords: *Immigration, Jews, Antisemitism, Colombian press, anti-Semitism, pre-war.*

Introducción

El pueblo hebreo¹ ha sido reconocido como migrante. Desde su aparición en la tierra – hace alrededor de cinco mil años– muchos judíos han abandonado sus lugares de origen para inmigrar o refugiarse en otros, por causa de guerras o persecuciones. En consecuencia, su identidad se construyó en un nomadismo forzado: “su nombre es viaje, su vida es movimiento; su nostalgia es sedentaria” (Attali, 2002: 485). Sin embargo, por diversas razones y sobre todo debido a discriminaciones de tipo biológico y racial en la modernidad (Bauman, 1997: 81), el pueblo hebreo ha atravesado procesos de exclusión, rechazo, expulsión e, incluso, destrucción. Uno de los casos más representativos es el éxodo judío después del ascenso de Adolph Hitler, en 1933. A partir de entonces, trescientos mil europeos de origen hebreo salieron del Antiguo Continente antes, durante y después del Tercer Reich (Blancpain, 1992: 123).

Colombia recibió alrededor de 6.000 judíos (Neumann, 1941:386), lo cual constituyó la mayor oleada de inmigrantes de origen hebreo al país. Sin embargo, estos judíos tuvieron que enfrentar más de un obstáculo para ingresar, en tanto que no formaban parte del grupo de inmigrantes esperado por los intelectuales colombianos, así que, luego de un fuerte debate desarrollado en los atriles de la prensa, el gobierno colombiano instauró trabas para restringir su entrada.

¹ Proveniente de “Eber”, que traduciría nómada, hombre de paso, e incluso cambista. Luego fue modificado a ibrí o hebreo.

El presente trabajo tiene como propósito presentar este debate en cuatro momentos. El primero y más corto, titulado “La estigmatización de los judíos (1933-1935)”, se refiere a la etapa inicial de reconocimiento de las comunidades judías por parte de ciertos grupos colombianos, por cuenta del novedoso oficio que muchos de ellos comenzaron a ejercer como klapers o vendedores ambulantes a cuotas; el segundo, titulado “El debate en relación con la ‘cuestión judía’ (1936-1938)”, expone el recrudecimiento del debate en relación con los judíos inmigrantes, en el que ciertas facciones de liberales y conservadores opositoras se unieron para solicitarle al gobierno que regulara la inmigración de judíos al país por cuenta de una serie de estereotipos e imágenes sobre “los judíos”; también se encuentran ciertas posiciones de defensa en relación con las comunidades judías que se establecían en el país; las “Restricciones a la inmigración de judíos a Colombia (1938-39)” reflejan de manera muy breve las medidas para restringir la llegada de estos inmigrantes al país, ad portas de la Solución Final (plan del régimen nazi para llevar a cabo un genocidio sistemático de la población judía), y en momentos en que las solicitudes de ingreso colmaban las oficinas del Ministerio de Relaciones en Europa. Y en las conclusiones, se expone el entramado de relaciones tejido en torno al debate de la ‘cuestión judía’ en Colombia en el periodo previo a la Segunda Guerra Mundial.

Para ello, se revisaron y analizaron publicaciones periódicas colombianas tan reconocidas como El Tiempo, El Espectador y El Siglo, así como otras de menor tiraje que existieron en el periodo de estudio. Siguiendo el paradigma indiciario de Carlo Ginzburg (1989), se intentó encontrar en estos medios impresos de comunicación los ‘indicios’; huellas, rastros o síntomas que reflejarían los estereotipos e imágenes respecto al ‘judío’ detrás de cada argumentación.

Es de destacar que la construcción milenaria ‘del judío’ es producto de la convergencia de factores independientes, más o menos intensos según las circunstancias, pero sometidos a dinámicas particulares (Friedländer, 1972: 17) que provenían incluso desde la antigüedad. Siguiendo al investigador Zygmunt Bauman, «El judío conceptual fue un ente semánticamente sobrecargado, que abarcaba y combinaba significados que deberían haberse mantenido aislados» (1997: 52), pero que permanecieron vigentes hasta el punto de constituir al ‘judío’ en una categoría prismática. Como un prisma, desde diferentes puntos de observación es posible refractar una imagen particular.

La construcción de este prisma se ve fuertemente alimentada en las décadas de 1930 y 1940. Según sostiene Hanna Arendt, se transforma al individuo de carne y hueso en un conglomerado de características que son ‘universalmente malas’ y, aunque son conservables en otras personas, siempre son denominadas ‘judías’ (con lo que estas personas son ‘judaizadas’). Se transforma, pues, al judío en judío (Arendt, 2009: 142),

en tanto a un ser humano se le atribuyen características negativas que, supuestamente, son propias de los judíos.

Estas características ‘universalmente malas’ constituyen el prisma existente del judío del momento, que hereda los estereotipos e imágenes construidos en dos milenios de odios irregulares, cambiantes y rizomáticos de todas las variedades: paganas, cristianas y seculares, que confluyen en el antisemitismo moderno de los siglos XIX y XX (Arendt, 2009: 13 y 14), y llegan a un punto álgido con el ascenso de Adolf Hitler al poder en Alemania, en 1933.

El propósito es demostrar que ‘la Cuestión Judía’ en la prensa colombiana constituye un prisma que contuvo imágenes, basadas en argumentos económicos y nacionalistas, más que religiosos o raciales, para restringir la entrada de judíos al país. De este modo, el país perdió la oportunidad de enriquecer su diversidad cultural y judíos familiares de residentes murieron en manos del gobierno nazi.

1 Estigmatización de los judíos (1933-1935)

Con el ascenso de Adolf Hitler al poder en 1933, los ecos del antisemitismo se hicieron sentir en Colombia. Antes, el partido nazi (*Nationalsozialistische Deutsche Arbeiterpartei*, Partido Nacionalsocialista Alemán–NSDAP) no gozaba de simpatía en el exterior pero a partir de 1933 la política del gobierno nacionalsocialista fue mejorar la imagen de los gobernantes, la nación y el partido, así como invitar a los alemanes del exterior a regresar a casa (Friedman, 2003: 71). Pero también generar y divulgar una creciente cultura antijudía que avanzaba a pasos agigantados en Europa (Friedländer, 2008: 24).

En particular, esta cultura contempló la exclusión de los judíos de la vida pública y su eliminación física de Alemania, discurso radicalizado en el transcurso de la década de 1930, que comenzó por la exclusión, luego fue la necesidad de expulsarlos de Alemania y del continente europeo y finalmente constituyó el exterminio (Friedländer, 2008). Este planteamiento se desarrolló bajo el símil de que las comunidades de origen hebreo eran como alimañas o bacilos, que resultaba prioritario extirpar para la conservación de un órgano sano; de una ‘nación sana’. «Se trata de un lenguaje que no

solo es extremo, sino que apunta además hacia una mentalidad proto genocida», señala el reconocido historiador Ian Kershav (2009: 181).

Esta política tuvo mayor acogida en algunos espacios ortodoxos de Colombia, mientras que en el liberalismo fue fuertemente criticada. Según sugiere el historiador César Ayala, algunas pocas secciones del heterogéneo grupo del Partido Conservador veían en los regímenes europeos de Alemania e Italia, una alternativa a los problemas de Colombia, no relacionados directamente con el antisemitismo (aun cuando el grupo de judíos europeos inmigrantes aumentaba, por cuenta de la difícil situación económica que algunos vivían en Polonia y del advenimiento del Partido Nacionalsocialista al poder alemán), más con otros tópicos de la agenda política.

Se trata del grupo llamado 'Los nacionalistas', que promovían el fascismo y el nacionalsocialismo como un método de lucha (Ayala, 2007: 160) y de 'Los Leopardos', agrupación conservadora cuyo propósito era establecer una política agresiva, ultracatólica y antidemocrática, para organizar el partido y combatir a los revolucionarios. También estaban Las 'Camisas Negras', un conjunto conservador juvenil que vestía camisas negras a la usanza de los fascistas italianos y buscaba seguir los paradigmas del gobierno de Benito Mussolini. Algunos representantes de los anteriores grupos unificaron criterios y manifestaron visos antisemitas (Ayala, 2007 y Arias, 2007), a medida que el rechazo a los judíos se revestía de importancia con el transcurso de la campaña hitleriana en la década de 1930.

No obstante, al inicio, los intelectuales y políticos colombianos no se manifestaron ni a favor ni en contra del tema. Noticias relacionadas con las medidas antisemitas tomadas en Alemania respecto a los judíos eran las únicas voces al respecto, en vista de que las acciones contra los judíos recibían extensa publicidad (Gellately, 2004: 146). Adicionalmente, las pocas notas o libros publicados eran de escritores extranjeros que se re-publicaban en Colombia.

El escritor español Gines Ganga anotó en la Revista *Cromos* que «la actitud de los alemanes frente a los judíos reviste todos los caracteres del primitivismo (...) Ni en Alemania ni en ningún país tiene importancia el hecho religioso. El antisemitismo no es un efecto de las ideas religiosas, sino de motivos económicos. Se odia al judío porque es rico y de otra 'raza'. Influye también la moral del judío, su psicología avarienta y su desprecio por el cristiano» (Cromos, 03-06-1933:7).

El concepto 'raza' se comenzó a usar como categoría 'seudo-científica' (Hering, 2007: 25), mediante la asignación de determinadas características a los diferentes grupos 'raciales'. Según afirma el investigador Max S. Hering, esta delimitación racista es realmente una 'construcción social', en la que «dependiendo de la época y de la región

en donde se origina, se adapta a las diferentes concepciones de verdad y moral, así como a las condiciones, realidades e intereses sociales imperantes y, a partir de esto, vuelve a crear nuevas realidades capciosas ligadas a las diferentes concepciones del poder, la teología y la ciencia» (Hering, 2007: 26). Estas nuevas realidades capciosas no son meras construcciones sociales, sino que se convierten en prácticas sociales, por lo que constituyen valiosos entes discursivos. La 'raza' es el marco en el que se construye a las comunidades judías del mundo como otro grupo 'racial' que, supuestamente en Occidente, compartía rasgos físicos, psicológicos y culturales.

En el caso alemán, en su deseo de definición identitaria para constituir nacionalismo, adoptaron los conceptos 'seudocientíficos' que avalaban la superioridad racial alemana o nórdica. Pero en concordancia con la idea de superioridad, era necesario crear una inferioridad, que adquirió el rostro de judío; encargado de personificar la 'raza' villana (Friedländer, 1972: 77-80). En Colombia, el tema del 'racismo' se extrapoló directamente. Santiago Castro-Gómez sostiene precisamente que la diferenciación biológica-racial por parte de los intelectuales y la clase alta colombiana hacia los otros actores de la sociedad legitimaba su estada en la cúspide de la estructura, por lo cual la 'supremacía y pureza racial' es un elemento clave en los debates intelectuales en las décadas de 1920 y 1930 (2007: 107). Se trataba, pues de mejorar la deficiente 'raza' colombiana compuesta por mulatos, mestizos, indígenas, negros y pocos blancos con la inyección de inmigrantes de origen 'nórdico'.

De otro lado, estaba la disputa religiosa. Durante la Edad Media, el antagonismo se desarrolló en Occidente en vista del creciente rechazo de la ley judía por parte de los cristianos, el rol activo desempeñado por los judíos en la persecución a los cristianos, especialmente durante el siglo I, y la competencia entre la iglesia y la sinagoga en el campo del proselitismo (Friedländer, 1972: 19); campo de batalla en el que la Iglesia Católica aunó esfuerzos. A partir de este antagonismo, el judío comenzó a ser, además de deicida (una culpabilidad basada en el homicidio de Jesucristo), infanticida y errante. Era 'infanticida' pues, según la Iglesia Católica, acostumbraba a realizar rituales con la sangre de los niños *goim* (no judío) (Johnson, 2002:237), y era 'errante', porque estaba destinado a deambular de un lado a otro. Esta leyenda surge, durante el siglo XII, en una crónica boloñesa en referencia a un judío que habiendo golpeado a Cristo en su vía dolorosa, es condenado a vagar hasta el siguiente advenimiento. Durante el siglo XVI, el judío errante era representado como el típico buhonero: viejo, barbudo, raido y lamentable. La otredad, en el desarrollo del cristianismo, se reviste de un halo de oposición, enajenamiento y pecado, lo que gradualmente adquiere un rostro demoníaco. El judío es constantemente representado con imágenes diabólicas que penetran en los dominios de la cultura medieval y se difunden en la cultura occidental (Friedländer, 1972: 21). Constituye, pues, un pueblo deicida, infanticida,

errante, antagonista, extraño, pecador...una especie de demonio, verdugo de los cristianos durante las cruzadas y la inquisición.

Parte de estas imágenes son trasladadas al prisma que se construye de lo 'judío' en el ámbito local. De hecho, en una nota del mismo año 1933, *El Tiempo* afirma:

El pueblo acusado de haber matado a un dios ha querido matar también a los ídolos de la inteligencia y el sentimiento. (...) Los hebreos no son únicamente valerosos, sino temerarios. No han sido nunca héroes a la manera bárbara ni siquiera creó en la época de David, pero han sido los primeros entre todos los pueblos que comprendieron que el verdadero trabajo del hombre consiste más en ejercitar la mente que en matar criaturas semejantes a ellos. (...) para no ser exterminados tuvieron que encontrar su defensa. Hallaron dos: el dinero y la inteligencia (*El Tiempo*, 12-07-1933: 9).

En estos primeros años (1933 y 1934), los estereotipos e imágenes que fluyen en los medios de comunicación respecto al judío están mediatizados por las experiencias de éste en el extranjero y, además de los prejuicios medievales como antagonistas del catolicismo, se refieren a un exceso de inteligencia, inmoralidad, avaricia para los negocios y el dinero, además de un espíritu pacífico.

Como es de destacar, el tema de los negocios y el dinero fue un factor clave que alimentó los estereotipos e imágenes en relación con los judíos, desde la Edad Media. El trabajo siempre fue prioritario dentro de la comunidad judía ya que el Talmud (obra sagrada del judaísmo que abarca legislaciones, tradiciones, leyendas e historias del pueblo) señaló que «un desocupado es peligroso para la comunidad (...) Aquel que vive del trabajo de sus manos, es superior al hombre piadoso que cree en Dios» (Attali: 2002, 56), así que incluso los rabinos (sacerdotes del judaísmo) tenían la obligación de trabajar para ayudar a su familia y a su comunidad. Gran parte –si bien, es sabido, que no todos– de estos judíos se dedicó a labores prestamistas, administrativas y comerciales que, paulatinamente, fueron difamadas y satanizadas por parte de la Iglesia Católica y las élites.

En este punto, emergió la imagen original de usurero como un prestamista que obtiene beneficio por una transacción a base de dinero; en consecuencia designa tanto la ganancia comercial como el interés del crédito. Hasta el siglo IX, prácticamente todos los empresarios son 'usureros' pero durante el siglo X la usura se designa a los préstamos, «el usurero es el judío y viceversa» (Attali, 2002: 140 y 145). El historiador francés Jacques Le Goff afirma que el usurero se convierte en “un hombre necesario y detestado, al mismo tiempo poderoso y frágil, en un mundo en el que el cristianismo engendra el rechazo hacia el préstamo a interés, señalándolo como un robo al prójimo.

Y según Le Goff «¿qué cosa roba si no es el tiempo que transcurre entre el momento en que el presta y el momento en que es reembolsado con interés?». El judío prestamista es un 'ladrón de tiempo' puesto que roba el tiempo, que sólo le pertenece a Dios. Este ladrón de la propiedad de Dios es un nuevo villano que aparece en las historias que entretejen lo cotidiano y lo maravilloso (Le Goff, 1987: 14). La imagen del usurero se consolida con la entrada de la modernidad y es utilizada por el antisemitismo moderno para rechazar a los judíos.

A la luz de estas construcciones sobre 'lo judío', a finales de 1935, el debate se acrecienta. En *El Diario Nacional*, José Antonio Osorio Lizaraso en un artículo de 1935 titulado "Una inmigración indeseable" culpó a los 'polacos' (nombre con que se conocía a los judíos, porque en su mayor parte provenían de Polonia) de perjudicar los intereses de los industriales y comerciantes colombianos con su sistema de venta al fiado: «los extranjeros perniciosos expulsados de todos los países enriquecen y prosperan en Colombia (...) Sus negocios ilícitos y ventas a plazos constituyen verdaderas estafas (...); deambulan por las calles, ofrecen sus mercancías averiadas, venden las drogas heroicas y organizan estafas en gran escala» (*El Diario Nacional*, 20-03-1935: 2). El artículo hacía un llamado al Gobierno para que tomara cartas en el asunto de la inmigración. Con esto, estalló la indignación de los comerciantes nacionales quienes exigieron a las autoridades que el 90 por ciento de los extranjeros residentes en el país tuviera que dedicarse a la agricultura.

Pero esto no ocurrió. Muchos de estos judíos venían de Polonia o Alemania. Y pese a que tenían infinidad de profesiones, la agricultura no era la primera opción. La mayor parte de estos judíos —especialmente los polacos— se dedicaron al oficio de comerciantes o *klapers*, porque dentro de las comunidades conseguían facilidades de compra de varios artículos por parte de otros judíos que ya tenían negocios de importación. Los *klapers* cargaban maletines atiborrados de telas importadas para venderlas a las clases populares y como los colombianos no tenían cómo pagar de contado a estos 'misters', como los denominaban antes, les dieron la posibilidad de pagar a plazos (Brainski, 1945: 20). Según Simón Guberek, comerciante judío que se dedicó a esta labor durante aquella década, primero el pago era al fiado pero luego adquirió el nombre de crédito, un sistema novedoso en Colombia que fue denominado por la gente del común como 'plazos polacos' (Guberek, 1993: 18).

Según el economista judío Michael Rabinovich:

Los *klapers* democratizaron el vestuario porque gracias a ellos todo el mundo pudo vestir en forma democrática. En esa época, el pueblo andaba en harapos porque el vestuario era una forma de establecer las diferenciaciones sociales. Los *klapers* aprovecharon la coyuntura, consiguieron mercancía y fueron puerta a

puerta vendiéndola. Cada semana volvían a cobrar una cuota acordada. Al pueblo le servía porque podía vestir prendas parecidas a las de las clases superiores y al *klaper* también le servía porque conseguía un medio independiente de subsistencia (Ravinovich, 06-10-2006).

De igual forma piensa el político colombiano Alberto Lleras, quien señaló en la Revista Visión muchos años después –en 1974– que los judíos polacos realizaron «una humilde revolución judía», mediante su oficio de comerciantes en Colombia: «las mercancías no solo bajaron de precio sino que los pusieron al alcance de todos» (*Revista Visión*, 09-03-1974: 17). Lleras destaca el hecho de que este comercio incluyó a negros, indios, mulatos, y toda clase de poblaciones subalternas. Sin embargo, este sistema de ventas al fiado para las clases populares no era bien recibido para las élites (políticas, económicas e intelectuales) colombianas y, por el contrario, se convirtió en el argumento principal y recurrente para la oposición nacional frente a la creciente inmigración judía.

2 El debate sobre la cuestión judía (1936-1939)

2.1 Los opositores

Para 1936, el debate sobre la ‘cuestión judía’ se agudizó en los diarios colombianos. En febrero, Luis Peña realizó una serie de reportajes de primera página para el periódico liberal *El Espectador* sobre el comercio judío, en los que aclaraba que su objetivo no era encaminar una campaña ‘racial’ o ‘religiosa’ sobre ellos en el país, sino atraer la atención sobre la forma en que estarían trabajando los centroeuropeos, especialmente en Bogotá. Peña reconoce tres grupos de inmigrantes: los poseedores de capital que habrían arribado años atrás para invertir en el país; los delincuentes, dedicados a labores ilegales como la trata de blancas y el contrabando; y el tercer grupo –la gran mayoría– que «ha llegado a Bogotá en la más lamentable situación y para progresar se han valido de todos los medios lícitos e ilícitos, a costa de la ingenuidad de cierto público y mediante la exploración organizada del elemento colombiano» (*El Espectador*, 27-02-1936: 1). Claramente Peña se refiere a los *klapers* y comerciantes medianos.

La serie de reportajes retrataba a los comerciantes judíos como ‘usureros’ que ganaban el 600 por cientos de las ventas, en la medida en que el sistema a plazos incrementaba el precio que un consumidor pagaba por un artículo. También afirmaba que las prácticas de los comerciantes que se establecieron en la Carrera Séptima, son ‘arribismos’ y ‘trucos’, en tanto se ingenian formas para vender más (bajos precios en cooperación con los otros, baja calidad de los productos, etcétera). Pero uno de los puntos más importantes que Peña expone es que los comerciantes judíos, acostumbrados al éxodo, no adquieren ‘vínculos emocionales’ con el lugar donde se asientan. Y según argumenta el escritor, prueba de ello es que su profesión consiste en deambular de un lugar a otro con ciertas mercancías, pero no con labores que lo arraiguen a la tierra como la agricultura o la ganadería. El punto de la movilidad parece ser otro factor importante que se relaciona con el judío; ese judío errante, que se moviliza constantemente de un espacio a otro.

De otro lado, en los atriles del también medio liberal *El Tiempo*, el reconocido periodista Calibán, por su columna ‘La danza de las horas’, decía: «es tiempo de proteger a los nacionales y cerrar definitivamente la entrada a los inmigrantes buhoneros (...); el judío de la Europa central representa uno de los tipos humanos mas bajos. Es el resultado de siglos de encierro de los ghettos, de hambres persecuciones y miserias que le desmedraron físicamente, pero le aguzaron hasta lo increíble astucia y todas las facultades defensivas y le han tornado cruel y rapaz. Las gentes de este origen son de estatura más que mediana y de salud endeble. No nos convienen» (Independencia 01-01-1936: 1). En este punto, la importancia de la inmigración parece perder importancia, pero el nacionalismo –como protección del comercio y la industria nacionales– y la defensa de la raza, aunque en menor medida, se mantienen latentes.

Uno de los diarios que más estimuló la campaña antisemita en Colombia –sin tener en cuenta las divergencias entre el fascismo y el nacionalsocialismo– fue *El Fascista*, fundado en 1936 por el conservador Simón Pérez y Soto, como un órgano de los ‘camisas negras’ de Bogotá, que imprimía publicidad constante de este tipo: «Si usted es colombiano no compre en almacenes judíos. Apoye la industria nacional». Y explicaban:



Vemos con angustia cómo la inmigración semita va aumentando en nuestra tierra. Crece como la mala planta. Llegan y llegan judíos trayendo en su bagaje todas las infecciones y taras espirituales y sociales más repugnantes [...] , sin olvidar el acaparamiento de los mercados y sus sistemas de préstamos de 10 por 100, nada hay de perverso y de inmoral que no encarnen y representen esos hombres sin patria, parias del mundo, nómadas indeseables cuyo credo es la destrucción del orbe civilizado [...] ellos son gratos al Frente Popular [...] por los hombres sin Dios. Y esto habrá de sucedernos si el nacionalismo no se moviliza en defensa de la nación tratando por todos los medios posibles de aniquilar tan temible plaga. Por ahora no tenemos otra arma que el boicoteo. [...] Pedimos a todo derechista abstenerse de favorecer a las personas y a las empresas judías e impedir que otros, por ignorancia, incurran en esa falta. [...] solicitemos el apoyo en esta cruzada anti-semita de todos los centros nacionalistas de Colombia (*El fascista*, 01-1937: 10).

Estos 'camisas negras' aprehendieron estereotipos extranjeros y los adaptaron al contexto local colombiano, relacionando la perversidad y la decadencia (tanto física como espiritual) con el judío, del mismo modo en que los hacían los nazis alemanes. Nótese que, además, los elementos religiosos ('hombres sin dios') son importantes para estos fascistas, en tanto que hacían un llamado a los católicos colombianos para rechazar a los inmigrantes judíos. Pero de nuevo la «apropiación del mercado-comercio nacional» por parte del judío es el argumento clave. Mediante la promulgación de estos argumentos, las camisas negras hicieron un llamado al boicoteo como una cruzada antisemita en contra del comercio judío, que no tardó en llevarse a cabo.

El 2 de septiembre de 1936 se realizó una manifestación antisemita en el centro de Bogotá. Desde el inicio de las horas de la tarde, los manifestantes colgaron carteles murales que invitaban a la manifestación y evocaban al nacionalismo. Luego caminaron por la Calle Real portando banderolas, mientras vociferaban «abajo los judíos». Una vez en la Plaza de Bolívar, protestaron en contra del comercio de los inmigrantes de origen hebreo frente a la Cámara y la Presidencia (*El Siglo*, 2-07-1936: 1). Pese al esfuerzo de los manifestantes, según los conservadores de *El siglo*, el apoyo fue escaso.

El diario *El Siglo*, promotor de simpatías nazis, extrañamente se mantuvo al margen de la manifestación y afirmó que se trataba de «traer problemas que en este país no existían». Y respecto a esta posición de la publicación conservadora, el diario antioqueño *Colombia nacionalista* —órgano oficial de la Unión Nacionalista Colombiana— sostuvo: «Qué horror! Estamos perdidos! Esto (el reproche de la manifestación por parte de *El siglo*) causó una malísima impresión entre los que gemimos bajo la competencia canalla y desleal de estos vampiros (en referencia a los judíos)» (*Colombia Nacionalista*, 03-10-1936: 1). Y es que este diario emprendió una campaña falaz en contra del judaísmo. En su editorial del 22 de agosto, afirmó «Los judíos europeos nos invaden como una plaga maldita de langostas destructoras. O el gobierno no se ha preocupado lo suficiente o los funcionarios consulares se están sobornando por dinero para expedirle pasaportes a familias judías que por ley tienen la entrada al país prohibida» (*Colombia Nacionalista*, 22-08-1936: 1). Es perceptible la existencia de una ‘restricción’ latente, aunque todavía no es oficial.

En ediciones siguientes bajo el título “Alianza de los Judíos con el Comunismo”, los nacionalistas sostuvieron que el manifiesto del partido comunista fue preparado y dado a la publicidad por dos judíos: Marx y Engels, a lo que agregan «un porcentaje muy crecido de los organizadores de distritos comunistas es de origen judío». Y definen al comunismo como «la abolición de la propiedad privada, de la libertad individual y de la religión cristiana» (*Colombia Nacionalista*, 19-09-1936: 4). Resulta paradójico que estos conservadores de derecha señalen a los judíos como creadores del comunismo y *exterminadores* de la libertad, mientras que los círculos de izquierda o centro siempre resaltan la supuesta ‘astucia’ comercial y capitalista del judío, que genera competencia económica para los connacionales. Cabe destacar entonces que dependiendo del lugar de mirada se establece una percepción del judío característica que, generalmente, acoge los elementos de la otredad personificando al enemigo, o al contradictor, o sencillamente al diferente. Así se difumina una imagen concreta de esa ‘raza judía’.

El otro factor relevante que denuncian los Nacionalistas es el de la aniquilación de la religión católica cuando afirman que, »con base en supuestas informaciones

provenientes de Washington», se han enterado de que existe un «supuesto plan de los judíos por manchar al catolicismo y vilipendiar sus actividades» (*Colombia Nacionalista*, 01-06-1936: 1). Acto seguido, denuncian asociaciones secretas –fundadas por judíos–, cuyo plan sería establecer la revolución (de nuevo alusión al comunismo) y al caos en el universo. Se trata del llamado más fulgoroso al catolicismo para que tome cartas en el asunto de la penetración judía al país.

En relación con este punto, la *Revista Javeriana* de 1939 se expresó así, por única vez:

Odiar a los israelitas, no. Pero sí temer su comunicación con los cristianos de nuestros pueblos, aldeas y campos [...] generalmente el judío es fanático y propagandista de su religión [...] Es preciso prevenirnos contra ese peligro. Es preciso enseñar al pueblo a que se defienda del pernicioso contagio. Si nuestros gobiernos se empeñan en abrir las puertas a esa raza, es de urgencia poner una barrera moral entre cristianos y judíos (*Revista Javeriana*, 1939: 130).

Es notorio, pues, el temor de estos jesuitas porque los judíos emprendan un proceso religioso de conversión de colombianos. Cabe señalar también las connotaciones de ‘peligro’, ‘pernicioso’ (dañoso y perjudicial) y ‘contagio’ como adherentes a la figura del judío, por parte de estos religiosos, que de este modo legitiman el distanciamiento de los colombianos frente a los inmigrantes hebreos.

El distanciamiento de algunos colombianos respecto a los inmigrantes judíos llegó hasta el punto de que en abril de 1936 –siguiendo a Abraham Bibliowicz Katz– se configuró la *Revista Antisemita Colombiana*, de la cual no se han encontrado existencias, que sostuvo en dos de sus editoriales:

Hemos creado un movimiento antisemita que latente en las masas trabajadoras hemos sabido encauzar y dirigir (...) si ponderamos las medidas antijudías de Hitler no quiere decir esto que el movimiento antisemita colombiano esté inspirado por el nazismo alemán, no pertenecemos dentro de nuestra campaña a ningún partido.(...) Todos somos colombianos, y como colombianos defendernos de los judíos, quienes más inteligentes que nosotros quieren colocarnos dentro del marco de los derechos, convirtiendo así nuestra campaña de pura defensa comercial en campaña de derecha e izquierda Queremos unir al proletariado que trabaja por un suelo miserable en el taller del judío, con el capitalista que ve amenazada su fortuna ante los contrabandos judíos, queremos defender al leproso de agua de Dios, [del] médico judío que ha comercializado el más terrible de los flagelos: la lepra (*Revista Antisemita Colombiana*, 09-1936, 1 y 2).

De nuevo la imagen del judío se caracteriza por: mayor inteligencia, contribución de humildes salarios y contrabando. Y la campaña es una ‘defensa comercial’ frente a los

competentes viajeros de origen hebreo. Este caso es de especial relevancia puesto que constituye un órgano particular de comunicación para propugnar el antisemitismo. Bibliowicz Katz no señala a los integrantes del medio pero sí transcribe algunos de sus postulados, divulgados en los editoriales. Es de destacar que los redactores se declaran representantes de un ‘movimiento antisemita’...movimiento inexistente hasta el momento en la historiografía nacional. No existen registros de movimientos antisemitas, sino de grupos de diferente índole que, para el periodo, decidieron abanderarse la causa alemana. No obstante, llama la atención el hecho de que un grupo de personas se autodenominaron ‘movimiento antisemita’ y recrearon su causa en una publicación que no logró llegar a la posteridad. Igualmente, este movimiento destaca que la lucha antisemita es marginal a la política y que sus integrantes ‘pueden’ simpatizar con cualquier partido.

2.1.1 Las representaciones de “lo judío” en *Anacleto*



Asimismo se generan otros rótulos adicionales. El periódico *Anacleto*, de corte conservador, publicó tres caricaturas los días posteriores a la emisión del decreto. La primera de ellas (*Anacleto*, 18-11-1938: 9) devela a una mujer rubia que luce lúgubre y nostálgica. Porta un vestido negro con una esvástica atada al antebrazo. Sentada sobre un estante (también con una esvástica), se cepilla el cabello con una peinilla grande. Del abundante y extenso cabello, salen expulsados (de forma similar a la expulsi3n) pequeños hombrecillos con sombreros y maletas. Se dirigen hacia el mar donde se encuentra un barco junto con un letrero playero que dice: “A Colombia”.

La joven mujer que representa a Alemania –con símbolos nazis– luce extenuada, mientras se expulga su cabeza con una peinilla finísima y grande. Al respecto el autor, que firma como Arbuiga, afirma: «Alemania la rubia dictadora que día a día aumenta su grandeza, expulga cuidadosa su cabeza y limpia de raza destructora [...] y no yerra la enérgica señora al hacerse este gesto de limpieza, a tanto ‘bicho’ echando sin demora» (*Anacleto*, 28-11-1938: 5). Se trata entonces de un acto de ‘limpieza’, es decir de ‘quitarse la suciedad’ o lo ‘perjudicial’ de un cuerpo. Del cabello salen despavoridos pequeñísimos sujetos (judíos con sombreros que en este caso son semejados a los piojos) y que huyen hacia Colombia.

Es importante resaltar dos elementos. De un lado, la apología a la potencia alemana que, en este momento de 1938, es líder en Europa. Alemania es representada como una rubia fuerte, pero nostálgica, cuyo objetivo central es sacarse de encima a los judíos de su territorio. De otro lado, la analogía de los piojos es relevante por dos motivos. En primer lugar el piojo constituye un parásito que vive a costa de otra especie, alimentándose de ésta y depauperándola. Es la imagen antisemita que se reproduce en el mundo durante la década de 1930 y mediatiza las relaciones de los gentiles con los judíos durante este periodo. En segundo lugar, la analogía la reproducía Adolph Hitler en Alemania, cuando sostenía que: los judíos son « parásitos» en el cuerpo de otras naciones. Y por ser ‘parásito’, afirma Hitler en *Mi Lucha*, el pueblo judío habría sido expulsado de los países de cuya hospitalidad habría abusado.

En resumen, mediante la imagen es posible entender que *Arbuiga* (conservador ortodoxo) percibe a Alemania como una gran potencia rubia (creencia en las diferenciaciones raciales) que se despoja de los parásitos (judíos) que vivían a costa suya y ahora atraviesan el atlántico para realizar sus actividades en Colombia. Esta construcción es radicalmente antisemita por la permisividad frente al totalitarismo alemán pero también por los elementos con que caracterizan a los judíos.

La segunda imagen (publicada en noviembre 4 de 1938, p.5) constituye un pedazo de queso grande –que representa el comercio nacional– mordido por siete ratas, representativas de los judíos y polacos inmigrantes. Las ratas tienen los nombres: (1) estafador, (2) mala fe, (3) ratería, (4) deshonor, (5) prófugo, (6) acaparador y (7) especulador; adjetivos que – de acuerdo con el (los) autor(es)- caracterizan a los inmigrantes.



Es también importante resaltar la analogía con los animales. Según sostienen los investigadores Jean Chevalier y Alain Gheerbrant, la rata ha gozado en Europa de un prejuicio desfavorable. Se le asocia con la avaricia, el parasitismo y la miseria. Asimismo está asociada con la noción de robo y apropiación fraudulenta de las riquezas; tal como lo indican las palabras en cada uno de los animales (*Biedermann*, 1993: 390). Para el periodo, la propaganda nazi hizo énfasis en la alusión de las ratas con los judíos, argumentando que «donde aparecen ratas, se propagan enfermedades y llevan el exterminio a la tierra. Son astutas, cobardes y crueles; sobre todo se mueven en grandes manadas, exactamente como los judíos entre las personas» (*Friedländer*, 2008: 158).

Ahora bien, lo más interesante de la imagen es los adjetivos con que se relaciona a las ratas, representativas de los judíos: estafador (quien realiza un engaño con la propiedad de otro), mala fe (moralidad), ratería (hurto de objetos), deshonor (pérdida del honor, es decir de la cualidad moral que lleva al cumplimiento de los propios deberes respecto del prójimo y de uno mismo), prófugo (persona que huye de la acción de la justicia), acaparador (adquirir y retener cosas propias del comercio en cantidad suficiente para dar la ley al mercado) y especulador (efectuar operaciones comerciales o financieras, con la esperanza de obtener beneficios basados en las variaciones de los precios o de los cambios). Todas las anteriores son adjetivaciones que ayudan a construir el prisma sobre 'lo judío'; algunas de ellas, basadas en presupuestos internacionales; y otras, en experiencias locales. Con todo, los significantes 'ratería', 'especulador' y 'estafador' coinciden con los preceptos

promulgados por el nacionalsocialismo en Alemania, mientras que 'mala fe', 'deshonor', 'acaparador' y parece más producto de experiencias locales.



Es posible entonces suponer que la caricatura implica una peste de suciedad, parasitismo, avaricia, miseria, estafa y robo comiendo pedazo a pedazo al comercio nacional, lo cual es otro vestigio absolutamente antisemita respecto al rechazo a los nuevos inmigrantes. Al igual que en el caso anterior, las imágenes que se construyen aquí re-apropian elementos globales del antisemitismo alemán para adecuarlos a la coyuntura comercial e industrial que atraviesa el país a fines de la década de 1930.

Y la tercera caricatura (diciembre 16 de 1938: 9) está constituida por un hombre adinerado (o al menos en buena posición económica) sentado sobre el cuello y la espalda de otro más humilde. El primer hombre –que representa al judío de acuerdo con la identificación en el sombrero– usa corbata, chaleco, traje y bastón. Su rostro está sonriente y, aunque no se pueden observar con claridad sus rasgos físicos, es un hombre robusto y en buenas condiciones de salud. El segundo hombre es el opuesto; usa ruana, camisa, sombrero y pantalón sencillos. Sus manos están ubicadas sobre los bolsillos, mientras carga en su espalda al judío. Su gesto es tosco y enfurecido.

Es importante resaltar algunos rasgos de la representación del judío. Su nariz es convexa, lo cual significa –en términos de fisiognomía en el arte- el ser activo, ambicioso y apasionado. Es generalmente relacionada con la fisionomía israelita (Colomar, 1977:196-200) –aun cuando actualmente se sabe que es imposible caracterizar una raza judía, en el momento era una hipótesis ampliamente conocida y reproducida.

Las mejillas muy carnosas denotan egoísmo y maldad, mientras que el mentón cuadrado y abultado en el medio se refiere a la ambición. Sus hombros son anchos (indicador de poder) y sus brazos carnosos y duros (generalizador de actividad). En contraposición, el representante del pueblo colombiano tiene ojos grandes, dada a pasiones y espiritualidad, una nariz grande aunque conformada por dos convexidades de terminación redonda, lo que implica un temperamento equilibrado, pese a que su rostro se encuentra huraño. Las mejillas hundidas son señales de melancolía, desesperación y amargura. La posición del labio es indicador de pérdida de humor y vitalidad. Asimismo, está encorvado cargando el peso del judío en su espalda.

Esta caricatura supone el mantenimiento del interés del personal de la revista de oponerse a la inmigración judía. En esta ocasión la imagen es mucho más clara, en tanto representa el robusto peso judío sobre el pueblo colombiano. Y cada personaje se opone al otro. Es importante destacar aquí que, como sostiene Peter Burke en *Visto y no visto*, «cuando se produce un encuentro entre culturas distintas lo más probable es que las imágenes que una hace de la otra sean estereotipadas [...] los estereotipos toman a menudo la forma de inversión de la imagen de sí mismo que tiene el espectador» (Burke, 2001: 159). Es decir que la construcción de la imagen que, en este caso, realizan los dibujantes de *Anacleto* está mediatizada por una serie de elementos estereotipados que provienen del exterior pero que, principalmente, se contraponen a la imagen propia del colombiano. Al judío se le percibe –en este caso– como adinerado y rozagante (prototipos importados del antisemitismo internacional), mientras que al colombiano como pobre y desvalido.

Sin duda la construcción de estas caricaturas refleja una serie de elementos antisemitas que, mediante el humor y el simbolismo, habrían logrado reproducirse al interior de ciertos grupos lectores de la sociedad. Así es perceptible, en los integrantes conservadores ortodoxos de *Anacleto*, una reapropiación del antisemitismo que mediatiza la relación social y cultural con la inmigración judía de fines de la década de 1930.

2.2 La defensa

Los judíos, pese a que estaban más interesados en ayudar a sus conocidos residentes en el Tercer Reich para sobrevivir en Colombia, paulatinamente comenzaron a responder a las críticas mediante un diario titulado *Nuestra tribuna*, publicación creada en 1934 para la comunidad judía en Colombia, que culminó su aparición en 1937. Según su redactor Jaime Franboim, «en el caso de los judíos, la calidad de la inmigración es mejor que muchas otras, por componerse con harta frecuencia NO de personas que se han hecho imposibles en sus tierras, sino de individuos a los que el odio antisemita les quitó toda la posibilidad de utilizar sus energías en el suelo patrio». (*Nuestra Tribuna*, 02-1936: 5) Y por ello afirma que «Colombia, por su inmensa extensión territorial, la fertilidad de su suelo y sus riquezas naturales incontables e inagotables hacen de ella la tierra de promisión para muchos inmigrantes» (*Nuestra Tribuna*, 02-1936: 8). De ahí que muchos manifiesten su deseo de permanecer aquí: «El gobierno colombiano nos ha brindado generosa hospitalidad y anhelamos vivir en paz y armonía con la población autóctona a la cual estamos íntimamente vinculados y entre la que hemos conquistado las más hondas simpatías» (*Nuestra Tribuna*, 03-1936: 19).

Respecto a la dedicación al comercio, los judíos de esta revista decían que cuando se inició la inmigración de origen hebreo al país (1927), los consumidores colombianos eran ‘víctimas’ del monopolio absorbente de ciertos colombianos y fue cuando llegaron los judíos comerciantes a establecer sus negocios en la calle séptima. Al respecto sostienen que «el público consumidor está con nosotros porque sabe que en la Avenida de la República obtendrá precios al alcance de sus capacidades económicas, prendas, vestidos, calzado, pieles, etcétera, de los que se veía privado antes (...) Nuestro restringido bagaje espiritual, de una parte, y los sanos y justos argumentos que nos acompañan, de la otra, serán nuestro instrumentos de defensa en contra de esta campaña malévola» (*Nuestra Tribuna*, 03-1936: 19).

Este órgano de difusión de la comunidad hebrea en el país estaba encargado de los asuntos de la comunidad nacional y respondía a las críticas de otros periodistas, intelectuales o políticos, como es el caso de *El Espectador* luego de sus reportajes en 1936, o de los mensajes de Calibán en el Periódico *El Tiempo*. De las publicaciones de *Nuestra tribuna* resalta la buena escritura y redacción –teniendo en cuenta que son extranjeros con poco bagaje del español– y el respeto con que responden, solicitan una retracción o agradecen ciertos elogios, como el que Arturo Vallejo Sánchez emitió, paradójicamente, en el diario *El Siglo*. Este autor puso en duda el discurso de los antisemitas colombianos y advirtió que el problema no era de tipo racial. Afirmó que los sirios, libaneses, hindúes y otros afines «tienen las mismas características étnicas de estos (los judíos) y sus costumbres son semejantes a las de aquellos» (*El Siglo*, 07-

11-1938: 1). Y prosiguió con un dato interesante: »Los áulicos de Hitler creen en un homo germánico dolicéfalo, rubio, delgado, alto y viril, olvidando naturalmente que Hitler es moreno, Göering bastante obeso, Göebbels un enano y Rohm y otros sublíderes invertidos constitucionales» (*El Siglo*, 07-11-1938: 1).

Vallejo Sánchez afirma que el pueblo judío siempre ha sido perseguido y por eso se ha dedicado a oficios inestables o poco permanentes, como el comercio. Advierte que el problema es que muchos extranjeros en general, no solo judíos, «pasan por los lugares públicos ofreciendo baratijas, corbatas, telas y perfumes que no han pasado por las aduanas o que pasando por éstas no pagaron derechos». (*El Siglo*, 07-11-1938: 1) Asimismo, Vallejo asevera que en las tiendas de la Carrera Séptima «los extranjeros detrás del mostrador exhiben los brazos vellosos y grasientos, e invitan al transeúnte a entrar a su almacén, en donde más barato encontrará los lienzos, liencillos y demás ropa imprescindible para un cualquiera de nuestro pueblo» (*El Siglo*, 07-11-1938: 1). Es precisamente por los bajos precios que ofrecen los extranjeros que, siguiendo al autor, los comerciantes colombianos son desplazados del ramo del comercio.

Para Vallejo, se necesita de una inmigración reglamentada y exclusiva en la que lleguen hombres de *cualquier raza* dispuestos a trabajar las tierras deshabitadas. Esta parece ser una forma más de exclusión, pero ya no basada en la raza sino en las competencias laborales, pues en varios países de América Latina se condicionaba la entrada de judíos a su desempeño en labores exclusivamente agrícolas. Se necesitaban brazos ávidos de trabajo en el campo y se creía que los inmigrantes podían suplir ese papel. De este modo, se deseaba «cortar el paso a esa gran cantidad de aventureros sin arraigo que continuamente han llegado al país a engrosar el ejército de parásitos. La legislación sobre esta materia debe tener carácter general, universalista, pero haciendo clasificaciones económicas y no raciales» (*El Siglo*, 07-11-1938: 1). Por eso, algunos debatientes –como Vallejo– se declararon a favor de la inmigración –incluso de judíos– siempre y cuando no se dedicaran exclusivamente a labores comerciales. Su voz atenúa el debate sobre la raza, pero mantiene vigente el tema económico.

Otro de los medios que apoyó a los judíos es *El trabajo: periódico del pueblo para el pueblo* que en noviembre 13 de 1937 publicó un artículo de Darío Samper, quien afirmó: «La campaña contra los judíos no se justifica desde ningún punto de vista. Es absurda como lucha racista en nuestra América de generosa entraña en cuya arcilla se modela el alma del hombre futuro que es el culmen de todas las cruces humanas. Económicamente el comercio judío favorece los intereses de la clase media que tratamos de defender del monopolio del comercio localista» (*El Trabajo*, 13-11-1937: 5 y 6). Y aunque los redactores sí señalan el problema de los ‘vendedores ambulantes’, afirman que la solución estaría en el planteamiento de una legislación que regulara la materia; una regulación laboral y no inmigratoria. Asimismo, Samper sostiene que la

campaña antijudía es «patriotismo vacío y provocación fascista». Finalmente culmina con la frase: «Cuidemos mucho, los defensores de la democracia de estas traidoras celadas de ‘los nacionalistas antijudíos’».

En este mismo marco cabría señalar la posición de José Antonio Osorio Lizarazo, quien inició el debate en contra de los judíos en 1935, pero luego cambió su posición. En 1939, en el suplemento literario de *El Tiempo*, publicó una crónica en la que, con gran sensibilidad, narró la historia de una pensión de inmigrantes auspiciada por una antigua cantante de ópera alemana. Osorio catalogó a los inmigrantes como silenciosos, humildes y con una «humana tendencia hacia el equilibrio» (*El Tiempo*, 21-09-1939: 2). Parece inverosímil que tres años antes, el mismo Osorio Lizarazo hubiese encendido la famosa polémica respecto a los judíos, que culminó con su retractación. La crónica titulada “Judíos sin dinero” contó la manera en que 20 judíos vivían en Bogotá, gracias al amparo de una baronesa que había sido cantante de ópera en Alemania. Ella tuvo que salir con el ascenso del Tercer Reich. Gobierno que Osorio adscribe como: «monstruo absolutista que los ha privado de su nacionalidad». El cronista exalta la actitud benefactora de la matriarca alemana con los comensales que, como recién llegados, aún están aprendiendo las maneras de vivir en este país del Nuevo Mundo.

Al igual que Osorio, ‘Marcel’ –un periodista de *Estampa*, revista colombiana de corte cultural- realizó una crónica sobre los judíos en Colombia desde una perspectiva más humanitaria (*Estampa*, 15-04-1939: 1). Describe, igual que los otros medios, las prácticas comerciales de los *klapers* y los vendedores de la Carrera Séptima, pero también destaca la situación dramática de algunos de estos inmigrantes. Por ejemplo, el caso de un abogado alemán que –en tanto no pudo traer sus bienes por las prohibiciones del Tercer Reich– tuvo que dedicarse a la venta ambulante de salchichas, producto que la normatividad judía *kosher* les impedía comer. Asimismo señala la manera en que viven en el país y mantienen sus creencias judaicas, pese a la falta de infraestructura que existía al respecto en Colombia. Se nota en Marcel un esfuerzo por reconocer las diferentes facetas del judío radicado en Colombia.

Asimismo, el *Espectador* opinó que es propio de las naciones el sentimiento de defensa de lo ‘autóctono’ en contra del extranjero, pero esto no debería estar legitimado en una ‘consagración legal’. Sin embargo, no se ignora el problema comercial entre los nacionales y los judíos, por lo cual se afirma que es necesario pedir el pasado, condiciones personales, conducta y actividades posibles en el futuro, para llevar a cabo una minuciosa selección de inmigrantes, a través de investigaciones personales y no colectivas:

(...) dentro de nuestro innegable estado inicial en muchos aspectos de la producción, la presencia de trabajadores extranjeros hábiles no daña sino que favorece nuestra prosperidad económica con la introducción de nuevas nociones y hasta con el ofrecimiento de mayor número de brazos (...) Colombia necesita inmigrantes seleccionados pero no colectiva sino individualmente (*El Espectador*, 01-11-1938: 3).

Del mismo modo pensaban algunos periodistas de *El Diario Nacional*, que cambiaron su posición después de iniciar la campaña en contra de la inmigración judía en 1935 con el artículo de José Antonio Osorio Lizarazo. Sin embargo, en 1938 respaldaron la llegada de extranjeros (sin importar su condición o su raza) afirmando que «el mercado de trabajo tampoco se podría dar sin análogos peligros, creemos en el consumo de técnicos extranjeros al servicio de la educación». (*El Diario Nacional*, 14-02-1938: 5) Sin referirse específicamente a los judíos, manifestaron su aprobación a la entrada de inmigrantes, siempre y cuando estos extranjeros llegaran a dedicarse a actividades educativas o industriales.

3 Restricciones a la inmigración alemana de judíos a Colombia (1939)

Frente a las presiones de los ciudadanos colombianos, el gobierno de Eduardo Santos limitó también la entrada de judíos al país bajo el mandato del Ministro de Relaciones Exteriores, Luís López de Mesa el 23 de septiembre de 1938. En principio, el decreto 1752 prohibió la entrada a personas que hubieran perdido su nacionalidad de origen o que sufrieran alguna limitación en el ejercicio de sus derechos civiles y políticos. Con esta legislación, las personas que el régimen nazi despatriaba o desnacionalizaba otorgando pasaporte de salida pero no de entrada, no podían ser aceptadas en Colombia. Firmaron el decreto: Eduardo Santos (Presidente), Carlos Lozano y Lozano (Ministro de Gobierno), Carlos Lleras Restrepo (Ministro de Hacienda y Crédito Público) y Luis López de Mesa (Ministro de Relaciones Exteriores).

Con este decreto se completó la restricción a la entrada de judíos en Colombia. Adicionalmente el ministro López de Mesa y el presidente Santos –tío abuelo del actual presidente colombiano Juan Manuel Santos– emitieron órdenes consulares y verbales para restringir la entrada de inmigrantes de origen hebreo al país. Desde entonces la inmigración judía a Colombia disminuyó en gran medida. Y aún cuando la

Oficina de Inmigración reseña únicamente 5.000 judíos en el territorio a fines de 1939, se sabe que la cifra superó las 6.000 en 1941, año en que las autoridades alemanas prohibieron la salida de cualquier judío del Tercer Reich (Friedländer, 2009:202). Muchos de ellos se valieron de pasaportes y documentos falsos, así como de sobornos a diplomáticos nacionales. Sin embargo, muchos judíos establecidos en Colombia no pudieron traer a sus familiares a Colombia.

Un judío descendiente de inmigrantes, Daniel Edel, cuenta: «Mis familiares vieron la posibilidad de traer a mi bisabuelo y su segunda esposa, pero López de Mesa jamás dio el permiso. Mi bisabuelo murió en la guerra. Sin duda alguna, si el Ministro de Relaciones hubiera sido otro, las cosas hubieran sido distintas» (Edel, 23-08-2006). Del mismo modo, Gert Reich, uno de los pequeños viajeros, afirma: «Antes de que se los llevaran a los campos, mi mamá pasó solicitudes de entrada para dos hermanos, pero el Ministro Luís López de Mesa negó la entrada. Y la única que se salvó fue ella porque se vino a tiempo para Colombia» (Reich, 17-08-2006).

Samuel Gutman, quien en aquella época no pudo llegar al país gracias a las medidas restrictivas de López de Mesa, también afirma: «El famoso Luis López de Mesa dio la orden de que no permitieran entregar visas a ciertos judíos. Así que nosotros: mi mamá, mi hermano mayor, mis hermanas menores tres años y yo tuvimos que quedarnos en Polonia. Mi papá tuvo la mala suerte de que no pudo regresar a Europa ni traer a su familia» (Gutman, 13-09-2006). Todos los Gutman fallecieron en la guerra, a excepción de Samuel.

Como los anteriores, cientos de judíos aún recuerdan que el antisemitismo oficial en Colombia –producto de un fuerte debate en la prensa sobre la ‘cuestión judía’ en los círculos intelectuales, políticos y comerciales de la década de 1930– propinó serias repercusiones para algunos de sus familiares (más de 15.000, de acuerdo con las cifras de solicitantes rechazados o en espera del Ministerio de Relaciones Exteriores), que murieron en Europa durante la Segunda Guerra Mundial. Como sostiene el historiador Tony Judt, «la memoria recuperada de los judíos europeos muertos se ha convertido en la propia definición y garantía de la restaurada humanidad del continente» (2006:1182), y –se añadiría– del mundo.

4 Conclusiones: una “cuestión” de raza, religión, nacionalismo e industria

Es posible reconocer que en la preguerra (1933-39) las restricciones a la inmigración de judíos (especialmente polacos y alemanes para el caso de estudio) albergaron como principal argumento la competencia económica de los judíos frente a los nacionales, aunque adornados de otras explicaciones de corte biológico, religioso y nacionalista dependiendo del emisor. En la construcción del “prisma judío” que caracteriza al contexto en mención, se encuentran: la ‘raza’, la religión, el nacionalismo y la industria, pero no todos tuvieron la misma importancia

La ‘raza’, si bien comienza siendo un marco importante en el debate sobre la inmigración en la década de 1920, pierde relevancia a medida que se acerca la Segunda Guerra Mundial. La ‘raza’ es construida, teniendo en cuenta las fuentes encontradas, como un grupo de personas con características físicas, psicológicas, culturales y morales particulares transmitidas de generación a generación. Aunque no se puede determinar una posición homogénea en los intelectuales, el tema de la ‘raza’ es el menos recurrente en la década de 1930 con relación a la inmigración judía. Algunos grupos de intelectuales no querían ‘blanquear y europeizar’ a la población colombiana mediante la entrada de judíos polacos y alemanes, además de que la mayor parte de estos judíos sólo se relacionaban con mujeres de la comunidad. Con todo, este discurso de la preeminencia de la ‘raza’ parece haber tenido mayor acogida en las comunidades alemanes (cuya Nación se estructuró sobre las bases del racismo) que en las colombianas, y parece perder importancia con la llegada de la guerra.

Asimismo, la religión es un factor importante, pero no fundamental. Colombia es un país estructurado sobre las bases del catolicismo, lo cual fue usado por ciertas facciones conservadoras que rechazaban al judío en remembranza del asesinato de Jesucristo, por el cual habrían sido condenados a deambular de un lado a otro, como se condensa en la idea del ‘Judío Errante’. Sin embargo, son realmente pocos los personajes que usan los argumentos religiosos en este marco, siendo quizás el grupo de los ‘camisas negras’ el caso más representativo.

Por el contrario, el nacionalismo es uno de los elementos más recurrentes. Tanto facciones liberales como conservadoras explican su rechazo a la inmigración judía como un mero acto de nacionalismo y patriotismo para no permitir la invasión del extranjero en tierras colombianas. Como una reacción xenófoba, ciertos colombianos plantean una defensa de lo propio y autóctono, que sin duda, es el elemento convergente de diferentes agrupaciones.

Enlazado con lo anterior se encuentra el tema del comercio y la industria que resulta fundamental en el debate sobre la inmigración judía en la década de 1930. Para ciertos intelectuales y políticos colombianos, la actitud ‘usurera’, ‘avara’ e ‘inmoral’ del comerciante judío era el impedimento más relevante y recurrente para su inmigración.

Sus aportes al comercio tradicional colombiano con las ventas a plazos, precios más bajos, venta al por mayor y otras técnicas, lograron enfadar tanto a comerciantes como a intelectuales y políticos colombianos, que llevaron a cabo una fuerte campaña (debates y una manifestación) para que las autoridades tomaran cartas en el asunto y defendieran al comerciante nacional. En este punto, es de destacar un cierto viso de provincialismo en los colombianos que se negaban a aceptar otras formas comerciales e industriales (productoras de transformaciones sociales), porque generaban nuevas dinámicas económicas que desconocían. Del temor a la novedad es posible ver –en ciertos círculos, especialmente altos– el recelo (como mecanismo de defensa) a que las nuevas actividades económicas generen cambios sociales pues, en el caso del sistema a plazos polacos, permitieron que ciertas clases sociales más humildes pudieran acceder a cantidad de elementos que anteriormente sólo estaban al alcance de las clases altas.

A partir de cada uno de los anteriores elementos, es posible entender el antisemitismo en Colombia del periodo. Se trata de un producto de discursos globales que se transfieren y adaptan a nivel local en confluencia con experiencias cercanas con los judíos, lo cual construye a la figura ‘del judío’ a partir de la referencia a la otredad, así que éste pasa a ser antípoda dependiendo del lugar desde el que se le mire. Así, el prisma de ‘lo judío’ posee significaciones variables de acuerdo con la perspectiva. Para los comunistas, los judíos son objeto de rechazo por capitalistas y viceversa; para los católicos, son asesinos de su Dios; para algunos alemanes establecidos en el país, representan una ‘raza’ inferior; para los nacionalistas xenofóbicos, son la invasión extranjera; para los racistas criollos, son el componente imperfecto de una ‘raza’ colombiana suficientemente llena de miseria, ignorancia y criminalidad; y para los comerciantes colombianos, son personificadores de usura, innovación y competencia. De este modo la otredad, en la mayor parte de los casos señalados, es caracterizada como el opuesto malévolo a lo propio. Asimismo, el judío funciona como una especie de chivo expiatorio en el cual cada agrupación concentra su rechazo –y, en algunos casos, odio–, para desviarse del foco original que hace emerger el enojo: el temor a perder su sistema de símbolos, códigos y valores. En la argumentación económica y nacionalista, la otredad parece cargar con la culpa de las inconsistencias de la identidad nacional y las deficiencias del sistema económico. Sin duda, intelectuales, políticos y comerciantes estaban dispuestos a emprender una lucha antisemita nacionalista en contra de la denominada ‘invasión’ de estos extranjeros que amenazaban –sin plantearlo ni desearlo– su sistema de símbolos, códigos y valores, pero sobre todo su permanencia en la cúspide de las estructuras económicas o sociales.

Fuentes

Fuentes primarias:

Documentos oficiales

Archivo del Ministerio de Relaciones Exteriores (AMRE). *Boletines informativos* (1931-1939), diplomática y consular, transferencia 8, caja 21, carpeta 168, oficio 149.

AMRE. *Consulado de Colombia en Polonia-Varsovia* (1935-1936) diplomática y consular, transferencia 8, caja 749, carpeta 13, oficio 17.

AMRE. *Correspondencia diplomática y consular-departamento de claves*, legajo 2075 (1937-1939) diplomática y consular, transferencia 1, oficio 65.

AMRE. *Correspondencia diplomática y consular*, septiembre de 1938, legajo 226, diplomática y consular, transferencia 1, oficio 163.

AMRE. *Correspondencia diplomática y consular-cuerpo diplomático y extranjero*, (1939-41), legajo 64, diplomática y consular, transferencia 1, oficio 32.

AMRE. *Correspondencia diplomática y consular-departamento de inmigración*, (septiembre-octubre de 1939), legajo 1567, diplomática y consular, transferencia 1, oficio 12.

AMRE. *Correspondencia con la Cámara de Comercio de Bogotá*, (1905-1938, sección primera, transferencia 10, caja 65, carpeta 488, oficio 149.

AMRE. *Correspondencia con la Cámara de Comercio de Medellín*, (1912-1947), sección tercera, transferencia 10, caja 65, orden 490, oficio 46.

AMRE. *Correspondencia con Cámaras de Comercio Nacionales*, (1921-1946), sección segunda, transferencia 10, caja 66, carpeta 498, oficio 87.

AMRE. *Correspondencia con Cámaras de Comercio Nacionales*, (1931-1949), sección segunda, transferencia 10, caja 66, carpeta 499, oficio 10.

AMRE. *Correspondencia con la Policía Nacional* (1937), sección primera, transferencia 10, caja 54, carpeta 403.

AMRE. *Correspondencia con la Presidencia de la República* (1939-1941), sección segunda, transferencia 10, caja 50, carpeta 369.

AMRE. *Expedientes de visas G* (1938), transferencia 6, rollo 22, caja 22, carpetas del 132 al 138.

AMRE. *Informe de la oficina de Inmigración al señor Ministro de Relaciones Exteriores*, (1939-1940) transferencia 6, caja 871, carpeta 1, oficio 6.

AMRE. *Legación de Colombia en Alemania-Berlín*, (1938), diplomática y consular, transferencia 8, caja 3, carpeta 18, oficios 68 y 69.

AMRE. *Legación de Colombia en Alemania-Berlín*, (1939-1940) diplomática y consular, transferencia 8, caja 3 carpeta 19, Oficio 11.

AMRE. *Material y antecedentes para el comité de inmigración y colonización*, (1919-40), división de visas e inmigración, transferencia 6, carpeta 1, caja 865.

AMRE. *Material y antecedentes para el comité de inmigración y colonización (1936-40)*, división de visas e inmigración, transferencia 6, carpeta 2, caja 865.

AMRE. *Propaganda actividades nazis (1937-1940)*, diplomática y consular, transferencia 8, carpeta 184, caja 23.

American Jewish Year Book Vols. 38-50, Jewish Statistical Bureau.

Colombia. *Anuario General de Estadística*, Contraloría General de la República, Dirección Nacional de Estadística, Contralor General Gonzalo Restrepo; Juan de D. Higueta, Director Nacional de Estadística, 1938.

Colombia, Congreso Nacional de la República, (3 de noviembre de 1920). *Ley 48 de 1920*, por la cual se emiten legislaciones sobre inmigración y extranjería, en *Diario Oficial* del 4 de noviembre de 1920, Bogotá.

Colombia, Congreso Nacional de la República, (30 de diciembre de 1922). *Ley 114 de 1922*, por la cual se emiten legislaciones sobre inmigración y colonias agrícolas, en *Diario Oficial* del 31 de diciembre de 1922, Bogotá.

Colombia, Ministerio de Gobierno 1936, 28 de mayo. *Decreto número 1194 del 28 de mayo de 1936*, por el cual se establecen requisitos para la entrada al país de extranjeros pertenecientes a determinadas nacionalidades, en *Diario Oficial* de junio de 1936, Bogotá.

Memoria del Ministerio de Relaciones Exteriores presentada al Congreso Nacional (1938), Imprenta Nacional, Bogotá.

Memoria del Ministerio de Relaciones Exteriores presentada al Congreso Nacional (1939), Imprenta Nacional, volumen 1, Bogotá.

Entrevistas

Bibliowicz, Azriel. Entrevista, (mayo 23 de 2008), Bogotá.

Edel Less, Daniel. Entrevista, (agosto 23 de 2006) Bogotá.

Edel, Fanny. Entrevista, (octubre de 2005), Bogotá.

Goldsvith, Alfredo. Curso de Judaísmo II, Universidad del Rosario (marzo 26 de 2008) Bogotá.

Gurevich, Mario. Entrevista, 2006, Bogotá.

Gutman, Samuel. Entrevista, 2006, Bogotá.

Guberek, Pola. Entrevista, (octubre 4 de 2006), Bogotá.

Rabinovich, Michael. Entrevista, (octubre 6 de 2006), Bogotá.

Reich, Gert. Entrevista, (agosto 17 de 2006), Bogotá.

Prensa y revistas

Anacleto: junio-diciembre de 1938.

Colombia Nacionalista: junio-octubre de 1936.

Cromos: (julio, agosto y septiembre de 1932), (abril, mayo y junio de 1933), (enero, febrero y marzo de 1934), (julio, agosto, septiembre y octubre de 1935), (septiembre, octubre, noviembre de 1936), (marzo de 1937).

El Diario Nacional: (enero, febrero y marzo de 1938) y (marzo 14 de 1935).

El Espectador: (agosto de 1934), (febrero 1936), (noviembre de 1938).

El Fascista: diciembre 19 de 1936 a febrero 13 de 1937.

El Heraldo de Antioquia: noviembre 12 de 1938, 5

El Siglo: (mayo y septiembre de 1936), (junio y noviembre de 1937), (enero, febrero, marzo, septiembre, octubre y noviembre de 1938), (mayo, junio, julio, agosto, septiembre de 1939).

El Tiempo: (agosto de 1930), (julio de 1932), (abril y julio de 1933), (abril, agosto y octubre de 1935), (febrero de 1936), (julio, septiembre y noviembre de 1937) (enero, septiembre, octubre y noviembre de 1939).

Estampa: noviembre 26 de 1938.

Estampa en la guerra: septiembre, octubre y noviembre de 1939.

Independencia: enero 1 de 1936, 1.

La Patria: junio 22 de 1936, 4.

Nuestra Tribuna: (febrero y septiembre de 1934), (enero, febrero, marzo y abril de 1936).

Revista colombiana: abril, mayo, junio, julio de 1935.

Revista Javeriana: 1934-41.

Universidad: número 70, febrero 25 de 1928, 148.

Referencias bibliográficas

BRAINSKY, S. (1945): *Gentes en la noria*, Bogotá, Antares imprenta.

GUBEREK, S. (1947): *Yo vi crecer un país*. Bogotá, Fundación Simón y Lola Guberek, Tomos I-II.

GÓMEZ, L. (1970): *Interrogantes sobre el progreso de Colombia*, Bogotá, Editorial Revista Colombiana.

HITLER, A. (1924): "Nación y raza" en *Mi lucha*, T (trad) de Saldivar, (sd).

JIMÉNEZ, M. (1948): *La actual desviación de la cultura humana*, Tunja, Imprenta Oficial.

JIMÉNEZ, M. (1929): *La inmigración amarilla a América*, Bogotá, Editorial Minerva.

ESGUERRA, L. (1940): Introducción al problema migratorio en Colombia, Bogotá, Imprenta Nacional.

LÓPEZ DE MESA, L. (1939): Disertación sociológica, Bogotá, El Gráfico.

LÓPEZ DE MESA, L. (1934): Cómo se ha formado la nación colombiana, Bogotá, Imprenta del Departamento.

LÓPEZ DE MESA, L. (1945): Oraciones panegíricas, Bogotá, Imprenta Nacional.

LÓPEZ DE MESA, L. (1920): Los problemas de la 'raza' en Colombia, Bogotá, Imprenta Linotipos de El Espectador.

NEUMANN, G. (1941): "German jews in Colombia", en *Jewish Social Studies*, volumen III, número 4, New York, (1941, octubre), pp. 386-398.

TELLO MEJÍA, S. (1936): Colombia ante los judíos, Medellín, TiIndustrial.

WEINFELD, E. (1935): Influencias del judaísmo, Bogotá, Ediciones Nuestra Tribuna.

WEINFELD, E. (1939): El antisemitismo en América Latina, México, Eduardo Weinfeld.

Fuentes secundarias:

Métodos de investigación

FEBVRE, L. (1953): Combates por la historia, Obras Maestras del Pensamiento Contemporáneo, Planeta Agostini, Barcelona.

GINZBURG, C. (1989): "Indicios: Raíces de un paradigma de inferencias indiciiales" en *Mitos, emblemas e indicios*, Morfología e historia, Barcelona, Gedisa.

VALLEJO, M. (2006): A plomo herido. Una crónica del periodismo en Colombia, Bogotá, Editorial Planeta.

WACHTEL, N. (1999): "Memoria e historia", en *Revista Colombiana de Antropología*, volumen 35, enero a diciembre de 1999, pp 71-90.

La imagen

BIEDERMANN, H. (1993): Diccionario de los símbolos, Barcelona, Editorial Paidós.

BURKE, P. (2001): Visto y no visto, Barcelona, Editorial Crítica.

COLOMAR, O. (1977): Fisiognomía, España, Plaza y Janes Editores.

CHEVALIER, Ch. y Gheerbrant, A. (2000): Diccionario de los símbolos, Barcelona, Editorial Herder, pp. 869-870.

Inmigración y xenofobia

ABAD, L. (1993): "La educación intercultural como propuesta de integración", en Inmigración, pluralismo y tolerancia, Madrid, Editorial Popular.

FERREIRA, J. (2005): "Migración y discriminación" en Migración, desplazamiento forzado y refugio, Quito, Universidad Andina Simón Bolívar.

TROYANO, J. (2001): "La lógica social de la Migración" en A propósito de inmigración, Madrid, Editorial Aljibe.

Antisemitismo y 'raza'

ARENDT, H. (2004): Los orígenes del totalitarismo, México, Editorial Taurus..

ARENDT, H. (2009): "Antisemitismo" en Primera parte la década de 1930. Escritos Judíos, Madrid, Ediciones Paidós.

BAUMAN, Z. (1997): Modernidad y holocausto, Madrid, Ediciones Sequitur.

BIERMANN, E. (2005): "Reflexiones en torno al antisemitismo" en Tabula Rasa, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, número 003, enero-diciembre de 2005, pp.11-135.

FRIEDLÄNDER, S. (1972): Por qué el holocausto. Las causas históricas y psicológicas del exterminio de los judíos en la Alemania nazi, Barcelona, Editorial Gedisa.

GELLATELY, R. (2004): La Gestapo y la sociedad alemana. La política racial nazi (1933-45), Barcelona, Ediciones Paidós.

GOLOVINSKI, M. (2003): Los protocolos de los sabios de sión, Barcelona, Colección ave Feniz histórico.

HERING TORRES, M. (2007): "Raza: variables históricas" en Revista de Estudios Sociales, número 26, Bogotá, Abril de de 2007, pp.16-27.

JUDT, T. (2006): "Desde la casa de los muertos. Un ensayo sobre memoria europea contemporánea", en Postguerra, Madrid, Santillana Ediciones Generales.

KERSHAV, I. (2009): Hitler, los alemanes y la solución final, Madrid, La Esfera de los libros.

LE GOFF, J. (1987): La bolsa y la vida. Economía y religión en la Edad Media, Barcelona, Editorial Gedisa.

NUÑO, J. (1987): Sionismo, Marxismo y Antisemitismo: la cuestión judía revisitada, Caracas, Ediciones Monte Ávila.

Contexto económico, político e intelectual en Colombia 1920-1950

ARIAS, R. (2007): Los Leopardos, Una historia intelectual de los años 20, Bogotá, Ediciones Uniandes.

AYALA DIAGO, C. (2007): El porvenir del pasado. Gilberto Alzate Avendaño, sensibilidad leoparda y democracia: la derecha colombiana de los años 30, Bogotá, Ediciones Fundación Gilberto Alzate Avendaño.

CASTRO-GÓMEZ, S. (2007): “Razas que decaen, cuerpos que producen. Una lectura del campo intelectual colombiano (1904-1934)”, en Biopolítica y formas de vida, Bogotá, Editorial Javeriana.

KALMANOVITZ, S. (1988): *Economía y nación: una breve historia de Colombia*, Bogotá, Siglo XXI/Cinep/Universidad Nacional.

LIPMAN, A. (1966): El empresario bogotano, Bogotá, Ediciones Tercer Mundo.

LLERAS, A (1974). “Una humilde revolución judía” en Revista Visión, marzo 9 de 1974, 17.

WILLIFORD, T. (2005): Laureano Gómez y los masones, Bogotá, Editorial Planeta Colombiana.

La Segunda Guerra Mundial (1939-1945)

ADORNO, T. (1996): Ensayos sobre la propaganda fascista. Barcelona, Voces y Culturas, pp. 16-21.

BIERMANN, E. (2006): “El holocausto judío-La Shoah”, en Monografías Cedeal, Serie siglo XX, número 8, 2006.

FRIEDMAN, M. (2003): Nazis and Good Neighbors. The United States Campaign against the Germans of Latin America in World War II, Massachusetts, Cambridge University Press.

KORMAN, E. (1996.): Otoño dorado. Inicio del Holocausto, Bogotá, Tercer Mundo editores.

MARX, C. (2009): Sobre la cuestión judía, Barcelona, Editorial Anthropos Hombre.

MILGRAM, A. (2003): Entre la aceptación y el rechazo. América Latina y los refugiados del nazismo, Jerusalén, Ediciones Yad Vashem.

THOMPSON, D. (2003): Historia Mundial de 1914 a 1968, México, Editorial Fondo de Cultura Económico.

Historia del judaísmo

ATTALI, J. (2002): Los judíos, el mundo y el dinero. Historia económica del pueblo judío. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económico.

FRIEDLÄNDER, S. (2008): El Tercer Reich y los judíos. Los años de persecución 1933-1939, Barcelona, Galaxia Gutenberg.

FRIEDLÄNDER, S. (2008): El Tercer Reich y los judíos. Los años de exterminio 1939-1945, Barcelona, Galaxia Gutenberg.

JOHNSON, P. (2006): La historia de los judíos, España, Editorial Zeta.

Judaísmo en América Latina

AVNI, H. (1992): “Inmigrantes en países sin inmigración (188-192)” y “Tiempos de tempestad (227-307)”, en Judíos en América; Cinco siglos de historia, Madrid, Editorial Mapfre.

BLANCPAIN, J. (1992) “América latina y el nazismo. Desde la inmigración judía hasta el mito del IV Reich (1933-45)” en Cuadernos de Historia 12, Departamento de Ciencias Históricas, Universidad de Chile, (diciembre de 1992).

Judaísmo en Colombia

BIBLIOWICZ, A. “Intermitencia, ambivalencia y discrepancia: historia de la presencia judía en Colombia”, en Amérique Latine histoire et Memoire Les cahiers ALHIM [en línea], número 3, 2001. Disponible en internet (04-05-2006): <https://alhim.revues.org/535>

BIBLIOWICZ KATZ, A. (1972): Los judíos en Colombia como grupo minoritario. Trabajo de pregrado para optar por el título de politólogo. Bogotá, Universidad de los andes.

HERNÁNDEZ, J “Emigración judía en Colombia en los años 1930 y 1940”, en Pensamiento y cultura, Volumen 10, Noviembre de 2007, Bogotá, pp 177-190.

PÉREZ, E. (1993): Una aproximación al mundo judío a través de la comunidad bogotana. Trabajo de grado, Bogotá, Universidad Nacional de Colombia.

LA NOTICIA ESTÁ EN LOS BARRIOS. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y MOVIMIENTO VECINAL VALLISOLETANO EN LA TRANSICIÓN

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i04.06>

Constantino Gonzalo Morell

Doctor en Historia por la Universidad de Valladolid

constantinogonzalomorell@gmail.com

Recibido: 22-9-2014

Aceptado: 19-1-2015

Resumen: Este trabajo es un acercamiento a la siempre complicada y nunca tratada relación entre los medios de comunicación, especialmente la prensa escrita, y las asociaciones vecinales vallisoletanas, en un período histórico breve pero intenso como fue la transición, en que ambas dependían mutuamente. Las primeras para crear noticias, las segundas para tener el eco necesario a sus demandas de barrio. Analizaremos pues, tanto las relaciones entre periodistas y vecinos como las publicaciones de unos y otros.

Palabras clave: Transición española, asociaciones de vecinos, prensa, Valladolid

Abstract: This work is an approach to the always complicated and never treated relationship between the media, particularly the press and the vallisoletans

neighborhood associations, in a brief but intense period of history in which both depended on each other, the first to create news, the last to have the necessary eco to their quarters demands.

Therefore analyze both the relationship between journalist and neighbors as publications of each other.

Keywords: *Spanish Transition, neighborhood associations, press, Valladolid*

Introducción

Cuando en diciembre de 1964 la dictadura franquista aprueba la Ley de Asociaciones, nadie en el régimen piensa que el gran beneficiado será el movimiento vecinal. Las luces que los partidarios de Franco quieren enseñar con la campaña de los XXV Años de Paz¹ tienen parejas unas sombras tan evidentes que harán insostenible la pervivencia de la dictadura muerto el dictador. Sombras como el desarrollismo, con su urbanismo desenfrenado, sin ningún tipo de planificación y con pingües beneficios para unos pocos, que afectan a miles de habitantes de las nuevas barriadas españolas. Esta situación genera un descontento que hace aparecer al movimiento asociativo vecinal español, primero como asociaciones de cabeza de familia y después como asociaciones de vecinos propiamente dichas. Un movimiento que liderará con éxito las reivindicaciones de los barrios hacia una vida mejor en la ciudad, constituyéndose en palabras de Manuel Castells en el “movimiento urbano más extendido y significativo en Europa desde 1945” (Castells, 1986: 229).

Con este artículo queremos mostrar un aspecto novedoso dentro del ya de por sí novedoso tema del movimiento vecinal: la relación entre los medios de comunicación y las asociaciones de vecinos (AAVV). Para ello tomaremos el ejemplo del movimiento de barrios de una ciudad media española, Valladolid, en el período de mayor fuerza de las AAVV, entre el tardofranquismo y la transición, entre 1976-77 y 1986.

Nos hemos marcado dos grandes objetivos en este artículo, por un lado dar a conocer la relación, muchas veces personal, que existía entre los medios de comunicación profesionales –en especial la prensa escrita- y los líderes del vecinalismo vallisoletano y analizar, si quiera someramente, los medios propios que desarrollaron las asociaciones de los barrios para hacer llegar su mensaje a la ciudad.

¹ Aprovechando la efémeride del final de la guerra civil (1939), los ideólogos del régimen desarrollan una campaña publicitaria intentando sacar réditos del período más largo de la historia –hasta ese momento- contemporánea sin enfrentamientos civiles entre españoles, con el incipiente despegue económico del país, para contrarrestar la propaganda interior y sobre todo exterior contra el último –junto al Portugal de Salazar- régimen parafascista del mundo.

1 Metodología

Para la realización de este artículo, hemos optado por una metodología cualitativa de tipo etnográfico, como es la entrevista.

Las entrevistas fueron realizadas por el doble método de la “bola de nieve” —se accede a una persona por la recomendación de la anterior- y por contactos previos. La entrevista es semidirigida, con libertad para el informante pero con una serie de ítems sobre los que se intenta saber lo máximo posible, poniendo especial atención en la relación entre AAVV y medios de comunicación.

Recogidas en formato digital y grabadas en un ambiente de buena sonoridad pero “amigable” para el entrevistado, después eran transcritas lo más fielmente posible.

En cuanto a los criterios para la selección de los entrevistados, no vamos a señalar las mil peripecias sufridas, pero cabe resumir que se ha intentado lograr el testimonio de los principales líderes vecinales del momento, así como de otras personalidades que vivieron el período.

Respecto a las publicaciones consultadas, son prácticamente todas las del período que existían en Valladolid y han sido cribadas en una lenta y ardua labor de investigación, la mayoría de las veces por microfilm. En cuanto a las publicaciones vecinales, apenas se conservan y las pocas decenas que hemos estudiado, están custodiadas en archivos públicos (como el de Castilla y León) o particulares (como los fondos personales de José Centeno). También las propias asociaciones guardan a veces un pequeño —y normalmente caótico— archivo donde hemos encontrado ejemplares.

2 El movimiento vecinal en la Historiografía

El peso del movimiento obrero y su alargada sombra, si se nos permite la expresión, ha supuesto para el activismo vecinal un obstáculo para su investigación desde el campo histórico. Por eso son otras ciencias sociales las que han centrado su análisis en ello.

Una norma bastante extendida en el mundo historiográfico es ignorar al movimiento vecinal como oposición al franquismo y si se reconoce, es a costa de minusvalorarlo. Es cierto que comienza a hablarse en las obras históricas sobre la transición, aunque luego no se desarrolle el tema. Pese a aglutinar a cientos de miles de españoles, la Historiografía, hasta principios de 2011, sólo había dedicado dos libros al tema, uno *sensu stricto*, puesto que el otro es una Tesis Doctoral. Nos referimos a la obra de

Roberto Germán Fandiño sobre el logroñés barrio de Yagüe y a la tesis de Ricard Martínez i Muntada sobre la ciudad de Sabadell.

Después han aparecido las obras de Rafael Quirosa, *Poder local y Transición a la democracia en España*, sobre Almería y la de Carme Molinero y Pere Ysàs, *Construir la ciudad democrática*, sobre Barcelona. En la primera se dedican dos capítulos al análisis del movimiento vecinal, mientras que la segunda es un amplio y exhaustivo trabajo del vital movimiento vecinal barcelonés.

El reciente interés por parte de los historiadores en el fenómeno vecinal lo constatamos también en la dedicación de números de revistas, como el Nº 16 de la *Revista de Historia del Presente*.

El desierto historiográfico se ha cubierto en gran medida gracias a los estudios de otras ciencias, en especial la Sociología. Sociólogos son Manuel Castells y Tomás Rodríguez-Villasante, así como Víctor Urrutia, Enrique Laraña, Tomás Alberich, Javier Angulo, Óscar Rebollo y Alice Gail.

Después vendrían otras disciplinas, como el urbanismo, con los vitales trabajos de Jordi Borja, el derecho, con la obra de Javier Berriatua y la antropología social, con Britt-Marie Thurén que aporta además una interesantísima y única visión de género.

El resto de obras publicadas sobre el movimiento vecinal se las debemos a las propias asociaciones, empezando por la extinta CAVE (Confederación de Asociaciones de Vecinos de España), frustrado intento de un movimiento vecinal con entidad nacional, que intenta resurgir de sus cenizas en forma de CEAV (Confederación Estatal de Asociaciones de Vecinos). Así tenemos dos trabajos sobre el movimiento madrileño y uno sobre el barcelonés así como otro específico sobre Vallecas. Para el caso vallisoletano, a parte de un breve trabajo sobre la Federación Provincial, algunas asociaciones han editado publicación –más o menos elaborada- sobre su barrio y su propia historia, como fue en su momento el caso de Delicias o La Cañada, siendo mucho más actuales los libros sobre Pilarica y Barrio Belén.

3 Generalidades de la relación medios de comunicación – asociaciones de vecinos

Los medios de comunicación de masas juegan un papel vital y a veces imprevisto (así como no deseado, en el sentido de que no es la justificación última de su trabajo) en el devenir de los movimientos sociales en general y de las AAVV en particular. La tarea de los periodistas consiste en reunir información sobre algo que merezca atención –algo

relativo y subjetivo- teniendo las noticias una serie de cualidades comunes: un reconocimiento público (tener a personas famosas como protagonistas, ser un tema de moda, etc.), importancia e interés (aspectos espectaculares, emotivos, etc.). Por último, el periodista dotará a la noticia de una estructura narrativa atrayente para el consumidor final de su relato (McAdam, 1996: 422).

La relación que se establece entre los medios de comunicación y los movimientos sociales, muchas veces es simbiótica –si se nos permite el uso de este término biológico- puesto que ambos salen beneficiados, ya que unos mejoran sus audiencias (que les reportan beneficios económicos) y otros obtienen eco informativo y popularidad, así como el hacer accesible a la opinión pública sus reivindicaciones y problemas.

Según Gitlin (Tarrow, 2004: 168), una vez en marcha, cualquier movimiento social puede aprovechar en su favor las noticias publicadas por periodistas simpatizantes con su causa. Pese a ello, lo más corriente es que los medios estructuren sus crónicas con el único fin de ganar audiencias. Los *mass media* no son observadores neutrales. Puede que como afirma Tarrow (Tarrow, 2004: 169), no trabajen directamente a favor del sistema –algo muy discutible en un sistema dictatorial como lo era el español hasta 1975-, pero está “claro que no lo hacen a favor de los movimientos sociales”. La función de los medios de comunicación es vender noticias (Tarrow, 2004: 168). Además el modo en que aparecen reflejados los movimientos en los medios está condicionado por la propia estructura de la industria de la información. Kielbowicz y Sherer defienden que a los movimientos sociales les afectan factores como la preferencia de los *media* por lo dramático y de gran impacto visual, por la confianza ciega de los periodistas en sus fuentes autorizadas, los ciclos de noticias de interés, la propia orientación de los periodistas, etc. Como resultado de todo ello, la capacidad de las AAVV de servirse de los medios de comunicación para sus propios fines es limitada (Tarrow, 2004: 168).

Pese a estos factores y para ganarse la atención de los medios, las AAVV pueden convocar actos espectaculares, aunque este tipo de actividades pierden interés a menos que “se produzca un cambio o una escalada en sus rutinas”. Si esto se produce, los periodistas continuarán cubriendo la información, pero dando prioridad a sus aspectos más extravagantes (Tarrow, 2004: 168).

Por otro lado, no podemos dejar de señalar que estos autores se refieren a contextos socio-políticos democráticos, con lo que sus análisis no siempre encajan bien con los medios de comunicación de un régimen dictatorial –censura rígida y previa, mensajes dirigidos desde arriba y transmitidos sin objeción, etc.- como lo era el español y obviamente el vallisoletano.

Por último, queremos señalar que vamos a comparar publicaciones de la prensa profesional –medios de comunicación de masas- con publicaciones del mundo vecinal, muchas veces con un alto grado de *amateurismo*. No pretendemos decir que sean iguales ni mucho menos, aunque simplemente sea por las muy diferentes circunstancias de producción de la información en que se gestan cada una de ellas. Sin embargo, sí nos ha parecido muy interesante comparar discursos y cómo las AAVV intentan adaptar técnicas periodísticas para hacer llegar más y mejor su mensaje a sus vecinos.

4 La prensa profesional

El papel de los medios de comunicación en general y de la prensa en particular para con el movimiento vecinal vallisoletano será vital para los inicios y consolidación de las AAVV de la ciudad.

En un informe confidencial del Gobierno Civil de Valladolid de 1978, se determina que los medios de comunicación de mayor impacto mediático en la ciudad eran *El Norte de Castilla* y el *Diario Regional* en prensa y *Radio Valladolid* –de la Cadena SER- y *La Voz de Valladolid* – integrada en la actual COPE- para los programas de radio².

Pese a que existían más periódicos en la ciudad, como *Hoja del Lunes*, escrito por la Asociación de la Prensa y el diario *Libertad*³, fundado por el mismísimo caudillo fascista Onésimo Redondo y de propiedad estatal, lo cierto es que el mercado estaba ampliamente controlado por los dos principales medios de Valladolid, *El Norte de Castilla* y el *Diario Regional*.

El *Diario Regional*, periódico católico, era la respuesta eclesiástica al predominio informativo del decano de la prensa española, de inspiración liberal y burguesa. Era un periódico en que “se publicaban cosas, bueno, por lo menos tipográficamente eran más llamativas que en *El Norte de Castilla*”⁴. Parejo a este cambio de formato será

² Archivo Histórico Provincial de Valladolid, *Fondos del Gobierno Civil*, “Encuesta”, Caja 116, Carpeta 15, p. 7.

³ “En el *Libertad* sé que había, apenas curas te iba a decir, allí en la redacción, pero también *El Norte* tuvo un director que era cura, pero vamos, que en el *Libertad* poco conozco, pero era un periódico, pues nefasto, del Movimiento, un periódico que salía por la tarde y prácticamente, en los años aquellos no vendía ningún ejemplar pero como se enviaba a todos los organismos, a todas las instituciones, a todos los centros, pues bueno”. Entrevista a Fernando Francés Valiño, Valladolid, 30 de abril de 2009. A lo que añade Julio Redondo desde su experiencia en la asociación del barrio de Rondilla “para el *Libertad* éramos enemigos del régimen, enemigos de la paz, enemigos del orden”. Entrevista a Julio Redondo Casado, Laguna de Duero, Valladolid, 22 de abril de 2010.

⁴ Entrevista a Fernando Valiño citada.

también el interés por el creciente movimiento vecinal y por los acuciantes problemas de los barrios, que se reflejará en una sección denominada *Barrios*, una sección donde tenía cabida “todo lo que fueran bordillos, aceras sin asfaltar, fiestas con reinas, entrevistas con el alcalde y discusiones sobre campos de fútbol”, pero cuando los acontecimientos tomaron un cariz más reivindicativo y político “el periódico, todavía en manos cercanas al *Opus Dei*, dijo no e incluso matizó: «hay que decir que no, a toda costa»” (Asociación Familiar del Barrio de las Delicias, 1982: 68).

Hoja del Lunes y más tardíamente *El Norte de Castilla* también tendrán su sección dedicada a las AAVV de Valladolid:

Cuando entré en *El Norte*, la información local que se hacía era escasa, apenas existía. [...] Hernández Higuera, que era el que llevaba lo de local, luego le pasaron a provincia-pueblos, salía con Cacho [...] con la Vespa, [...] y «bache en la calle Duque de la Victoria» y lo apuntaba y tal, y eso es la pequeña, mínima información local, de que había un bache en la calle Duque de la Victoria, pero es que claro, en los barrios estaban todos sin asfaltar, había mucho más. Si era noticia que había un bache en la calle Duque de la Victoria, que estaba allí, delante del periódico y botaba la moto del fotógrafo cuando pasaba, mucho más interés tenía, que estaban todas Las Delicias sin asfaltar, el tema de la Rondilla con esto de las casas [de la Imperial], había mucho más interés informativo en aquello, que luego era pugna el intentar publicarlo, pero bueno, se empezó a abrir esa espita, cositas pequeñas, [...] intentar meter veinte líneas era un logro⁵.

Porque la censura era algo muy difícil de eludir, aunque muchas veces el asunto se resumía en una cuestión de estilo (Asociación Familiar del Barrio de las Delicias, 1982: 68). En todo caso y como defiende Pere Ysàs, la colaboración de los periodistas con el movimiento vecinal también se debió a la “mayor permisividad de las autoridades gubernativas con las informaciones consideradas de carácter local” (Ysàs, 2007: 49) constituyéndose este campo de la información local y en palabras de Marçal Tarrego, en la “primera gran batalla ganada por los periodistas en la dura lucha por la libertad de prensa” (Tarrego, 1976: 150).

También hay que tener en cuenta el alto grado de imaginación con que se han solido llevar a cabo las protestas vecinales, que se explica por dos factores fundamentales: eludir la represión y buscar acercar la causa a la sociedad. Hay que tener en cuenta que suelen estar planeadas por y para la prensa, sobre todo gráfica. El periodismo ha sido utilizado siempre por el movimiento vecinal. De este modo, que los periódicos de la ciudad tuvieran una sección dedicada al mundo de las AAVV y/o de los barrios supuso una tribuna gratuita y de muy amplia difusión para los vecinos. Una oportunidad que asociaciones como la del barrio de Las Delicias aprovecharán creando

⁵ Entrevista a Fernando Valiño citada.

una especie de comisión de relaciones públicas “que engloba en su interior a los más listos, junto a los que se supone con mayor don de gentes” (Asociación Familiar del Barrio de las Delicias, 1982: 57).

Una difusión que no se explica sin la colaboración de ciertos periodistas⁶. Para 1978 y según un informe confidencial del Gobierno Civil, de los 51 periodistas de la ciudad, “la tendencia predominante es de centro-izquierda”. En cuanto a los directores de los periódicos los califica:

Norte de Castilla, Fernando Altés Bustelo, de «Centro», [...].

Diario Regional, Pedro García Muñoz, de «Centro», [...].

Libertad, Juan Jesús Rodero Ares, «Centro», [...].

Hoja del Lunes, Rafael González Yáñez, «Centro Izquierda»⁷.

Una relación en la que todos salían beneficiados, porque los vecinos tenían su mensaje publicado y los periodistas sus noticias, porque “sí que había un interés informativo en los barrios. [...] los barrios era un germen de noticias, que luego se ha ido perdiendo. Cualquier nota sindical o laboral, hubo un tiempo que tuvo un espacio, ahora...”⁸. Así podemos explicar cómo nace el *Affaire Imperial*, rimbombante nombre que la prensa vallisoletana da al problema de las deficientes casas del barrio de la Rondilla, asunto que seguramente hizo aumentar las ventas de los diarios locales.

Se estableció así una relación fluida entre vecinos y periodistas, donde todos se conocían. Destacan por ejemplo Germán Losada, “a quien es imposible colarle nada de nada, más allá de lo necesario, a pesar de que apunta claramente hacia los sectores más socialistas del momento”; Jesús Díaz Lobo, del *Diario Regional*, “fiel a las directrices de la casa, que hablan de potenciar la sección para intentar vender, obsesión siempre última del desaparecido periódico de la calle Paraíso”; Carmen Aragón, del diario *Pueblo*, “concienzuda, meticulosa con la información, sabedora de muchas más cosas porque ella misma vive el asunto casi desde dentro, igualmente fiel a la línea periodística y espectacular de su dirección” (Asociación Familiar del Barrio de las Delicias, 1982: 57). Como afirma Ángel Ceballos:

había una serie de gente muy interesante, [...] Rafael González Yáñez, concejal por el tercio familiar, un individuo muy interesante, su cabeza estaba muy bien

⁶ Eso lo hacíais por convicción (publicar las notas de prensa de las AAVV), porque conocíais a la gente que os pasaba la nota o... “Sí, por convicción y por afinidad ideológica vamos”. Entrevista a Fernando Valiño citada.

⁷ Archivo Histórico Provincial de Valladolid, *Fondos del Gobierno Civil*, “Encuesta”, Caja 116, Carpeta 15, págs. 6-2.

⁸ Entrevista a Fernando Valiño citada.

amueblada, incluso había mucha colaboración con él, [...] Bueno, Rafael [...] era jefe de informativos de *Radio Valladolid* [...] pues había una serie de gente, muy interesante, que quería apostar y apostaba manifiestamente por que las cosas fuesen distintas⁹.

Hortensia Pérez y Carmen González, desde su experiencia con su asociación, hablan de la buena relación que tenían con la periodista de *El Norte de Castilla*, Maribel Rodicio, que era del mismo barrio que ellas, San Andrés y que un año fue la pregonera de las fiestas de la barriada, así como el buen trato con Francisco Alcántara, de *Radio Nacional*¹⁰.

Juan Antonio Cañada, desde su experiencia al frente de la AVV de Las Delicias, defiende que de cara a la prensa, “el que mejor nos atendía era el *Diario Regional*, era el que mejor nos atendía”, aunque “en *El Norte*, a nivel individual, como Losada o Valiño, o sea, gente de esta así, que ya sabíamos por dónde andaban. Prueba de ello es que Valiño fue un año el pregonero de las fiestas y otro también fue Losada”¹¹. No podemos obviar tampoco que fue el redactor jefe de *El Norte de Castilla* el que avisó por teléfono del cambio de día y hora del pleno donde se decidía el futuro de los únicos terrenos con que contaba el barrio de Rondilla para paliar su inexistencia de servicios¹².

En todo caso, la relación entre periodistas y asociaciones la resume perfectamente la asociación vecinal de Delicias, cuando en su libro escribe que “unos y otros están seguros de engañar a la otra parte. Los periodistas en acortar los comunicados «coñazos» y los de la asociación creyendo que tragan todo, para beneficio publicitario de la lucha ciudadana” (Asociación Familiar del Barrio de las Delicias, 1982: 58).

En su informe anual de 1976, el Gobierno Civil afirmaba que los medios de comunicación locales daban una especial relevancia a todo lo que acontecía en los barrios, desde una perspectiva reivindicativa, destacando *El Norte de Castilla*, en cuya redacción “figuran algunos periodistas de militancia comunista y otros de reconocida oposición”, que “han venido manipulando las noticias, presentándolas de forma más conveniente para los intereses del partido, insertando comunicaciones de otros

⁹ Entrevista a Ángel Ceballos Buendía, Valladolid, 3 de diciembre de 2008.

¹⁰ Entrevista a Hortensia Pérez y Carmen González Ramos, Valladolid, 15 de junio de 2009.

¹¹ Entrevista a Juan Antonio Cañada Zarco, Valladolid, 25 de mayo de 2009.

¹² “Recuerdo que a las nueve o nueve y pico, el redactor jefe de *El Norte*, José Antonio... –ya falleció, un gran individuo, que vivía en Rondilla además, en la calle Tirso de Molina- lo cierto es que me llama y me dice: «oye Ángel, que acabamos de recibir un escrito del Ayuntamiento que modifica –eso serían las nueve de la noche- que el Pleno de mañana no es a las 19:00, sino a las 9 de la mañana»”. Entrevista a Ángel Ceballos citada.

organismos de la oposición”, incluso criticando “determinadas actuaciones reales o imaginarias de la Fuerza Pública en el cumplimiento de su cometido específico”¹³.

También destacaba las crónicas, a veces “tendenciosas”, del periódico *Pueblo*, de Madrid “y en igual sentido informan las emisoras locales «Radio Valladolid» y «Radio Popular»”¹⁴.

En cuanto a *Radio Popular*, Ángel Ceballos recuerda que “yo era casi un habitual, con alguna otra gente de un programa que se emitía entre 11 y 12 de la mañana que era «Concejo Abierto», en la emisora COPE”¹⁵; incluso la Federación Provincial de AAVV llegó a tener un programa propio, llamado “A viva voz” en la emisora *Radiocadena* (Federación, 2005: 8).

En general y como hemos intentado exponer, las relaciones entre las asociaciones de vecinos vallisoletanas y los medios de comunicación locales fueron relativamente estrechas y desde luego fructíferas para ambos. Sin embargo, no podemos dejar de señalar que estas relaciones no siempre fueron idílicas. La prensa, en su afán de vender noticias, a veces chocó frontalmente con las asociaciones, haciéndose eco de sucesos que dañaban la imagen de los vecinos, desde los problemas internos en las juntas directivas¹⁶ a las airadas discusiones en las organizaciones de las fiestas de las barriadas, lo que provocó que en ocasiones no se dejara entrar a la prensa en las asambleas vecinales¹⁷. Quizá el mejor ejemplo de las discrepancias entre prensa y movimiento vecinal en Valladolid lo encontremos a mediados de los años 70 –aunque el asunto no se zanjará hasta casi los 90– con las protestas de los vecinos de la Cerámica Silió. Esta fábrica de cerámica, construida a fines del siglo XIX en la zona de Vadillos (llamada así por su cercanía a los vados del río Esgueva), a mediados de los 70 del XX se encuentra en una zona densamente poblada, lo que no es obstáculo para continuar con la producción y sus consecuentes molestias para los habitantes. Así la asociación comenzará una campaña por el cierre y traslado de la fábrica, chocando con los intereses económicos del grupo que sustentaba al principal diario de la región:

¹³ Archivo General de la Administración, *Gobierno Civil de Valladolid*, “Memoria Anual de 1976”, Caja 32/11457, p. 11.

¹⁴ *Ibid.*, p. 12.

¹⁵ Entrevista a Ángel Ceballos citada.

¹⁶ Respecto al diario *Pueblo*, desde la AVV de Delicias se afirma que “había optado por la vía fuerte de denunciar todo lo denunciable, fiel a su estilo, y había tenido problemas con la propia asociación, quien en varias ocasiones apareció en portada con los problemas internos, que indudablemente no convenía airear bajo ningún concepto”. (Delicias, 1982: 68). En el transcurso de nuestra investigación, no hemos encontrado ningún ejemplar de *Pueblo* que tratara el barrio de Delicias, lo cual no significa que no existieran, simplemente, que no se han conservado.

¹⁷ “Se reunió la Coordinadora Interbarrios”, *Libertad. Diario de la tarde*, 1 de noviembre de 1976, p. 5.

Periódicamente hemos venido informando a la prensa de todas las actividades llevadas a cabo (asambleas, manifestaciones, etcétera), pero nos hemos visto desagradablemente sorprendidos por la expulsión de los colaboradores de «El Norte de Castilla», tras la publicación de su artículo titulado «Manifestación de un centenar de vecinos del barrio de San Juan, contra la Cerámica Silió». Esta Asociación se solidariza plenamente con ellos y aumenta la parcialidad de un diario que se llama «independiente»¹⁸.

Aunque el periódico niegue tal extremo, por el periodista Fernando Valiño sabemos que al menos uno de ellos “Allú se apellidaba, [...] al final le acabaron despidiendo, echándole del periódico a pesar de que su padre colaboraba y era un hombre de la ciudad, de orden [...]. Por esa relación de vínculos que tenía con gente en Vadillos, empezó a meter cosas, pero claro, llegó un momento que la Cerámica Silió era de los propietarios de *El Norte de Castilla*, de los Silió, los Delibes y todo esto”¹⁹.

5 La prensa vecinal

Para Jordi Borja, el boletín es uno de los medios más importantes con que cuenta una asociación de vecinos para relacionarse con sus socios, pero también con su barrio, puesto que tiene una difusión que supera lo que legalmente le correspondería, es decir, únicamente los socios. Además se constituye en una prueba inequívoca de la consolidación de una asociación (Borja, 1986: 68).

La revista *Barrio*, editada inicialmente por la Asociación Familiar de la Rondilla y a la cual se unieron después las asociaciones de los barrios de La Victoria, Barrio España, Barrio Belén y La Pilarica, será finalmente el órgano de expresión oficioso de la Federación de vecinos vallisoletana²⁰.

¹⁸ Arenas, César; Manjarrés, Purificación y del Cura, María Teresa, “La Asociación de Vecinos de San Juan (en trámites)”, *El Norte de Castilla*, 23 de noviembre de 1976, p. 3.

¹⁹ Entrevista a Fernando Valiño citada.

²⁰ “«*Barrio*»: una revista editada por cinco asociaciones de vecinos”, *El Norte de Castilla*, 18 de abril de 1980, p. 6.



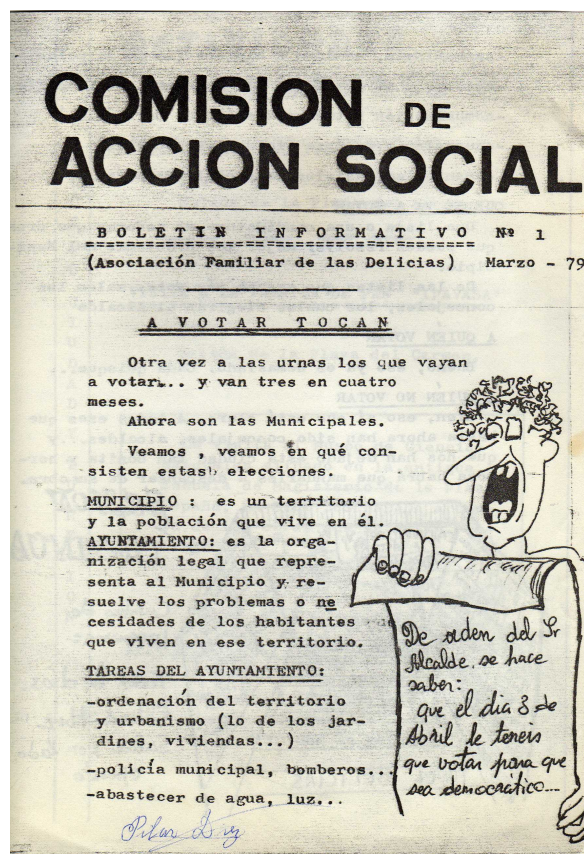
1. Portada del número 3 de *Barrio*, del año 1981, con una fotografía de Las Delicias. Fotografía del autor.

Muchas asociaciones publican sus boletines, con una periodicidad mayor o menor. Podríamos destacar el boletín de «La Unión» de Pajarillos, que tiene el significativo nombre de *El Búho*, jugando con los nombres de ave de las calles de la barriada pero también por ser éste un animal tradicionalmente asociado a la vigilancia.

De los más antiguos son el publicado por la Asociación Familiar Delicias, que aparece en 1974 (Asociación Familiar del Barrio de las Delicias, 1982: 106) en forma de *Boletín Informativo* y se publica con diversos formatos en varias épocas distintas, sin tener una continuidad en el período que estudiamos.

Por ejemplo, en 1975, esta asociación publicó cuatro boletines “dedicados a la vida del barrio”, estando centrados en “los principales puntos negros del barrio”, “sobre el informe de la EGB en las Delicias”, “sobre la huelga de FASA”, “y otro con el pregón de las Fiestas del Barrio que por dificultades técnicas no pudo repartirse”²¹.

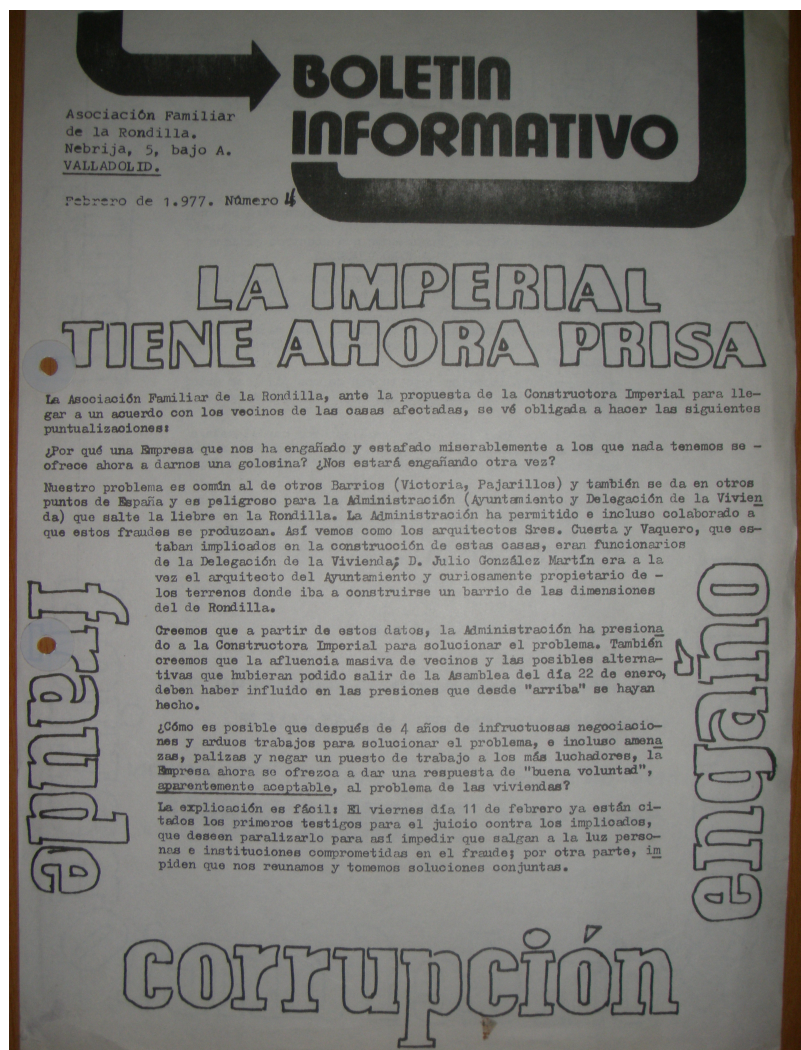
²¹ Fondos de la Asociación Familiar Delicias, “Memoria del ejercicio 1974-1975”, Valladolid, 1975, p. 3.



2. Separata de la revista de la Asociación Familiar Delicias, *Boletín Informativo*, especial dedicado a los miembros de la tercera edad del barrio y la pedagogía democrática. Marzo de 1979. Foto del autor.

Es prácticamente imposible saber la difusión de estos boletines, muchos de ellos hojas volanderas más que revistas. Sólo tenemos la referencia para el año 1977, en que *Hoja del Lunes* se hace eco de la asamblea realizada por la asociación de Rondilla, donde haciendo recuento de las actividades llevadas a cabo, se habla del reparto de “6000 boletines informativos la semana pasada”²².

²² “Asamblea y manifestación de la Rondilla sobre el plan parcial «Ribera de Castilla»”, *Hoja del Lunes*, 19 de diciembre de 1977, p. 5.



3. Boletín de la Asociación Vecinal Rondilla en septiembre de 1977, en torno al serio problema estructural de las casas levantadas por la Constructora Imperial SL en el barrio.

Si difícil es saber las tiradas de ejemplares, puesto que no hay documentación al respecto, es casi imposible conocer su impacto entre los vecinos, público a quien iban dirigidas estas publicaciones informales. Pero si aceptamos que cada asociación publicaba con cierta periodicidad un boletín, informando de los problemas puntuales del barrio y de las medidas que proponían a los vecinos para solucionarlos y que cada tirada estaría compuesta por varios cientos, cuando no miles de ellos, parece plausible pensar que el barrio estaría perfectamente informado gracias a estas publicaciones.

El mayor intento por crear una revista formal lo encontramos en el acuerdo tomado por la Federación de AAVV de Valladolid en 1982 de asumir la cabecera de la revista *Barrio*, hasta ahora editada por la Asociación Familiar de la Rondilla, con el fin de convertirla en órgano de expresión de todas las asociaciones de vecinos de la ciudad²³.

²³ "En Junio se celebrará un encuentro estatal de Federaciones de Asociaciones de Vecinos", *Hoja del Lunes*, 15 de mayo de 1982, p. 5.

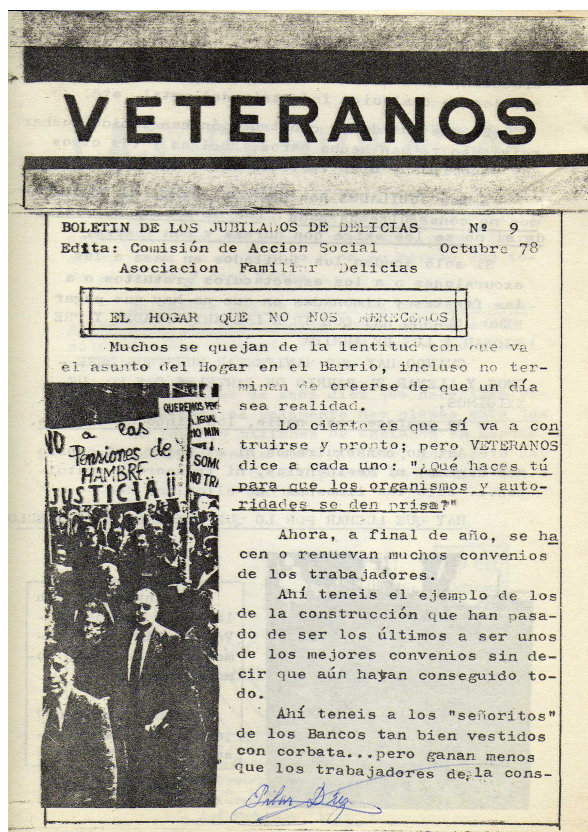
Esta publicación será la de mayor calidad en cuanto a contenidos y maquetación que edite el movimiento vecinal vallisoletano, pero supondrá un desembolso excesivo para la Federación, teniéndose que abandonar el proyecto después de publicados unos cuantos números²⁴.

En todo caso, todos los boletines vecinales comparten unas características comunes, aparte de las ya mencionadas en cuanto aspecto, calidad y periodicidad. Así, podríamos decir que en cuanto a contenidos, priman los problemas de los barrios sobre otros temas, destacando los urbanísticos (desde los planes parciales a la falta de asfaltado) y los educativos (falta de plazas escolares). Tienen una menor presencia otros problemas y aún menor los temas comunes a la ciudad, salvo en las ediciones de la Federación, claro está. Sin embargo, no es raro encontrar artículos de opinión sobre aspectos de la vida moderna, sobre medicina o cultura.

En general, son publicaciones realizadas en exclusiva por miembros de las ejecutivas vecinales, pero si las asociaciones de vecinos no son entes cerrados, tampoco lo son sus publicaciones, teniendo cabida alguna colaboración de personas que no son de la asociación, no son del barrio o ni siquiera son de la ciudad. Por ejemplo, tanto para el boletín de la Rondilla como para el de la Federación, el artista gráfico y muralista Manuel Sierra ofrecerá sus trabajos de una forma gratuita. No obstante, pocos serán los profesionales que colaboren en estas publicaciones.

La calidad literaria de los artículos es muchas veces discutible. Tanto como su objetividad, pues en la mayor parte de los casos, se busca más movilizar que informar. Pero el fin último de los boletines, no podemos olvidarlo, son los convecinos de los redactores. Por ello el nivel es el adecuado para un público tan amplio y normalmente poco cualificado.

²⁴ Sabemos por los archivos consultados que al menos editan nueve números, siendo el del 26 de mayo de 1982 el noveno de ellos.



4. Boletín de «Veteranos», editado por la comisión de la Tercera Edad de la Asociación Familiar Delicias, en octubre de 1978. Destacamos el estilo sencillo y directo de su redacción.

6 Después de 1977

Para autores como Álvarez Junco (Junco, 1990), el movimiento vecinal español puede darse por muerto tras las primeras elecciones municipales democráticas acaecidas en el país desde las de la II República. Que no estemos de acuerdo con este extremo no significa que exista un consenso generalizado sobre la pérdida de peso de las AAVV tras 1977. Ello se refleja en la prensa, en un descenso cada vez más notable de la aparición de noticias sobre el movimiento vecinal. Así, cualquier investigador que recurra a una hemeroteca para el período que va de 1975 a 1977, comprobará la cantidad de titulares que acapara el movimiento vecinal, siendo básicamente la información local de muchos días. Sin embargo y con la aparición de los legalizados partidos y sindicatos, la atención de los *mass media* se centra en estos *nuevos* movimientos que controlan los resortes del poder. Vemos pues que a medida que se va consolidando la democracia pactada en los finales de los 70, el movimiento vecinal aparece cada vez menos en periódicos y radios. Fuera por la obtención de la mayoría de sus reclamaciones, por la incorporación de muchos de sus miembros a las corporaciones municipales y la vida política o sea por el famoso desencanto –tan

parejo a la transición- el caso es que el movimiento vecinal español, y el vallisoletano no es una excepción, deja de concitar masas en sus reivindicaciones.

Para el periodista Fernando Valiño, antes “podías llevar un comunicado... ahora un comunicado que no sea institucional, coges una frase. Entonces te ponías en la máquina y era colar lo más posible y si podías transcribir prácticamente todo el comunicado mejor”. Sin embargo en la actualidad “te envían un comunicado un sindicato, el que sea, «llama a la Junta [de Castilla y León] a ver si es verdad», te dan la vuelta al comunicado, que queda reducido a un segundo plano y la noticia es lo que te da respuesta al comunicado”²⁵.

Desde el propio movimiento vecinal, Ángel Ceballos opina que “los medios informativos tienen una línea, realmente muy penosos. El papel que cumple *El Norte de Castilla* en Valladolid en particular y en la región en general, es pobre, muy pobre” y “la línea editorial de *El Mundo*, a pesar de que tenga la mejor información local, es muy lamentable”²⁶. Valoraciones que comparte básicamente su compañera de asociación Carmen Quintero²⁷, que señala también que:

es una pena y la verdad es que ahora tenemos acceso a ellos [los periodistas] cuando les interesa, cuando no tienen noticia vienen a preguntarnos a ver qué hacemos en tal cosa y qué hacemos en tal otra cosa. Pero les mandamos notas de prensa cantidad de veces y no las sacan. Ha habido épocas en que sí, ha habido gente trabajando en los periódicos que tenía muy buena relación con nosotros y nos sacaban siempre temas, pero últimamente, en las últimas épocas vamos, muy malas²⁸.

Sin embargo, no podemos negar que es sobre todo la prensa escrita la que sigue reflejando la lucha diaria del movimiento vecinal vallisoletano, como cuando en el verano de 2005, la asociación del barrio de Pajarillos apenas concentró a una cincuentena de vecinos en traje de baño, reclamando la prometida piscina. Se pintó una en el asfalto y la aparente patochada fue reflejada por todos los medios vallisoletanos, logrando una repercusión y fuerza en su protesta que la asociación no

²⁵ Entrevista a Fernando Valiño citada.

²⁶ Entrevista a Ángel Ceballos citada.

²⁷ “... mira, aquí [Asociación Vecinal Rondilla] estamos suscritos a los tres periódicos que hay aquí en Valladolid, pero estamos suscritos por decir... porque, no sé, porque tienes que estar enterado de todo. Estamos suscritos al Mundo, al Día y al Norte, pero es que... si es que te da asco, no dicen nada. Cada vez que llega la suscripción, la factura, propongo siempre a la Junta Directiva que por qué no nos borramos, que me parece que se está pagando un dinero a lo tonto. Bueno, pues se valora... y al final se sigue diciendo que claro, que por lo menos tienes que enterarte a ver si dicen algo...”. Entrevista a Carmen Quintero Gallego, Valladolid, 24 de febrero de 2009.

²⁸ *Ibid.*

habría logrado por su cuenta, obteniendo finalmente la instalación prometida por el Ayuntamiento.

6 Conclusiones

Desde el mismo momento en que aparece el movimiento vecinal de Valladolid -1970 con la aparición de la asociación de Rondilla- hasta que finalice la transición, la prensa local y las AAVV de la ciudad tendrán una relación fructífera para ambas, dividida en dos períodos claros, antes de 1977 y después de 1977. En los años finales del dictador, el papel de la prensa será vital para el afianzamiento del movimiento vecinal. Como reconoce el histórico dirigente de Delicias, Jesús Ojeda, “no deja de ser una profesión que ayuda, ha ayudado mucho al movimiento ciudadano. Fíjate el eco de muchas de las protestas vecinales, si no hubieran tenido su pequeño reflejo en la prensa local, pues quedarían simplemente en el ámbito de barrio, no hubiera tenido mayor trascendencia”²⁹ y ello sin olvidar el filtro severo de la censura³⁰.

Después de 1977 se abre una nueva etapa que marca el fin de la idílica relación³¹ y el comienzo del abandono del tema vecinal por parte de la prensa. En todo caso, nos parece muy acertada la reflexión que Javier Gutiérrez -un joven miembro de la asociación del barrio de La Victoria en esos momentos- hace sobre la utilización de los medios de comunicación por parte de las asociaciones vecinales:

No éramos muy buenos, es decir, yo creo que entonces había una idea que era muy clara y era que había que explicar el asunto a los vecinos. Si la prensa servía para explicar el asunto a los vecinos también, mucho mejor, pero si no, había métodos, hojas, carteles, lo que fuese. Nuestra prioridad eran los vecinos y en ese aspecto del *marketing* político que ahora se lleva tanto, nosotros éramos

²⁹ Entrevista a Jesús Ojeda Guerrero, Valladolid, 13 de octubre de 2009.

³⁰ “La censura era una realidad y además funcionaba mucho la autocensura, porque claro, entrabas allí, a que te contrataran en *El Norte de Castilla* y era un paso importante y decías: «joder, y si esto no le va gustar a este, a Jiménez Lozano, a Delibes, al otro y tal; bueno vamos a...» y era, yo creo, lo peor que puede haber. Esa autocensura que la vas interiorizando y al final te agarrota y te come y la censura existía, ya te digo, la anécdota esta de que el director del periódico era a la vez censor de Información y Turismo, en el Paseo Zorrilla, que estaba la oficina en la esquina casi con García Morato, pues era surrealista, pero bueno, ¿esto es posible?”. Entrevista a Fernando Valiño citada.

³¹ “Uno de los asistentes a la asamblea de Pilarica informó a los reunidos sobre la situación en que se encuentran cinco trabajadores no contratados de la empresa editora del *Diario Regional*, a los que el pasado miércoles se les informó del cese en sus funciones [...]. La asamblea, en apoyo de estos trabajadores «que siempre han prestado gran interés a los problemas de los barrios a través de su periódico», decidió manifestar su protesta por la situación, anunciando la decisión de realizar diversas acciones”. “Solidaridad con los trabajadores de *Diario Regional*”, *El Norte de Castilla*, 10 de septiembre de 1977, p. 3.

muy malos. Mandábamos comunicados, te cabreabas si no lo publicaban pero tampoco hacían muchos esfuerzos porque el comunicado fuese...³².

Sin embargo, el papel de la prensa fue fundamental, en especial en los años iniciales del movimiento vecinal en la ciudad. Fundamental porque nadie puede cuestionar el impacto que tienen los medios de comunicación sobre la opinión pública y que estos publicasen cuanto movimiento hicieren las asociaciones acercó la labor de estas entidades al último vecino. De este modo, se publicitaron cuanta campaña o acto hicieron en cada barrio, haciendo extensiva la labor de propaganda limitada que las propias asociaciones hacían. Si bien las pancartas y los panfletos podían informar a un barrio, hay que reconocer que fueron los periódicos los que informaron a la ciudad.

Además, tampoco podemos olvidar que, teniendo en cuenta el restrictivo sistema de protesta de los primeros años de democracia, que limitaba la publicidad de muchos actos, entre los que habría que destacar las manifestaciones, gracias a la prensa éstos obtuvieron cobertura informativa.

Una asociación no podía pegar carteles anunciando una manifestación, pero la prensa sí podía escribir sobre los preparativos de la misma, por mucho que no tuviera permiso de las autoridades para ello³³.

Fuentes documentales

Archivo General de la Administración, Alcalá de Henares, Madrid.

Archivo General de Castilla y León, Valladolid.

Archivo Histórico Provincial de Valladolid. Fondos del Gobierno Civil.

Archivo de la Asociación Familiar Delicias.

Archivo de la Asociación Vecinal Rondilla.

³² Entrevista a Javier Gutiérrez Hurtado, Valladolid, 15 de junio de 2009.

³³ “Entiende esta Jefatura Superior de Policía que la publicación de la presentación de esta solicitud, hecha en el periódico local *El Norte de Castilla* correspondiente al día de ayer, vulnera los preceptos del apartado 3 del artículo 5º de la Ley 17/1976 aludida anteriormente, puesto que el mero hecho de dar cuenta de que ha sido presentada solicitud para celebrar esta manifestación viene a constituir un verdadero anuncio de la misma, lo que podría crear obstáculos a la Autoridad en el caso de que, en uso de sus atribuciones, tuviese que verse obligada a suspender este acto público, reducir o variar su itinerario, introducir otras modificaciones que la propia Ley autoriza, etc.”. Archivo Histórico Provincial de Valladolid, *Fondos del Gobierno Civil*, Brigada Rregional de Información Social, “Nota informativa”, 3 de septiembre de 1976, Caja 756.

Entrevistados

Juan Antonio Cañada Zarco, llegó a ser presidente de la Asociación Familiar Delicias y uno de los personajes clave del movimiento vecinal en sus primeros años. Obrero jubilado en la actualidad.

Ángel Ceballos Buendía, líder histórico de la Rondilla y de la Federación vallisoletana, aún en activo en la lucha vecinal. Funcionario jubilado.

Fernando Francés Valiño, periodista en los principales periódicos vallisoletanos del momento. Periodista y socio fundador del periódico digital Último Cero.

Carmen González Ramos, llegó a ser presidenta de su asociación de San Andrés y de la Federación Provincial, así como varias veces concejala por el PSOE. Funcionaria jubilada.

Javier Gutiérrez Hurtado, líder juvenil del movimiento vecinal en Huerta del Rey, fue concejal por IU. Profesor titular de la Facultad de Económicas de la Universidad de Valladolid.

Hortensia Pérez es activa socia de la Asociación Vecinal «Caño Argales» desde casi sus inicios.

Jesús Ojeda Guerrero, líder del movimiento vecinal de Delicias y de la Federación provincial. Profesor jubilado.

Carmen Quintero Gallego, líder del movimiento vecinal en Rondilla y en la Federación. Carmelita de Vedruna.

Julio Redondo Casado fue uno de los socios fundadores de la Asociación Vecinal Rondilla. Maestro y abogado, así como activo militante vecinal y del carlismo de la rama de Carlos Hugo. Falleció en 2013.

Bibliografía

ÁLVAREZ JUNCO, J. (1990): *Movimientos Sociales en España: del modelo tradicional a la modernidad post-franquista*, Madrid, Instituto Universitario Ortega y Gasset.

ASOCIACIÓN FAMILIAR DEL BARRIO DE LAS DELICIAS, (1982): *Delicias. Diez años de la historia de una cenicienta*, Valladolid, Gráficas LAFALPOO.

- ASOCIACIÓN DE VECINOS PILARICA (2007): *Pilarica. Un barrio de Valladolid con historia*, Valladolid, Sever-Cuesta.
- ASOCIACIÓN DE VECINOS «POETA JOSÉ ZORRILLA» (2003): *La Cañada 1976-2001. La historia continúa*, Valladolid, Reprografía Mata.
- AAVV (2010): *Historia del Barrio Belén*, Valladolid, Ediciones Técnicas y Culturales.
- BERRIATUA SAN SEBASTIÁN, J. M. (1977): *Las asociaciones de vecinos*, Instituto de Estudios de Administración Local, Madrid.
- BORJA, J. (1986): *Por unos municipios democráticos. Diez años de reflexión política y movimiento ciudadano*, Madrid, Instituto de estudios de Administración local.
- CASTELLS, M. (1986): *La ciudad y las masas. Sociología de los movimientos sociales urbanos*, Madrid, Alianza.
- FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE VECINOS DE VALLADOLID, (2005): *25 Años haciendo ciudad 1980-2005*, Valladolid, Federación de Asociaciones de Vecinos de Valladolid.
- FANDIÑO PÉREZ, R. G. (2003): *Historia del movimiento ciudadano e historia local: el ejemplo del barrio de Yagüe en Logroño (1948-1975)*, Logroño, Instituto de Estudios Riojanos.
- MARTÍNEZ I MUNTADA, R. (1999): *El moviment veïnal a l'àrea metropolitana de Barcelona durant el tardofranquisme i la transició: el cas de Sabadell (1966-1976)*, Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona.
- MCADAM, D. MCCARTY, J. y ZALD, M. (Eds.), (1996): *Movimientos sociales: perspectivas comparadas*, Madrid, Istmo.
- MOLINERO, C. e YSÀS, P. (coords.), (2010): *Construint la ciutat democràtica: El moviment veïnal durant el tardofranquisme i al transició*, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.
- QUIROSA-CHEYROUZE Y MUÑOZ, R. y FERNÁNDEZ, M. (2010): *Poder local y transición a la democracia en España*, Almería, CEMCI.
- TARREGO, M. (1976): *Política urbana y luchas sociales*, Editorial Avance, Barcelona.

- TARROW, S. (2004): *El poder en movimiento. Los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*, Alianza, Madrid.
- THURÉN, B. M. (1997): *¿Mujeres en casa, hombres a la calle?*, CAVE, Madrid.
- YSÀS, P. (2007): “¿Una actitud pasiva? Actitudes, activismo y conflictividad social en el franquismo tardío” en *Ayer*, Nº68, 2007.

STRUCTURAL AND IDEOLOGICAL CHANGES IN THE OFFICIAL PRESS DURING THE SPANISH TRANSITION (1975-1978)¹

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i04.07>

Jezabel Martínez Fábregas

Universidad de Sevilla

jmartinez10@us.es

 <https://orcid.org/0000-0002-7345-1297>

Recibido: 15-1-2015

Aceptado: 25-5-2015

Abstract: *The Spanish Transition was a political process through which Spain reached the democratic status (1975- 1978). The yet authoritarian Spanish Government, in charge of the political change, dissolved the National Movement in April 1977 via the Law 1/1977 of 1st of April. This initiative also entailed the end of the official press as such. Henceforth, it was included into the State Owned Social Media, and the evolution that led it abandoning its propaganda function started. These are the premises for this research that, by analysing technically and biographically seven official newspapers, shows that the official press evolved structurally and ideologically during the Spanish Transition.*

¹ This paper presents part of the findings of the research project “El papel de la prensa diaria durante la transición a la democracia en España. Cobertura informativa y comportamiento político de periódicos y periodistas”. Project reference CSO 2012-36774, funded by R&D Spanish National Plan 2012-2015, conducted by professor Jaume Guillaumet i Lloveras (Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, Spain).

Keywords: *Political and institutional Communication; Communication History in Spain; Spanish Transition; Francoist press; Spanish official press*

Resumen: *La Transición Española fue un proceso político a través del cual España alcanzó el estado democrático (1975-1978). El gobierno español aún autoritario, a cargo del cambio de régimen, disolvió el Movimiento Nacional en abril de 1977 a través de la ley 1/1977 de 1 de abril. Esta medida también conllevaba el fin de la prensa oficial como tal. Desde entonces, ésta fue incluida en los Medios de Comunicación Social del Estado (MCSE), y la evolución que los llevó a abandonar su función propagandística comenzó. Estas son las premisas de las que parte este estudio que, a través del análisis técnico y biográfico aplicado a siete diarios oficiales, demuestra que la prensa oficial evolucionó estructural e ideológicamente durante la Transición Española.*

Palabras clave: *Comunicación política e institucional; Historia de la Comunicación en España; Transición Española; prensa franquista; prensa oficial española*

1 Introduction

The Spanish Transition is the political process through which Spain stopped being a dictatorship and became a democratic state. This is how Guillaumet (2002) and Soto (1994) interpret this historical period. Such a political change process came also along with adjustments at legislative, economic, social, political, and journalistic levels (Barrera, 1995). Nevertheless, what do we consider as 'Spanish Transition' in terms of time?

This question has never been exempt from a deep controversy. Whereas most of the historians agree that Franco's death is the start point of the transition, they have never reached a consensus about its ending. Accordingly, Guillaumet (2002) stresses that the political change finished with the referendum on the Constitution, whereas Mauri (2010) considers that the transition concluded when PSOE won the general elections in 1982, and Tussell (1995) asserts that the political change was done when Spain came into the European Economic Commission (CEE) in 1986.

Bearing this intense debate in mind, and considering that both seven years (1975-1982) as well as eleven years (1975-1986) are very extensive studying periods, we have followed the literal meaning of the word 'transition' ("the evolution from one state form to another", according to the Spanish Royal Academy) to select our studying period. Accordingly, the Spanish Transition has been interpreted in this study as the time lapse during which Spain moved from dictatorship to democracy. And, this is, according to Soto (1994: 110-111) and Guillaumet (2002), from Franco's death (20th of November 1975) to the referendum on the Constitution (6th of December 1978), moment in which the democratic bases were set.

However, since we are dealing with official press during the Spanish Transition, we must highlight the fact that the adjustment in what concerns to the press took longer than

the selected period. As the reprisals against journalists in Spain occurred until 1982, we must highlight that the informative transition took, at least, from 1966 (when the law for press –law 14/1966 of 18th of March- was passed by the Francoist Courts) to the general elections held in 1982 (Meneses, 2008). Considering these statements, and bearing in mind that we are analysing official newspapers during the transition, we could have posed a different studying period. Nevertheless, as this study aims at explaining how the political change, understood as Guillaumet (2002) and Soto (1994) define it in terms of time (1975-1978), affected the official press, we will focus on the process through which Spain gained officially the status of democracy. This is, from November 1975 to December 1978.

Thus, to carry out this research we have analysed seven official newspapers edited in Spain during our studying period, consisting of 38 months. At this stage, nevertheless, what do we consider as official press in this study?

By using this term we refer to the dailies ascribed to the chain of the Movement's press, on the one hand, and to the Vertical Trade Union, on the other. From the 35 existing official dailies at the time (Zalbidea, 1996), we have analysed six from the chain of the movement's press, subsequently (from the 22nd of April 1977 onwards) ascribed to the MCSE (*Arriba*, *Solidaridad Nacional*, *El Pueblo Gallego*, *Hierro*, *Sur* and *Odiel*), and *Pueblo*, owned by the Vertical Trade Union, a Francoist institution in charge of the dissemination of Francoism's propaganda during the dictatorship (Sánchez Glicerio, 2002).

These tabloids had been engendered as propaganda tools at Francoism's disposal (Alfárez, 1986). Thus, during the dictatorship, the in-chain newspapers were to follow the dictates coming from the national-reference newspaper, *Arriba*, which, in turn, followed those that came from the National Movement, until its dissolution in April 1977. Also *Pueblo*, owned by the Vertical Trade Union, had to follow these dictates, at least, until the Vertical Trade Union was dissolved in 1976 (Gallegos, 2003). Subsequently, in June 1978, *Pueblo* was added into the MCSE.

Thus, once both institutions, the Vertical Trade Union and the National Movement, had disappeared in 1976 and 1977, respectively (Montabes Pereira, 1989), the official press was included into the MCSE. In spite of going on being state-owned press, truth is that it was left to its fate in a country in which there was a publications boom, such as *El País*, *Diario 16*, *Cambio 16*, etc. So, make it or break it, the official press needed to evolve urgently, adapting itself to the new readers' expectations.

Concerning the former, on the one hand, most of the authors have traditionally affirmed that the official press kept on being in communion with the Francoist ideology during the Spanish Transition, thus not undergoing any evolution process. In this connection, Montabes Pereira (1989) asserts that the official press went on complying with the propaganda function that it had been entrusted during the dictatorship. Likewise, Alfárez (1986) asseverates that, as official press, it went on disseminating the Francoist ideology, thus not allowing the entry of any other ideology, at least during Arias' turn in the Spanish Executive (Redero and García, 1991).

Contrariwise, Castro Torres (2010) stressed that the official press tried to adapt to the political and the ideological pluralism existing in the country during the transition. Meneses (2008) went even further, by wondering whether different ideologies existing in Spain could have come into the official press' newsrooms. Martínez Fábregas (2014), on her part, concluded in 2014 that the official press abandoned its propaganda function during the Transition. Therefore, there was an evolution itself.

Anyway, whether the official press evolved trying to adapt itself to the new political landscape, this attempt was not fruitfull, as between 1979 and 1984, it closed down not having found any purchaser in public auction. This was the direct consequence of the real decrees 1434/79, of 16th of June 1979 and 60/84, of 11th of January 1984.

At this point and resulting from this controversial debate about the structural, ideological and journalistic evolution of the official press during the political change process, our research question arises:

RQ: How did the official press evolve structurally, ideologically and journalistically during the Spanish Transition?

Once our research question posed, we proceed now to present the hypotheses assumed as start point for this research, and the goals we aim to achieve.

2 Hypotheses and goals

This study mainly aims at explaining the process through which the official press tried to adapt itself to the new political landscape during the Spanish Transition (1975-1978). It also intends to achieve the following goals:

- Analyse, at structural, ideological and journalistic levels, the evolution process through which the official press tried to adapt itself to the new political regime.
- Evaluate the extent to which that evolution contributed to its adaptation to the new political landscape.

To reach these objectives, this study assumes as start point that the official press faced structural, ideological, and journalistic updates as part of its adaptation process to the new political and ideological landscape during the Spanish Transition. Apart from this main assumption, these are the hypotheses from which we start in this research:

(H1): Once the Francoism was over and the official press had lost the financial and the political support that the regime's institutions had provided it during the past 35 years, it had to reinvent itself structurally and

journalistically for adjusting to the new political landscape, thus trying to set itself up as a political agent.

(H2): That reinvention, being the reaction to a political process in which different ideologies were involved, brought about modifications in the editorial board and the newsrooms, both of which welcomed different ideologies during the transition, thus reflecting the ideologically-plural landscape existing in Spain at the moment.

To achieve our goals, thus validating or refuting our hypotheses, we have used the following method.

3 Method

In this research, we have biographically analysed the official press during the selected studying period. On the one hand, we have studied six of the 34 newspapers from the chain of the Movement's press (*Arriba*, *Solidaridad Nacional*, *El Pueblo Gallego*, *Hierro*, *Sur* and *Odiel*); and, on the other hand, the tabloid *Pueblo*, owned by the Vertical Trade Union until 1976. In April 1977, once the National Movement had been dissolved, all of them –except *Pueblo*, which did so in June 1978–, were added into the Social State-Owned Media (MCSE). They remained as part of this autonomous organism until their disappearance between 1979 and 1984, which had been decreed by governmental orders passed in June 1979 and January 1984, as mentioned above.

Whereas the selection of *Pueblo* does not need much more justification, since it was a differentiated unit within the official press (Naseiro Ramudo, 2013), why have we selected the six aforementioned tabloids among the 34 plausible ones? For their collection, we have followed the criteria of geographical edition (centralism versus regionalism and localism) and the grade of diffusion (national, regional or local running) proposed by Winner and Dominick (2000: 141-144). Therefore, these criteria have led us picking two national running newspapers edited in Madrid –the capital of Spain–, one regional, edited in Málaga (Andalucía) and four local ones, edited in Barcelona (Catalunya), Vigo (Galicia), Bilbao (Basque Country) and Huelva (Andalucía):

1º. Central newspapers: National running tabloids edited in Madrid:

- *Arriba*: national-reference newspaper for the Movement press' chain. Running over 20,000 daily copies sold during the Spanish Transition, it was “the Dictator’s voice”, according to D’Amico (2008)

- *Pueblo*: Vertical Trade Union's evening newspaper. Reaching a diffusion of up to 179,000 copies sold on a daily basis, it counted on 650 journalists in staff during our studying period.

2º. Newspapers edited in territories with a long nationalist tradition:

- *Solidaridad Nacional*, Barcelona (Catalonia): it was the reformulation of a Communist tabloid confiscated during the Spanish Civil War, which had been owned by the CNT (Workers National Confederacy) during the Second Republic, *Solidaridad Obrera*. It had a circulation of 5,400 daily copies sold in those years.
- *El Pueblo Gallego*, Vigo (Galicia): having been engendered with a clear regionalist aim in 1924, and held as Francoist propaganda tool during the dictatorship, it sold 5,100 daily copies during the transition.
- *Hierro*, Bilbao (Basque Country): Evening newspaper that occupied the facilities of the socialist tabloid *El Liberal* which, after having been seized in 1937 by the Francoist troops and put at the disposal of the Francoism, run 5,200 daily copies between 1975 and 1978.

3º. Newspapers edited in a territory with a long regionalist tradition: dailies published in Andalucía, the fourth Spanish community that gained the autonomy. It did so in 1981 (Fusi, 1996).

- *Sur*, Malaga: regional-reference newspaper for the chain of the Movement's press in Andalucía, and the only one economically profitable, according to Ruiz Romero (1998). It had a circulation of 22,659 daily copies during the transition to democracy.
- *Odiel*, Huelva: founded by the PRC (Republican-Conservative Party) in 1935, it had the lowest diffusion in Andalucía during this period (5,755 daily copies sold).

Therefore, we have focused on seven official newspapers edited in five communities of the country: Madrid, Catalonia, Galicia, Basque Country and Andalucía. This is, the Spanish capital and the four first territories that gained the autonomy. Once selected the newspapers, we proceed to apply the biographical and technical study proposed by Casasús (1985) to them.

1.1 Methodological tools

To carry out this phase of the research we have set up a biographical and technical analysis card (reworked over Mauri's proposal, 2010, which also was a revision of that proposed by Casasús, 1985), which has permitted us to get to know the chosen dailies,

the sections they created during the Transition, etc. This study has enabled us to learn up to what extent the studied newspapers evolved structurally and journalistically during our analysing period, as assumed by our first hypothesis. It has also allowed us to identify the ideology of the writers who worked with the selected tabloids during the political change. Thus, this latter learning has entitled us to validate or refute our second hypothesis, which assumed that different ideologies got into the official press during the Spanish Transition as a reflection of the controversial political and social landscape existing in the country at the time.

The following chart shows the biographical analysis card applied to each of the picked tabloids:

Chart 1: Biographical and technical analysis card

REGISTER AND ADMINISTRATIVE DATA			
Newspaper's name			
Subtitle, motto and other elements in the newspaper			
Place of edition (city, province, community)			
Days and hours of distribution	Morning		
	Afternoon		
Official languages used	Spanish		
	Catalan		
	Galician		
	Basque		
	Other ²		
First edition			
Last edition			
Diffusion or circulation			
Price			
Price of subscription	Month		
	Year		
Extraordinary editions			
Incidents, suspensions, fines, etc.			
Collections preserved			
Archives, libraries and digital newspaper archives whereby you can access to the original source			
External references in press			
Editions preserved			
Newsroom's address			
Administration's address			
Printer's address			
FORMAL AND CONTENT DATA			
Format and presentation	Tabloid		
	Broadsheet		
Measures: base per height			
Printer techniques	Typography		
	Colour	Black and white	

² We have not included 'Andalusian' as a language option as it is not an official language in Spain, but a dialect.

		Colours		
	Regular number of pages			
	Regular number of columns			
News agencies	National	Public		
		Private		
	International	Public		
		Private		
Ideological orientation				
DIRECTORS				
Forenames and surnames		Period		
EDITORIAL BOARD'S MEMBERS				
Forenames and surnames	Position	Relation with the newspaper	Ideological orientation ³	
NEWSROOMS' MEMBERS				
Columnists				
Forenames and surnames	Title of the column	Frequency of publication	Relation with the newspaper	Ideological orientation
Writers				
Forenames and surnames	Section	Relation with the newspaper	Ideological orientation	
Redactors				
Forenames and surnames	Section	Position	Relation with the newspaper	Ideological orientation
OBSERVATIONS				

Source: Own elaboration

Once we have applied the biographical analysis card to the picked newspapers, it is time for interpreting the data resulting. To carry out this phase of the study, we have firstly focused on the editorial board's and the newsrooms' renewal and the creation of new sections in the selected newspapers, especially concentrating in those discussing over national politics and public affairs issues. This stage has allowed us to validate our first hypothesis. Secondly, we have identified the ideological orientation of each of the journalists working with the official press during our studying period, which, as said above, has enabled us to validate our second hypothesis.

Therefore, this study has entitled us to demonstrate whether the official press evolved structurally, ideologically and journalistically during the transition to democracy, or remained as it was engendered during the dictatorship, not allowing the entry of any other ideology.

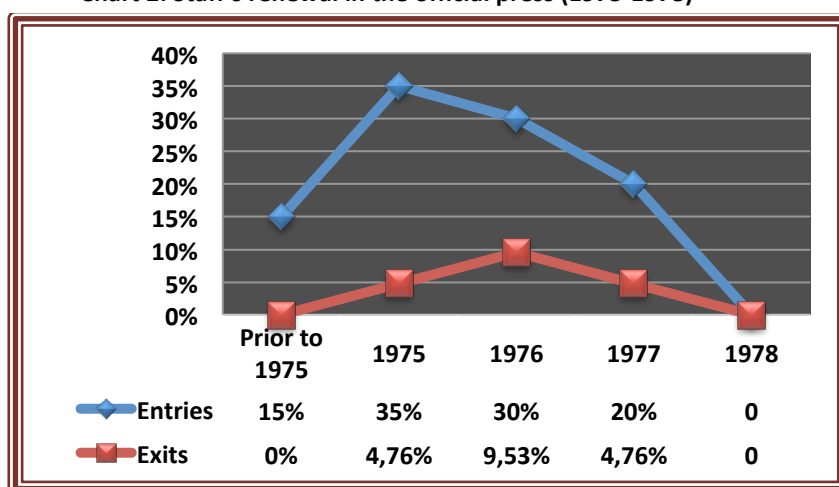
³ We have pointed out the writers' ideological orientation when we have found official records in which they are registered as militants of any of the political parties existing at the time, or when they identified themselves as supporters of one ideology or another in the texts they signed.

4 Results and discussion

4.1 Structural evolution of the official press during the transition⁴

The editorial board and the staff of the official press faced a deep renewal between Franco's death and the referendum on the Constitution, as shown in the following chart:

Chart 2: Staff's renewal in the official press (1975-1978)



Source: Own elaboration.

The previous chart reveals that the 35% of the members working with the official press started its relation with the chain when Franco died, thus coinciding with the convulsion occurred within a regime which faced the uncertainty of going on existing as an authoritarian state without authority at all, as Franco represented the charismatic authority (Zugasti, 2005). The 30% did so in 1976, coinciding with Arias Navarro's resignation and Adolfo Suarez's inauguration as President of the Government, which may be interpreted as a support to the new Head of the Government. In 1977, with the dissolution of the National Movement by the law 1/1977 of 1st of April, the remaining

⁴ In this first chapter, we will explain the results concerning to the newspapers *Arriba*, *Solidaridad Nacional*, *El Pueblo Gallego*, *Hierro*, *Sur* and *Odiel*.

20% of the workers got into the daily. Considering that this political action entailed the end of the Francoism ruling the official press, these incorporations might be understood as a reaction to a new era within the official press. Likewise, this in/out flow constitutes itself a renewal of up to 85% of the staff that worked with the official press during the Spanish Transition.

Most of them (80,96%) kept on working with the chain, firstly with the movement's press and afterwards with the MCSE, even after 1978, moment in which our study ends. Concerning the out flow, the 4,76% of the workers left the chain in 1975, after Franco died, and the same number did it in 1977, once the National Movement was dissolved, which may be interpreted as a rejection on the part of the journalists to go on working with a press that did not count with the ideological support of the Movement. In this connection, we have noticed that most of them emigrated to rightist trend newspapers and journals, such as *El Alcázar*-. The remaining 9,52% did so after Arias' resignation and the appointment of Suarez as president (July 1976). This last exit flow from the newspaper could be also understood as a rejection to the new Head of the Government, who represented the approach to democracy.

Thus, we have noticed that in moments of political convulsion when the authoritarian institutions were dissolved, some writers abandoned the official newspapers, and others came in. This fact also proves that, whenever the political transition went ahead approaching to democracy, the official press made ahead in the same line in its attempt to adapt itself to the new political landscape. This statement accounts for the fact that when Adolfo Suárez was appointed as President of the Government rightist trend journalists abandoned the official newspapers, and leftist trend ones came in. Therefore, as assumed by our first hypothesis, there was a deep evolution in the chain's structure, as had been pointed out as plausible by Castro Torres (2010).

Due to this in/ out staff flow in the official press, also, different ideologies got into its newsrooms, and into the editorial boards⁵. Thus, Fernando Ónega and José Cavero, centrism's supporters and pro- UCD, were deputy directors for the chain during the transition to democracy. They shared this responsibility with Falangists, such as Pedro Rodríguez and Mariano del Mazo Zugazagoitia, and socialists and unionists, such as Jose Antonio Gurriarán. This statement validates partially our second hypothesis, which assumed that part of the adaptation that the official press underwent was the inclusion of different ideologies within the newsrooms.

⁵ The reader can see a complete list of the renewal in the editorial boards in the newspapers selected for this study (*Arriba, Pueblo, Solidaridad Nacional, El Pueblo Gallego, Hierro, Sur* and *Odiel*) in Appendixes of MARTÍNEZ FÁBREGAS, Jezabel (2014): *La imagen del Gobierno en la prensa oficial durante la Transición española (1975-1978). Análisis comparativo de Arriba, Pueblo, Solidaridad Nacional, El Pueblo Gallego, Hierro, Sur y Odiel*. PhD Thesis, Seville University (Spain).

On the other hand, during the analysing period, only one of the official newspapers, the national-reference one, *Arriba*, changed its director. Cristóbal Páez resigned as *Arriba's* director in July 1976, and Alejandro Armesto filled his shoes until the closing down of the tabloid in 1979. The rest of the dailies kept their director during the studying period.

Contrariwise to the stability reigning in the direction of the studied papers, the editorialism faced deep alterations during the analysing period. Thus, when Franco died the editorials lacked of a regular frequency of publication: two texts per week. This fact changed considerably in July 1976, thus coinciding with the first change in the Government in charge of the management of the political transition, the moment in which Adolfo Suárez was inaugurated as president of the Executive. Henceforth, editorials increased their presence in the official tabloids, reaching the figure of up to three texts published per day. Not only did editorialism adjust its frequency of publication, but also its format. Thus, the extension of the editorials considerably increased, occupying up to a full page during the analysing period.

This happening shows a determination on the part of the state-owned press for giving account of the political process that was occurring in Spain, providing the readers with their interpretation on public affairs issues. Likewise, this also proves that the official press was committed to its role as a political agent, as assumed by our first hypothesis.

In the same way the editorialism registered changes, columnism and articulism also faced adjustments during our analysing period. Hence, on the one hand, we have observed that the columns on political issues considerably increased, up to 65%, during the transition. This was the result of the creation of several fixed-columns (10) and temporary-columns (15) dealing with political issues. In this connection, "La política y los días", "El Péndulo", and "La vida cotidiana", among others, are examples of the fixed columns that focused on national politics and public affairs issues happening at that moment. Similarly, "Elecciones 15-J", "Actas del tiempo que llaman de la reforma" or "Temas para después de un referéndum", were short-term columns launched by the official press for the analysis of relevant political actions undertaken in concrete moments throughout the political transition. The creation of these new spaces for the political analysis of the transition provides evidence of the fact that the official press was opening its gates to different interpretations of national politics, thus setting itself up as an active political agent, as assumed by our first hypothesis.

In addition to these formal and content alterations, we have also checked the entry of different ideologies to the official press' columnism and articulism, such as Centrism-Ucedism, Socialism, Communism, among others, as shown in the following chart:

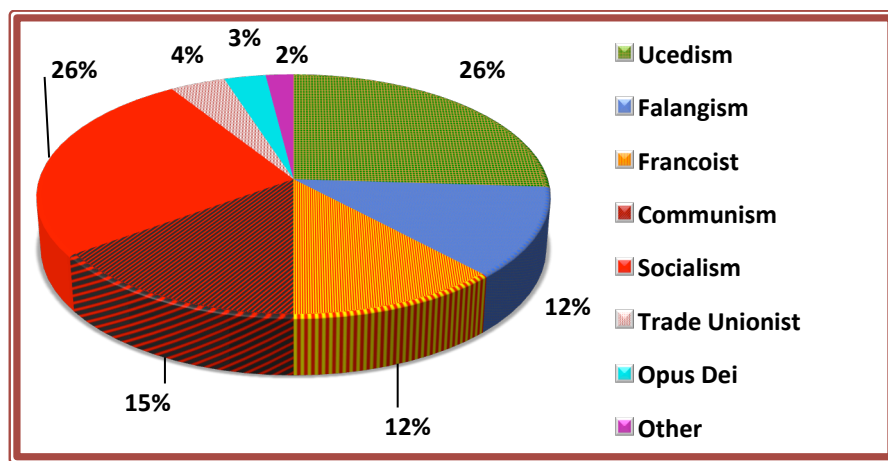


Chart 3: Ideologies present in the official press' columnism and articulism (1975-1978)

Source: Own elaboration

The former chart, joined to the qualitative data resulting from the biographical analysis applied to the selected newspapers, reveals that Falangists (Francisco Muro de Iscar and Jesús Suevos Fernández), priests (Esteban Graciet), centrists and ucedists (Carlos E. Rodríguez and Fernando Ónega), and Communists (César M. Arconada), among others, worked with the official press during the Spanish Transition. Likewise, the articulism also welcomed writers who professed different ideological orientations during this period. Thus, Francoists, as Salvador López de la Torre, Falangists, as José Antonio Cepeda González, centrists and ucedists, as José Cavero Jáñez and Fernando Lanzaco, Regionalists, as Carlos Arauz Robles (from the Galician Political Party), and members from the Opus Dei, as Ismael Crespo Herraiz, gathered in the official press during the Spanish Transition.

In this connection, the previous chart provides also evidence of the existence of ideological confluence within the Francoist press during the Spanish Transition, as assumed by our second hypothesis. This, joined to the creation of the new spaces for the dispute over political issues mentioned above, the structural changes occurred within the official press during the Spanish Transition, and the renewal in both the newsrooms and the editorial boards, are the evidences of the fact that the official press evolved and took on its role as political agent, as assumed by our first hypothesis. These findings, likewise, contradicts to Alférez (1986) and to Montabes Pereira (1989), who considered that the official press neither modified its structure during the transition to democracy nor welcomed different ideologies in its newsrooms.

Once the findings concerning to the official tabloids previously ascribed to the Movement's Press and subsequently added into the MCSE (April 1977) presented, we proceed now to explain the results concerning to the trade-unionist tabloid, *Pueblo*.

4.2 Structural evolution of *Pueblo* during the transition

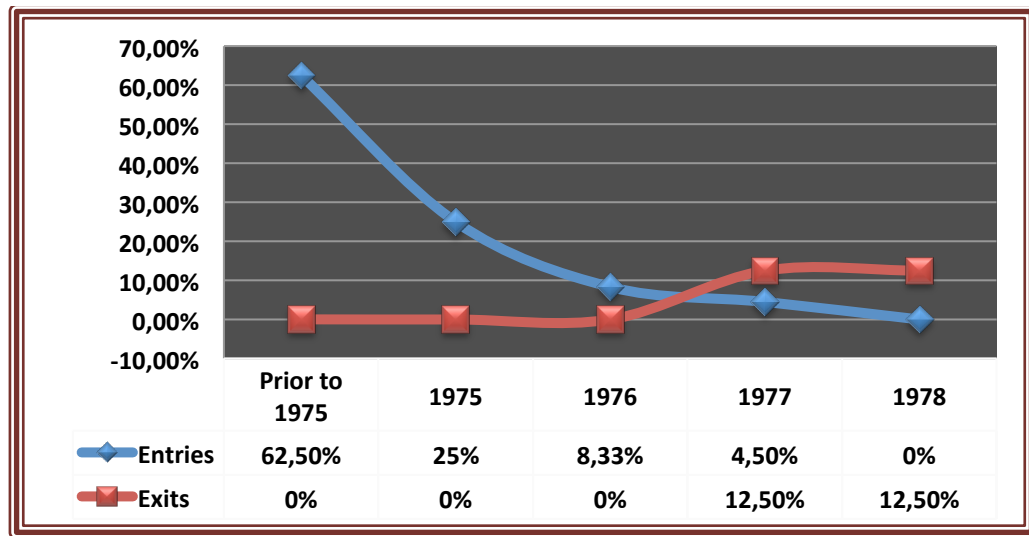
The syndicalist newspaper faced up to four alterations in its direction during the Spanish Transition. The falangist Emilio Romero ruled this tabloid until he was succeeded by Luis Ángel de la Viuda in January 1976. When the latter resigned to his position in March 1976, Juan Fernández Figueroa filled his shoes until July that year, moment in which José Ramón Alonso was appointed as the daily's director, being in charge of its management until December 1978. Hence, his arrival to *Pueblo* coincided with Arias' resignation and Suárez's inauguration as President of the Government. These constant adjustments provide evidence of the fact that, as soon as Franco died, the newspaper started to seek the orchestra conductor who guaranteed its survival within the competitive-journalistic market existing at the time.

Conversely to the frantic changes occurred in the daily's direction, the evolution process of the newspaper was quieter during the studying period. Thus, the 62,5% of the members working with the broadsheet already held a contractual relation with it before Franco died; the 25% got into the daily's newsroom after November 1975, coinciding with the leader's death, the start of a new era without authority; the 8,33% of them did so in 1976, when Arias Navarro resigned and Suárez filled his shoes as the Head of the Government, and 4,16% in 1978, when the referendum on the Constitution was held.

Concerning to the out-flow staff, 41,66% of the writers left the tabloid in 1979, coinciding with the moment in which the first official newspapers closed down in compliance with the governmental order that decreed so, the 20,33% did so in 1981, and the 12,5% of them did so when the National Movement got dissolved in 1977, and when the referendum on the Constitution was held in 1978, respectively. So, just the 25% of the staff abandoned the newspaper during the analysing period.

Therefore, *Pueblo* kept the 75% of the writers, who were in staff prior to Franco's death, until, at least, December 1978, coinciding with the referendum on the Constitution. Nevertheless, in spite of the stability, we must highlight the outstanding incorporations of writers (37,49%) occurred between 1975-1976, period in which the convulsion due to the demise of Franco was stronger and the uncertainty about the continuity of the regimen brought about the adjustments in the direction of the tabloid. The in flow, although intense during this period, stopped almost completely in 1976, when Adolfo Suárez was inaugurated as the new Head of the Government. It was also then when the out flow from the newspaper started to increase unstoppably until the closing down of the broadsheet in 1984. This latter fact constitutes a renewal through which the newspaper tried to go away from Francoism in order to adapt itself to the new political and ideological landscape. The next chart shows the renewal of *Pueblo*'s staff during the Spanish Transition:

Chart 4: Staff's renewal in *Pueblo* (1975-1978)



Source: Own elaboration

The in/ out staff flow occurred in the newspaper during our studying period allowed that socialists (Homero Valencia, National section's chief between 1975 and 1978), syndicalists from UGT, General Workers Union, (José María Pérez de Castro, deputy director between 1975 and 1981), Centrist-Ucedists (Ángel Gómez Escorial, editor in chief between 1966 and 1980), Francoists (Germán López Arias, editor in chief from 1974 to 1979), priests (Antonio Aradillas, deputy director until 1979) and Communists (Javier Martínez Reverte, editor in chief between 1973 and 1978), coincided in the syndicalist newspaper's editorial board.

Likewise, these modifications within the syndicalist daily's editorial board, joined to the convulsion experienced in the daily's direction, also affected the editorialism during this period. Thus, whereas the publication of editorials was very irregular in terms of frequency at the beginning of the studying period, just two texts per week, up to three editorials per day were published from July 1976 onward, thus coinciding with the moment in which Adolfo Suárez was inaugurated as Head of the Government, which also matched with the incorporation of Juan Ramón Alonso as the director of *Pueblo*.

Additionally, editorials increased their interest in political issues up to a 64% compared with the previous phase (Francoism). In this connection, the fact that editorials gained regularity in terms of frequency of publication shows that this newspaper was trying to assume its role as a political agent within the Spanish journalistic market, by increasing its activity as a narrator and commentator of the political transition. Moreover, the editorials also gained extension, filling occasionally up to a full page. And they also

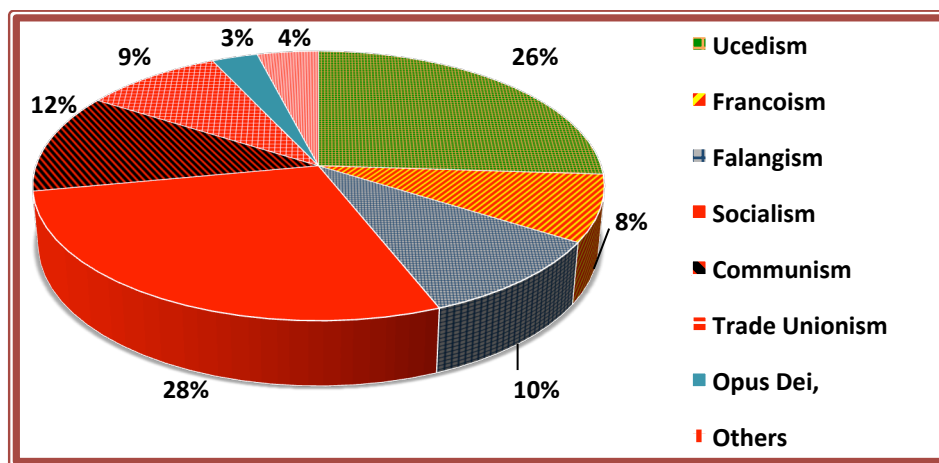
included illustrations with which the editorialists signed their texts. Some of the chosen were three stars (***), a sun (☀), a spiral (©), or his own initials (JRA).

On the other hand, the staff's renewal came also along with adjustments in *Pueblo's* columnism and articulism. Thus, we have constated the creation of up to 12 fixed columns that dealt with political issues, such as "Lo político" or "Tribuna", for instance. In addition to this, the newspaper also published some occasional columns, specifically created for disputing over concrete political actions (referendum on the political reform, general elections, referendum on the Constitution, etc.), and commissioned to well reputed writers. Hence, columns such as "Punto de mira", "La Hora del mundo" or "Análisis político", were published occasionally in the ninth page, the one that the syndicalist broadsheet reserved for the external opinion during the analysing period. Accordingly, the number of columns dealing with political issues and public affairs published in the newspaper during the transition increased up to a 45%, which is an evidence of the newspaper's determination for taking on its role as a political agent, as assumed by our first hypothesis.

The aforementioned adjustments also affected to the content published in articles and columns. This modification finds its rationale in the fact that the external writers were allowed to freely express their point of view on political issues in the newspaper's opinion pages. How did they get this permission? By including the heading "Texts included in this page express their author's opinion. *Pueblo's* editorial line is not responsible for the opinions disseminated by signed articles", the daily got exempted from legal responsibility resulting from the writers' opinions. Thus, journalists were free to express their opinion being legally responsible for them before the law.

The fact that the newspaper included the aforementioned heading in order to avoid legal responsibility for the texts published in it provides evidence of the fact that the editorial board was totally aware of the controversy existing in the external opinion page due to the ideological pluralism existing in *Pueblo's* articulism and columnism, as shown in chart 5:

Chart 5: Ideologies present in *Pueblo's* columnism and articulism (1975-1978)



Source: Own elaboration

The data here presented, joined to the qualitative data resulting from the biographical analysis applied to *Pueblo*, reveal that there was an outstanding ideological diversity within its columnism and articulism during the studying period. This heterogeneity ranged from Ucedism (Pilar Narvi3n and Jos3 Cavero Ja3ez) to Socialism (Manuel Cruz), passing by Falangism (Jaime Campmany y D3ez de Revenga), Francoism (Carlos Iglesias Selgas), Anarcho-syndicalism (Jos3 Elizalde), and Communism (Jes3s del Pozo), among others⁶. The confluence of such an ideological pluralism within this newspaper was reason enough for introducing the exonerating heading quoted above, since we have to bear in mind that Spain was yet an authoritarian regime (Guillamet, 2002).

Once this explained, we can asseverate that these structural and ideological updates occurred in *Pueblo* during the Spanish Transition allowed the syndicalist tabloid to welcome different ideologies both in its editorial board, as well as in its columnism and articulism, as assumed by our second hypothesis. Moreover, these frantic modifications happened in the tabloid contributed to it took on its role as a narrator and commentator of the democratising process that Spain was undergoing at that moment. This is, assuming its role as a political agent.

Once the evolution of *Pueblo* explained, we proceed now to explain the ideological progression of the studied newspapers during the studying period.

4.3 Ideological evolution of the official press

When Franco died in 1975, he had left "everything tied and well tied" (English translation of Franco's famous sentence: "Todo est3 atado y bien atado"). Thus,

⁶ The reader can find a report of any journalist's ideology orientation pointed out in this paper in the Doctoral Thesis MART3NEZ F3BREGAS, J. (2014): *La imagen del Gobierno en la prensa oficial durante la Transici3n espa3ola (1975-1978). An3lisis comparativo de Arriba, Pueblo, Solidaridad Nacional, El Pueblo Gallego, Hierro Sur y Odiel*, Universidad de Sevilla Espa3a.

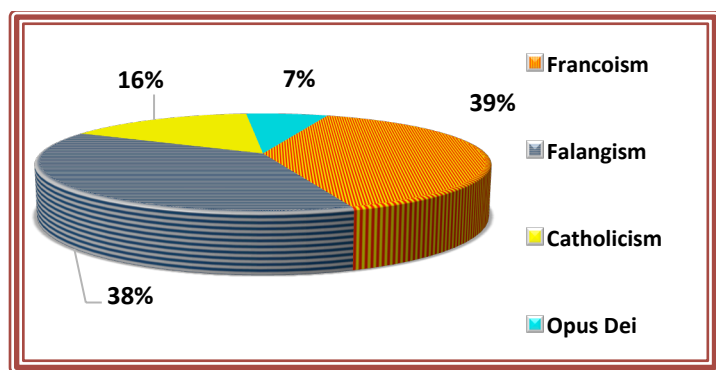
freedom of expression was not expected in the official press. In spite of the fact that the Francoism's detractors had been working with the official press even during the dictatorship (Peña Marín, 1980), Emilio Romero (1992) stated that the official press' rulers had handled that situation by making the workers "swallowed their opinions against the regime". This is why, historians, such as Montabes Pereira (1989) and Alférez (1986), highlight that official press went on being a propaganda tool under an authoritarian regime during the Transition.

In this connection, once we have analysed the ideological evolution of the official press, including *Pueblo*, we can assert that, in November 1975, only Falangism, Francoism, Catholicism and Opus Dei had access to the official press' pages. This did not mean the absence of other ideologies within it, although they never reached the opinion pages.

Nevertheless, this landscape changed considerably during the studying period because of two facts occurred in the political arena. On the one hand, the dissolution of the National Movement and the Vertical Trade-Union forced the Francoist press to evolve structurally, in order to survive within the in-boom journalistic market existing at the time, as we explained above. On the other hand, the ideological pluralism existing in the country was reflected into the official press, by allowing the entry of different ideologies within it, as we have already explained in the previous chapter.

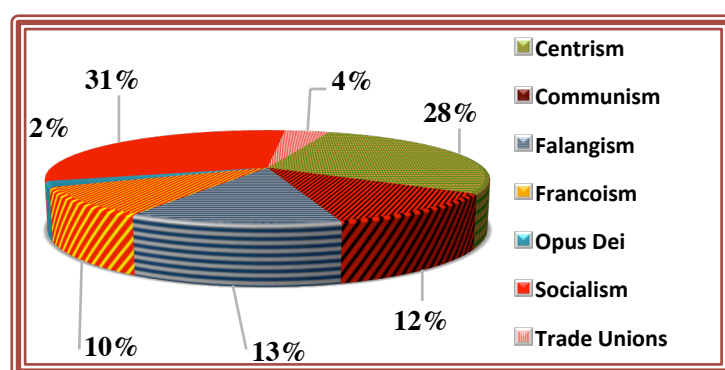
These facts prove that, during our analysing period, the official press broke the immobilised structure it had had until then. The following charts (6 and 7) show the ideological diversity present in the official press in the beginning and the end of our studying period. This is, 1975 and 1978. The data presented here has allowed us to know up to what extent the official press, all the analysed newspapers studied, evolved ideologically during our studying period:

Chart 6: Ideologies within the official press in 1975



Source: Own elaboration.

Chart 7: Ideologies within the official press in 1978



Source: Own elaboration.

The charts reveal that during the Spanish Transition, there was an ideological evolution within the official press, which was the reflection of the political pluralism reigning in the country at the time. Hence, whereas Francoism and Falangism were the most represented currents of thought in the official press until Franco's death in 1975, at the end of the studying period, a total inversion had occurred. The Socialism and the Ucedism had substituted the Francoism and the Falangism as the most represented ideologies within the state-owned press. Relegated to the background Francoism, Falangism and Communism, and in a very discreet position, the Trade Unions and Opus Dei were.

This fact shows that, contrariwise to what Alférez (1986) and Montabes Pereira (1989) had traditionally asserted, the official press considerably evolved during the Spanish Transition. Not only in structural terms but also at ideological and journalistic levels, as assumed by our hypotheses, and pointed out as plausible by Castro Torres (2010) and Meneses (2008). It also proves that, in its desperate attempt for adapting itself to the new political landscape in which it did not count on the financial and the political support provided by the Francoist institutions, the official press opted for opening its gates to different ideological currents.

Likewise, this study has proved that columnists and articulists counted on all the required tools and the support of the official press to become into the guarantors of the opinion pluralism of the newspaper they were working with, thus taking on their role as political agents (Borrat, 1989), as assumed by our second hypothesis.

Once the results exposed and the discussion presented, we proceed to present the conclusions we have arrived to in this paper.

Conclusions

The official press evolved structurally, ideologically, and journalistically during the Spanish Transition. On the one hand, this was the result of the lost of the financial and political support that the National Movement and the Vertical Trade Union had provided it during the Francoist Dictatorship. However, once these institutions had been dissolved, the state press was left to its fate and it had to adapt itself to the new political, ideological and journalistic landscape.

To face this evolution process t, during the first 9 months of the analysing period (from November 1975 to July 1976), the Francoist press was convulsing the same way the political system did, because of Franco's demise. However, calm arrived to the official press when Adolfo Suarez became President of the Spanish Government, in July 1976. From then onward, we have observed a determination on the part of the state-owned

press for assuming its role as a political agent. By carrying out two actions, this determination materialised.

On the one hand, the staff renewal, both in the editorial boards as well as in the columnism and the articulism, came along with the reinvention of the official press. Part of this reform was the inclusion of several columns, both fixed as well as occasional, that dealt with political issues, and which constituted a journalistic renewal itself. Additionally, they created spaces reserved for the 'external opinion', in which the writers could freely express their own point of view, independently of the editorial's dictates. This fact shows an increase in the determination on the part of the official press for turning itself into an open space reserved for opinion pluralism.

On the other hand, different ideologies got into the official press during the transition thanks to the staff's renewal mentioned above. This fact proves that the state press also evolved ideologically, embracing different ways of interpreting the democratising process that Spain underwent during the transition to democracy.

To conclude, the state-owned press progressively abandoned the propaganda structure with which it had been engendered, by renewing its staff, opening its gates to ideological pluralism, and reinventing itself at a journalistic level, thus setting itself up as a political agent.

Bibliography

ALFÉREZ, A (1986): Cuarto poder en España: La prensa desde la ley Fraga de 1966. Madrid: Plaza & Janés.

ALMUIÑA FERNÁNDEZ, Celso (1991): Fondos y metodología para el análisis de prensa local a AA.VV. Fuentes y métodos de la historia local. Instituto de Estudios Zamoranos "Florián de Ocampo". Zamora: Diputación de Zamora, Confederación Española de Centro de Estudios Locales.

ANGUERA, Pere, GAVALADA, Antoni y PUJADAS, Xavier (1996): La prensa a la provincia de Tarragona durant la segona república 1931-1936. Tarragona: Diputació de Tarragona.

BARRERA, Carlos (1995): Sin mordaza. Madrid: Temas de hoy.

BERELSON, Bernard (1952). Content Analysis. In: Handbook of Social Psychology, Vol I. Nueva-York.

BORRAT, Héctor (1989) El periódico actor político. Barcelona: Gustavo Gili.

- CASASÚS, Josep María (1985): *Ideología y análisis de medios de comunicación*. Barcelona: Mitre.
- CASTRO TORRES, C. (2010). *La Prensa en la transición española 1966/1982*. Madrid: Alianza Ensayo.
- FUSI, J. P. (1996). "El desarrollo autonómico". En TUSELL, J.; SOTO, Á. *Historia de Transición, 1975-1986*. Madrid: Alianza Universidad.
- GALLEGOS, S. L. (2003). "Aproximación al estudio de las publicaciones sindicales españolas desarrolladas durante el franquismo (1936-1975)". In *Historia y comunicación social*, (8), 159-185.
- GARCÍA GALINDO, Juan Antonio; GUTIÉRREZ, Juan Francisco; SÁNCHEZ ALARCÓN, María Inmaculada (coords.) (2002): *La comunicación social durante el franquismo*. Málaga: Diputación Provincial de Málaga.
- GUILLAMET, J. (2002): "Factores de progreso y atraso en la evolución histórica del periodismo. El franquismo". En GARCÍA GALINDO, J. A.; GUTIÉRREZ LOZANO, J.; SÁNCHEZ ALARCÓN, I. (eds.). *La comunicación social durante el franquismo*. Málaga: Centro de Ediciones de la Diputación Provincial de Málaga.
- GUILLAMET LLOVERAS, Jaume (2003): "El periodismo en la transición del franquismo a la democracia: factores políticos, económicos y profesionales" en *Aportacions de la comunicació a la comprensió i construcció de la història del segle XX; La comunicació audiovisual en la història / coord. por Sebastià Serra Busquets, Arnau Company Mates, Jordi Pons Bosch*, Vol. 1.
- LÓPEZ HIDALGO, A. (2012). *La columna: periodismo y literatura en un género plural*. Zamora: Comunicación Social.
- LÓPEZ DE ZUAZO ALGAR, Antonio (1981): *Catálogo de Periodistas españoles del siglo XX*. Madrid: Facultad de Ciencias de la Información.
- MARTÍN VIVALDI, G. (1987). *Géneros periodísticos*. Madrid: Paraninfo.
- MARTÍNEZ FÁBREGAS, J. (2014): *La imagen del Gobierno en la prensa oficial durante la Transición española (1975-1978). Análisis comparativo de Arriba, Pueblo, Solidaridad Nacional, El Pueblo Gallego, Hierro, Sur y Odiel*. PhD Thesis, University of Seville (Spain).
- MARTÍNEZ FÁBREGAS, J. (2015): "Propaganda and counter-propaganda in the official press during the Spanish Transition (1975-1978). Arriba vs. Odiel", in *Ámbitos, Revista Internacional de Comunicación*, num. 28.

- MARTÍNEZ FÁBREGAS, J. (2015): "El comportamiento de la prensa oficial con respecto al Gobierno Suárez durante las elecciones legislativas de junio de 1977". In Estudios sobre el mensaje periodístico vol. 21, nº 1
- MARTÍNEZ FÁBREGAS, J. y ROMERO DOMÍNGUEZ, L.R. (2014): "Arriba durante la Transición española: el abandono de su función propagandística con respecto al Gobierno", In Historia y Comunicación Social, núm. 19, 321-340.
- MAURI DE LOS RÍOS, Marcel (2010): Funció i evolució de la premsa de Barcelona durant la transició democràtica (1975-1978). PhD Thesis, Universitat Pompeu Fabra (Barcelona, Spain).
- MENESES, D. (2008). Noticias sobre la prensa: imagen propia en la transición democrática. Madrid: Fragua.
- MONTABES PEREIRA, J. (1989). La prensa del estado durante la transición política española. Madrid: Siglo XXI de España de Editores.
- NASEIRO RAMUDO, Ana (2013): "El archivo del diario "Pueblo". Un referente para la historia de la prensa en España durante el franquismo y la transición democrática" en Documentación de las Ciencias de la Información, vol. 36, 11-29
- PINEDA CACHERO, A. (2001). "El modelo de propaganda de Noam Chomsky: medios mainstream y control del pensamiento". En ÁMBITOS, nº 6, Sevilla: Universidad de Sevilla, p. 191-210.
- PINEDA CACHERO, A. (2006). Elementos para una teoría comunicacional de la propaganda. Sevilla: Ediciones Alfar.
- POSTOUTENKO, K. J. (2010). Soviet culture: codes and messages. Bielfeld:Verlag Otto Sagner.
- SÁNCHEZ, Glicerio (2002): "El sindicato vertical como instrumento político y económico del régimen franquista" en Pasado y Memoria, Revista de historia Contemporánea. Nº1: Instituciones y sociedad en el franquismo. Disponible en el siguiente enlace:
www.publicaciones.ua.es/filespubli.pdf/15793311RD12141118.pdf
- SOTO, Á. (1998). La transición a la democracia. Madrid: Alianza Editorial.
- WINNER, R. Y DOMINICK J. (2000): Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación. Ed. Thomson Editores.
- WINNER Roger D. y DOMINICK Joseph R. (2000): La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos. Barcelona: Bosch Comunicación.

- VILLALOBOS SALAS, C. (2010): "El articulismo de opinión como fuente para la investigación histórica: el ejemplo del franquismo". En *Espéculo: Revista de Estudios Literarios*, nº 47, p. 29.
- ZALBIDEA, Begoña (1996): *La prensa del movimiento: 1936-1983*. PhD Thesis, University of Basque Country (Spain).
- ZUGASTI, R. (2005): "La legitimidad franquista de la Monarquía de Juan Carlos I: un ejercicio de amnesia periodística durante la transición española" en: *Comunicación y Sociedad*, vol. XVIII, n. 2, pp.141-168. Disponible en el siguiente enlace: http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=87

ANTENA 3 RADIO: NACIMIENTO Y PRIMER DESARROLLO DE UNA EMPRESA PERIODÍSTICA SINGULAR

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i04.08>

Carlos Barrera
Universidad de Navarra
cbarrera@unav.es

 <https://orcid.org/0000-0001-9771-4074>

Pilar Dobón Roux
Universidad de Navarra
mdobon@alumni.unav.es

Recibido: 3-5-2015

Aceptado: 16-6-2015

Resumen: *La mayor novedad en el panorama de la radio española tras la muerte de Franco fue la aparición de Antena 3 Radio en 1982. El análisis de sus comienzos desde el punto de vista empresarial es relevante por varias razones: su intencionada radicación en las libertades de información y de empresa reconocidas por la Constitución de 1978; su origen en el declarado propósito de crear un canal privado de televisión; la presencia entre los socios de diversas empresas informativas; y el papel protagonista de conocidos periodistas y personajes con notoriedad pública. Con las*

ideas de libertad e independencia como estandarte, Antena 3 rompió el duopolio que de facto mantenían las cadenas Radio Nacional de España (pública) y SER (privada), y en apenas diez años se convirtió en la cadena con mayor audiencia en España. Junto a la vertiente empresarial, se describirá también en parte la periodística y la ideológica-política, de algún modo inseparables del proyecto. Se utilizarán para ello fuentes bibliográficas, hemerográficas, algunas orales y también del archivo de un director de periódico para un caso específico.

Palabras clave: Antena 3 Radio, transición, libertad de prensa, radio, televisión privada

Abstract: *The launch of Antena 3 Radio in 1982 was the main event in the radio landscape in Spain after the death of Franco. An analysis of the beginnings, from the business perspective, is relevant because of some characteristics: the promoters' insistence on the freedom of the press and free enterprise, both recognized in the Constitution of 1978; their primary intention of launching a commercial television channel; the presence of various news media companies as shareholders; and the outstanding role played by well-known journalists and other renowned persons in the public sphere. Waving the flags of freedom and independence as driving ideas, Antena 3 broke the de-facto duopoly held by RNE (public) and SER (commercial), and would become the network with the largest audience in only ten years. To achieve a more comprehensive overview, the journalistic project of Antena 3 and its ideological principles will also be described. The sources used for this article include books, journals, daily newspapers of the time, some oral testimonies and one archive of a newspaper editor to deal with a specific case.*

Keywords: Antena 3 Radio, transition to democracy, freedom of the press, radio, commercial television

1. Introducción

1.1 Interés del tema y objetivos

La transición española a la democracia entre los años 1975 y 1982 conoció importantes novedades en el mundo de los medios de comunicación desde el punto de vista de las libertades de expresión y de empresa. Ambas fueron reconocidas en la Constitución de 1978 a través de los artículos 20 y 38 respectivamente.

No fue homogéneo, sin embargo, el desarrollo de dichas libertades en los distintos medios: prensa, radio, televisión y agencias informativas. En el terreno empresarial confluyeron los intereses de quienes eran ya empresarios de prensa y de quienes comenzaron a serlo a partir de la muerte de Franco. La expansión estratégica y comercial hacia la radio y la televisión, hasta entonces casi patrimonios exclusivos del Estado (a excepción del caso de la cadena SER y otras pequeñas emisoras), provocó un lógico interés de distintos actores por estar presentes en estos nuevos medios que tenían generalmente mayor penetración, audiencia, atracción publicitaria y, por lo tanto, influencia; es decir, podían convertirse en rentables negocios que incidieran además en la configuración de la opinión pública.

Nadie quiso quedarse atrás en esta carrera por situarse en posiciones de privilegio en el nuevo panorama mediático que se abría con el reconocimiento de las libertades públicas, y en particular la de expresión recogida en el mencionado artículo 20, esto es, el derecho “a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”. Enseguida comenzaron así a surgir peticiones, dirigidas al gobierno de la nación, de licencias para constituir sociedades privadas con el fin de explotar la televisión. Como esta no llegó a cuajar inmediatamente por distintas razones (Barrera 1995: 224-229), los intereses de las empresas periodísticas viraron de forma posibilista hacia la radio, donde entre 1981 y 1982 iban a concederse un total de 300 nuevas licencias de frecuencia modulada (FM). La radio apareció para algunos como el camino adecuado y provisional de preparación para la futura televisión privada, aunque también se erigió como medio con interés en sí mismo. Muestra de ello fue que su audiencia creció de 6,8 millones de oyentes en 1976 a los 16,3 millones de 1982, según datos del Estudio General de Medios (Franquet y Martí, 1989: 38).

El caso de Antena 3 resulta paradigmático porque reúne la mayor parte de los ingredientes antes apuntados. Quiso ser una televisión pero las dificultades políticas de los crecientemente débiles gobiernos de UCD y una sentencia dilatoria del Tribunal Constitucional hicieron recular a sus promotores y centrarse en el lanzamiento de una cadena de radio en tanto no fuera posible la televisión. Es lo que Balsebre (2002: 483) ha denominado “dimension instrumental” del negocio de la radio “frente al futuro negocio televisivo”. Así comenzó sus emisiones Antena 3 Radio en la primavera de 1982. Su accionariado, aunque capitaneado mayoritariamente por el grupo Godó,

estaba compuesto por diversas empresas periodísticas, además de algunos conocidos profesionales en la vida pública.

El estudio de este caso desde la vertiente empresarial nos introduce asimismo en el mundo de la formación de los primeros grupos modernos de comunicación en España. Al aluvión de solicitudes recibidas para los concursos de FM respondieron los gobiernos centristas con el favorecimiento en sus concesiones a las empresas periodísticas ya existentes tanto a nivel nacional como regional y local, en un reparto que no permitía aparentemente la constitución de nuevas cadenas.

Junto con la vertiente empresarial, que es la principal en este estudio, se describe también en parte la profesional periodística y la ideológica-política, de algún modo inseparables del proyecto empresarial forjado por los accionistas principales de la sociedad. Son objetivos de este artículo analizar los aspectos novedosos del proyecto empresarial y periodístico de Antena 3 y destacar, por tanto, su singularidad en el panorama audiovisual de la época y sus aportaciones principales en el mundo de la radio. Indirectamente, y teniendo en cuenta sus orígenes, también interesa conocer el posible trato de favor que pudieron tener los empresarios de Antena 3 por parte del gobierno y en qué grado, caso de existir, favoreció su desarrollo.

1.2 Metodología

A pesar de ser posiblemente el nuevo medio de comunicación más exitoso en la España de los años ochenta, no se ha escrito aún una historia ordenada, completa e integral de Antena 3 Radio en sus diferentes facetas o niveles: como proyecto periodístico, como empresa y como medio influyente en la opinión pública de su tiempo. Se han publicado historias generalistas del medio pero contienen algunas limitaciones: cronológicas en los casos de Balsebre (2002) y Faus (2007), pues apenas llegan hasta 1985 y 1977 respectivamente; y de género en el caso de Lorenzo Díaz (1992), por su carácter asistemático y de divulgación más que propiamente científico. Otras de carácter más general se refieren a un contexto más amplio como las de Bustamante (2013), desde un enfoque más propio de la economía política y más centrado en la radiotelevisión pública, y Fernández y Santana (2000) desde la perspectiva de las políticas de información.

En este artículo se ofrece una exploración de sus orígenes y primer desarrollo, centrada sobre todo en el aspecto empresarial como elemento motor de la idea originaria. Por eso, desde un punto de vista cronológico, y dados también los límites de un artículo como este, se abarca el período comprendido entre 1979, cuando empieza a gestarse el proyecto, y 1984, fecha en que se produce la compra de la cadena Radio 80 por parte de Antena 3 y una notable expansión de esta última como consecuencia.

Radio 80 había sido formada también a raíz de los concursos públicos de 1981 y 1982, y guardaba algunas similitudes de planteamiento.

Se han utilizado, para todo ello, fuentes bibliográficas acerca de la historia de la radio y de la televisión de la época, junto con las de tipo hemerográfico. Estas últimas se pueden dividir en dos: las encontradas en periódicos de referencia, ideológicamente variados y de mayor circulación como *La Vanguardia*, *ABC* y *El País*, y las halladas tras una labor de rastreo en publicaciones especializadas de publicidad y marketing como *IP-Mark* y *Anuncios*. Mientras *La Vanguardia* y *ABC* se hicieron eco habitual de las noticias acerca de la gestación y desarrollo de Antena 3, dado que sus empresas propietarias eran socios de referencia de la nueva cadena, *El País* mostró una línea más analítica y en ocasiones crítica. El interés del diario de Prisa por tratar en sus páginas los temas de periodismo y comunicación, y su condición de diario nacional líder en difusión, son razones añadidas para su consulta como fuente. *El País*, *La Vanguardia* y *ABC* presentan además la ventaja añadida de la mayor facilidad de búsquedas en sus hemerotecas digitales. Por su parte, *IP-Mark* y *Anuncios* representan los intereses supuestamente neutrales de publicaciones profesionales pertenecientes al mundo de la publicidad y del marketing.

Asimismo, se ha podido contar, para contrastar informaciones obtenidas de estas fuentes, con testimonios orales de algunos protagonistas de aquella historia. Del mismo modo, gracias al archivo personal del ex director de *La Vanguardia* Horacio Sáenz Guerrero, ya manejado anteriormente por uno de los autores (Nogué y Barrera, 2006), se ha podido añadir algún elemento de interés a la narración. En definitiva, hemos reunido informaciones que se encontraban sumamente dispersas para darles un sentido y explicar la originalidad de una empresa llamada a tener un protagonismo destacado en la historia del sector audiovisual en España.

2 Restricciones y posibilidades del marco jurídico-legal

La apertura liberalizadora en el sector de la radiodifusión fue gradual, incompleta y discrecional: gradual por cuanto requirió de diversas decisiones políticas tomadas a lo largo de los años de la transición; incompleta dado que, desde el punto de vista técnico, el número de licencias concedidas podía haber sido aún mayor; y discrecional porque los gobiernos centristas fueron quienes decidieron, en última instancia, quiénes y cómo iban a resultar favorecidos en el reparto. A menudo se les criticó su preferencia por gobernar, en este y en otros asuntos, mediante decretos que no pasaban por la discusión parlamentaria. La gran excepción fue el Estatuto de la Radio y

de la Televisión de 1980, consensuado con los socialistas como principal partido de la oposición (Fernández y Santana, 2000: 100-108; Palacio, 2012: 218-223; Bustamante, 2013: 83-93).

Fue precisamente una norma de rango menor, en concreto una orden ministerial, la que en octubre de 1977 permitió a las emisoras ofrecer información política, hasta entonces coto de Radio Nacional de España (RNE), con la que todas las emisoras debían conectar para emitir los “diarios hablados” del mediodía y de la noche. La única cadena con capacidad profesional e infraestructura técnica para llevarlos a buen término era la SER, que así pudo competir con RNE también en el terreno informativo. Pero, en definitiva, se abría el panorama a cualesquiera otras cadenas que se configuraran en el futuro. Con el fin del monopolio informativo de la radio pública se abrió lógicamente el apetito de las empresas periodísticas privadas por competir en un terreno, el de la información, que consideraban también legítimamente suyo.

La Constitución de 1978 vino a confirmar, al más alto nivel jurídico, la libertad de expresión a través de cualquier medio. Desde un punto de vista práctico, originó – como cabía esperar– un creciente número de peticiones para la autorización, sobre todo, de canales privados de televisión, que era el negocio más apetecido por las principales empresas periodísticas españolas. Los silencios administrativos ante tales peticiones motivaron que una de ellas, Antena 3, emprendiera acciones legales para que se les reconociera ese derecho (Antena 3: 1982).

Esta sociedad fue formada en 1979 y contaba con la participación de conocidos grupos empresariales como Godó, Zeta, Prensa Española y Europa Press, y la dirección estratégica del periodista Manuel Martín Ferrand y los hermanos juristas Manuel y Rafael Jiménez de Parga. Llevaron su causa hasta el Tribunal Constitucional al interponer un recurso de amparo por serle denegada la autorización para lanzar un canal de televisión privada. En anuncios insertados en la prensa de la época quisieron acentuar su papel de punta de lanza en esta lucha cuando decían:

Porque para defender el derecho a informar, no basta con hablar y pedir que le oigan; es necesario actuar. Y esto es lo que está haciendo Antena 3. Hay varios grupos españoles que están hablando de nuevos canales de televisión, pero sólo Antena 3 ha acudido a la Constitución para defender el derecho a la libertad de información y a la libertad de empresa (ABC, 6-4-1982, p. 60).

La sentencia del Constitucional, de 31 de marzo de 1982, entre salomónica y dilatoria, significaba que se reconocía teóricamente el derecho pero que la regulación de las televisiones privadas se remitía a una decisión política del gobierno de turno mediante una ley orgánica (González Navarro, 1982: 289). De la división interna, también en este tema, en la UCD gobernante no cabía esperar su pronta resolución. Además, el consensuado Estatuto de la Radio y de la Televisión de 1980 supuso un jarro de agua

fría para quienes albergaban alguna esperanza de que recogiera las aspiraciones de los grupos interesados en la televisión privada. La concluyente definición de ambos medios como “servicios públicos esenciales cuya titularidad corresponde al Estado”, unida a la ausencia de cualquier mención a la gestión privada, eran signos inequívocos de la falta de voluntad política para autorizarla.

La paralela apertura acometida en el sector de la radiodifusión por los gobiernos centristas de Adolfo Suárez y Leopoldo Calvo-Sotelo acaparó entonces el interés de los operadores privados de televisión, que se trasladó –al menos de forma transitoria– a las anunciadas nuevas concesiones de emisoras de radio en frecuencia modulada. El Plan Técnico de Radiodifusión Sonora de 1978 y el subsiguiente Plan Transitorio de FM de 1979 prepararon el camino para la convocatoria de sendos concursos públicos en 1980 y 1981, por los que se licitarían un total de 300 nuevas emisoras en dos fases (García Llovet, 1991: 257-267). Del interés despertado por el primer anuncio da fe el número de unas 2.000 solicitudes presentadas en 1980. Una cantidad similar se presentó para la segunda convocatoria. Hasta entonces, la FM había producido cambios importantes en Estados Unidos y en Europa, pero apenas en España debido a la falta de fabricación de receptores que la incluyeran (Faus, 2007: 871-873).

3 Antena 3 como empresa

En 1989 Manuel Martín Ferrand (1991: 22) dijo en público: “Antena 3 es un concepto, más que una empresa, que nace en 1979 (...) Recién aprobada la Constitución de 1978 –continuó diciendo–, nos reunimos en Ginebra los profesores Manuel y Rafael Jiménez de Parga; el primero en su condición de experto constitucionalista; el segundo en calidad de mercantilista y yo en mi condición de amigo de los dos”. Estrictamente hablando, la empresa se conformó en septiembre de 1980.

Nació, pues, al calor de los nuevos derechos y libertades públicas reconocidos por la Constitución, y con la intención inicial de hacer la primera televisión privada de ámbito nacional en España. En un artículo publicado en 1982, Rafael Jiménez de Parga unía los conceptos de democracia e iniciativa privada en estos términos: “Estamos, por consiguiente, ante la ineludible tarea de fortalecer el sistema democrático y constitucional mediante la liberalización de las estructuras y el impulso de la iniciativa privada”. Y señalaba que, en el ámbito concreto de la radio, “el diseño de un mercado más libre y plural (...) pasaba por la ruptura de un cierto *statu quo* existente al amparo de una ausencia de disposiciones que abrieran a otras opciones este sector” (Jiménez de Parga, 1982: 13). Las primeras concesiones de 1981 comenzaron a abrir ese camino.

Para romper el muro de incompreensión que entre la mayoría de la clase política de distinto signo se levantaba contra esa idea, los emprendedores de Antena 3 organizaron unos 1.500 actos públicos por toda España con el mensaje clave: “La libertad también se llama televisión” (Martín Ferrand, 1991: 22). Sin embargo, este propósito inicial hubo de reconducirse, de forma pragmática y posibilista, hacia el mundo de la radio, a la par que la empresa emprendía la lucha jurídica en el Constitucional.

De hecho, al principio la sociedad creada llevaba solamente el nombre de “Antena 3 S.A.”, sin referencia alguna a la radio. Cuenta Manuel Jiménez de Parga en sus memorias que, tras su fugaz paso como ministro en el primer gobierno democrático de Suárez entre 1977 y 1978, Manuel Martín Ferrand –con quien le unía una ya larga relación– le insistió en el asunto de romper el monopolio oficial de la televisión, del que ya habían tratado en anteriores ocasiones. Entonces le citó en una comida junto a los dos grandes empresarios de prensa catalanes: Antonio Asensio y Javier Godó. De ahí salió la necesidad de contar también con accionistas de Madrid, que fueron a la sazón José Mario Armero (Europa Press) y Guillermo Luca de Tena (ABC). La presidencia de la sociedad recayó en su hermano Rafael, “en una solución de compromiso entre los varios grupos financieros” (Jiménez de Parga, 2008: 320-321).

Las empresas periodísticas que formaron el núcleo duro del proyecto fueron las cuatro grandes ya mencionadas: TISA-*La Vanguardia*, Prensa Española-ABC, Zeta y la agencia de noticias Europa Press. Los nombres de sus principales directivos o ejecutivos poseían una fuerza importante en el panorama mediático de la época y representaban además a los dos principales mercados: Madrid y Barcelona. En un anuncio que acompañaba la campaña pública en pro de conseguir la anhelada televisión privada se utilizaba este argumento como demostración de poderío: “Somos el grupo de información más potente del país, puesto de acuerdo para hacer televisión a fondo (...) Somos hoy semanalmente 4 millones de ejemplares, cientos de noticias, toneladas de información responsable” (*La Vanguardia*, 15-11-1981, p. 21).

Martín Ferrand destacaba, ya en 1983, la novedad que suponía en España integrar en un mismo proyecto a actores tan diversos e incluso rivales, como era el caso de los grupos Godó y Zeta en Barcelona: “Por primera vez en la historia de nuestro periodismo, diferentes empresas periodísticas se embarcan en un propósito común de cooperación, realmente nuevo, en este país tan individualista ‘per se’ (Molinero: “Antena-3: cumpleaños feliz”, *La Vanguardia*, 28-5-1983, p. 78). Una información aparecida en *El País*, apenas un mes después de la puesta en marcha de Antena 3 Radio, describía a esta –no sin fundamento– como “propiedad de un grupo de profesionales del mundo de la información, del derecho y del empresariado” (Beaumont: “Las nuevas emisoras abandonan la fórmula musical de las FM”, *El País*, 27-5-1982).

Debido a su ambición, el proyecto acaparó enseguida el interés informativo de la prensa, que lo situó habitualmente como uno de los más sólidos, primero para la explotación de la televisión y, una vez que el camino hacia esta se cerró –al menos temporalmente–, también para la radiodifusión. En vísperas del inicio de sus emisiones, *El País* calificaba a Antena 3 como “la más potente del dial”, y señalaba que “ha ido atrayendo a periódicos, sociedades y particulares que no formaban parte de Antena 3”, entre los que mencionaba a los periodistas Basilio Rogado y Enrique Barrueco y diarios como *La Voz de Galicia*, *Diario de Cádiz*, *Diario de León* y el mallorquín *Última Hora* (Pérez Ornia: “Nacen las nuevas emisoras de FM”, *El País*, 2-5-1982).

Desde el punto de vista profesional periodístico el liderazgo y la dirección del proyecto correspondían claramente a Martín Ferrand, pero su actividad no se limitó únicamente a este aspecto ya que fue igualmente el motor de la incorporación de otras empresas periodísticas a la sociedad. Recorrió España para “vender” la idea a muchas de ellas y hacer, al mismo tiempo, una labor de creación de opinión pública favorable a la pronta implantación de la televisión privada. Su estrecha relación con Antonio Asensio facilitó la entrada del grupo Zeta (Miró, 1997: 35). Los Godó fueron invitados a participar por su reconocida influencia en el ámbito de la opinión pública escrita y sus conocidos intentos de contar con más influencia en la capital de España (Nogué y Barrera, 2006: 298-309). Hacía falta también, de cara al éxito de la operación, una buena presencia en Madrid, y de ahí la entrada de *ABC* y Europa Press. Al final acabaron integrándose, según manifestó el propio Martín Ferrand, un total de veintitrés empresas periodísticas.

“Siempre entendimos –rememoraba en 1989– que una cierta especialización del capital es el primer punto de coherencia en una empresa periodística”. Esa fue la razón por la que convocaron “a los viejos periódicos españoles más avezados en la guerra de la información y en la batalla de la libertad” (Martín Ferrand, 1991: 23). Así nació la sociedad “Antena 3 de Radio, S.A.”, inscrita en el registro mercantil el 9 de octubre de 1981, es decir, apenas dos meses y medio antes de las primeras concesiones de FM. Sus 50 millones de pesetas de capital inicial y la composición de éste eran toda una declaración de intenciones de que se iba en serio. A pesar de la fragmentación del accionariado, el peso principal y mayoritario del capital lo llevó desde los inicios TISA-*La Vanguardia*, que apareció así como la cara empresarial más visible de la operación. La dirección periodística y comercial, así como la relación con la propiedad, recayó en las expertas manos de Martín Ferrand, periodista con una larga trayectoria en prensa, radio y televisión: cadena SER, TVE, *Diario de Barcelona*, *Nuevo Diario*, etc. (Díaz, 1992: 442-443)

A modo de resumen programático, Rafael Jiménez de Parga manifestó públicamente a finales de 1982, como presidente del consejo de administración, las ventajas de esa fórmula empresarial tan poco usual:

Antena 3 se constituye sobre un pluralismo interno que no le resta coherencia, sino que potencia su quehacer. Aparece como el punto convergente de un conjunto de medios de comunicación aglutinados por el denominador común del respeto del orden constitucional, por el ejercicio diario de la tolerancia y el respeto a las libertades públicas, y por la firme creencia y práctica de la libertad de pensamiento que, traducida al campo de la empresa, es libertad de concurrencia como fundamento de una sociedad libre (“Antena 3 inició sus emisiones en Barcelona”, *El País*, 12-12-1982).

4 ¿Un impulso político detrás de las concesiones?

Estas declaraciones del presidente de Antena 3 guardan cierta relación con los principios ideológico-políticos por los que se guió la cadena, y que se resumían en seis puntos:

- 1º.- El pleno respeto a la Constitución Española de 1978 y, de manera especial, la defensa de la soberanía del pueblo y del desarrollo de los derechos humanos.
- 2º.- La defensa de la unidad política de España y de sus diversidades lingüísticas y culturales, dentro de un sistema de comunidades autónomas.
- 3º.- La defensa de la monarquía parlamentaria como garantía de las libertades públicas y del pluralismo político.
- 4º.- La defensa de la economía de mercado, de la libre iniciativa económica y de la competitividad del sistema.
- 5º.- El progreso social, la reforma de las estructuras de la sociedad y la obtención de unas condiciones básicas de igualdad de oportunidades.
- 6º.- El derecho a una información veraz, libre y plural (“Código ideológico de Antena 3”, *IP-Mark*, nº 225, 10-1982, p. 49).

Dichos principios fueron leídos durante la primera emisión del 4 de mayo de 1982, y comunicados al personal de la cadena por el director general Martín Ferrand (*La Vanguardia*, 5-5-1982, p. 13). Dentro de su generalidad, pero muy en sintonía con los

pilares del texto constitucional, destacaban sobre todo dos aspectos: la libertad de empresa y la de información; los mismos que habían constituido su bandera para reivindicar la creación de un canal privado de televisión. El propio rey Juan Carlos, que por la mañana había recibido al consejo de administración de Antena 3, leyó un mensaje que recalcaba, desde su plano institucional, estas mismas ideas: “La información libre, la información veraz, nos proporciona bienestar. Y la libertad, como se dijo con expresión clásica, es la salud del alma”. De ahí que terminara diciendo: “Al servicio de esta España de hombres y de mujeres bien informados, de ciudadanos libres, me es muy grato saludar a todos cordialmente al inaugurar la cadena de emisoras de Antena 3” (*La Vanguardia*, 5-5-1982, p. 13; *ABC*, 5-5-1982, p. 7).

Durante el proceso que condujo a la creación y primera expansión de la nueva cadena, y de acuerdo también con algunas versiones de periodistas y de protagonistas de la época, se albergaron sospechas de cierto trato de favor hacia ella por parte de los gobiernos centristas de la época: de Adolfo Suárez primero y de Leopoldo Calvo-Sotelo después. Un reportaje de *El País* hablaba del que llamaba “grupo Suárez”: un total de diez emisoras pertenecientes a tres empresas concesionarias distintas (Capyrsa, Proal y Ebalsa), que se incorporaron a Antena 3. Señalaba además a los hombres que, según su versión, lo hicieron posible: Aurelio Delgado, cuñado del ex presidente Suárez; Josep Meliá, que había sido secretario de Estado para la Información también con Suárez; y el abogado Juan Belda. Todos ellos trabajaban entonces en el despacho de abogados del ex presidente del gobierno (Pérez Ornia, “Nacen las nuevas emisoras de FM”, en *El País*, 2-5-1982; *Anuncios*, nº 172, 24 a 30-9-1984, p. 10)

En septiembre de 1984 la sociedad Capyrsa vendió el 23% de acciones que tenía en Antena 3. La revista *Anuncios* decía que en ella tenía una participación mayoritaria Adolfo Suárez. Martín Ferrand, que confirmó esa operación de venta, la calificó como normal, “una de tantas que se producen en el mundo mercantil”, y decía no constarle vinculación alguna del ex presidente con dicha empresa (*Anuncios*, nº 172, 24 a 30-9-1984, p. 10).

Apuntaba *El País* además al abogado y economista Javier Gimeno, director general adjunto de Antena 3, como el hombre vinculado a esta operación. Según declaró al autor del reportaje, Meliá dijo no ser accionista de ninguna de esas empresas: “Nosotros –aclaró– lo único que hicimos fue juntar amigos y clientes que luego se asociaron a Antena 3. Jimeno [sic] es amigo nuestro y estaba vinculado al despacho de Juan Belda”. Tratando de quitarle hierro al asunto, el director general Manuel Martín Ferrand le dio la vuelta al argumento: “Es una gran entelequia eso de saber quiénes están detrás de los medios. Nuestras emisoras integran a veintitrés empresas periodísticas. Lo importante son los que están delante” (*Anuncios*, nº 172, 24 a 30-9-1984, p. 10). Intentando contradecir de algún modo a Martín Ferrand, el autor del reportaje explicaba a continuación que dos de los principales cargos directivos de

Antena 3 Radio procedían también de ámbitos ministeriales: José Luis Orosa, director de programación, y José Cavero, director de informativos, habían trabajado en Hacienda y Justicia respectivamente como jefe de prensa el primero y jefe del gabinete técnico el segundo.

Luis Herrero era uno de los jóvenes periodistas que se incorporaron a la primera redacción de la cadena. Resulta conocida la relación personal que desde su infancia tuvo con la familia Suárez y su entorno (Herrero, 2007). No hace muchos años escribió que, dentro del accionariado de Antena 3, existía lo que en el argot interno llamaban “el grupo de los azules”, en referencia a aquellos que dependían de alguna manera de Aurelio Delgado. De hecho, relata que su primera entrevista con Martín Ferrand para entrar en la redacción la hizo porque “mandó a verle el testaferrero del principal accionista de la cadena de radio”. Y aclara: “Éste era UCD y aquél Aurelio Delgado”. Algo más adelante también se atreve a calificar a Javier Gimeno como “el director general adjunto impuesto por los azules” (Herrero, 2008: 153-158). Sobre el origen de la denominación de “los azules” que quedó acuñada, defiende una versión distinta la viuda de Martín Ferrand, en entrevista a los autores. Mantiene que se debió a que los papeles de su incorporación al accionariado los firmaron con bolígrafos azules, y de ahí les vino el nombre, no tanto por su procedencia política (González de Haro, 2015).

Estos supuestos movimientos en la sombra hay que confrontarlos, no obstante, con la realidad del número ciertamente muy limitado de concesiones directas que consiguió Antena 3, a todas luces insuficientes para poner en marcha una cadena de ámbito nacional. Martín Ferrand dijo que, estrictamente hablando, sólo recibió una en Puertollano, y que las demás se fueron consiguiendo “por negociaciones, adquisiciones, pactos, entendimientos y magias diversas, demostrando una vez más que no se le pueden poner puertas al campo, y que por grande y represor que sea el instinto del gobernante, más amplio debe ser el talento burlador de los que acometen alguna aventura en el terreno de las libertades” (Martín Ferrand, 1991: 24-25). Aunque en estas palabras no indica el sujeto que las llevó a cabo, por testimonio directo y privilegiado se sabe que fue el propio director general quien “fue visitando y convenciendo uno a uno a concesionarios de licencias de emisoras por toda España para que se integraran en Antena 3” (González de Haro, 2015).

A finales de los años ochenta, Rosa Franquet escribió que Antena 3 “fue uno de los más beneficiados en el reparto de emisoras de FM”, si bien no proporcionaba sino conjeturas cuando apuntaba que “una razón plausible puede ser la vinculación de la sociedad con [José Miguel] Bravo de Laguna, funcionario del Registro de empresas y emisoras de la Dirección general de Medios de Comunicación Social”. Basada en este posible enlace, aventuraba que Antena 3 contó con “un asesoramiento directo” que le permitió “crear sociedades intermedias con la finalidad de acaparar el mayor número de licencias” entre propias, asociadas y participadas. La posterior adquisición, en 1984,

de la mayoría de las estaciones de Radio 80, cadena surgida también de aquellas concesiones, fue vista por la autora como un proceso que “podría pensarse que estaba planificado de antemano” (Franquet, 1988: 90-91). Luis Ángel de la Viuda (2015), en entrevista con los autores, lo ha negado, y achacó la venta de Radio 80 a causas exclusivamente económicas.

El reparto de las concesiones fue, ciertamente, un proceso falto de transparencia por parte de los gobiernos de la UCD. Como señalan Fernández y Santana (2000: 160), “el Gobierno actuó discrecionalmente a la hora de realizar las concesiones”. Las 300 emisoras que se distribuirían en dos fases, de 120 primero y 180 después, recayeron principalmente en empresas periodísticas o radiofónicas. Lo había anunciado previamente el secretario de Estado para la Información, Ignacio Aguirre, argumentando que se hacía como reconocimiento a su labor profesional en el mundo de los medios. Eso aumentaba las posibilidades de Antena 3, dado que en su accionariado se daban cita precisamente ese tipo de empresas.

Como Aguirre no facilitó la lista de adjudicatarios, que solo se dieron a conocer directamente a los agraciados, aumentaron las acusaciones de secretismo y favoritismo, como hizo la oficina de prensa del PSOE. En un comunicado público denunció que las concesiones habían sido “una burla a la libertad de expresión”, dado que una buena parte de ellas fueron a parar “a grupos cuyas conexiones ideológicas y políticas con el partido que soporta [sic] al Gobierno son claras y manifiestas” (Fernández y Santana, 2000: 161). El gobierno reaccionó con una nota en la que justificaba sus criterios: el favorecimiento a los medios informativos, “a los que se brinda la oportunidad de convertirse en multimedio. Entre más de 2.000 solicitudes se ha elegido a medios con solvencia para no propiciar a los *aventureros* de estos medios” (*El País*, 21-1-1982). En el fondo, la dispersión de las adjudicaciones fue también interpretada, especialmente por los afectados, como un intento de no fomentar la creación de nuevos grupos o el fortalecimiento excesivo de otros ya existentes.

En esa primera fase del concurso no se concedieron licencias de emisión en Cataluña y el País Vasco, dado que existía un conflicto de competencias entre el Estado y los respectivos gobiernos autonómicos, que habían reclamado para sí esas competencias. Finalmente, el Tribunal Constitucional se posicionó a favor de estos últimos en sendas sentencias de mayo y julio de 1982, dictaminando que al Estado sólo correspondían las facultades de inspección pero no las competencias ejecutivas y el desarrollo normativo. La tensión entre los licitantes por incorporarse a este nuevo medio chocó a veces con esta cuestión “autonómica”, provocando reacciones de irritación. Tal fue el caso, por ejemplo, del principal accionista de Antena 3, el grupo Godó.

En efecto, el día 30 de diciembre de 1981, el delegado de *La Vanguardia* en Madrid, el periodista José Tarín, enviaba al gerente-editor del grupo, Javier Godó, una nota bajo el título “Muy confidencial”, donde detallaba los entresijos de la decisión de no otorgar

a *La Vanguardia* una de las 120 primeras concesiones. Según esa información, la petición del diario catalán fue desestimada “arguyendo que parecía poco prudente la concesión de una Emisora propiedad de un diario de Barcelona en Madrid, cuando se ignoraba lo que pasaría en Cataluña, donde algunos diarios de Madrid –concretamente *El País* y *Diario 16*– tienen solicitadas Emisoras en Barcelona”. Godó pasó esta nota al director del diario, Horacio Sáenz Guerrero, y le comentó que formaba parte de “estos continuos agravios que nos han hecho”, y le sugería –como había propuesto Tarín– publicar un editorial sobre el tema (“Nota para Javier Godó”, 30-12-1981, y Carta de Javier Godó a Horacio Sáenz Guerrero, 31-12-1981, cit. por Nogué y Barrera, 2006: 322).

Al día siguiente, bajo el título “Una marginación injusta”, *La Vanguardia* calificaba como muestra de “desdén” y “en definitiva, de un centralismo activo y militante”, la decisión adoptada por el Gobierno de no tomar siquiera en consideración las solicitudes de empresas catalanas “con antigua y sólida implantación en Madrid que solicitaron una emisora por la capital” (“Una marginación injusta”, *La Vanguardia*, 1 y 2-1-1982, p. 7). Casi un año después, el gobierno catalán concedió a *La Vanguardia* una de las licencias de FM, y otra también al diario del mismo grupo *El Mundo Deportivo* (*La Vanguardia*, 17-12-1982). También Antonio Asensio, igualmente accionista de Antena 3, recibió otra.

5 Estrategia de crecimiento y compra de Radio 80

Dado el limitado número de concesiones conseguidas por sus socios fundadores, los planes de crecimiento de Antena 3 para alcanzar la cobertura nacional pasaron por la integración, asociación o afiliación de distintas emisoras a las que se habían otorgado licencias de emisión. Los cambios de titularidad fueron moneda común entonces, y los grupos más interesados en ellas fueron las cadenas de radio ya existentes como la SER, la COPE y la Rueda de Emisoras Rato, o las nuevas cadenas más pujantes salidas de esos concursos como Antena 3 y Radio 80. Los acuerdos podían revestir distinta naturaleza, desde la colaboración y la asociación hasta la transferencia de la licencia de explotación.

Antena 3 fue, a este respecto, la más agresiva por cuanto su rentabilidad, en términos de audiencia y publicidad, dependía del éxito de esa estrategia de expansión geográfica por toda España. En la primavera de 1983, un año después de sus comienzos con 5 emisoras, tenía ya 33 funcionando en su red y se planteaba llegar a 54 en los siguientes doce meses. En un anuncio de autopromoción de la época se

jactaba de ello y de otros logros adyacentes como haber creado 400 puestos de trabajo, facturar más de mil millones de publicidad, atraer a seis mil anunciantes locales y convertirse en la cadena “totalmente privada” con más audiencia en España (ABC, 6-4-1982, p. 60). Para arrogarse tal título jugaba lógicamente con el hecho de que el Estado, por una normativa del franquismo, poseía el 25% de la SER y otras emisoras privadas, y una proporción algo menor de la COPE (Faus, 2007: 892-895). Como recordó años más tarde Martín Ferrand, “el empuje y la capacidad de creación de aquellos primeros pobladores de Antena 3, originó un ‘récord’ del Guinness, la fundación y puesta en marcha de una emisora cada diez días”, con todo lo que ello conllevaba de tramitaciones administrativas en cada localidad, amén de los inevitables esfuerzos tecnológicos, profesionales y económicos (Martín Ferrand, 1991: 24).

En tiempos tan tempranos como el mes de agosto de 1982, cuando aún eran sólo once las emisoras de Antena 3, *El País* publicaba una noticia sobre la nueva cadena con un titular que irradiaba optimismo: “Los directivos de Antena 3 se muestran eufóricos por la marcha de la cadena”. Martín Ferrand daba cifras concretas: “Madrid, en agosto, ha alcanzado una facturación de cerca de diez millones en publicidad; Almería, 2.000.000 de pesetas, y Sevilla, 500.000 pesetas menos”. Mencionaba también que un estudio de audiencia, “esperanzador para nosotros”, daba a Antena 3 el liderazgo en Madrid “durante ocho horas diarias” (*El País*, 30-8-1982). La razón era la presencia de la máxima figura de la radio deportiva española, José María García –que había dejado la SER a finales de 1981–, a partir de las doce de la noche.

Los buenos resultados cosechados y las inversiones necesarias para el crecimiento exigieron una ampliación de capital de 200 millones de pesetas en septiembre de 1982. Quedaba de esta manera duplicado respecto del inicial. A pesar de los rumores existentes acerca de que el grupo Zeta podía no acudir a dicha ampliación, finalmente también la suscribió. No obstante, un año más tarde acabaría por desprenderse de sus acciones en Antena 3, fortaleciendo la posición de predominio del grupo Godó, que fue el comprador.

Otro hito importante en el desarrollo de la cadena fue la inauguración de la emisora de Antena 3 en Barcelona, importante mercado publicitario, justo después de que la Generalitat concediera una de las licencias a *La Vanguardia*. Precisamente con ocasión de la puesta en marcha de esta emisora, el director general de Antena 3 Radio volvió a dar algunas cifras de facturación publicitaria: unos 450 millones de pesetas entre mayo y diciembre de 1982. Quería con ello acallar los rumores acerca de supuestas dificultades financieras del grupo: “Desde que salimos a la calle –dijo– hace casi diez meses no han cesado estos rumores, interesados, a los que nunca hemos hecho caso” (*El País*, 17-2-1983). Uno de ellos, interesado y que se demostró infundado, partió de *Cambio 16*: no hay que olvidar que el Grupo 16 era un rival radiofónico y televisivo (*El*

País, 29-3-1983), al igual que el propio *El País* que lanzaba ese mismo año Radio El País.

Posibles fundamentos de estas informaciones eran los cálculos de las inversiones requeridas para poner en marcha una cadena de tal magnitud como Antena 3. *El País* lo dejaba entrever en un reportaje publicado en 1983: “Antena 3 contrató a profesionales considerados en punta, como José María García y otros, lo que hizo, entre otras cosas, que se dispararan sus gastos” (*El País*, 29-3-1983, p. 50). Luis Herrero cuenta que el “aterrizaje” de García no fue fácil y que “estuvo, de hecho, muy cerca de embarrancar por cuestiones económicas”. La negociación estaba atascada por las cifras del contrato y él recuerda haber escuchado gritar a Martín Ferrand, desde una estancia contigua en la sede de la emisora en la calle Oquendo: “¡Pues si García no acepta venir en esas condiciones, que se vaya!”. Apunta también que, finalmente el desacuerdo no llegó a mayores porque Asensio le garantizó a García “la cantidad necesaria para que [...] colmara sus expectativas económicas con independencia de lo que figurara en el contrato de la radio” (Herrero, 2008: 157-158). El propio García ha confirmado en público la mediación de Asensio en aquellos momentos.

Otro tipo de rumores, estos concernientes a la nueva cadena Radio 80, tenían en cambio fundamento. Su situación económica la había puesto, ya a la altura de 1983, en situación de venta. Las declaraciones de su director, Luis Ángel de la Viuda, transmitían una cierta sensación de fracaso tras su primer año de funcionamiento: “Nos habíamos planteado una radio idealizada. Queríamos una radio de compañía, no de sobresaltos, para un público que no quiere agresiones” (*El País*, 29-3-1983, p. 50). Aunque en julio de 1983 anunciara una ampliación de capital de 150 a 650 millones de pesetas (*La Vanguardia*, 13-7-1983, p. 54), la realidad era bastante distinta, y de hecho las deudas se iban acumulando hasta el punto de plantearse su inviabilidad (*Anuncios*, nº 170, 10 a 16-9-1984, p. 1). La ampliación, finalmente, no se llevó a cabo.

Desde un principio SER, COPE y Antena 3 aparecieron en la opinión pública como los máximos candidatos a comprarla (*IP-Mark*, nº 239, enero 1984, p. 1). Junto con La Editorial Católica, que tenía un 10 por ciento, los principales accionistas de Radio 80 eran sociedades dependientes de los Bancos Central, Banesto, Bilbao, Vizcaya e Hispano Americano. Una nota de Antena 3, hecha pública a mediados de marzo de 1984, salía al paso del rumor de una posible ruptura en las negociaciones, si bien el director de programación, José Luis Orosa, dejó claro que la integración quedaba condicionada a que no amenazase “con colapsar el creciente desarrollo de que disfrutamos hasta ahora” (*El País*, 15-3-1984). Entretanto, en abril se firmó un acuerdo de cooperación entre ambas cadenas para emitir algunos programas simultáneamente. “No hay ninguna compra de acciones –dijo Luis Ángel de la Viuda– porque no es una operación patrimonial”, si bien Martín Ferrand lo calificó como “el primer paso de la fusión definitiva” (*El País*, 19-4-1984).

Las ofertas de la COPE y la SER nunca llegaron a cuajar en pasos decididos. Una fuente interna de Radio 80 no identificada llegó a declarar: “Antena 3 necesita comprar Radio 80 pero no tiene el dinero; la SER tiene el dinero pero no nos necesita directamente, sino para evitar que la competencia se haga más fuerte con Radio 80” (“Discrepancias en la SER paralizan las negociaciones con Radio 80”, *Anuncios*, nº 171, 17-23-9-1984, p. 1). La de Antena 3 era la opción más lógica, porque a ambas les unía el modelo de ser cadenas basadas únicamente en emisoras de FM.

Así las cosas, a finales de 1984 los sucesos se fueron decantando hacia la firma del acuerdo definitivo entre Antena 3 y Radio 80. Luis Ángel de la Viuda admitía que, de entre las recibidas, la de Antena 3 era la mejor opción “por la edad de los personajes; que es muy importante en cualquier tipo de unión” (*El País*, 19-10-1984). Finalmente el 4 de diciembre se hizo pública la operación de compraventa de la totalidad de las acciones de Radio 80, “con el compromiso por parte de Antena 3 –informaba *El País*– de pagar 126 millones de pesetas en efectivo y hacer frente a las deudas de Radio 80, unos 1.200 millones de pesetas, de los que Antena 3 pagará el 60% a través de publicidad y el 40% restante mediante créditos” (*El País*, 5-12-1984). Años más tarde, Martín Ferrand se referiría a Radio 80 como “un proyecto profesional magnífico”, pero que tenía “una servidumbre muy grande”: sus cinco bancos propietarios, “y esto es demasiado para cualquier empresa informativa” (Martín Ferrand, 1991: 27).

La Vanguardia, principal accionista de Antena 3, se hizo eco de la noticia en su primera página de tipografía, que luego era ampliada en el interior. Sus principales pronunciamientos se centraban en la significación de esta operación, tanto en el aspecto radiofónico como en el nunca olvidado televisivo, que fue el origen de todo:

Antena 3 de Radio comienza así su segunda etapa de expansión la cual, desde 68 emisoras, alcanzará inmediatamente unas 90 distribuidas por toda España, hasta completar la primera cobertura radiofónica española privada (...) La presente operación significa, igualmente, la aceleración de los trabajos conjuntos que ya venían realizándose, tendentes a la definición total de un proyecto de televisión netamente privada y comercial. Se remata así un proceso de transición que comenzó con el nacimiento, hace poco más de dos años, de Antena 3, una empresa radiofónica que desea subrayar siempre sus tres objetivos diferenciadores: privada, libre, independiente (*La Vanguardia*, 5-12-1984, p. 54).

Otro de los accionistas principales, *ABC*, calificó el acuerdo en sus páginas de hueco como “un hito en la historia de la radio privada en España” (*ABC*, 5-12-1984). Antena 3 alcanzaba con este acuerdo una cobertura prácticamente nacional. “Eso nos permitió cerrar más rápido de lo previsto el ciclo de Antena 3”, reconoció años más tarde Martín Ferrand. “Con las emisoras que se nos duplicaban creamos lo que hoy funciona como Radio 80 Serie Oro, especializada en música de hace varios años, pero de gran calidad” (Martín Ferrand, 1991: 27).

6 Los elementos de una novedosa apuesta radiofónica

El director general de Radio 80, Luis Ángel de la Viuda (1982: 27), escribió: “La aparición de 300 emisoras de frecuencia modulada supondrá una revolución en el mundo de la radio que alterará una situación que ha permanecido invariable desde hace tres décadas. Todas las emisoras se enfrentarán a una durísima competencia”. Su empresa fue ciertamente protagonista, y también víctima como se ha visto, de esa nueva situación. Un reportaje de la época en *El País* señalaba al respecto como frase de apertura: “La experiencia de casi un mes de funcionamiento de nueve de las 120 emisoras privadas de frecuencia modulada está demostrando hasta ahora que una estación de FM no tiene por qué ser eminentemente musical” (*El País*, 27-5-1982).

El director de programación de Antena 3, José Luis Orosa, indicaba al autor del reportaje que “no nos hemos planteado hacer una radio con un lenguaje diferente al ya existente, y algún sector ya nos ha criticado por ello”. Y añadía: “No nos gusta hacer diferencias entre onda media y frecuencia modulada”. Reconocía que les tocaba “luchar contra la concepción que existe en este país de que la OM sirve para la transmisión de contenidos diversificados y la FM para los programas musicales”, pero insistía en que la única diferencia entre ambas era la puramente técnica “que deriva de su cobertura más bien urbana y que presenta una mayor calidad” (*El País*, 27-5-1982).

Escribió años más tarde Martín Ferrand que “los sistemas técnicos de emisión no pueden conformar modos expresivos”, y de ahí que “nosotros montamos una radio que pretendía ser, según decía el eslogan, ‘la radio bien hecha’”, con “un especial énfasis a los servicios informativos y a los programas con contenidos de actualidad” (Martín Ferrand, 1991: 29-30). Esa fue la gran apuesta de Antena 3: ofrecer programación convencional en cadena a través de emisoras de FM, hasta entonces prácticamente relegada al ámbito musical o de la experimentación, en vez de en OM. “Cuando nosotros empezamos –declaró Orosa avanzado 1983– la FM era una radio de segunda fila, que se utilizaba como cobertura auxiliar para apoyar la columna vertebral de la OM”. Y concluía: “la barrera se ha roto, y tan es así que, por ejemplo, la política de la SER se encamina al refuerzo de las FM” (*IP-Mark*, nº 236, octubre 1983, p. 47).

Cuando todavía no llegaba al año de vida, Martín Ferrand se atrevió a decir que “nuestra programación, que en principio fue calificada de visionaria, ha sido imitada por las grandes cadenas” (*ABC*, 19-2-1983, p. 87). De las innovaciones radiofónicas introducidas, destacaba Martín Ferrand que “las grandes cadenas estatales y privadas ya existentes han cambiado su programación para adecuarla a horarios que nosotros iniciamos hace diez meses” (*El País*, 17-2-1983). Lorenzo Díaz (1992: 440) resumió las claves del éxito radiofónico de la nueva cadena, aparte de “la valentía de llevar a la FM la programación convencional de la OM”, en las siguientes: “la calidad del sonido FM-

estéreo, fórmulas empresariales agresivas, la innovación en el lenguaje radiofónico y el esfuerzo profesional realizado”.

El fichaje estrella en términos de audiencia y de publicidad fue el periodista José María García, con su programa *Supergarcía* en la medianoche. También formaron parte de la programación inicial otros conocidos periodistas –sin experiencia previa en el medio radiofónico– como Yale, Amilibia, José Antonio Plaza, Mayra Gómez Kemp y Carlos Pumares, entre otros, en una política que apenas había sido practicada hasta entonces por otras cadenas. Otros conocidos rostros televisivos, como Jesús Hermida y José Luis Balbín, se sumaron después. Su adaptación al mundo de la radio fue una de las claves del temprano éxito de Antena 3.

Según comentaba Orosa, “el resto son profesionales nuevos, la mayoría procedentes de otros medios y, por lo tanto, sin los tics tradicionales, lo cual ha proporcionado esa frescura y espontaneidad que a lo mejor se echa de menos en otras emisoras” (*IP-Mark*, nº 236, 10-1983, p. 47). Martín Ferrand explicaba las bondades de esa mezcla entre “gente nueva con la fuerza de la juventud” y “los veteranos que conocen bien su oficio”. “Así –razonaba– se produce el contagio de lo mejor de cada uno hacia los otros. Pero este tipo de renovación radiofónica es bastante inédito en el medio; nosotros creemos en ella” (*La Vanguardia*, 26-5-1983, p. 78).

La juventud de la plantilla de redactores y trabajadores, con una media de edad de entre 25 y 26 años, fue otra de las notas características de la cadena. Para más de un ochenta por ciento de ellos fue su primer puesto de trabajo (Martín Ferrand, 1991: 24). Algunos puestos de mayor responsabilidad recayeron sobre periodistas con experiencia profesional como José Cavero, director de los servicios informativos, Miguel Ángel Nieto y Miguel Ángel García Juez. En febrero de 1983 tenían doscientas personas en plantilla y otros tantos en calidad de “colaboradores artísticos” (*ABC*, 19-2-1983, p. 87).

Este nuevo estilo empezó a marcar tendencia y era además reconocido así por buena parte de la opinión pública de la época. Al cumplirse un año del comienzo de sus emisiones, un medio rival como *El País*, que ese año lanzaba su propia emisora, reconocía que “desde su fundación ha sido la cadena de FM que más agresividad radiofónica y planteamientos competitivos ha demostrado” (*El País*, 27-5-1983). Además, las cifras de audiencia de las primeras oleadas del Estudio General de Medios resultaron alentadoras. En el acumulado entre mayo de 1982 y mayo de 1983, es decir, su primer año de emisiones, contaba ya con 752.000 oyentes, de los que la mitad se encontraban entre los 19 y 34 años. En el segmento horario desde la medianoche hasta las 7 de la mañana era la cadena líder gracias al tirón de José María García (*Anuncios*, nº 180, 14 a 20-11-1983, pp. 11 y 14).

Cuando se anunció la compra de Radio 80 por Antena 3, el semanario publicitario *Anuncios* dedicó un editorial a la importante noticia. En él calificaba de “encomiable el esfuerzo llevado a cabo por quienes, como Antena 3, han salido de la nada –aunque cuenten con el concurso de prestigiosos profesionales del medio– para superar la nada despreciable cifra del millón de oyentes” (“Antena 3 y el mapa radiofónico español”, *Anuncios*, nº 147, 27-2 a 4-3-1984). La última oleada del EGM, correspondiente a octubre y noviembre de 1983, había dado 1.070.000 oyentes a Antena 3, mientras que Radio 80 contaba con apenas 233.000.

Otra de las claves que incidieron positivamente en la credibilidad de la nueva cadena fue la línea informativa independiente: a la sazón, una de sus principales señas de identidad corporativa. Martín Ferrand declaró, ya desde los comienzos, que Antena 3 había “aportado al panorama radiofónico español pluralidad e independencia informativa” (*El País*, 17-2-1983). Esta idea fue utilizada profusamente como reclamo en la publicidad de la cadena que aparecía en los periódicos y leitmotiv constante en su autodefinición.

7 Conclusiones

Los socios que impulsaron y conformaron Antena 3, empresas periodísticas en mayor parte, se unieron para hacer televisión privada, como también hicieron otras iniciativas periodísticas y radiofónicas del momento. En esa tarea fueron los que mayor empeño pusieron tanto desde el punto de vista empresarial como profesional-periodístico. Frente a la mayor pasividad de otros grupos, su empuje les llevó a organizar campañas de opinión pública en pro de ella, e incluso acudieron al Tribunal Constitucional para intentar forzar una sentencia favorable a sus intereses, que finalmente no llegó.

Entretanto la apertura de la radio al sector privado hizo virar los intereses de todos esos grupos, y también de Antena 3, a esta nueva puerta que se abría para la expansión de sus empresas, en espera de tiempos mejores para el negocio televisivo. Como escribió Balsebre (2002: 483), con la excepción de Nicolás María de Urgoiti en los años veinte del pasado siglo, “nunca anteriormente a 1980-1982 los grupos económicos que sostienen empresas editoras de prensa se habían preocupado por invertir en la radiodifusión española”. También en este nuevo sector, Antena 3 tomó la delantera en cuanto a estrategia de expansión empresarial e innovación en la programación: una forma distinta de hacer radio que acabó arrastrando a las demás cadenas. En este sentido, la apuesta de Antena 3 por una programación generalista a través de la FM fue la principal novedad, que acabaría además por imponerse a los pocos años hasta hacer casi irrelevante la distinción entre la FM y la OM.

La joven cadena irrumpió con fuerza en el panorama radiofónico español de los años ochenta, con un estilo nuevo, joven y desenfadado, si bien basado inicialmente en la seguridad que le podían dar periodistas conocidos, aunque algunos de ellos vinieron de medios distintos al radiofónico. Aunque nació para hacer televisión, “esto no quiere decir que no nos tomemos en serio la radio” (*El País*, 29-3-1983), como dijo su director general Manuel Martín Ferrand cuando Antena 3 Radio aún no había cumplido un año de vida.

En definitiva, Antena 3 fue una empresa periodística singular por varias razones. En primer lugar, su ya referida acta de nacimiento para la televisión, a la que nunca renunció. En segundo lugar, la composición plural de su accionariado, que englobó a más de una veintena de empresas periodísticas, fenómeno infrecuente en la historia de los medios españoles de comunicación. El “desembarco de la prensa en el control de la radio en España” en los años ochenta, al que acertadamente alude Balsebre, tiene en Antena 3 un claro ejemplo; también en la consecuencia que él advierte de que “este nuevo perfil de la propiedad de la radio española intervendrá [...] activamente en la consolidación del prestigio político de la radio” (Balsebre, 2002: 483).

También en el plano de la propiedad, y a la luz de lo ocurrido, el papel de los hermanos Jiménez de Parga tuvo un doble componente jurídico y político: jurídico porque los conocimientos de ambos en materias de derecho político y mercantil resultaban sumamente útiles para el primer desarrollo de la cadena y para su aspiración a obtener finalmente un canal privado de televisión; y político por su clara significación en la vida pública española en los aledaños de los gobiernos de UCD.

A pesar de la pluralidad de sus socios capitalistas, es cierto que desde su fundación las posiciones predominantes del grupo Godó en su capital hicieron de éste su cara más visible, aunque se delegó la gestión ejecutiva, tanto comercial como periodística, en el director general Manuel Martín Ferrand, auténtica alma del proyecto. En todo caso, Antena 3 pudo hacer honor a su eslogan, “La primera cadena de radio totalmente privada en España”, que le ayudó a posicionarse públicamente y ser reconocida como empresa políticamente independiente. Tuvo conexiones indirectas, vía capital, con la UCD gobernante pero el crecimiento y éxito de la cadena se debieron más a la gestión e iniciativas del equipo directivo que a las concesiones –escasas– recibidas de los gobiernos centristas en 1981 y 1982, o a la hipotética influencia de un sector minoritario, al fin y al cabo, de accionistas cercanos al gobierno.

Finalmente, su singularidad radicó también en haber hecho calar en la opinión pública de su tiempo la identificación de Antena 3 con la libertad y la independencia. Enarbolando la bandera de la libertad, se erigió conscientemente en estandarte de dicha causa en la televisión y en la radio gracias a una eficaz labor de marketing. Cuando ni siquiera se habían conseguido las primeras licencias de radio, Antena 3 ya proclamaba en su publicidad: “Un país no puede plantearse su futuro con una sola

televisión. De la misma manera que existe más de un periódico, más de una emisora de radio, debe existir más de una sola opción de televisión. Por eso ha nacido Antena 3" (*La Vanguardia*, 15-11-1981, p. 21). Eran conceptos y razonamientos sencillos que, utilizados para la televisión, sirvieron de refuerzo para la imagen de la cadena de radio que echó a andar en 1982 hasta que la televisión privada fuera posible.

Referencias bibliográficas

- ANTENA 3 (1982): *Las razones de la televisión privada*, Madrid, Gráficas Valencia.
- BALSEBRE, A. (2002): *Historia de la radio en España. Vol. II (1939-1985)*, Madrid, Cátedra.
- BARRERA, C. (1995): *Sin mordaza. Veinte años de prensa en democracia*, Madrid, Temas de Hoy.
- BEAUMONT, J.F. (1982): "De las emisoras FM a las empresas 'multimedios'", en *AEDE*, nº 6, pp. 56-61.
- BUSTAMANTE, E. (2013): *Historia de la Radio y la Televisión en España. Una asignatura pendiente de la democracia*, Barcelona, Gedisa.
- DE LA VIUDA, L.A. (1982): "La empresa de la radiodifusión", en *AEDE*, nº 6, pp. 17-27.
- DÍAZ, L. (1992): *La radio en España, 1923-1993*, Madrid, Alianza.
- FAUS BELAU, A. (2007): *La radio en España (1896-1977)*, Madrid, Taurus.
- FERNÁNDEZ, I. y SANTANA, F. (2000): *Estado y medios de comunicación en España*, Madrid, Alianza.
- FRANQUET, R. (1988): "Radio: un oligopolio en transformación", en BUSTAMANTE, E. y ZALLO, R. (editores): *Las industrias culturales en España*, Madrid, Akal, pp. 77-107.
- FRANQUET, R. y MARTÍ, J.M. (eds.) (1989): *10 años de libertad de información en la radio española, 1977-1987*. Barcelona, Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat.

GARCÍA LLOVET, E. (1991): *El régimen jurídico de la radiodifusión*. Madrid, Marcial Pons.

GONZÁLEZ NAVARRO, F. (1982): *Televisión pública y televisión privada*, Madrid, Civitas.

HERRERO, L. (2007): *Los que le llamábamos Adolfo*, Madrid, La Esfera de los Libros.

—(2008): *En vida de Antonio Herrero*, Madrid, La Esfera de los Libros.

JIMÉNEZ DE PARGA, M. (2008): *Vivir es arriesgarse*, Barcelona, Planeta.

JIMÉNEZ DE PARGA, R. (1982): "La iniciativa privada en los medios audiovisuales", en *AEDE*, nº 6, pp. 13-15.

MARTÍN FERRAND, M. (1991): "Presente y futuro de Antena 3", en FAUS, A.: *Radio y Universidad*, Pamplona, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, pp. 21-45.

MIRÓ, S. (1997): *Zeta, el imperio del zorro*, Madrid, Vosa.

NOGUÉ, A. y BARRERA, C. (2006): *La Vanguardia, del franquismo a la democracia*, Madrid, Fragua.

PALACIO, M. (2012): *La televisión durante la Transición española*, Madrid, Cátedra.

Fuentes hemerográficas

Prensa diaria: *ABC, El País, La Vanguardia*.

Prensa especializada: *IP-Mark, Anuncios*.

Fuentes orales

DE LA VIUDA, Luis Ángel (15-4-2015)

GONZÁLEZ DE HARO, Rosalía (17-6-2015)

LA SEGUNDA EDAD DE ORO DEL HUMOR GRÁFICO GALLEGO (1982-2000)

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i04.09>

Félix Caballero Wangüemert
Universidad de Vigo
felixcaballero@hotmail.com

Recibido: 25-5-2015

Aceptado: 11-6-2015

Resumen: *Hacia 1970 comienza en el humor gráfico gallego una etapa de resurgimiento, después de más de tres décadas de censura y decadencia, que se confirmará en los años 80 y 90. El periodo comprendido entre 1982 y 2000 puede ser calificado como la segunda edad de oro del humor gráfico gallego, después de la primera y genuina, la protagonizada por Castelao y los humoristas de su generación entre 1909 y 1936. Este esplendor viene dado por el trabajo de dibujantes como Quesada, Siro, Xaquín Marín, Xosé Lois, Chichi Campos, Gogue y Pepe Carreiro, y por tres grandes acontecimientos para el género: la celebración de los encuentros de humoristas, la publicación de las revistas de humor Can sen Dono, Xó! y Sapoconcho, y la fundación del Museo do Humor de Fene.*

Palabras clave: Humor gráfico, prensa gallega, edad de oro, resurgimiento

Abstract: *Towards 1970 begins in the Galician cartoon a revival stage, after more than three decades of censorship and decadence, that will be confirmed in the years 80 and*

90. *The period between 1982 and 2000 can be qualified as the second golden age of Galician cartoon, after the first and genuine one, starring Castelao and the cartoonists of his generation from 1909 to 1936. This splendour is given by the work of illustrators such as Quesada, Siro, Xaquín Marín, Xosé Lois, Chichi Campos, Gogue and Pepe Carreiro, and by three major events for the genre: the meetings of cartoonists, the journals of humour (Can sen Dono, Xo! and Sapoconcho) and the Museum of Humour in Fene.*

Keywords: *Cartoon, Galician press, golden age, revival*

1 Introducción

1.1 Exposición de motivos

La Guerra Civil truncó la edad de oro del humor gráfico gallego, iniciada en 1909 con la revista viguesa *Vida Gallega*, y dio paso a una larga etapa de mediocridad de la que solo se salvaron algunas excepciones (Atomé, Quesada...). A finales de los años 60, la rica tradición del humor gráfico gallego de antes de la Guerra (Castelao, Maside, Cebreiro, Torres...) se había perdido y los nuevos humoristas estaban influidos fundamentalmente por *La Codorniz*.

Hacia 1970, con la irrupción de Siro y Xaquín Marín, comienza tímidamente una nueva etapa de recuperación del prestigio social del género y de la tradición perdida, que se verá confirmada en los años 80 y 90 con una serie de acontecimientos felices para el humor gráfico gallego: la apertura de los diarios a los humoristas autóctonos comprometidos con la lengua y la cultura del país, la celebración de los Encontros de Humoristas Galegos, la publicación de las primeras revistas de humor gráfico gallego desde la Guerra Civil (*Can sen Dono*, *Xó!* y *Sapoconcho*) y la fundación del Museo do Humor de Fene.

Las décadas de 1980 y 1990 pueden ser consideradas las más importantes de la historia del humor gráfico gallego después de las de 1910, 1920 y 1930 (hasta la Guerra Civil), cuando Castelao y los humoristas de su generación publicaron lo mejor de su obra en la revista *Vida Gallega* y en los principales diarios de la región, como *Galicia* (el primero que puso la viñeta en portada), *Faro de Vigo* (en el que Castelao desarrolló la mayor parte de su serie *Cousas da vida*), *El Pueblo Gallego*, *La Voz de Galicia* o *El Ideal Gallego*.

1.2 Metodología

Este es un estudio de carácter fundamentalmente histórico, basado en el análisis de fuentes primarias, como el *Manifesto en defensa do humor* de Siro y Xaquín Marín (1983) o las ponencias y comunicaciones del I Seminario Galego do Humor de Sada (1982), así como en una selección de la obra humorística de Quesada, Siro, Xaquín Marín, Xosé Lois, Chichi Campos, Gogue y Pepe Carreiro. En este sentido, se han consultado las siguientes antologías:

- a) QUESADA, Fernando (2011). *Quesada. 1961-2011*. Vigo: Faro de Vigo.
- b) LÓPEZ, S. (2009). A autonomía galega nas caricaturas de Siro. A Coruña: Deputación da Coruña.
- c) MARÍN, X. (1997). *Feito a man*. Santiago de Compostela: Consellería de Cultura da Xunta de Galicia.
- d) XOSÉ LOIS (2002). *20 anos de Carrabouxo*. Ourense: Deputación Provincial de Ourense.
- e) CAMPOS, X. (1993). *Xesús Campos. Unha visión aguda e vertixinosa de Galicia*. Santiago de Compostela: Consorcio da Cidade de Santiago. Catálogo da exposición do mesmo título presentada en el Museo do Pobo Galego de Santiago de Compostela en septiembre/octubre de 1993.
- f) GOGUE (2011). *Historias Floreánicas II*. O Grove: Todogrove.
- g) CARREIRO, Pepe (1997). *Fraga na Galiza*. Santiago de Compostela: Laiovento.

El corpus de las fuentes se completa con una serie de entrevistas realizadas por el autor a cinco de esos siete humoristas: Siro, Xaquín Marín, Xosé Lois, Gogue y Pepe Carreiro. Dos de ellas fueron hechas en el transcurso de una investigación para una tesis doctoral sobre Xaquín Marín, y tuvieron por protagonistas al propio Marín (entrevista personal, Fene [A Coruña], 4-10-2012) y a Siro (entrevista personal, A Coruña, 17-2-2012). Las otras habían sido realizadas con anterioridad para el libro *O humor en cadriños*, publicado por el autor en 2012. Las fechas en que tuvieron lugar fueron estas: Siro (comunicación electrónica, 10-11-2010), Xaquín Marín (comunicación electrónica, 3-12-2010), Xosé Lois (comunicación electrónica, 24-12-2010), Gogue (comunicación electrónica, 1-12-2010) y Pepe Carreiro (entrevista personal, Vigo [Pontevedra], 21-2-2011).

1.3 Hipótesis

a) En las décadas de 1980 y 1990, el humor gráfico gallego vivió un despertar, apuntado ya desde 1970, que le permitirá recuperar el prestigio social y profesional que tuvo antes de la Guerra Civil y vincularse, al menos en parte, a la rica tradición perdida con la contienda (la de Castelao, Cebreiro, Maside, Torres y tantos otros).

b) El periodo 1982-2000 es el más importante de la historia del humor gráfico gallego desde la edad de oro del género (1909-1936), por lo que puede ser calificado de la segunda edad de oro.

2 La edad de oro del humor gráfico gallego (1909-1936)

La aparición en Vigo en 1909 de la revista *Vida Gallega* inaugura la llamada edad de oro del humor gráfico gallego, en la que Alfonso Daniel Rodríguez Castelao¹ creará propiamente la moderna caricatura gallega a partir de la galleguización de la caricatura modernista, que había puesto de moda en toda Europa la revista alemana *Simplicissimus*², en la que sobresalía, entre otros caricaturistas, el noruego Olaf Gulbransson³ (López, 1996: XXX). El rianxeiro revolucionará el humor gráfico gallego con un trabajo en el que destacan la serie *Cousas da vida*, iniciada en el diario vigués *Galicia* en 1922 y continuada luego en *Faro de Vigo*, y el álbum *Nós*, publicado en 1931, pero con estampas realizadas entre 1916 y 1918.

Castelao creará enseguida escuela, y en un país donde existen pocos periódicos y menos lectores llegará a haber cerca de cien caricaturistas que publican humor gráfico con textos en gallego o bilingües: Maside, Cebreiro, Torres, Vidales Tomé, Prada,

¹ Alfonso Daniel Rodríguez Castelao (Rianxo, A Coruña, 1886-1950). Médico, político, escritor, pintor y dibujante. Uno de los padres del nacionalismo gallego. Cofundador del Partido Galeguista. Impulsor del Estatuto de Autonomía de Galicia. Diputado en Cortes durante la II República. Ministro sin cartera del Gobierno republicano en el exilio. Tras la Guerra Civil se exilió en Nueva York y luego en Buenos Aires, donde murió. De niño ya había vivido emigrado en Argentina. Como escritor es autor de las prosas *Cousas*, la obra de teatro *Os vellos non deben de namorarse* y el ensayo político *Sempre en Galiza*, entre otras muchas obras.

² *Simplicissimus* (1896-1967) constituye “un verdadero monumento de la cultura alemana” en el siglo XX. Contó con colaboradores literarios de la categoría de Thomas Mann, Rilke o Schnitzler, pero fue en la gráfica donde marcó una era, imponiendo la caricatura síntesis en todo el mundo, con dibujantes como Heine, Grosz, Blix y Gulbransson, entre otros muchos (López, 1996).

³ Olaf Gulbransson (Oslo, Noruega, 1873-1958) fue uno de los principales dibujantes de *Simplicissimus*, donde comenzó a colaborar en 1902. Referente internacional de la caricatura síntesis, intentó simplificar todas las múltiples formas de la naturaleza en unas pocas fórmulas expresivas, y apresar en un trazo cada gesto y en unas pocas líneas el carácter del modelo (López, 1996).

Romano, Ribas, Fernández Mazas...⁴. Entre ellos figuran algunos de los artistas que renovarían la plástica gallega en el siglo XX, como Maside, Torres, Seoane o Laxeiro. Algunos de estos humoristas colaborarán también en la prensa madrileña, en concreto en el diario *El Sol*, como Castelao, Maside, Cebreiro y Torres, este último con viñetas en gallego.

3 Las décadas oscuras (1936-1970)

La Guerra Civil truncó la edad de oro del humor gráfico gallego (1909-1936) y supuso una ruptura total con la edad de oro. Algunos de los caricaturistas de la etapa anterior fueron fusilados (Díaz Baliño, Huici...), otros marcharon al exilio (Castelao, Ribas, Seoane...) y los que se quedaron aquí fueron obligados a callar.

Cebreiro, Torres y Vidales Tomé volvieron fugazmente después de la contienda bélica, pero sin el empuje anterior⁵, y el humor gráfico gallego entró en una etapa de censura y mediocridad –en tres largas décadas oscuras– de la que apenas se salvaron algunos pocos nombres: Atomé, Lalo, Quesada...

Atomé (Antonio Tomé Taboada, 1915-1974) trabajó para *El Ideal Gallego* de A Coruña desde 1965 hasta su muerte en 1974. Su dibujo y sus textos recuperan lo mejor de la tradición perdida de la generación de Castelao, pero las difíciles circunstancias de la época (la precariedad, la censura, la represión, la hostilidad del régimen hacia las lenguas vernáculas...) y el poco eco del diario en el que colaboraba (el segundo de la ciudad herculina, muy lejos de *La Voz de Galicia*) impidieron que le devolviese al humor gráfico gallego el papel y la tradición que le correspondían⁶.

⁴ Clodio González Pérez ha realizado muchos trabajos sobre estos autores de la generación de Castelao, incluidas las siete monografías de la colección *Os Nosos Humoristas* de Edición do Castro –Castelao (1982), Vidales Tomé (1982), Padín (1983), Maside (1983), Prada (1984), Torres (1985) y Cebreiro (1986)– y un libro en que ofrece semblanzas de 50 de ellos (1986).

⁵ Álvaro Cebreiro Martínez (A Coruña, 1903-1955) colabora a partir de 1950 en el diario coruñés *El Ideal Gallego* hasta su muerte, el 9 de noviembre de 1955. El periódico publicaría después de su fallecimiento un libro con una selección de sus viñetas: *Dibuxos de Cebreiro*, A Coruña, 1958. Manuel Torres Martínez (Marín, Pontevedra, 1901-1995) retoma el humor gráfico en *La Voz de Galicia* de A Coruña entre 1962 y 1964. Ignacio Vidales Tomé (Ponteareas, Pontevedra, 1896-1963) publica en *Faro de Vigo* viñetas de fútbol entre 1955 y 1957.

⁶ Sobre Atomé, se puede consultar el libro GONZÁLEZ PÉREZ, C. (2000). *Atomé. O debuxante e humorista de Santa Comba*. Santa Comba: Asociación Cultural “Comarca do Xallas”.

Lalo (Bernardo Vázquez Gil 1927) colaboró entre 1954 y 1979 en *El Pueblo Gallego* de Vigo, donde convirtió en popular a su personaje Gorechiño⁷.

Quesada (Fernando Quesada Porto, 1933) empezó en *Faro de Vigo* en 1961 haciendo caricatura internacional (Nixon, De Gaulle, Mao Tse Tung, Golda Meir...), una de las pocas vías de escape que tenían los humoristas de la época.

A finales de la década de 1960, el hacer de los nuevos humoristas gallegos estaba más influido por *La Codorniz*⁸ —y especialmente por Mingote— que por cualquier otra cosa⁹ (López, 1997). En la mítica revista colaboraban dos dibujantes gallegos —Abelenda y Julio Cebrián, ganadores los dos del Premio Paleta Agromán—, y en los años 70 aún lo harían Xaquín Marín y Quesada. Incluso Pepe Carreiro llegó a publicar dos dibujos.

4 El resurgimiento (1970-2000)

4.1 Los inicios de una nueva era (1970-1982)

En este contexto, hacia 1970 Siro y Xaquín Marín se inician en el humor gráfico colaborando en *Chan*¹⁰, la revista gallega que dirigía en Madrid el compostelano Raimundo García Domínguez, más conocido como *Borobó*, una de las figuras claves del

⁷ Sobre Gorechiño, existe la antología VÁZQUEZ GIL, L. (1978). *Cousas de Gorechiño*. Vigo: Gráficas Alpima.

⁸ *La Codorniz* fue la revista española de humor gráfico más importante del siglo XX. Fundada por Miguel Mihura (Madrid, 1905-1977), cultivó, sobre todo en sus inicios, un humor surrealista y absurdo. En 1944, Mihura vendió la revista al conde de Godó y la publicación pasó a ser dirigida por Álvaro de Laiglesia, que le imprimó un sello más social, sin exagerar (al fin y al cabo, hasta 1966 siguió vigente el sistema de censura previa impuesto por el franquismo durante la Guerra). En la revista marcaron época dibujante como Tono, Herreros, Gila, Mingote o Chumy Chúmez. Entre los estudios sobre la publicación destaca especialmente LLERA RUIZ, J.A. (2003). *El humor verbal y visual de La Codorniz*. Madrid: CSIC.

⁹ La rica tradición del humor gráfico de antes de la Guerra había caído en el olvido. Las nuevas generaciones no conocían la obra de Castelao. Sus *Cousas da vida* no se recuperaron hasta que Galaxia publicó una amplia selección en siete volúmenes. El primero salió en 1961 y el segundo en 1968, pero los otros cinco no vieron la luz hasta 1971.

¹⁰ *Chan* fue una revista quincenal gallega editada en Madrid entre 1969 e 1971. Salieron un total de 38 números. Escrita mayoritariamente en castellano, abrió espacios al gallego y fue relativamente aperturista en general. Se hicieron comentarios sobre la obra de Castelao y se reprodujeron algunos de los cuadros de “Cousas da vida”.

periodismo gallego. Ahí Siro publicó en 1970 sus *Nenos* y Marín en 1971 *O Emigrante*, su primer cómic.

González Pérez (1984) considera estas dos colaboraciones el punto de partida de una nueva etapa en el humor gráfico gallego, que pone fin a las décadas oscuras y supone la recuperación, por una parte, del prestigio perdido, y por otra, de la identidad gallega, sobre todo a través de la escritura (la mayoría de los humoristas escribirán en gallego) y en menor medida, también del dibujo, que en algunos casos (Siro, Xaquín Marín, Pepe Carreiro) beberá claramente de las fuentes de la tradición de Castela, Maside, Cebreiro, etc., aunque siempre con peculiaridades e innovaciones.

Pero el camino se andará despacio. Los años 70 son solo el prólogo de los dos decenios que, efectivamente, confirmarán el resurgimiento del humor gráfico gallego y que podríamos calificar de auténtica segunda edad de oro. Al estreno de Siro y Xaquín Marín en *Chan* hay que sumar otros hitos: en 1970, Quesada publica en *Faro de Vigo* sus primeras viñetas en gallego; en 1971, Siro inaugura la moderna caricatura política gallega en *Ferrol Diario* y en 1972 empieza a colaborar en *El Ideal Gallego* de A Coruña; en 1975, Xaquín Marín se incorpora también a *El Ideal*, después de haber colaborado en Madrid en *Hermano Lobo* y *La Codorniz*... Hacia 1975 sólo había cuatro humoristas en la prensa gallega que publicaban en gallego, y no siempre (Siro, Xaquín Marín, Quesada y Lalo).

Quesada, sin duda el humorista gráfico gallego más conocido en el resto de España por sus colaboraciones en la prensa madrileña desde los años 60 (*Pueblo*, *Arriba*, *La Codorniz*, *Cambio-16*, *Blanco y Negro*, *Interviú*...), alcanzó en los 70 una popularidad inusitada en Galicia, sobre todo en la zona de influencia de *Faro de Vigo*, debido a los cinco libritos de la serie *Chispas da roda*, publicados en la colección *O Moucho* de Edicións Castrelos¹¹, que fueron reeditados continuamente y convirtieron al autor en el más vendido de todo el sistema editorial gallego, según Méndez Ferrín (Quesada, 2011: 5).

En la década de 1970 debemos diferenciar dos subetapas: antes y después de 1977. La primera se corresponde todavía con el tardofranquismo y el franquismo sin Franco. La Ley de prensa de Manuel Fraga, de 1966, había derogado la censura previa, pero en España no habrá verdadera libertad de expresión hasta que la Constitución de 1978, aprobada en referéndum el 6 de diciembre de 1978 y en vigor desde el 29 de diciembre del mismo año tras su publicación en el Boletín Oficial del Estado (BOE),

¹¹ Fundada por el poeta Xosé María Álvarez Blázquez, la colección *O Moucho* significó un hito en la historia del libro gallego, excediendo los campos intelectuales y en cierto modo elitistas a los que se había dirigido tradicionalmente para abrirse a lo popular. Su objetivo principal era introducir la lengua gallega en los hogares. Los libros alcanzaron una distribución desconocida en Galicia. Salieron de las librerías y se vendieron en tabernas, ferreterías, ferias y mercados. El activismo cultural de la época y el bajo precio de los libros (30 pesetas) favorecieron su difusión. Del *Catecismo do labrego*, de Valentín Lamas Carvajal, se tiraron 100.000 copias.

recoja y proteja el derecho a la información y la libertad de expresión, permitiendo solo el secuestro de publicaciones “en virtud de resolución judicial”.

El panorama había empezado a cambiar en 1977 con la puesta en marcha de la Transición. El Real Decreto-Ley 24/1977, de 1 de abril, suprimió parcialmente el secuestro administrativo de publicaciones (se mantenía en casos de informaciones contrarias a la unidad de España, la Monarquía o las Fuerzas Armadas) y derogó el polémico artículo 2 de la Ley Fraga, por el que se sometía la libertad de expresión a los Principios del Movimiento Nacional. Otro decreto, el Real Decreto-Ley 23/1977, de 1 de abril, sobre reestructuración de los órganos dependientes del Consejo Nacional y nuevo régimen jurídico de las asociaciones, funcionarios y patrimonio del Movimiento, desmanteló formalmente la estructura de los medios de comunicación al servicio del Movimiento y los adscribió a un organismo autónomo dependiente del Ministerio de Información y Turismo.

Prueba de que aún no había libertad de prensa a pesar de la muerte de Franco fue el doble proceso (militar y civil) que tuvo que afrontar Siro en 1976 por dos viñetas publicadas en *El Ideal Gallego*. El humorista ferrolano fue procesado por la justicia civil por ofender a la Magistratura de Trabajo con un cómic de seis viñetas inspirado en un artículo de Ciriaco de Vicente que acusaba a la Magistratura de Trabajo de atentar contra los trabajadores. El ministerio fiscal acabó retirando los cargos. Pero más grave resultó el consejo de guerra que se le dictó el 16 de diciembre de ese año por una viñeta publicada el 31 de octubre. El cuadro reproducía íntegramente en gallego el discurso final de *El gran dictador*, la película de Charles Chaplin que acababa de estrenarse en España después de haber estado más de treinta y cinco años prohibida. La viñeta llevaba por título “¡Luchad por la libertad!”, la frase final del discurso, dirigido a los soldados. La justicia militar acusó a Siro de sedición, y pidió para él seis años y un día de arresto mayor. El consejo de guerra no llegó a celebrarse por la amnistía general de octubre de 1977 (Siro, entrevista personal, A Coruña, 17-2-2012).

4.2 La segunda edad de oro del humor gráfico gallego (1982-2000)

4.2.1 Hitos del humor gráfico gallego

1) El I Seminario Galego do Humor (1982)

El auténtico resurgimiento del humor gráfico gallego no se producirá hasta la década de 1980, que confirmará el fenómeno apuntado desde 1970. El punto de partida es el I Seminario Galego do Humor, celebrado el 26 y el 27 de junio de 1982 en el Laboratorio

del Castro, en Sada (A Coruña), bajo el magisterio de Isaac Díaz Pardo¹², cuyo padre, el pintor Camilo Díaz Baliño, también había practicado el humor gráfico antes de la Guerra Civil. El encuentro reunirá a la práctica totalidad de los humoristas gallegos de la época (Quesada, Siro, Xaquín Marín, Chichi Campos, Xosé Lois, Gogue, Pepe Carreiro...), así como estudiosos del humor. Se aprobó la constitución de una secretaría permanente para recoger ideas y obra de cara a la concreción de un proyecto de una revista de humor gráfico, y Gogue y Pepe Carreiro presentaron su propio proyecto, *Can sen Dono*, que se materializaría unos meses más tarde, entrado ya 1983. Además, se presentaron seis ponencias y comunicaciones:

- a) *Eso da risa, a broma e mais o humor* (Carlos Baliñas)
- b) *O humor como instrumento de autocrítica* (Celestino Ledo)
- c) *Aproximación á historia do humor gráfico galego* (Clodio González Pérez)
- d) *O cómic* (Agustín Fernández Paz)
- e) *Notas para unha filosofía do humor* (Siro)
- f) *A caricatura* (Siro)

También en 1982, Ediciós do Castro, con Díaz Pardo al frente, comienza a publicar la colección “Os nosos humoristas”, que permitirá rescatar la obra de siete de los grandes maestros de la edad de oro: Castelao (1982), Vidales Tomé (1982), Padín (1983), Maside (1983), Prada (1984), Torres (1985) y Cebreiro (1986). La colección estaba dirigida por Clodio González Pérez, autor de las siete monografías. Se completaba así el rescate de una generación que había empezado en 1971 con Castelao, cuando la Editorial Galaxia publicó *Cousas da vida*¹³.

2) El Manifiesto en defensa do humor (1983)

Pero el punto de inflexión de este despertar del humor gráfico gallego en los años 80 lo constituyó la campaña que, a partir de enero de 1983 y durante dos años, llevaron adelante Siro y Xaquín Marín por toda Galicia con una exposición conjunta itinerante y la presentación del *Manifiesto en defensa do humor*.

Los dos humoristas emprendieron “unha campaña en favor do humor galego” que, según ellos, “perigaba na súa singularidade e importancia”. La iniciativa, que duró dos

¹² Tras abandonar las artes plásticas, en pleno reconocimiento de su labor, fundó con otros socios la fábrica de Cerámicas do Castro en el Castro de Samoedo (Sada) en 1947. En 1963 constituyó en Argentina, junto con otros destacados galleguistas, como Luis Seoane, el Laboratorio de Formas, precursor de otras actividades industriales y culturales como la restauración de la producción de cerámica de Sargadelos, en colaboración con Cerámicas do Castro (1963), la editorial Ediciós do Castro (1963), el Museo Carlos Maside (1970), el restaurado Seminario de Estudos Galegos (1970), el Instituto Galego de Información, etc. Su faceta más conocida fue la dirección y administración del Grupo Sargadelos.

¹³ Eran siete volúmenes. El primero salió en 1961 y el segundo en 1968, pero los otros cinco no se publicaron hasta 1971.

años, consistió en una exposición itinerante de viñetas de los dos “acompañada dun Manifesto en Defensa do Humor que denunciaba a inhibición de autoridades políticas e culturais en apoiar unha das principais peculiaridades dos galegos” (Marín, 1995: 11). Se trataba, en definitiva, de llamar la atención de sociólogos, críticos de arte, entidades culturales y medios de comunicación sobre la falta de atención en los últimos años para el humor, gráfico y literario, en Galicia.

El *Manifesto* tenía cuatro ideas fundamentales (López y Marín, 2009: 7):

a) Recordaba que, como había dicho Ramón Piñeiro¹⁴, “o humorismo é unha das calidades distintivas do espírito galego”. Galicia “ten o humor como arma defensiva”, “deu os únicos humoristas das letras españolas” y es una tierra donde “os humoristas anónimos xorden como cogumelos”, “o sorriso intelixente é un esperanto entre as xentes de boa vontade” y “aínda sabemos sorrir ‘a pesar de”, señalaban.

b) Denunciaba que se había olvidado esta singularidad. Lo olvidaron los sociólogos, las entidades culturales, los críticos de arte, los responsables de los medios de comunicación, los responsables de las iniciativas empresariales..., decían.

c) Reivindicaba un trato de justicia para el humor: “Non pedimos para el un trato de favor, pero tampouco queremos velo abafado no outro extremo (...). Simplemente reivindicamos no seu nome un trato de xustiza”.

d) Invitaba a todos a “participar na tarefa de dignificación do xénero, e, en concreto, do humor gráfico galego”.

La campaña, en colaboración con la Caixa de Aforros de Galicia, llevó la exposición y el *Manifesto* a Ferrol, Santiago, A Coruña, Neda, As Pontes, Pontedeume, Pontevedra, Perlío (Fene), Vilagarcía de Arousa, Monforte y Sarria. En todas estas ciudades y pueblos el *Manifesto* fue presentado por intelectuales de gran prestigio, como Ramón Piñeiro o Domingo García-Sabell¹⁵.

El *Manifesto en defensa do humor* consiguió enseguida cuatro importantes frutos tangibles:

¹⁴ Ramón Piñeiro López (Láncara, Lugo, 1915-1990). Figura histórica del galleguismo durante el siglo XX, su aportación fue decisiva para que, después de la Guerra Civil el Partido Galeguista en el interior abandonase la acción política y se centrase en la cultural, con la fundación de la editorial Galaxia y la revista *Grial*, entre otras actividades. Como escritor destacan sus aportaciones en el campo de la filosofía, la orientación lingüístico literaria y la traducción. Fue el primer presidente del Consello da Cultura Galega.

¹⁵ Domingo García-Sabell Rivas (Santiago de Compostela, A Coruña, 1908-2003). Médico y escritor galeguista. Colaboró con Ramón Piñeiro, dirigiendo la editorial Galaxia en 1950. Senador por designación real en 1977. Presidente de la Real Academia Galega (1979-1997) y delegado del Gobierno en Galicia (1981-1996).

- a) La apertura de los diarios a los humoristas gallegos comprometidos con la lengua y la cultura del país.
- b) Los Encuentros de Humoristas Galegos.
- c) Las primeras revistas de humor gráfico desde la Guerra Civil: *Can sen Dono*, *Xó!* y *Sapoconcho*.
- d) El Museo do Humor de Fene

3) Los Encuentros de Humoristas Galegos (1984-1988)

Los Encuentros de Humoristas Galegos, conocidos también como los Encuentros de Humoristas do Condado, por celebrarse en diversos municipios de esta comarca del sur de Pontevedra, fueron cinco y tuvieron lugar entre 1984 y 1988. La primera edición se desarrolló en Mondariz, en el Castillo de Vilasobroso, en 1984. Las cuatro siguientes se celebraron en Salvaterra do Miño (1985, 1986 y 1988) y O Porriño (1987). Los Encuentros tenían lugar en régimen de autoconvocatoria, aunque contaban con el respaldo de la Sociedade Cultural e Deportiva do Condado, y aprovechaban la infraestructura de su Festival de Poesía.

Aunque no se llegó a alcanzar ninguno de los objetivos prácticos perseguidos (el principal era la creación de una asociación de los humoristas gallegos), para su organizador en la sombra, Xosé Alberte Suárez Lage (comunicación telefónica, 25-9-2012), más conocido como *Picho* Suárez Lage, los Encuentros tuvieron un balance muy positivo porque contribuyeron al nacimiento de las revistas de humor, a la normalización del humor gráfico en la prensa diaria, a la sensibilización sobre las dificultades de la libertad de expresión y a la lucha contra la censura en los medios.

4) Las revistas de humor (1983-2000)

Tres fueron las revistas de humor que aparecieron en las décadas de 1980 y 1990: *Can sen Dono* (Vigo, 1983), *Xó!* (Vigo, 1991) y *Sapoconcho* (Fene, 1994). Su vida fue breve y, en el caso de las dos primeras, discontinua, pero su aportación al empoderamiento del humor gráfico en Galicia resultó notable.

El primer número de *Can sen Dono*¹⁶ salió en marzo de 1983. El proyecto había sido presentado en el I Seminario Galego do Humor de Sada. Se editaron 27 números – cinco de ellos, extraordinarios– hasta abril de 1991, en dos etapas. De periodicidad mensual al principio, pasó luego a trimestral y finalmente a circunstancial (los últimos números aparecieron solo coincidiendo con acontecimientos puntuales como las elecciones, el referéndum de la OTAN, la Guerra del Golfo Pérsico, etc.). Estaba dirigida por Pepe Carreiro, coordinada por Gogue y editada por Antonio Mascato, aunque

¹⁶ *Can sen Dono* y las otras dos revistas de humor gráfico que se publicaron en Galicia durante los años 80 y 90 (*Xó!* e *Sapoconcho*) han sido estudiadas pormenorizadamente por Alberto Pascual Carballo en su libro *Humor gráfico galego. Da transición ao século XXI* (Ir Indo, Vigo, 2009).

como director de la segunda etapa, a partir de los Carnavales de 1989, figuraba *Picho Suárez Lage*. Se trataba de una revista abierta y plural, en la que colaboraron todos los humoristas que quisieron, sin obstáculo alguno, desde Quesada a Xaquín Marín.

Xó!, que vino a cubrir el hueco dejado por la definitiva desaparición de *Can sen Dono*, salió a la calle por primera vez en octubre de 1993. Se titulaba “A voz que para as bestas”¹⁷. Se editaron 39 números en dos etapas, hasta marzo de 2000. En la primera etapa salieron 18 números (del 0 al 17), hasta febrero de 1994, y en la segunda, 22 (del 18 al 39). Los números 20 a 37 llevaban un suplemento de cuatro páginas titulado *Arre, la voz de las bostas de las bestias*. La periodicidad empezó siendo semanal para pasar luego a mensual. Fue fundada por Suárez Lage (que figuraba como director), Pepe Carreiro y Claudio López Garrido. Antonio Mascato también participó activamente. Era una revista satírica, más tendenciosa que *Can sen Dono*.

Sapoconcho constituye un caso distinto. Era el boletín del Museo do Humor de Fene. De periodicidad trimestral, editó 19 números entre el 18 de diciembre de 1994 y el 19 de enero de 2000, además de dos extraordinarios, sobre las XI e las XII Xornadas de Humor del Museo, con fecha de 27 de abril de 1996 y 26 de abril de 1997, respectivamente. Editado con la colaboración del Ayuntamiento de Fene y de la Secretaría Xeral de Comunicación de la Xunta de Galicia, no tenía publicidad y era gratuito. Se enviaba a todo el mundo y en él colaboraron desinteresadamente grandes figuras del humorismo mundial. Tenía una perspectiva universal, con interés particular para los grandes dibujantes latinoamericanos y con una finalidad declarada de abrir cantera en Galicia.

5) El Museo do Humor de Fene (1984)

El Museo do Humor de Fene fue, sin duda, el acontecimiento más importante relacionado con el humor gráfico de todos cuantos tuvieron lugar en Galicia por esos años. Y esto por dos motivos: porque se trataba del primer museo de humor de la península ibérica y uno de los pocos de todo el mundo; y por su sobresaliente papel como dinamizador del humor gráfico en toda Galicia.

Todavía hoy sigue siendo prácticamente el único museo de humor de España, porque las experiencias llevadas a cabo últimamente en El Toboso (Toledo), Torre de Juan Abad (Ciudad Real) y Casasimarro (Cuenca) presentan todavía un estado embrionario.

¹⁷ Ya sabemos que para las revistas de humor gráfico los subtítulos no son una cuestión baladí. Recordemos que *La Codorniz* se proclamaba “La revista más audaz para el lector más inteligente” y *Hermano Lobo*, “Semanario de humor dentro de lo que cabe”.

Por otro lado, Osvaldo Macedo de Sousa¹⁸ (entrevista personal, 2-5-2013) calcula que a día de hoy los museos de humor en todo el mundo no pasan de unos treinta.

El Museo do Humor de Fene fue inaugurado el 25 de noviembre de 1984. Fundado y dirigido hasta 2008 por Xaquín Marín, sus fondos están formados por una sobresaliente selección de lo mejor del humor gráfico gallego, español e internacional. Sin embargo, lo más reseñable de esta entidad es la extraordinaria labor de divulgación y dinamización del humor gráfico en toda Galicia, especialmente mientras Marín fue su director, destacando sobre todo la convocatoria anual hasta 2007 de las Xornadas de humor y de los Premios Curuxa, además de la edición del boletín *Sapoconcho* entre 1994 y 2000.

6) Otros acontecimientos felices para el género

El impulso experimentado por el humor gráfico gallego desde 1982 llegó hasta entrado el nuevo siglo con otros acontecimientos felices para el género:

a) La Plaza del Humor de A Coruña, diseñada por Siro e inaugurada en 1990. Siro y Marín defendían la creación en las ciudades de paseos y espacios públicos dedicados al humor. La Plaza del Humor fue un encargo del Ayuntamiento de A Coruña al primero para que rehiciera la vieja Plaza de San Agustín. Siro diseñó una plaza con estatuas de Alfonso Daniel R. Castelao y Álvaro Cunqueiro, bustos de Julio Camba, Wenceslao Fernández Flórez y Vicente Risco, y caricaturas en el suelo de Honoré Daumier, George Grosz, Miguel de Cervantes, Francisco de Quevedo, Ramón María del Valle-Inclán, Eduardo Blanco Amor, Oscar Wilde, Antonio Mingote, Antonio Fraguas *Forges*, Astérix y Charly Rivel, entre otros.

b) La Bienal da Caricatura de Ourense, organizada por la Casa da Xuventude. La primera edición tuvo lugar el 19 y 20 de octubre de 1992, y la novena y última, del 5 al 30 de marzo de 2008. La enfermedad y posterior muerte de Benito Losada, alma máter de la Casa da Xuventude, y los recortes derivados de la crisis económica determinaron su desaparición. Constituyó un puente de unión con el humor gráfico portugués, que estuvo presente siempre desde la tercera edición con exposiciones y la participación de dibujantes lusos en las llamadas “fiestas de la caricatura”.

c) *Xatentendo.com*, suplemento de humor gráfico del diario coruñés *La Voz de Galicia*, coordinado por Siro y Manuel Guisande. Constituyó un hito en la prensa española, no solo gallega. Como suplemento propiamente dicho (después siguió un poco más como sección del periódico) se editó durante un año. El primer número apareció el 24 de junio de 2000, y el último, el 16 de junio de 2001. Según Siro (entrevista personal, 17-2-2012), el suplemento tuvo una vida tan corta porque salió en un momento en que el

¹⁸ Investigador, divulgador y dinamizador del humor gráfico, es el principal impulsor de los premios nacionales de humor gráfico que se conceden todos los años en Portugal desde 1987.

editor de *La Voz de Galicia*, Santiago Rey, había dejado el periódico en las manos de su hijo Emilio, quien prescindió de todo el equipo directivo del padre y se rodeó de gente ajena al periodismo que no respaldó la iniciativa, con la única excepción del director, Bieito Rubido, que “apoiou o *Xatentendo* desde o primeiro día ata o derradeiro”, pero “quedou só na súa defensa”. *Xatentendo.com* tenía 16 páginas y se distribuía todos los sábados. Llevaba el subtítulo de “Arrobas de humor sin conservantes ni colorantes para un nuevo milenio”.

d) *O Farelo*, suplemento de humor gráfico del periódico quincenal *A Peneira*, editado en Pontearreas. Tenía una periodicidad mensual, ya que se entregaba con el número de la segunda quincena de cada mes. Estaba dirigido por Guillermo Rodríguez Fernández, director también del periódico. Se editó desde enero de 2001 hasta finales de 2009, poco antes del fin de *A Peneira*. Su lema era “Revista de humor que rabea por peneirar”.

4.2.2 Humoristas principales

Al resurgimiento del humor gráfico gallego contribuyó un gran número de dibujantes, cuyo rastro puede seguirse en el libro de Alberto Pascual Carballo *Humor gráfico galego. Da transición ao século XXI* (Ir Indo, Vigo, 2009), que incluye un glosario de todos los que colaboraron en las revistas *Can sen Dono*, *Xó!* y *Sapoconcho*. Los catálogos de la Bienal da Caricatura de Ourense también recogen unas pinceladas biográficas de todos los humoristas participantes en sus nueve ediciones.

Entre los humoristas gráficos que destacaron en la prensa diaria en estos años podemos distinguir tres generaciones, con una diferencia de solo un lustro entre ellas. La primera estaría representada por Siro y Xaquín Marín, nacidos ambos en 1943. La segunda la protagonizaría Xosé Lois, que nació en 1949. En la tercera sobresalen tres grandes nombres venidos al mundo alrededor de 1953: Chichi Campos (1952), Gogue (1953) y Pepe Carreiro (1954). La Asociación de Escritores en Lingua Galega (AELG) quiso reconocer su labor entregándoles en 2013 a todos ellos –excepto a Chichi Campos, fallecido hace más de veinte años– su premio Bós e Xenerosos, “pola súa defensa do idioma no ámbito do humor gráfico, que deu á luz unha obra na que vemos espellada a nosa realidade cunha visión crítica e esperanzadora” (AELG, 2013).

A todos ellos debemos añadir el nombre de Quesada (Ourense, 1933), que, aunque se inició en el oficio en la etapa anterior, con la tímida apertura de los 70 fue ensanchando los límites de la temática de sus chistes, explorando la cotidianidad de la cultura tradicional y empleando la lengua gallega como la principal de sus viñetas. Es entonces cuando aparecen sus personajes más característicos y divertidos: los labriegos maestros de la retranca, los afiladores que llevan media hora pidiendo paso entre el tráfico rodado, los emigrantes sentados en sus maletas, los albañiles y canteros que manejan petrodólares...



Figura 1: Quesada, Adolfo Suárez, *Faro de Vigo*, 1979

Todos estos humoristas son buena prueba de que el humor gráfico puede y debe ser considerado un género periodístico de opinión, como señalan cada vez más autores (Morán, 1988; Gomis, 1987 y 2008; Santamaría, 1997; Galindo, 2000; Barrero, 2007; Tejeiro y León, 2009; Paniagua, 2011). Todos ellos subrayan su semejanza con la columna e incluso con el editorial, a pesar de tener sus peculiaridades (Barrero, 2007: 31-32; Gomis, 1987: 244-246). Por eso, Paniagua (201: 162), en feliz juego de palabras, dice que la del humor gráfico no es solo una “opinión dibujada”, sino también “desdibujada”. La Constitución de 1978 consagró el derecho a la información y la libertad de prensa, y permitió así el libre ejercicio de la crítica periodística, también desde el humor gráfico. Esto impulsó, sin duda, el acercamiento del dibujo de humor al periodismo de opinión. En Galicia, el caso más acentuado quizás sea el de Siro, quien durante más de 20 años se encargó a diario de comentar gráficamente la noticia más importante de la política gallega. La viñeta acompañaba a la información en las páginas de “Galicia”, en una práctica quizás única en toda España por su duración y sistematicidad.

Siro (Siro López Lorenzo, Ferrol, 1943) es, probablemente, el humorista que más se ha empeñado en vincular al humor gráfico gallego con la tradición iniciada con Castelao, al que ha estudiado pormenorizadamente y con el que fue comparado en sus inicios. Tras trabajar durante 30 años como caricaturista político en *La Voz de Galicia*, se retiró del oficio en 2006 para centrarse en la pintura y el ensayo. En la radio, entre otras iniciativas, dirigió el programa *Corre Carmela que chove*, que alcanzó una gran popularidad.



Figura 2: Siro, caricatura de Manuel Fraga y Xosé Manuel Beiras, *La Voz de Galicia*, 2002.

Xaquín Marín Formoso (Ferrol, 1943) está considerado el padre del cómic gallego junto al desaparecido Reimundo Patiño, con el que en 1975 publicó el libro *Dúas viaxes*. Como humorista colaboró en *Hermano Lobo* y *La Codorniz* antes de incorporarse a la prensa diaria gallega, primero en *El Ideal Gallego* (1975) y luego, desde 1988 hasta la actualidad, en *La Voz de Galicia*. Fue fundador y director del Museo do Humor de Fene (1984). Es el padre de personajes como Gaspariño o Isolino. No es solo uno de los mejores y más internacionales humoristas gráficos gallegos de los últimos cuarenta años, sino también y sobre todo, según el propio Siro, “o grande innovador do humor gráfico galego desde Castelao, aínda que a súa aportación resulte tan persoal que non posibilite a aparición de continuadores” (López, 1997: 18). El mérito de Marín consiste en haber transformado “a caricatura modernista alemana, galeguizada por Castelao, dotándoa dunha forza e solidez que fan recordar o mellor das nosas artes románica e barroca” (López, 1997: 18).



Figura 3: Xaquín Marín, *El Ideal Gallego*, 1976.

Xosé Lois (Xosé Lois González Vázquez, Ourense, 1949) es uno de los humoristas gráficos gallegos que mejor domina el juego de palabras. Consiguió una popularidad que, por veces, recuerda a la de Quesada en los años 70 y 80. De hecho, su personaje O Carrabouxo (que dibuja en *La Región* desde 1982) puede presumir de haber conseguido una cosa verdaderamente insólita en un ser de ficción: tener una estatua propia. Mafalda, la inolvidable niña de Quino, es uno de los pocos personajes de humor gráfico inmortalizados en estatua (en Buenos Aires, en el barrio de San Telmo). La de O Carrabouxo, hecha por el escultor César Lombera, fue levantada en 2002 en el ourensano Parque de San Lázaro.



Figura 4: Xosé Lois, O Carrabouxo, *La Región*, 2009

Xesús Campos Álvarez, más conocido como Chichi Campos, nació en la Laguna (Tenerife) en 1952 y falleció en Santiago de Compostela en 1991. Fue uno de los más inteligentes y prolíficos humoristas gallegos, lleno de ingenio e ironía, pero su prematura muerte, el 26 de febrero de 1991, cuando apenas tenía 38 años, privó a Galicia de lo mejor de su carrera. Cofundó a principios de los 70, con Xosé Díaz Arias y Luís Caparrós Esperante, el grupo de cómic del Castro, que publicaría desde Suiza un único número de la revista *A Cova das Choias* (1974). Su obra es un testimonio humorístico, subversivo e irreverente de la Transición, con especial predilección por los estamentos político, económico, religioso y militar de la época. Colaboró en numerosas publicaciones gallegas y foráneas (*A Voz do Pobo*, *Mundo Obrero*, *A Nosa Terra*, *La Voz de Galicia*, *El Ideal Gallego*, *El Progreso*, *La Región*), además de ser guionista de la recién nacida TVG.



Figura 5: Chichi Campos, Landelino Lavilla.

Gogue (José Rodríguez López, O Grove, 1953) es también padre de un personaje muy popular, Floreano, tanto que comparte con el Carrabouxo de Xosé Lois el honor de tener una estatua propia. A Floreano, al que Gogue dibuja diariamente en *Faro de Vigo* desde 1989, lo inmortalizó en bronce Lucas Míguez. La estatua se levantó en julio de 2011 en la Plaza de Arriba de O Grove, enfrente de la casa natal del humorista. Gogue es, además, un excelente caricaturista, con una gran reputación en los Estados Unidos, donde colabora en diversas publicaciones desde hace muchos años.



Figura 6: Gogue, Floreano, *Faro de Vigo*.

Pepe Carreiro (Xosé Carreiro Montero, Vigo, 1954) es, con Xaquín Marín, el único humorista gráfico gallego de los actualmente en ejercicio que dibuja en gallego, según Siro (entrevista personal, 17-2-2012), aunque él discrepa de esta apreciación. Además es uno de los más críticos, como mostró en *La Voz de Galicia*, *El Mundo* (Galicia) o *Xornal de Galicia*, y de lo que da fe su libro recopilatorio *Fraga na Galiza* (Laiovento, 1997). Una crítica que acabó por cerrarle las puertas de los diarios.

Eu hoxe en día estou apartado dos medios precisamente pola censura. En revistas si estou publicando, pero agora éme practicamente imposible publicar en diarios, porque o que queren é xente dócil, que divirta un pouco, que conte o chiste do día e non se meta en máis problemas. (...) deixei de publicar en *La Voz de Galicia* por criticar os bombardeos sobre Iraq. (...) [*El Mundo*] cambiou de director e un día tivo unha chamada de atención de [Xesús] Pérez Varela [conselleiro de Cultura e Comunicación Social da Xunta de Galicia] e dixéronme que non podía publicar máis. Sentáronlle mal varias cousas, pero sobre todo un debuxo no que puña a Fraga como partido en cachos" (Caballero, 2012: 152-153).

Carreiro fue uno de los principales artífices de las revistas *Can sen Dono* y *Xo!* En los últimos años se ha centrado en la ilustración editorial y el cómic infantil, con series como *Os Bolechas* y *Os Barbanzóns*, que han conseguido mucho éxito.



Figura 7: Pepe Carreiro, *A Nosa Terra*.

5 Conclusiones

a) Las décadas de 1980 y 1990 confirman el resurgimiento del humor gráfico gallego, apuntado ya en los años 70, después de más de treinta años decadencia tras la Guerra Civil; y pueden ser consideradas las más importantes de la historia después de la edad de oro del género (1909-1936).

b) Este resurgimiento está ligado fundamentalmente a los nombres de Siro y Xaquín Marín, a los que pronto se sumará una pléyade de nuevos humoristas (Xosé Lois, Chichi Campos, Gogue, Pepe Carreiro...), sin olvidar a Quesada, que se había iniciado en la etapa anterior.

c) Esta revitalización supone la recuperación tanto del prestigio social del género y de su vinculación con Galicia y con el gallego como de la rica tradición de antes de la Guerra (Castelao, Maside, Cebreiro, Torres...), bien por la publicación de la obra de Castelao y de otros humoristas (desconocida por las generaciones más jóvenes), bien por el dibujo de algunos de los nuevos autores, como Siro, Xaquín Marín y Pepe Carreiro.

d) El punto de partida de esta nueva etapa es el I Seminario del Humor Gallego, celebrado en Sada en 1982, y su elemento desencadenante, la campaña llevada a cabo por Siro y Xaquín Marín en torno al *Manifesto en defensa do humor*.

e) En los años 80 y primeros 90 se aceleran los acontecimientos felices para el humor gráfico gallego, con cuatro grandes polos: la colaboración en los diarios de humoristas autóctonos comprometidos con la realidad del país, la celebración de los encuentros de humoristas, la publicación de las primeras revistas de humor desde la Guerra Civil (*Can sen Dono*, *Xo!* y *Sapoconcho*) y la fundación del Museo do Humor de Fene.

f) El impulso de los años 80 llega hasta la década de 2000 con iniciativas como la Bienal da Caricatura de Ourense y los suplementos humorísticos *Xatentendo.com* y *O Farelo*.

Referencias bibliográficas

AELG (2013). "Premios AELG 2013" en la página web de la Asociación de Escritoras e Escritores en Lingua Galega (AELG), 4 de mayo de 2013. Disponible en internet (6-11-2013): <http://www.aelg.org/GetActivityById.do?id=280>

BALIÑAS, C. (1984). "Eso da risa, a broma e mais o humor", en *I Seminario Galego do Humor*, Sada, Ediciós do Castro, pp. 13-21.

- BARRERO, Manuel (2007). Sátira, intromisión y transgresión. El humor como atentado gráfico. En VVAA. *Morfología del humor II. Fabricantes. Jornadas de estudio y análisis del humor desde la antropología, la psicología, la filosofía y cotidianidad* (pp. 23-82). Sevilla: Padilla Libros Editores & Libreros. Disponible en PDF en <http://books.google.es> (última consulta el 9-10-2014).
- CABALLERO, F. (2012): *O humor en cadriños*, Cangas, Morgante.
- CAMPOS, X. (1993). *Xesús Campos. Unha visión aguda e vertixinosa de Galicia*. Santiago de Compostela: Consorcio da Cidade de Santiago. Catálogo de la exposición del mismo título presentada en el Museo do Pobo Galego de Santiago de Compostela en septiembre/octubre de 1993.
- CARREIRO, P. (1997). *Fraga na Galiza*. Santiago de Compostela: Laiovento.
- CASTELAO, D. A. R. (1961): *Humorismo. Dibuxo humorístico. Caricatura*, A Coruña, Real Academia Galega (conferencia dictada en A Coruña el 1 de marzo de 1920).
- FERNÁNDEZ PAZ, A. (1984). "O cómic", en *I Seminario Galego do Humor*, Sada, Ediciós do Castro, pp. 22-30.
- GALINDO ARRANZ, Fermín (2000). *Guía de los géneros periodísticos*. Santiago de Compostela: Tórculo, 226 pp.
- GOGUE (2011). *Historias Floreánicas II*. O Grove: Todogrove.
- GOMIS, L. (2008). *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona: UOC.
- GOMIS, Lorenzo (1987, 2ª ed.). *El medio media. La función política de la prensa*. Barcelona: Mitre.
- GONZÁLEZ PÉREZ, C. (1982). *Os nosos humoristas: Castelao*. Sada: Ed. do Castro.
- GONZÁLEZ PÉREZ, C. (1982). *Os nosos humoristas: Vidades Tomé*. Sada: Ed. do Castro.
- GONZÁLEZ PÉREZ, C. (1983). *Os nosos humoristas: Maside*. Sada: Ed. do Castro.
- GONZÁLEZ PÉREZ, C. (1983). *Os nosos humoristas: Padín*. Sada: Ed. do Castro.
- GONZÁLEZ PÉREZ, C. (1984). "Aproximación á historia do humor gráfico galego", en *I Seminario Galego do Humor*, Sada, Ediciós do Castro, pp. XXX.
- GONZÁLEZ PÉREZ, C. (1984). *Os nosos humoristas: Xaime Prada*. Sada: Ed. do Castro.
- GONZÁLEZ PÉREZ, C. (1984): "Aproximación á historia do humor gráfico galego", en *I Seminario Galego do Humor*, Sada, Ediciós do Castro, pp. 31-62.
- GONZÁLEZ PÉREZ, C. (1985). *Os nosos humoristas: Torres*. Sada: Ed. do Castro.

- GONZÁLEZ PÉREZ, C. (1986). "A modo de epílogo: 50 humoristas contemporáneos de Castelao", en CASTELAO, A. D. R. (1986). *Castelao, 1886-1950*. Madrid: Ministerio de Cultura. Dirección General de Bellas Artes y Archivos. Catálogo de la exposición celebrada en el Real Jardín Botánico de Madrid del 3 de marzo al 13 de abril de 1986 con motivo del centenario del nacimiento del artista.
- GONZÁLEZ PÉREZ, C. (1986). *Os nosos humoristas: Cebreiro*. Sada: Ed. do Castro.
- LEDO, C. (1984). "O humor como instrumento de autocrítica", en *I Seminario Galego do Humor*, Sada, Edición do Castro, pp. 63-66.
- LÓPEZ, S. (1984). "A caricatura", en *I Seminario Galego do Humor*, Sada, Edición do Castro, pp. 71-73.
- LÓPEZ, S. (1984). "Notas para unha filosofía do humor", en *I Seminario Galego do Humor*, Sada, Edición do Castro, pp. 67-70.
- LÓPEZ, S. (1997). "Xaquín Marín, innovador do humor gráfico galego", en MARÍN, X. *Feito a man*, Santiago de Compostela: Consellería de Cultura e Comunicación Social de la Xunta de Galicia, pp.13-14.
- LÓPEZ, S. (2009). *A autonomía galega nas caricaturas de Siro*. A Coruña: Deputación da Coruña.
- LÓPEZ, S. y MARÍN, X. (2009). "Manifiesto en defensa do humor". En LÓPEZ, S. y MARÍN, X. *O humor desde Ferrol: Siro e Xaquín Marín*. Ferrol: Club de Prensa de Ferrol, p. 7.
- MARÍN, X. (1995). "A vida a través da perspectiva poliédrica do humor", en *Humor gráfico galego*, Santiago de Compostela, Consellería de Cultura / Xunta de Galicia, p. 11.
- MARÍN, X. (1997). *Feito a man*. Santiago de Compostela: Consellería de Cultura da Xunta de Galicia.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (2004, 5ª ed.). *Curso general de redacción periodística*. Madrid: Paraninfo
- MORÁN, Esteban (1988). *Géneros del periodismo de opinión. Crítica, comentario, columna, editorial*. Pamplona: Eunsá.
- PANIAGUA, Pedro (2011). El humor en los diarios. La opinión (des)dibujada. En M. L. Sánchez Calero (ed.), *Géneros y discurso periodístico* (pp. 157-182). Madrid: Fragua.

PASCUAL CARBALLO, A. (2009): *Humor gráfico galego. Da transición ao século XXI*, Vigo, Ir Indo.

QUESADA, F. (2011): *Quesada. 1961-2011*, Vigo, Faro de Vigo.

TEJEIRO SALGUERO, Ricardo y LEÓN GROSS, Teodoro (2009). "Las viñetas de prensa como expresión del periodismo de opinión", *Diálogos de la Comunicación*. Revista Académica de la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (Felafacs), nº 78, enero-julio de 2009. Disponible en PDF el 12-2-2014 en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3718808>

XOSÉ LOIS (2002). *20 anos de Carrabouxo*. Ourense: Deputación Provincial de Ourense.

Entrevistas:

Xaquín Marín Formoso (Xaquín Marín): entrevista personal, Fene (A Coruña), 4-10-2012 / comunicación electrónica, 3-12-2010. En CABALLERO, F. (2012). *O humor en cadriños*. Cangas: Morgante, pp. 45-60.

Siro López (Siro): entrevista personal, A Coruña, 17-2-2012 / comunicación electrónica, 10-11-2010. En CABALLERO, F. (2012). *O humor en cadriños*. Cangas: Morgante, pp. 13-36.

Xosé Lois González Vázquez (Xosé Lois): comunicación electrónica, 24-12-2010. En CABALLERO, F. (2012). *O humor en cadriños*. Cangas: Morgante, pp. 71-93.

José Rodríguez López (Gogue): comunicación electrónica, 1-12-2010. En CABALLERO, F. (2012). *O humor en cadriños*. Cangas: Morgante, pp. 109-123.

Xosé Carreiro Montero (Pepe Carreiro): entrevista personal, Vigo (Pontevedra), 21-2-2011). En CABALLERO, F. (2012). *O humor en cadriños*. Cangas: Morgante, pp. 139-162.

Xosé Alberte Suárez Lage: comunicación telefónica, 25-9-2012.

Osvaldo Macedo de Sousa: entrevista personal, Oeiras (Portugal), 2-5-2013.

HUMORISTAS GRÁFICOS DE SEVILLA: EMILIO RIOJA Y LAS VIÑETAS DE LA TRANSICIÓN ESPAÑOLA

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i04.10>

Jesús Carlos Méndez Paguillo
Universidad de Sevilla
jcarlosmendez@hotmail.es

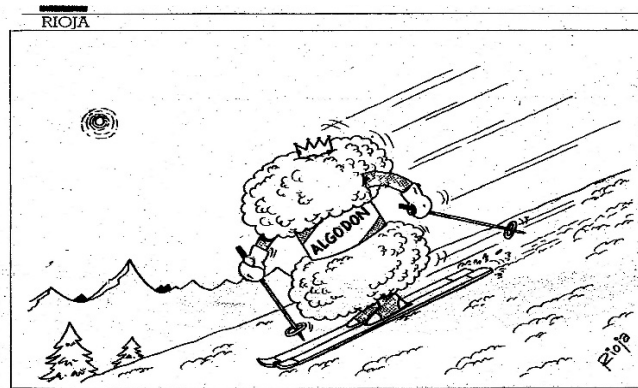
Recibido: 25-5-2015

Aceptado: 12-6-2015

Resumen: Emilio Rioja (Sevilla, 1952) ha llegado a ser uno de los grandes dibujantes del humor gráfico andaluz y sevillano durante el último cuarto del siglo XX. Durante estos años sus viñetas aparecían publicadas en las revistas sevillanas de la Transición española tras la muerte del dictador Franco, después en el diario El Correo de Andalucía, donde estuvo cerca de cuatro años y de aquí pasaría a los periódicos Diario 16 Andalucía y Diario de Andalucía, hasta su cierre en el año 2001. Igualmente, llegó a publicar en revistas de Madrid y Barcelona, como La Codorniz, El Pápus y El Jueves. Su trayectoria está coronada por importantes premios, como la Paleta Agromán, Premio Loterías del Estado de Periodismo y el Premio Mingote de ABC.

Abstract: Emilio Rioja became one of the most famous Andalusian and Sevillian humour draftsman over the past quarter of a century. During those years his speech bubbles appeared first in the sevillian magazines about transition to democracy after the death of the dictator Franco. Later were published in a newspaper called *El Correo de Andalucía* where he worked for four years and from that company he went to work for other newspapers called *Diario 16 Andalucía* and *Diario de Andalucía* until his vanishing in 2001. He also published his draws in journals from Madrid and Barcelona like *La Codorniz*, *El Pápus* and *El Jueves*. His career is crowned by important awards such as: "The Paleta Agromán", "State Lotteries" and "ABC Mingote Award".

Key words: Emilio Rioja, Graphic humor, Cartoonist, Seville, Andalusia Press, Spanish Transition



Viñeta sobre el rey don Juan Carlos publicada el 31 de diciembre de 1991 en *Diario 16 Andalucía*, p. 2
Expuesta en el palacio de la Zarzuela junto con viñetas de otros autores que trataban la figura de Su majestad.

Introducción

Dentro del humor gráfico español, Andalucía y en concreto Sevilla, ha contado con importantes dibujantes desde el siglo XIX, y es que durante este siglo se produce en Europa la expansión de la prensa, y en especial de las revistas satíricas, gracias al auge de la burguesía y a la implantación de la técnica de la litografía (Bozal, 1989), lo que permitió que muchos textos y versos humorísticos fueran acompañados de caricaturas e ilustraciones. Además, los vaivenes políticos del momento eran propicios para la sátira y la crítica; absolutismo de Fernando VII, liberalismo y reinado de Isabel II, guerras Carlistas, primera república, restauración y alternancia de partidos políticos, sus líderes, anticlericalismo, caciquismo, la pérdida de las últimas colonias españolas¹... El éxito de esta prensa se dio en el último cuarto de siglo con la publicación en 1883 de la Ley de Policía e Imprenta que permitía una mayor libertad de expresión.

Al igual que en otras ciudades de España, en Sevilla surgieron innumerables revistas satíricas; *El Tío Tremenda* (1812), *El Abejorro* (1841), *La avispa* (1848), *El Garrote* (1855), *La Corneta* (1866), *El látigo* (1881), *El Dómino Lucas en la Giralda* (1882). Y entre 1883 y 1888; *El Gorro Frigio*, *La Campana gorda*, *La Panza*, *El Pum*, *Juan Lanas*, *Barba Azul*, *Agua va*, *El Andaluz*, *El Sereno*, *Perecito*, *Sevilla Cómica*... (Meléndez, N., 2007: p. 62-68) y (Checa, A. 2011: p. 291-292).

Un gran dibujante en Sevilla de este siglo fue Luis Mariani Jiménez, también director, durante dos años, de la revista satírica *El Padre Adán* (1864-1870) y considerado uno de los grandes ilustradores del s. XIX (Checa, A. 2011., p. 191). *El Padre Adán* era una publicación bisemanal satírica de política y costumbres, que se mantuvo hasta noviembre de 1870, publicando más de 122 números. Después, Mariani pasaría a dibujar en las páginas de *El Tío Clarín*, otro periódico satírico sevillano que llegaría a editarse incluso en Madrid, aunque la aventura terminaría a los pocos números. Mariani también colaboró en la revista satírica cordobesa *El Cencerro* ilustrando almanaques burlescos.

En el año 1899 aparece en Sevilla la revista *Don Cecilio*, y que posteriormente pasaría a denominarse *Don Cecilio de Triana*. El éxito de esta publicación, que se editó durante más de veinte años, se debía a la popularidad de su director, José M.^º García Rufino (1873- 1935), periodista, escritor, poeta humorístico y dramaturgo. Prácticamente él solo dirigía y redactaba el semanario satírico (Vallecillo López, J., 2009: p. 26) junto con el dibujante Manolo, que caricaturizaba al personaje Don Cecilio en las portadas con bigote, gafas y el disfraz o uniforme relacionado con algún tema de actualidad.

¹ En el diario sevillano *El Baluarte* (1886-1903), en la sección "Murmuraciones", se publicaban poemas satíricos sobre la guerra hispano-norteamericana y los asuntos coloniales y otros aspectos de la vida nacional. SEVILLA SOLER, M.^º R (1985), "La Crisis del 98 y la sátira en la prensa sevillana", *Andalucía y América en el siglo XIX, Actas de las V jornadas de Andalucía y América*, U. Santa María de la Rábida, p. 507-540.

Ya en el siglo XX destacamos a Andrés Martínez de León (1895-1978), que posiblemente haya sido el dibujante más conocido a nivel nacional con la creación de su personaje *Oselito*, y sus libros *Historietas Sevillanas* y *Los Amigos del Toro*, entre otros. Su dilatada trayectoria en periódicos de Sevilla y su ascenso a la prensa de la capital madrileña, le llevaron a un éxito rotundo, aunque breve, ya que desafortunadamente estuvo truncada por la Guerra Civil española y aunque volviera a dibujar años después ya no lo haría con la misma intensidad.

A partir de la segunda mitad de siglo encontramos a Domingo Wasaldúa Villalba *Tropezones* (1912-1992), que publicaba en el diario vespertino *Sevilla* durante las décadas de los años 60 y 70. El lunes 17 de agosto de 1987 aparece una entrevista suya en el diario *ABC* de Sevilla donde narra su trayectoria humorística y sus experiencias como dibujante. Aquí nos cuenta que tenía una sección denominada “Tropezones dice...” donde dibujaba chistes populares de estilo costumbrista, de escenas cotidianas y cercanas, y con muchas referencias a los toros, las amas de casa, las charlas en las tabernas, los obreros, los carromatos con sus caballos, milicianos, las notas escolares del niño, etc. Y es que en la España de la posguerra: “Los humoristas gráficos españoles de los años cuarenta hubieron de refugiarse en las costumbres, último reducto en el cual podían ejercer su afán crítico (...). El costumbrismo puro y simple ha seguido manteniéndose hasta bien entrados los años sesenta” (Tubau, 1987, p. 104). En los diarios del movimiento de entonces no podían faltar comentarios y chistes sobre el fútbol. A este último tema dedica también otras secciones denominadas “La Copa en Broma” o “La Liga en Broma”, donde acompaña sus dibujos con poemas humorísticos.

También dibujaron por estos años Juan Carlos Alonso y Manuel Ferrand Bonilla, que firmaba como Ferrand o con el seudónimo TIC en *La Codorniz*. Destacó también por ser un gran escritor, obteniendo el Premio Planeta en 1968, ambos dibujaron en las páginas de *ABC* Sevilla.

Y desde el último tercio del siglo, más o menos, dibujaron José Antonio Garmendia Gil (1932-2007), Manuel Summers Rivero (1935-1993), Masil y por supuesto, Emilio Rioja Espino, dibujante al que nos vamos a dedicar en esta publicación mediante su biografía y análisis de su obra. Garmendia y Summers eran humoristas en un sentido amplio, debido a las distintas facetas que cultivaron; Garmendia por sus artículos humorísticos y por sus libros, como *El Diccionario Cipriano Telera (humor sobre el habla andaluza)* y por ser tertuliano de radio con Carlos Herrera. Publicó en la *Hoja del Lunes*, en *La Codorniz*, *Tierras del Sur* y *El Correo de Andalucía*. Summers publicó en *Pueblo*, el semanario de *ABC Blanco y Negro* y *La Codorniz*. Obtuvo el premio de Humor Paleta Agromán en 1978, el Premio Mingote 1987 y la Medalla de Plata de la Junta de Andalucía en 1992. Además fue productor, actor y director de cine.

En los últimos años del s. XX tomaron el relevo en la prensa sevillana los dibujantes Calderón en *ABC Sevilla*, Martínez en *El Mundo Andalucía*, Daniel Rosell y Gaspar (El Hombre-Coche) en *Diario de Sevilla*, Lombilla en *El País Andalucía* y Luis Felipe Santamaría (con el seudónimo de PIN) junto con Carlos Méndez en *El Correo de Andalucía*. También tuvieron presencia los ilustradores Rafa Iglesias y el argentino Miguel Ángel Praticó, éste último en *Diario 16 Andalucía*.

Además de en prensa diaria, otros dibujantes hispalenses que han desarrollado su obra en la revista satírica *El Jueves*, han sido Carlos Azagra (Morón de la Frontera, Sevilla, 1957), creador de las historietas de “Pedro Pico y Pico Vena”, Pablo Velarde, y José Luis Ágreda.

En la primera década del s. XXI aún continúan en activo algunos de ellos y otros nuevos entraron en escena, como Javier García (humor cofrade) y el caricaturista Pandelet, ambos en *El Correo de Andalucía*, y Miguel Brieva en *El País Andalucía* (durante el verano de 2008) y en *El Jueves*.

Hoy día, la crisis económica y sus consecuencias también han llegado a la prensa en papel, provocando una importante transformación en los diarios, que cambian de piel hacia el nuevo formato de comunicación en la red digital y en nuestra opinión, parece que ha restado protagonismo al humor y las viñetas.

Rioja comenzó a trabajar desde muy joven y su vida laboral ha transcurrido en paralelo entre su oficio de administrativo en el Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Sevilla y las viñetas. A ésta última actividad se dedicó durante el último cuarto de siglo pasado con una intensidad frenética, sobre todo desde mediados de los 70 hasta finales de la década de los 90, como atestiguan sus numerosas colaboraciones en distintas publicaciones locales y nacionales y los premios obtenidos. Además de haber participado activamente, desde las revistas y periódicos de Andalucía, en una de las etapas más interesantes de nuestra Historia reciente como es la Transición española.

Hoy día está jubilado y apartado del mundo del humor gráfico por distintos motivos, recordándonos, en una entrevista que mantuvimos con él en el mes de agosto de 2014, una cita de Bart Simpson: “La prensa se muere...”

1 Los inicios (1973-1975)

Emilio Rioja Espino nace en Sevilla el 12 de octubre 1952. Su afición por el dibujo arrancó desde muy pequeño, cuando iba al Colegio Nuestra Señora del Rosario en la calle Pagés del Corro con la Cava de los Civiles en el barrio de Triana. Él recuerda, con mucho afecto, como su maestra, que era una monja bajita, siempre le hacía un dibujito

para colorear en la primera página de sus cuadernos. Eran unas ilustraciones que le producían mucha ilusión y que le motivaron para iniciarse en el dibujo.

Es de lo poco que le quedó de su etapa escolar de obligada educación religiosa y de su maestra, pues como él mismo reconoce es totalmente agnóstico y republicano.

Después comenzó a leer tebeos y su afición creció hasta llegar a realizar un par de cursos de dibujo por correspondencia, dirigidos por el dibujante Escobar² (1908-1994).

En 1966, con 14 años, comenzó a trabajar de botones, primero en el Hotel Inglaterra y unos meses después en el Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Sevilla de la calle San José. Es una época en la que hay que labrarse un futuro laboral, y pese a que él aceptó trabajar para no tener que estudiar, en la Caja le obligaban a continuar estudiando a través de ayudas y ventajas laborales. Su trabajo consistía en realizar recados y también en aprender a manejar la máquina *Adrema Machine* alemana para escribir las direcciones de los clientes y a dominar la multicopista, que le sirvió posteriormente para editar panfletos políticos en los últimos años del franquismo y principios de la transición. Además se ocupaba de dar “la ficha” a las personas que iban a realizar empeños y de vez en cuando, a llevar dinero a otras oficinas cercanas.

Y por otro lado continúa con su afición por el dibujo. Sus primeros dibujos aparecieron en los diarios vespertinos *Sevilla* y *Pueblo* en su edición andaluza. Son colaboraciones esporádicas y que consigue gracias a un familiar que le presenta a algunos periodistas de estos medios. E. Rioja recuerda que en el diario *Sevilla* publicó una viñeta de tema taurino haciendo una comparación entre un torero con banderillas que va rodeando al toro y un churrero con sus palos cuando da vueltas a la rueda de calentitos.

También colaboró esporádicamente en revistas de Madrid como *Chistes y Pasatiempos* y después en *Quiz* con viñetas de humor blanco.

En 1970 asciende a la categoría de auxiliar administrativo de la Caja Sevillana, tras superar unas oposiciones y, además, comparte este trabajo con estudios de Arte Dramático en el Conservatorio Superior de Música de Sevilla, que termina en el curso 1973-1974. Estos estudios artísticos le permitieron formar parte del grupo de teatro sevillano “Tabanque”, fundado en 1968 y cuyo director fue Joaquín Arbide³. La compañía, ligada a la universidad en su origen, evolucionaría hasta independizarse en

² Josep Escobar, creador de ‘Zipi y Zape’ y de ‘Carpanta’ entre otros, escribió y produjo desde 1953 tres cursos por correspondencia titulados; “Humor Gráfico”, “Caricatura personal” y “Dibujos Animados”, en GUIRAL, A. y SOLDEVILLA, J. M. (2008), p. 136.

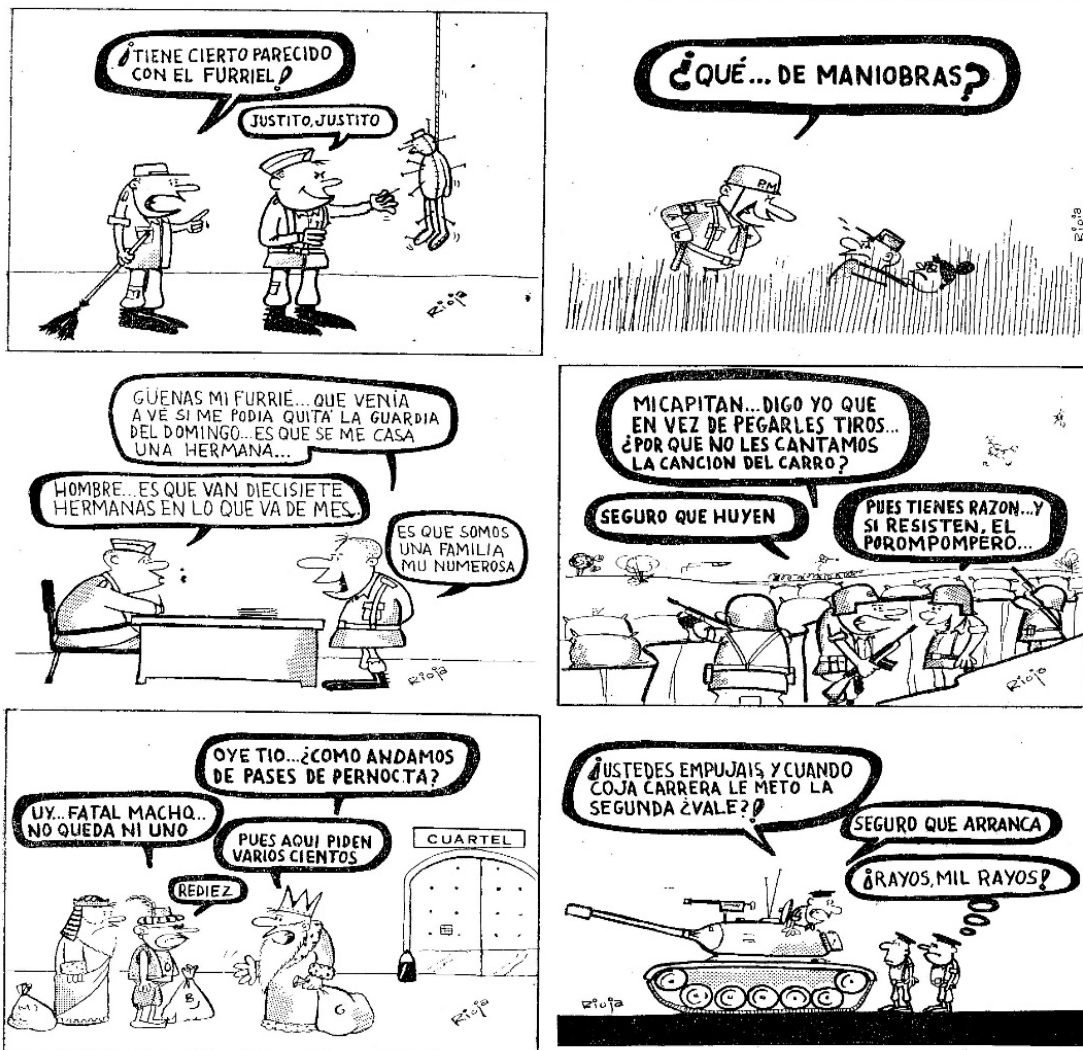
³ Joaquín Arbide (www.joaquinarbide.com) recoge en su libro *La Sevilla de los 70* algunos dibujos de Emilio Rioja. También escribe sobre él una breve biografía a través de una entrevista en ‘*Sevilla, llena eres de gracia*’ (2011), Editorial Guadalturia, Sevilla. Aquí escribe también semblanzas sobre los dibujantes José Antonio Garmendia, Ferrand y Juan Carlos Alonso con una selección de dibujos de todos ellos.

1970. Entre sus ocupaciones, además de actor, estaba el realizar bocetos de vestuarios e ilustrar algunas guías de mano de las obras que representaban en estos años, como *Los círculos* de Luis Riaza, estrenada en Sitges y Sevilla, y *Robinsón...* de Jérôme Savary.

A finales de 1973, con 21 años de edad, realiza el Servicio Militar Obligatorio y le corresponde, por su afición y dominio del dibujo, colaborar en la revista trimestral *Diana*. Ésta era una revista de recreo educativo para los soldados de Infantería de la Segunda Región Militar en Sevilla. La revista se fundó en mayo de 1965 y en 1988 pasó a denominarse *Bailén*. La redacción estaba en un edificio al lado del cuartel de la Real Maestranza de Artillería (hoy Teatro de la Maestranza), en la calle Temprado. Emilio Rioja entró en *Diana* en diciembre de 1973 y siguió dibujando hasta el mes de mayo de 1977 (N.º 57), mucho después de haber terminado su Servicio Militar Obligatorio que duró 20 meses. Comenzó ilustrando un artículo con dos viñetas en el N.º 43 y para el siguiente ejemplar ya le ofrecen una página para él solo, donde publicaba hasta seis viñetas con el encabezamiento de 'El Humor Militar de Rioja'. En la revista también realizó labores de redactor, de maquetación y de documentalista.

Sus viñetas eran de humor blanco y de temática castrense, al igual que las viñetas que realizaba Gila sobre este tema en *La Codorniz*. Los contenidos de sus viñetas hacían referencia a la vida en los cuarteles, las comidas de la tropa, las guardias, los pases pernocta, los novatos, el cabo furriel... En el encuadre de sus viñetas, casi siempre en plano general, aparecen dos soldados dialogando cuyos textos están en bocadillos o globos de trazo grueso, al estilo de Forges. En algunos diálogos representa el lenguaje de la calle –“*Güenas, yo venía pa vé...*”, “*Oye, tío...*”. Sin embargo, en sus dibujos utiliza el trazo fino con plumilla y los sombreados de trama en el cuerpo y manchas de color negro bajo los pies. Es un dibujo que describe visualmente los detalles de la indumentaria de un soldado. Sus personajes son graciosos por los componentes físicos que les aplica; pies largos, cuerpos muy delgados o muy gruesos, nariz redondeada o puntiaguda, rostros muy expresivos en sus acciones de gritar, lamentos, asombro, mareados, etc. Y será en la representación de los ojos donde mostrará una mayor evolución expresiva, y si en esta época son un puntito con dos rayas por cejas, en su etapa de madurez serán dos círculos con los que consigue multitud de registros, al mismo tiempo que diseña sus monigotes con una nariz más redondeada. En los últimos números, también salía su foto con su rostro barbudo, aunque ya con una sola viñeta de mayor tamaño.

el humor militar de Rioja



Humor Militar de Rioja. Revista *DIANA* N.º 46

Al terminar la "mili" él continúa colaborando en esta revista y el 20 de noviembre de 1975 se produce el fallecimiento del dictador Francisco Franco. Son momentos de incertidumbre y de esperanza. Comienza a gestionarse el proceso que llevará el cambio del régimen franquista a la democracia actual, conocido como la Transición. La sociedad reivindica sus deseos de cambio en la calle con numerosas manifestaciones; de estudiantes, sindicatos, partidos políticos... Es también el momento del nacimiento de numerosas publicaciones en la ciudad de Sevilla en las que Emilio Rioja va a colaborar con sus viñetas.

2 Los dibujos en las revistas andaluzas de la Transición (1976-1978)

Al mismo tiempo que colabora en *Diana* ingresa en la revista *Torneo* fundada por Federico Villagrán⁴ en junio de 1976. *Torneo* se encontraba en la desaparecida calle Oriente de Sevilla y era un semanario de información general de izquierdas con el subtítulo de ‘Semanario popular andaluz’ y con numerosos colaboradores; Isidoro Moreno, Joaquín Arbide, Iñaki Gabilondo, Pilar del Río, José R. de la Borbolla, Santiago Sánchez Tráver, Juan Teba, José Luis López... de actualidad, además de algunas viñetas sueltas para rellenar otras páginas de la revista. Él recuerda el día que se presentó ante Villagrán y como éste le pidió unos chistes para “ahora mismo”, como si unas viñetas se hicieran en un “momentito”, me comentó según entrevista mantenida con él el día 25 de agosto 2014 y origen de esta biografía. Un par de días después entregó las primeras viñetas y comenzó su colaboración. El modelo de formato era el de una página con cuatro o cinco viñetas y todas referidas a un mismo tema (excepcionalmente en la revista número 14 de octubre de 1976 tiene una doble página referida a las cargas policiales en las manifestaciones). Este formato es muy similar al que hacía en *Diana* y que realizaría después en las páginas de la revista *El Jueves*.

En la página dibuja viñetas relacionadas con noticias generalistas de actualidad y bajo un título: “Democracia a la española”, “Una, grande, etc.”, “Señoras de Señores”, “Los Ministrísimos”, y otras sobre el fraude del Palmar de Troya, el GRAPO, los grupos fascistas que atacan librerías... Convirtiéndose en una sección de opinión más de la revista.

En apenas unos meses su dibujo va evolucionando en busca de un estilo propio, más personal, aunque en esta etapa inicial refleja influencias del dibujante Chumy Chúmez, su preferido como nos confesó en la entrevista; primeros planos de perfil de personajes enormes, de narices grotescas y alargadas, gordos, calvos con gafas oscuras y trajeados. Y en el cielo de la viñeta un circulito diminuto con rayitas a alrededor parecido al que Chumy coloca en sus obras. Sus chistes iniciales en esta revista tienen una fuerte carga de crítica política, se puede decir que saca humor a todo, que está en el límite de lo “políticamente correcto”. Sus recursos son el retrato burlesco del inmovilista español de ultraderecha, con gafas negras y bigotito. Ésta caracterización ideológica de los ultraderechistas es muy similar en las viñetas de la prensa española del momento, siendo representados con una imagen de personas autoritarias,

⁴ Federico Villagrán director de *El Correo de Andalucía* de 1973 a 1975. En marzo de 1975 este director fue a prisión por informar del desembarco de 7000 marines de EEUU en Rota para intervenir contra la Revolución de los Claveles de Portugal, en *El Correo cumple 110 años*, Memoria de cuatro generaciones (2009). Sevilla, Publicación extraordinaria con motivo del aniversario, edita El Correo de Andalucía, p. 72. Durante su dirección, un año antes, se publicó la primera entrevista a Felipe González (Isidoro) en la clandestinidad, el sábado 19 de octubre de 1974, en RINCÓN, M. (2009) *110 Portadas para la Historia*, Sevilla, edita El Correo de Andalucía, p. 157.

dogmáticas, fatalistas, mesiánicos, incultos, paranoicos y violentos (Segado Boj, 2011). Además utiliza los juegos de palabras, los contenidos picantes y los diálogos irónicos, que escribe en globos redondeados y de trazo más fino, con respecto a los de *Diana*. También comienza a elaborar viñetas sin palabras con gran contenido expresivo.



Influencia de Chumy Chúmez. Viñeta de Rioja en *Torneo* n.º 9, del 2 al 8 de agosto de 1976, p.3

Torneo se realizaba en blanco y negro y sólo la portada llevaba color, aunque unos números antes de su cierre definitivo cambió de formato; más pequeño y con papel de mayor calidad. La revista duró prácticamente un año, con un paro de dos meses de por medio, debido al asalto que sufrieron los talleres de impresión de la revista por parte de un grupo de ultraderecha. En sus páginas podían leerse editoriales, artículos y reportajes de denuncia sobre las dificultades que encontraba la nueva democracia española para desarrollarse frente a las:

“bandas criminales a sueldo al servicio de la ultraderecha... librerías asaltadas –más de seiscientas-, como algunos líderes obreros, abogados laboristas y sacerdotes fueron apaleados, múltiples secuestros...” (Editorial de *Torneo*, N.º 23. Del 26 de enero al 1 de febrero de 1977).

Emilio Rioja recuerda también estos años por su labor activista y militante en semiclandestinidad; redactando cartas, circulares informativas, convocatorias, y utilizando una multicopista, a la que popularmente denominaban “la vietnamita”. Su compromiso por la democracia y las libertades también le llevó a pasar en más de una ocasión por los calabozos de la Comisaría de la Plaza de la Gavidia de Sevilla por colocar carteles políticos. Allí coincidió con el cura Casasola, sacerdote activista muy

comprometido por la conquista de la democracia y la libertad, que participaba en innumerables actos reivindicativos.

Son los tiempos en que promueve junto con otros compañeros la acción sindical en el Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Sevilla bajo las siglas de la UGT y en la constitución del PSOE sevillano. Él, junto con un grupo de personas, entre las que estaba Ángel Manuel López López⁵, firmaron ante notario el 11 de junio de 1977 un acta de apoderamiento en la notaría de don Rafael García Hernández en el año 1977, donde decía que representaban a la Asociación Partido Socialista Obrero Español en la provincia de Sevilla ante la Junta Electoral Provincial. Y es que la actividad política marcaba la agenda de la sociedad española y andaluza con el propósito de elaborar una Constitución, y así el 15 de junio de 1977 se celebraron en España las primeras elecciones legislativas constituyentes.

Unos meses después de esta convocatoria electoral, se establecerá como el 'Día de la Bandera' el 4 de diciembre de 1977, en reivindicación de la autonomía para Andalucía por la vía del artículo 151.

Este día, en todas las ciudades y principales localidades de Andalucía, se desarrollaron manifestaciones con gran asistencia de ciudadanos. En Sevilla participaron cerca de 500.000 personas⁶ que recorrieron el trayecto entre el Prado de San Sebastián y la Plaza Nueva reivindicando la autonomía para Andalucía como a las "históricas" del País Vasco, Cataluña y Galicia.

Sin embargo, en la que se celebró en Málaga falleció el joven manifestante Manuel José García Caparrós y con motivo de este hecho Rioja le dedica una viñeta en la portada del periódico *El Socialista* (Año 91. N.º 34, del 13 de diciembre de 1977), diario en el que Rioja colaboró en varias ocasiones.

La viñeta homenaje firmada por Rioja representa un paisaje árido en el que se encuentra el nombre de Andalucía que se está desangrando por un disparo y del que huyen personas con un abanderado. Dentro de la viñeta está el texto: "A Manuel José García Caparrós... -Andaluz.

De esta época fue también la revista semanal *Tierras del Sur* que poseía el sobrenombre de 'Voz de Andalucía', dirigida por el sacerdote y periodista José María Javierre. La revista, de formato grande y papel periódico en el primer año de vida, se editó por primera vez en mayo de 1976 y duró hasta 1979, ya con un formato más

⁵ Jurista y político andaluz por el PSOE. Asesor, portavoz, consejero y presidente del Parlamento Andaluz de 1986 a 1988.

⁶ Noticia de portada en *El Correo de Andalucía*, martes 6 de diciembre de 1977, en *El Correo cumple 110 años*, Memoria de cuatro generaciones (2009). Sevilla, Publicación extraordinaria con motivo del aniversario, edita El Correo de Andalucía, p. 80.

pequeño. Era de talante liberal y destacó periodísticamente, según Ramón Reig⁷, por la exclusiva de localizar el cementerio de El Cabril de época franquista y por los reportajes que se hicieron en torno a la figura de Blas Infante, que sirvieron posteriormente para reclamar su papel central en la defensa de la autonomía.

En *Tierras del Sur* dibujaban habitualmente José Antonio Garmendia (durante el año 1976) con la sección “La semana de Garmendia” en la que escribía un pequeño artículo, junto con unos comentarios críticos y breves que denomina “píldoras” y su viñeta bajo el título de “El Rotu en la Llaga”. También dibujaban en la revista Gey e Ycaro. A partir del año 1977 se publicaron numerosas viñetas y alguna que otra semblanza biográfica de Martín Morales (N.º 84), Juan Carlos Alonso (N.º 85), Néstor, Ropo, Vica, Soria, Dátile, Galindo, Vázquez de Sola, Quique, Summers (N.º 102), Saltés (N.º 103), e incluso del mismo Rioja, que comienza a publicar desde finales de enero de 1978, correspondiente con el N.º 87 de la revista. En el N.º 88, página 8, ilustra un artículo de Plácido Fernández Viagas (que será elegido presidente de la Junta Preautonómica de Andalucía el 27 de mayo de 1978). Y en los siguientes números dispondrá de una página tipo cómic o historieta con el título de ‘Rioja’. Este formato lo irá transformando hasta crear un personaje (sin nombre), bajito, con gafas y con una larga nariz, que a lo largo de la historia irá reflexionando humorísticamente sobre las cosas de la vida más que centrarse en sacar punta a las noticias de la actualidad. La revista cerró en diciembre de 1978.

José María Javierre también dirigió y coordinó el proyecto de la Gran Enciclopedia de Andalucía de 1979 y Rioja colabora en este proyecto con un par de ilustraciones⁸ a color para las definiciones de los vocablos *Autonomía* y *Bandera Andaluza*. Para la primera definición dibuja a un oficinista que desde una ventanilla le pregunta a otra persona que está detrás del mostrador: “¿Deseaba?” y el otro le muestra una gran bandera de Andalucía con la palabra AUTONOMÍA escrita en la franja de color blanco (Tomo I, página 311).

Otra de las revista de la transición que se editaron en Sevilla fue *Andalucía Libre*⁹, de línea andalucista y aparición mensual, en la que Emilio Rioja llegó a ilustrar dos portadas en el año 1980; la primera en el mes de junio correspondiente con el N.º 25 y dedicada a la inmigración. Y la segunda sobre los gitanos andaluces en el N.º 28. Colaboró también en un número especial sobre el Estatuto Andaluz (N.º 40, 1981). La

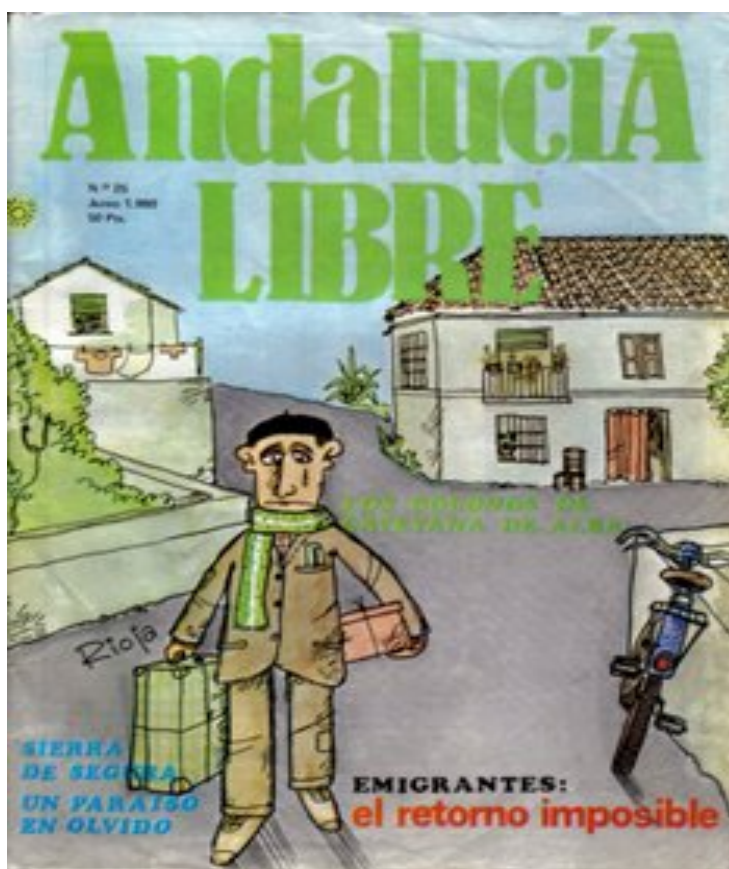
⁷ Reig, Ramón (1999): *Revistas andaluzas contemporáneas (1974-1993): pequeñas historias de un gran fracaso*. Revista Latinade Comunicación Social nº16. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999iab/101/reig.htm>

⁸ En la nueva edición de la enciclopedia, denominada ahora *Enciclopedia General de Andalucía* (2004) y financiada por la Junta de Andalucía, ya no aparecen las viñetas.

⁹ Un análisis en profundidad de esta revista se haya en la obra de Ruiz Romero, Manuel (2001: *Los intentos de una cabecera regional en Andalucía: la revista Andalucía Libre (1977-1982)*. Revista Latina de Comunicación Social nº 38. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2001/latina38feb/126ruiz.htm>)

revista se mantuvo en la calle de 1976 a 1982. Ésta misma revista reproduce la viñeta que Rioja hizo para el vocablo *Autonomía* de la Gran Enciclopedia de Andalucía en el N.º 40, página 43. Septiembre-octubre de 1981. Con motivo de un especial sobre El Estatuto de Andalucía.

Emilio Rioja no solo vivió este proceso histórico de una manera activa y comprometida con los movimientos sociales en la calle, sino que también fue testigo directo recogiendo muestras de lo que sucedía en sus viñetas, por lo que podemos considerarlo como uno de los grandes editorialistas gráficos del periodismo sevillano y andaluz.



Portada de *Andalucía Libre*, n.º 25, junio de 1980

El profesor Antonio Checa Godoy considera a Emilio Rioja como integrante de las nuevas generaciones del periodismo sevillano por formar parte activa de una generación importante para las libertades y la democracia:

"En el año 1976 (...) marca un cambio de estilo en el periodismo sevillano y se produce un importante relevo generacional, pues a los grupos críticos del tardofranquismo – Antonio Burgos, Eduardo Chinarro, Juan Teba...– se unen nuevas promociones de periodistas –Ignacio Camacho, Pepe Fernández, Inmaculada Navarrete, Jesús Quintero,

Ezequiel Martínez...— con presencia creciente de la mujer —Mercedes de Pablos, María Esperanza Sánchez, Pilar del Río, Lola Cintado...— netamente identificadas con la democracia y la autonomía, donde las posturas antidemocráticas o sencillamente antiautonomistas son escasas. Esas nuevas oleadas incluyen desde humoristas como Rioja a fotógrafos como Carlos Ortega o Pablo Juliá". (<http://www.transicionandaluza.es/monograficos.php?id=15>)

3 La Prensa diaria. *El Correo de Andalucía* (1978-1982)

El 19 de diciembre de 1978 comenzó a publicar en el diario sevillano *El Correo de Andalucía*, en concreto, una viñeta en la misma portada del periódico. Rioja no tenía una sección fija en un principio y se edita su viñeta en distintas páginas del periódico.

Junto a él otros dibujantes de este diario en estos años fueron Masil¹⁰ y Guillermo Soria (Granada, 1932-2013), que también colaboró en los diarios *Patria*, *Ideal*, *La Hoja del Lunes*, *Marca*, *As* y *La Codorniz*, entre otros.

Por estas fechas Rioja seguía muy vinculado con el PSOE, hasta el punto de llegar a formar parte en las listas electorales de las primeras elecciones municipales de la capital hispalense el 3 de abril de 1979, cuyo cabeza de lista por este partido fue Antonio Rodríguez Almodóvar (*ABC Andalucía*, 18 de febrero de 1979, p. 17).

Este hecho le llevó a dejar de publicar durante un tiempo en *El Correo* por “órdenes” de la dirección, aunque un par de meses después volvería a continuar las colaboraciones en el diario. Él mismo dice que: “...en prensa nadie es imparcial en sus ideas y pensamientos y que todos somos militantes”.

Recuperada la colaboración diaria y habitual, Rioja vivió en *El Correo* más momentos históricos para la comunidad andaluza y la democracia española, como fueron el referéndum del 28 de febrero de 1980 donde Andalucía alcanza la autonomía por el artículo 151 de la Constitución y el golpe de Estado de Tejero.

Coincidiendo con la temática del referéndum, otra de las viñetas que publicó en *El Correo* sirvió para ilustrar la contraportada del libro de Augusto Llorca (1980):

¹⁰ Masil solía dibujar en sus viñetas a un presentador de noticias con micrófono y cámara de televisión donde comentaba la actualidad. Además tenía en el suplemento dominical *Andalucía Semanal* del mismo diario, una página titulada *Masilandia*, con una mini página con el personaje “Don Orgánico”, que alternaba con “Acrático” y a comienzos de los 80 con “Don Yoghourt” y “Leo y Poldo”, y que además completaba con otras viñetas y con una tira de cuatro viñetas titulada “Senior and Junior”. A este le sucede su hijo, que firmaba como Masil Jr.

Andalucía dijo sí. En esta obra se recopilan artículos sobre el proceso autonómico andaluz acompañados de algunas viñetas, entre ellas la de Rioja. En la de él se observa a un ciudadano que ante la pregunta que se formulaba para el referéndum del 28 de febrero de 1980 responde: “Sí” en grande, con la apostilla “Como se ta quedao el cuerpo”. El significado de la viñeta se encuentra en la claridad y rotundidad con que responde este ciudadano andaluz ante lo farragoso de la pregunta que se formulaba en el referéndum, y es que el gobierno nacional apostaba por la abstención frente a la consecución de la autonomía por la vía rápida del artículo 151 de la Constitución que reclamaba la mayoría de la sociedad andaluza.



Portada de *El Correo de Andalucía*, miércoles 27 de febrero de 1980

-Otro de sus dibujos antológicos hacía referencia al golpe de Estado del teniente coronel Tejero el 23 de febrero de 1981 en el que tras pensarse si pasar o no por el diario sevillano publicó finalmente una viñeta —en el periódico del día 24, página 3- en la que se veía a un ciudadano, asomándose con discreción por debajo de la viñeta, con

espanto, ante la incertidumbre generada durante ese día. A pie de viñeta un texto decía: “El españolito de a pie, ante una tarde triste para la historia del país y grande para la defensa de la Constitución y la democracia.”

El día 29 de abril de 1982 Emilio Rioja abandona *El Correo de Andalucía* para colaborar en *Diario 16*, el nuevo periódico que abría delegación en Andalucía. Curiosamente, este día publica viñetas en ambos diarios a la vez.

4 El éxito. Las revistas de humor (1978-1993)

Emilio Rioja tratará de dar a conocer y difundir sus trabajos más allá de la prensa local y autonómica y ello le llevará a publicar esporádicamente en revistas de humor como *La Codorniz*, ‘La revista más audaz para el lector más inteligente’ (1941-1978).

En los últimos años de existencia de *La Codorniz*, ésta intentará competir con las nuevas publicaciones de este género que surgen en estos momentos de cambios políticos, no obstante es ya una publicación en declive. Bajo la “dirección espiritual” de Summers (así reza en el staff de la revista) y desde el N.º 1822 de mayo de 1977, la revista cambió de formato hacia otro más pequeño, similar al de revistas y a color. Y desde el N.º 1859, que vuelve a cambiar de dirección, se transforma en tamaño sábana con papel periódico a dos tintas. Este formato será el de la última etapa del semanario de humor y donde Rioja publicó en los últimos números de esta revista, hablamos del año 1978. En ella tiene una viñeta sobre la visita que Tarradellas, presidente de la Generalidad de Cataluña, realizó a Madrid (N.º 1863, abril de 1978), otra sobre la sustitución de la pena de muerte por 40 años de reclusión (N.º 1865), sobre el partido político de la UCD (N.º 1867), entre otras. Él cuenta que por entonces el director “real” de la misma era el dibujante Martín Morales¹¹ porque por motivos oficiales (había que tener el título de periodista inscrito en el Registro Oficial según la Ley de Prensa (Tubau, 1997, p. 77). En el staff de la revista aparecían los nombres de Juan Fermín Vilchez como director, de adjuntos Martín Morales y Máximo, y de sub-adjuntos Carlos Luis Álvarez (Cándido) y Gin. En el N.º 1898, del 11 al 17 de diciembre de 1978 y último número de *La Codorniz* también aparece una viñeta de Rioja. El último director de la revista fue Carlos Luis Álvarez (Cándido).

¹¹ Francisco Martín Morales (*Martín Morales*) nace en 1946 en Almería. Colaboró en diarios como *ABC* y las revistas *Por Favor*, *Interviú* y *El Jueves*, entre otras. En 2010 sufrió un grave accidente al caérsele una rama de un árbol en la cabeza. Ya no ha vuelto a dibujar.

Después lo intentó en *El Pápus*, subtitulada 'La revista satírica y neurasténica', (1973-1986). Rioja contactó con Ivá¹² (1941-1993), que era el director y comenzó a publicar una viñetita en la penúltima página, en concreto desde el N.º 318 correspondiente al mes de mayo de 1980 hasta el N.º 339 de noviembre de ese mismo año, aunque no de manera continuada ya que solía compartir este espacio con el dibujante Ramón.

Y tras estas experiencias que no cuajaron saltó a *El Jueves*. Esta revista nació el 27 de mayo de 1977. Las primeras publicaciones de Rioja en *El Jueves* se ven en el N.º 191, (del 21 al 27 de enero de 1981. Páginas 30-31). Otra, correspondiente con la publicación N.º 197 (del 4 al 11 de marzo de 1981. Página 46). En un principio publicaba entre un par de viñetas o tres con el título de "Rioja: nuestro corresponsal en Sevilla y la Toja". Y poco después pasaría a tener su propia página con cinco viñetas bajo un mismo tema de actualidad. Aunque en el año 1987, con motivo del Campeonato Mundial de Ajedrez celebrado en Sevilla, llegó a publicar una doble página en el número 544, con el título de "En Sevilla y olé, movida de ajedrez".

En *El Jueves* Emilio Rioja, y coincidiendo con la época del destape, se suelta en sus deseos y emociones, no tiene límites y elabora un humor "verde" en muchas ocasiones, mezclando la sátira con el erotismo, destacando por su picardía y por ser "borde", como él mismo también lo define, por los contenidos sexuales, y por las alusiones directas al sexo, a culos, tetas, penes, exhibicionistas, palabrotas, etc.



Viñeta en *El Jueves*. (N.º 371, p. 55)

¹² Ramón Tosas Fuentes, más conocido como Ivá, fue el creador de los personajes de cómic 'Makinavaja: El último choris' e 'Historias de la Puta Mili', que aparecían en la revista *El Jueves*. Algunas de sus historietas se han llevado al cine.

Emilio Rioja comenzó publicando desde las penúltimas páginas en el año 1981 hasta alcanzar la página 5, lugar donde acabaría su colaboración con esta revista en el año 1993. Doce años de colaboración semanal en una de las revistas de humor más importantes de España.

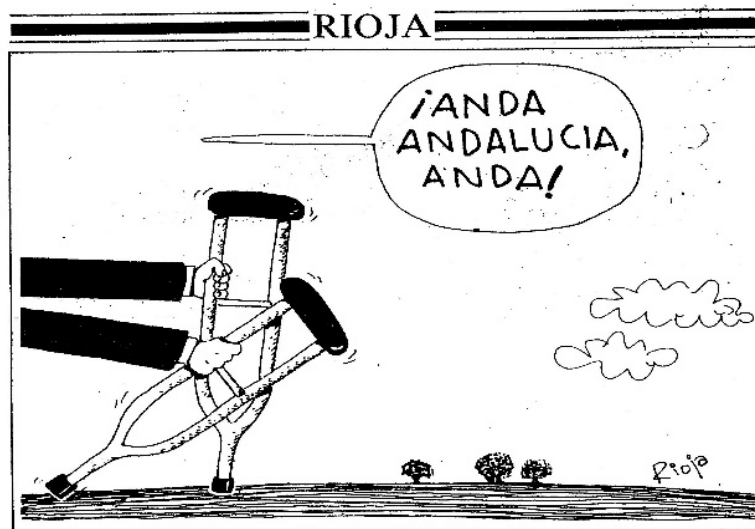
En algunos números especiales se pueden obtener algunos datos biográficos sobre los dibujantes de *El Jueves*, entre ellos de E. Rioja, como son el N.º 400 del año 1985 y en un anexo del N.º 783 del año 1992 titulado “Los Irresponsables de *El Jueves*”. En el Especial N.º 400 aclara en la portada: “Lo nunca visto: cómo son, cómo viven y cómo se lo montan la gente que hace esta revista”, incluyendo las respuestas a una encuesta sobre preferencias en las bebidas y comidas, el signo astrológico, fiestas, manías, sueños... De Rioja sabemos que es Libra, que bebe mucho café y come todo del cerdo, que va poco de fiestas, que ama la fotografía y que teme un infarto por ser pluriempleado. En el Anexo del N.º 783 Rioja dispone de una doble página y una breve semblanza de su obra “*juevera*” con foto incluida.

Él le tiene mucha estima a esta revista y a sus jefes y dibujantes de entonces. Cuenta como cuando se retrasaba con las viñetas por tener que ocuparse de su esposa enferma, Gin le llamó para decirle que no pasaba nada si no enviaba las viñetas esa semana, que seguiría cobrando igual y que si necesitaba recurrir a un tratamiento especial que también podrían ayudarle económicamente.

5 La consolidación. *Diario 16* de Andalucía (1982-1982)

Emilio Rioja, en la entrevista concedida para esta investigación, contó que un día que tomaba café con su esposa en el Bar Laredo de Sevilla se encontró con los periodistas Santiago Sánchez Tráver y Pedro J. Ramírez. Éste último había venido a Sevilla para preparar la creación de la cabecera de *Diario 16* para la edición de Andalucía. Se saludaron y después de que se marcharan, Sánchez Tráver volvió al instante para proponerle colaborar en el nuevo proyecto editorial que estaba a punto de arrancar, eran los comienzos del año 1982. Emilio Rioja dejaba *El Correo de Andalucía* para ingresar en las páginas de *Diario 16 Andalucía*.

El jueves 29 de abril de 1982 aparece el primer ejemplar de *Diario 16 Andalucía* en el que Emilio Rioja alcanzaría el éxito con numerosos reconocimientos y premios nacionales.



Primera viñeta de Rioja en *Diario 16* Andalucía 29/04/1982



Última viñeta de Rioja en *El Correo de Andalucía* 29/04/1982

En los inicios su viñeta aún no tiene una página fija e irá de la sección de 'Andalucía Viva', a 'Política Andaluza', a 'Opinión', o incluso a la contraportada, aunque terminaría asentándose en la página 4 de 'Opinión'. Sus temas estaban relacionados con noticias de Andalucía o Sevilla en la mayoría de ocasiones. Hay que recordar que en *Diario 16*, también dibujaban durante los años 80 Forges y Gallego & Rey y que junto con Rioja

formaban todo un tridente del humor gráfico para la edición de Andalucía, y en algunas ocasiones, en la edición nacional. A los que se unía Juan Ballesta, desde finales de los 80, con una colaboración dominical.

Sus viñetas analizaban con mucha chispa la realidad del momento, “a caballo de la noticia más actual” como una vez le describió su director en *Diario 16*. Y es que sus viñetas son graciosas, a la par entre el mismo dibujo y el texto, que en muchas ocasiones suele ser breve y rotundo para provocar la carcajada, porque Emilio Rioja es de los dibujantes de humor que consiguen la difícil tarea de sacar la carcajada del lector.

Muchos de sus dibujos tienen un protagonista masculino, de clase media, y sus comentarios jocosos se desarrollan en escenarios o bien de la calle en las que al fondo de las viñetas solían aparecer cochecitos y perfiles de bloques de edificios a modo de horizonte o *skyline* que le servían para rellenar los espacios en blanco. O bien, en otros ambientes de escenas domésticas, en el salón de casa, retratando a un señor en un primer plano de perfil.

Sus dibujos los realiza con un trazo fino y suele usar a menudo la trama, como recurso técnico de sombreado de las prendas de los personajes junto con las manchas negras alargadas en los pies para destacar el suelo.



Diario 16 Andalucía. 13 de agosto de 1993

Los argumentos de sus viñetas, en su gran mayoría, tratan temas de Andalucía y Sevilla, buscando noticias que afectan más a la gente corriente que a los políticos. Sobre los políticos el declara en una entrevista que le hicieron en Lepe (*ABC Andalucía*, miércoles 1 de junio de 1988, p. 30): -“A diferencia de Madrid, aquí te encuentras

frecuentemente con políticos en la calle y, a veces, no es agradable. Sobre todo si haces un dibujo con una crítica fuerte de un determinado político, ya que luego te lo encuentras y pone una cara de mosqueo increíble”-

Además, Rioja no es caricaturista, aunque en alguna que otra ocasión no ha tenido más remedio que realizarlas (hemos encontrado algunas caricaturas tuyas de Borbolla, Calvo Sotelo, Aznar...). También suele recurrir a la felicitación o dedicatoria desde sus viñetas.

Rioja siempre tuvo los límites de la censura y autocensura de la vida de un periodista de la Transición, es decir: “Al rey y al Papá ni tocarlos”. Eran temas tabúes. Sin embargo, él, en alguna que otra ocasión se balanceó en el límite, pero siempre de una manera respetuosa.

Como muchos españoles saben, una de las grandes aficiones de la familia real son los deportes de invierno como el esquí, y cómo, en más de una ocasión ha trascendido alguna que otra caída del monarca. Emilio Rioja publicaba en *Diario 16* una viñeta (31/12/1991), coincidiendo con una caída-tropezón del rey don Juan Carlos con otro esquiador en la estación de Baqueira Beret, en la que se observa una bola de “algodón” gigante con una corona real esquiando por una pendiente. Unos días después Emilio Rioja recibió una llamada desde el Palacio de la Zarzuela para solicitarle la viñeta en cuestión ya que su majestad el rey es coleccionista de algunas de las viñetas que hablan de él. Días después le enviaron una foto dedicada de su majestad y una carta de agradecimiento firmada por el jefe de la Casa Real Sabino Fernández Campo.

Durante su etapa de esplendor en *Diario 16* también colaboraba en otras revistas institucionales de la Diputación de Sevilla y de la Junta de Andalucía.

En noviembre de 1982 empezó su colaboración en la revista mensual de la Diputación de Sevilla *Cortijo de Cuarto* (10 números por año) hasta el año 1993 que desaparece la publicación. Ésta era una revista de información rural, de contenidos económicos y agrícolas de la provincia de Sevilla. Comenzó publicando dos viñetas en la página 33 del N.º 19 con viñetas cuyo protagonista es el típico señor de pueblo con boina, y en el N.º 20, correspondiente a diciembre de 1982, aparece un dibujo suyo a color en la contraportada a modo de felicitación navideña. A partir de aquí ya tiene su propia página y, en mayo de 1988, crea una tira vertical de cuatro viñetas titulada ‘Findemés’, que inaugura en el N.º 116 y narra las aventuras que padece un ciudadano con la economía doméstica y los salarios bajos.

Este ciudadano de ‘Findemés’ es el prototipo de personaje estándar que dibuja Rioja en muchas de sus viñetas. Se caracteriza por ser un hombre de media edad, con apenas tres pelos largos en la cabeza y narizotas. De aspecto administrativo por la indumentaria de chaqueta y corbata de diario (posiblemente retratando

indirectamente el ambiente de trabajo de la Caja de Ahorros, empleo que compatibilizaba con los dibujos). Muy expresivo en sus gestos y de movimientos flexibles.

En los últimos números de la revista, desde el 157 al 164, ya presentaba sus dibujos a color realizados en acuarelas. Los temas de las viñetas que completaban su página estaban en su mayoría relacionados con el campo, la economía y las instituciones y organismos afines; Aljarafesa, Presupuestos de Diputación o Parlamento, los arroceros, los polígonos, animales de granja, el puerto de Gelves... siendo el denominador común el carácter local y cercano de los mismos.

Otra de las revistas institucionales en las que Rioja dibujó es *Salud entre todos* subtitulada 'Revista de educación para la salud y formación del consumidor'. De periodicidad bimensual y editada por la Junta de Andalucía y Consejería de Salud. Sus primeros dibujos aparecen en el año 1986 y lo hacía con una tira de cuatro viñetas en blanco y negro en la página 2. En mayo 1994 comienza a dibujar a color y finaliza la colaboración en el penúltimo número de abril de 1997, aunque desde julio de 1994 a diciembre de 1996 hay una ausencia y no aparecen dibujos suyos. Sus viñetas en esta revista estaban centradas en temas referentes a la salud y asistencia social.

En una de las tiras un hombre se pregunta qué le habrá pasado a un conocido suyo que se ve en la viñeta, que antes estaba en contra de las vacunas y ahora está a favor, y termina en la última viñeta preguntándose; "¿qué virus le habrá picado?" (N.º 54, mayo de 1994. Página 3).

También colaboró, en cortos periodos de tiempo, en las revistas del corazón *Pronto* (que él mismo abandonó porque le cambiaban los textos de sus viñetas alterando su estilo), en *Estar Viva* (1988), donde realizaba en una tira de tres viñetas el personaje 'Ella y Cía.' y luego en *Diez minutos*.

Después da el paso hacia la agencia de noticias *Fax-Press*, fundada por Manu Leguineche en los 90. En un principio colabora enviando sus viñetas desde la agencia a los periódicos *Diario de Ávila* y *Diario de Burgos* y posteriormente a título individual, desligándose de la agencia. Era un trabajo cómodo y simple, pues en realidad enviaba el mismo chiste que publicaba en *Diario 16* edición Andalucía.

Además dibujó para un sinfín de soportes; azucarillos individuales para los bares y restaurantes, almanaques de mesa para la Orden religiosa de los Padres Camilos, un cartel para Cáritas, pegatinas para la Asociación Anclaje... También ideó, a finales de los 90, una serie de postales con sus dibujos que se vendían en los estancos en paquetes de ocho a los que bautizó como "Cartooncillos", pero que no resultaron rentables. Y tiene dos viñetas en el Museo del Dibujo Julio Gavín de Castillo de Larrés (Huesca).

En una ocasión que fui a casa de Emilio Rioja tuve la suerte de ver su estudio y su gran mesa de dibujo, al estilo de las que tienen los arquitectos. Un flexo y muchos papeles y rotuladores por todas partes eran los adornos que presentaba su lugar de trabajo doméstico. En sus principios dibujaba a plumilla, pasando después al rotulador de punta calibrada debido a la premura para entregar los trabajos. También recuerda como en los orígenes tenía que ir a la oficina de Correos para enviar las viñetas a las revistas de Madrid o Barcelona y como el cartero encargado de la recogida de paquetes y cartas del día, esperaba hasta su llegada cuando se retrasaba. Y es que el cartero también era un gran aficionado de sus viñetas. Después su vida mejoró cuando se extendió y popularizó el uso del fax, aunque aún recuerda el pellizco de 120.000 pesetas que le costó hacerse con uno por aquél entonces.

También trabajaba en verano desde la playa por algún encargo especial o extraordinario y en alguna ocasión llegó a pintar incluso con un lápiz de ojos de su esposa en la terraza de un restaurante ante la falta de su material habitual para dibujar.

6 Los premios

Y en el transcurso de sus colaboraciones habituales en esta década comienzan a llegar los premios y reconocimientos. En el año 1986 obtiene el prestigioso Premio Paleta Agromán de Humor Gráfico (*ABC* Madrid, 14/06/1986, p. 10). Los premios Paleta Agromán deben su nombre a la empresa constructora Agromán (hoy Ferrovial) y a los calendarios que realizaba cada año. Si bien éstos arrancan desde 1942, es desde 1958 cuando se instituyen como los premios del 'Chiste Nacional'. Se concedían varios premios; un primer premio Paleta Agromán, un Accésit, un premio de Chiste sin palabras y otro denominado Plomada horizontal.

En la viñeta que presentó Rioja para la convocatoria de ese año se observa a un oficinista que está trabajando frente a un ordenador gigante y detrás de la máquina hay un fogonero echando carbón al interior del ordenador.

Un año antes, en 1985, había obtenido un Accésit en la categoría de Chistes sin palabras de Paleta Agromán.

También aparece una viñeta suya en la página 154 del libro homenaje *25 años de Humor Español* Paleta Agromán/Oscar Nacional de Humor, Madrid (1983), en referencia al calendario del año de 1979. Y es que Rioja enviaba viñetas a este concurso todos los años.

En el año 1986 también obtiene el Premio de Periodismo de Loterías del Estado concedido por el Organismo Nacional de Loterías y Apuestas del Estado, en la categoría de fotografías, ilustraciones y dibujos humorísticos, convocada en el BOE N.º 303 del 19 de diciembre de 1986. La convocatoria de estos premios se realizó también en los años 1985 y 1987.

En la última semana de mayo de 1988 se inauguraba la 1ª Semana del Humor de Lepe, cuyos habitantes se habían convertido en protagonistas de multitud de chistes del momento. Su alcalde, con el fin de aprovechar al máximo ese tirón para el turismo decidió organizar las Semanas del Humor (hasta 1990) e invitar a los principales humoristas gráficos de España; entre ellos Forges, Gallego y Rey, Martín Morales, Summers, Cebrián, Cabañas, Mena, Josele y Rioja. Además de una exposición de dibujos y viñetas y de conferencias, se organizaba también un encuentro de fútbol entre algunos políticos del parlamento andaluz y otro equipo de humoristas, en el que ganaron los segundos por penaltis en este año. Emilio Rioja comentaba a la redactora de *ABC* que cubría la información que: “Meterle goles a los políticos es lo nuestro, y eso que yo no he jugado” (*ABC Andalucía*, 30/5/88, p. 27).

Con motivo de la Exposición Internacional de 1992 que iba a celebrarse en Sevilla se convocó a finales de los 80 un concurso de diseño de una mascota para este evento y se invitó a varios dibujantes de España y del extranjero. Rioja fue uno de los invitados, junto a los diseñadores sevillanos Pedro Castro y Lola Moreno, y presentó al concurso el diseño o propuesta de una de las chimeneas del monasterio de la Cartuja, animada.

El ganador de este concurso de mascota para la Expo`92 resultó ser el alemán Heinz Edelmann, con el pájaro Curro, no sin cierta polémica pues el veredicto final fue filtrado antes de tiempo. Este hecho provocó el enfado del dibujante Antonio Mingote de *ABC*, que además, se quejaba de que el nombre de Curro había sido propuesto por él para su mascota.

En esta trayectoria de reconocimientos, Rioja presidió los jurados de los programas N.º 4 y 5 de *Saque Bola* (21/03/1989 y 28/03/1989) de Canal Sur Televisión, presentado por Emilio Aragón. “Saque Bola” era un programa semanal donde los concursantes tenían que contar chistes y superar pruebas ingeniosas con humor. Este programa humorístico fue uno de los pioneros en Canal Sur Televisión, pues se emitió apenas un mes después de la inauguración de este Canal de Televisión, el 28 de febrero de 1989, coincidiendo con la efeméride del Día de Andalucía.

Ya forma parte de los grandes dibujantes de humor de España y prueba de ello es su colaboración en el Calendario de 1989 de la Real Federación Española de Fútbol y el Consejo Superior de Deportes para combatir la violencia en los deportes y en especial en el fútbol. En el calendario participan 14 prestigiosos dibujantes del humor, entre ellos; Emilio Rioja, Ballesta, Cebrián, Chumy Chúmez, Forges, Gallego & Rey, Gin, Ivá,

Martín Morales, Máximo, Mingote, Oscar, Peridis y Manuel Summers. (*El Periódico de Cataluña*, sábado 17/12/88, p. 60). Cada uno se encarga de ilustrar un mes, la portada y la contraportada. Rioja se ocupa del mes de septiembre con un dibujo a color al que titula “Se inicia la temporada. No empieces con chorradas”, en el que un árbitro con un carrito de supermercado lleno de tarjetas rojas y amarillas piensa si sacar una a un futbolista.

Ya en la década de los 90, representa a Andalucía en el fascículo N.º XII “El Humor en las Autonomías”, páginas 350-351, de la colección “50 años de Humor Español” del diario madrileño *El Independiente*, obra coordinada por Chumy Chúmez en el año 1990, Antonio Burgos escribe un artículo sobre humoristas andaluces y también, en esas mismas páginas del coleccionable aparece una viñeta de Rioja junto a dibujos de otros dibujantes de Andalucía, entre ellos; Vica de Jaén, Elgar de Málaga, Mesa Madero de Granada, Idígoras y Pachi de Málaga y Simón y M. Ruiz de Almería. También aparece una viñeta de Carlos Méndez, autor de esta biografía.



Premio Mingote de ABC. 1991

En el año 1991 obtiene el Premio Mingote de Humor Gráfico del diario ABC (*ABC*, miércoles 24/7/91). El jurado estaba compuesto por Francisco Umbral, Carlos Bousoño, Rafael Alvarado, Antonio López y Antonio Mingote. Este premio se crea en 1966 y se concede alternativamente a chistes, caricaturas o dibujos y a fotografías. Entre sus premiados están Tono, Quesada, Mena, Máximo, Peridis, Chumy Chuméz, M. Summers, Martín Morales, Puig Rosado, Xim, Quique...

También tuvo lugar este año una exposición denominada Muestra de Humor Andaluz en la Galería Ramón Puyol de Algeciras, Cádiz. Organizada por el dibujante del diario Europa Sur Carlos Villanueva y la Fundación Municipal de Cultura, en la que Rioja estaba representado por una de sus viñetas.

7 El ocaso. *Diario de Andalucía* (1998-2001)

En diciembre de 1997 cierra *Diario 16* Andalucía, aunque su director en funciones Juan Emilio Ballesteros y algunos de sus redactores lo mantienen a flote hasta enero de 1998 (En la Hemeroteca Provincial de Sevilla existen algunos ejemplares de este mes). El viernes 3 de abril de ese mismo año vuelve a aparecer, aunque el periódico cambia la cabecera por *Diario de Andalucía*¹³ hasta su cierre definitivo en el año 2001. Rioja recuerda con mucha tristeza esos últimos días, no solo porque desde hacía tiempo que habían dejado de cobrar todos sus empleados, sino porque entendía que se acababa un ciclo en su vida.

Posteriormente tuvo algunas ofertas de prensa local, aunque ya no retomaría el lápiz. De vez en cuando alguien le reclama para solicitarle viñetas para ilustrar algún libro como han hecho Joaquín Arbide (2005, 2011) o Julio Martínez de Velasco (2011), para ilustrar la portada del libro *Allí ve Sevilla. Palíndromo para su más cabal ciudadanía*. En el libro de César Rufino (2009), también aparece una viñeta de Rioja en la página 228 como humorista gráfico de este diario a finales de los 70.

Hoy día comenta que le cuesta mucho trabajo realizar una viñeta, que lo ha intentado varias veces, pero que desiste. No se imagina dibujando a diario otra vez y máxime, con el ritmo frenético que mantuvo durante la década de los 80 y los 90.

“Hay que saber retirarse”. Es la frase con la que pone un punto y aparte a esta profesión.

¹³ Un estudio en profundidad de este nuevo proyecto de comunicación fue analizado en la publicación de Ramón Reig y M.^a José Ruiz Acosta (1998): *Sevilla y su Prensa: Aproximación a la Historia del Periodismo andaluz contemporáneo (1898-1998)*, Ámbitos de la Comunicación I, Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación, Universidad de Sevilla, p. 211-215.

8 Conclusiones

1.- Emilio Rioja es un representante de humor andaluz y sevillano, aunque el humor o humorismo hoy día es universal, como él mismo reconoce en un reportaje publicado en *La Vanguardia* (24/08/1995). Sobre la denominación de 'Humor Andaluz', el dibujante onubense Saltés, en una entrevista afirmaba sobre la existencia del humor andaluz que:

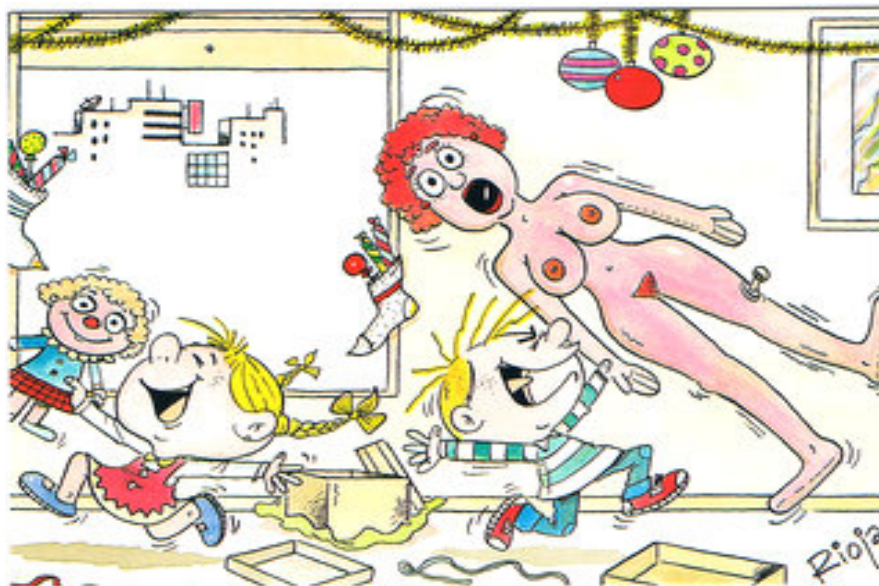
-“No lo sé, la verdad. Habría que hacer un recuento de humoristas andaluces para ver si se perfila un estilo. Lo que sí estoy seguro que existe, y esto es mucho más que un tópico, es una manera humorística de expresarse muy arraigada en la cultura andaluza. Porque el humor no equivale a hacer el payaso; el humor es una manera de expresarse tan clara y tan certera que, al ser entendida, produce satisfacción y alegría hasta el extremo de provocar una respuesta somática: la risa”- (*Tierras del Sur*, 1978, N.º103, p. 18).

2.- Tenemos que considerar la obra de Emilio Rioja como de muy importante, pues ha recogido con sus rotuladores instantáneas de momentos históricos claves para entender nuestra historia más reciente, como es la Transición española desde Andalucía. Y lo ha hecho como testigo con sus viñetas y como protagonista participando activamente en la reivindicación de las libertades. Desde la clandestinidad y muerte de Franco hasta la consecución de la democracia actual y defensa del autonomismo andaluz.

Al mismo tiempo, sus viñetas son un reflejo de estos momentos históricos, y si bien, en los últimos años del dictador Franco había que hacer un humor no político, en la etapa de la Transición desarrolla un humor crítico de altura, comprometido con lo que debe ser la aportación del periodismo frente a los poderes establecidos. Se observa también como se inclina por la temática "verde" o erótica, coincidiendo con la época del destape, en las revistas de humor nacionales y cómo trata también los temas cotidianos y cercanos de Sevilla a través de algunas revistas de instituciones.

El estilo gráfico de Rioja también evoluciona; si en un principio sus dibujos están muy influenciados por otros grandes humoristas nacionales, poco a poco llega a alcanzar un estilo y lenguaje propio, caracterizado por una línea fina y apoyado en pequeñas tramas y sombreados. Primeros planos y planos generales con monigotes de perfil, y sin duda, donde mejor alcanza su impronta, es en la caracterización de las expresiones faciales y en los movimientos flexibles que complementan el lenguaje visual de los gags.

El humor de Rioja no solo era de sonrisas, sino también de risas, pues era de los humoristas gráficos que hacían buscar la viñeta en primer lugar cuando abres un periódico, no para ver quién era el protagonista del día de sus viñetas, sino para soltar la carcajada por la chispa que había en sus textos y dibujos.



Cartooncillos

Referencias bibliográficas

25 años de Humor España (1983): Paleta Agromán/Oscar Nacional de Humor, Madrid, Rivadeneyra S. A.

ARBIDE, J. (2005): *Sevilla en los 70*, Sevilla, rd editores

ARBIDE, J. (2011): *Sevilla llena eres de Gracia*, Sevilla, Guadalturia

BARRERO, M. (2011): "Martínez de León. Humor Gráfico en la guerra civil y el bajo franquismo", en *Cincuenta años de Humor Gráfico en España*. Actas de las primeras jornadas Comunicación y Cultura, Madrid, Facultad de CC de la Información, Universidad Complutense de Madrid y Francisco Segado Boj (Editor), p. 41-67.

BORDERÍA, E. MARTÍNEZ, Fr. y GÓMEZ, J. (2010): *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica*, Valencia, Tirant lo Blanch

BOZAL, V. (1989): *El siglo de los caricaturistas*, Historia del Arte-Historia 16, n.º 40, Madrid, Grupo 16

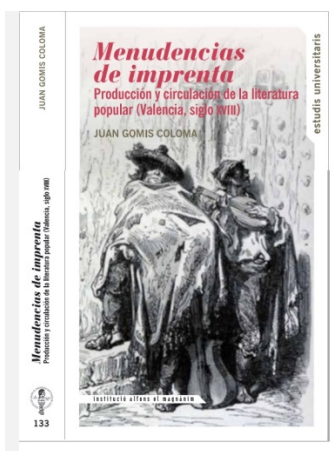
CHECA GODOY, A. (2011): *Historia de la Prensa Andaluza*, Sevilla, Ediciones Alfar S.A.

CHUMY CHÚMEZ (1990): *50 años de humor español*. Madrid, Coleccionable del diario El Independiente

- El Correo cumple 110 años*, Memoria de cuatro generaciones (2009). Sevilla, Publicación extraordinaria con motivo del aniversario, edita El Correo de Andalucía
- GUIRAL, A. y SOLDEVILLA, J. M. (2008): *El Mundo de Escobar. 100 años del creador de Carpanta y Zipi y Zape*, Barcelona: Ediciones B S. A.
- Humor Gráfico Español del Siglo XX* (1970): Biblioteca Básica Salvat, Libros RTV, Madrid, Salvat-Editores, S. A. –Alianza Editorial, S. A.
- Humorismo*. Biblioteca Salvat de Grandes Temas (1973): Libros GT, Barcelona, Salvat Editores
- JAVIERRE, J. M. (1979): *Gran Enciclopedia de Andalucía*, Sevilla, Promociones Culturales Españolas, S. A.
- LLORCA, A. (1980): *Andalucía dijo sí*, Sevilla, Editado por Augusto Llorca
- MARTÍNEZ DE LEÓN, A. (2008): *Historietas Sevillanas*, Sevilla, Viaje a Bizancio Ediciones en colaboración con la Diputación de Sevilla y el Excmo. Ayuntamiento de Coria del Río y el ICAS del Ayto. de Sevilla
- MARTÍNEZ de Velasco, J (2011): *Allí ve Sevilla. Palíndromo para su más cabal ciudadanía*, Guadalturia, Sevilla
- MELÉNDEZ Malavé, N. (2007): "Los inicios de la Prensa Satírica en Andalucía", Sevilla, *Revista Andalucía en la Historia*, año V, n.º 15, p, 62-68.
- MOREIRO, J. y PRIETO, M. (2001): *El Humor en la transición. Diciembre 1973-Diciembre 1978. Cinco años con mucha guasa*, Madrid: Editorial EDAF
- REIG, Ramón y RUIZ ACOSTA M.ª J. (1998). *Sevilla y su Prensa: Aproximación a la Historia del Periodismo andaluz contemporáneo (1898-1998)*, Sevilla, Ámbitos de la Comunicación I. Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación. Universidad de Sevilla
- RUFINO, C. (2009): *110 firmas, 1899-2009. El Correo de Andalucía*, Sevilla, edita El Correo de Andalucía
- RINCÓN, M. (2009) *110 Portadas para la Historia*, Sevilla, edita El Correo de Andalucía
- SEGADO BOJ, Fr. (2011): *Un País de Chiste. Humor Gráfico durante la Transición*, Madrid, Editorial Rialp
- SEVILLA SOLER, M.ª R. (1985), "La Crisis del 98 y la sátira en la prensa sevillana", *Andalucía y América en el siglo XIX*, Actas de las V jornadas de Andalucía y América, U. Santa María de la Rábida, p. 507-540.

TUBAU, Iván (1987): *El Humor Gráfico en la prensa del franquismo*, Barcelona, Editorial Mitre

VALLECILLO López, J. (2009): *Don Cecilio de Triana y las fiestas de Sevilla*. Colección Biblioteca de Temas Sevillanas n.º 75, Sevilla, Ayto. de Sevilla e Instituto de Cultura y las Artes de Sevilla (ICAS)



***Menudencias de imprenta. Producción y circulación
de la literatura popular (Valencia, siglo XVIII)***

Juan Gomis Coloma

Alfonso el Magnánimo, Madrid, 2014

557 pp.

Reseña por Inmaculada Casas-Delgado

LA GRANDEZA DE LO MENUDO

Hace ya casi medio siglo que Julio Caro Baroja acuñó el término “literatura popular” para designar en una sola unidad un gran conjunto de obras (romances, relaciones, calendarios, estampas, canciones...), las cuales, a pesar de ser “consumidas masivamente durante siglos”, estuvieron condenadas al ostracismo académico hasta ese momento. La investigación de este célebre autor sentó las bases en las décadas de 1970 y 1980 de posteriores trabajos sobre estos pequeños textos, tanto por calidad como por formato. En los últimos años el estudio de la literatura popular española ha experimentado un inesperado resurgir científico-divulgativo gracias a iniciativas como: el *I Encuentro de Coplas de Ciegos* (2013), organizado por la ONCE; el *XVI Seminario sobre Patrimonio Cultural: Del cordel a las redes sociales* celebrado en la Universidad

de Chile (2014); la colección digital *Spanish Chapbooks* de la Universidad de Cambridge (2014) o las *I Jornadas sobre Literaturas Marginadas* de la Universidad de Sevilla (2015), entre otros trabajos, eventos y proyectos.

En esta nueva ola se sitúa el Doctor Juan Gomis Coloma de la Universidad Católica de Valencia, historiador especializado en este género editorial, tema que aborda en su libro más reciente: *Menudencias de imprenta. Producción y circulación de la literatura popular (Valencia, siglo XVIII)* (2014). Uno de los logros de esta monografía reside en que desarrolla un pormenorizado análisis de la literatura de cordel no sólo desde la óptica histórica o filológica -disciplinas más habituales en este asunto- sino sobre todo desde una perspectiva cultural y comunicativa. A ello se suma la visión globalizadora que aporta esta obra sobre los cambios en contenido, producción y difusión de la literatura popular española entre los siglos XV y XIX, apuesta inusual, porque los estudios sobre pliegos de cordel suelen hacer hincapié en una época, autor, impresor o temática concreta.

A pesar de esa intención totalizadora, Gomis también describe el estado de la imprenta y librería en la Valencia del siglo XVIII, dominado por profesionales como Bordazar, Monfort, y la familia Orga. Información que se complementa con el anexo de imágenes con mapas de los talleres de imprenta situados en dicha ciudad durante la segunda mitad de la centuria dieciochesca. Es más, este autor centra su atención en la carrera profesional del impresor Agustín Laborda, cuya extensa producción en la capital valenciana entre 1743 y 1774 no había sido estudiada antes; a pesar de ser “uno de los más importantes productores de la literatura de cordel del XVIII español”. La minuciosa reconstrucción biográfica realizada permite entender cómo la venta de “papeles enanos” fue un lucrativo negocio, vista la fortuna que atesoró Laborda, quien a su muerte dejó en su taller de la calle Bolsería un *stock* de “casi 200.000 estampas y más de 300.000 romances y demás subgéneros”; además, su patrimonio ascendía a “9.374 libras, 9 sueldos y 11 dineros”. Tales cifras constatan que en el siglo XVIII la publicación de romances y otros impresos de la literatura de cordel española no era una mera y puntual estrategia para superar momentos de crisis, sino un “robusto comercio” orientado principalmente a la venta al por mayor por todo el país.

La investigación de Gomis compagina la tradicional consulta de bibliotecas como la Colección Serrano Morales (Archivo Histórico de la Ciudad de Valencia) o la Colección Nicolau Primitiu (Biblioteca Valenciana), entre otras, con el original y fructífero uso de otras fuentes no literarias como los documentos jurídico-administrativos (dotes, testamentos, informes de inspecciones de librerías, escrituras notariales, ordenanzas...). De este modo, se facilitan datos hasta hoy desconocidos mediante un completo recorrido desde la autoría, pasando por los mecanismos de impresión, distribución y consumo de los pliegos sueltos.

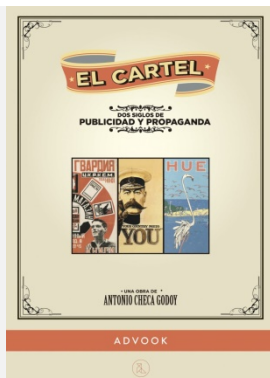
En el tercer capítulo Gomis ofrece una detallada descripción del proceso judicial relacionado con el comercio de menudencias de imprenta, que tuvo lugar en 1749 entre las hermandades de ciegos y varios impresores y libreros valencianos. La información aquí presentada implica otra gran aportación para seguir descubriendo la Historia de la Comunicación y de la Cultura Popular. Siguiendo la estela emprendida en 1974 por Jean François Botrel con sus *aveugles considérés comme mass-media*, este trabajo también revela el protagonismo de los ciegos en este negocio, analizando, en concreto, el poder de la hermandad de ciegos más antigua de España, la cofradía de la Vera Creu, un gremio que ostentó durante 20 años el monopolio de la venta de pliegos sueltos en Valencia.

La influencia de Roger Chartier y Botrel también es patente en la última parte del libro, dedicada a las prácticas de la lectura de la literatura popular, aspecto este apenas desarrollado por los autores de referencia, debido a la dificultad de localización de fuentes para reconstruir dicho proceso. El autor indaga sobre este asunto y en su búsqueda localiza unos insólitos testimonios de dos compradores de pliegos sueltos, que nos permiten escuchar la voz del público de la literatura de cordel. En 1765, un jornalero llamado Salvador Palau y un vellutero, Antonio Solar, ambos analfabetos, afirmaron comprar en la imprenta de Agustín Laborda diversos romances para que se los leyera sus parientes. Por tanto, vemos que este producto despertaba la curiosidad de la población humilde iletrada, que disfrutaba de estas baratas y breves composiciones, que versaban sobre multitud de temas, desde lo más serio, como los textos religiosos, hasta lo más soez, en los relatos burlescos. No obstante, Gomis considera que la clientela habitual de la literatura de cordel no estaba formada en exclusiva por las clases bajas, sino que debido a dicha diversidad temática el público tendría una “variada composición sociocultural”, donde también se incluye -aunque en un porcentaje menor- a ciudadanos más acomodados o con cierta formación académica.

Continuando la senda emprendida en sus anteriores investigaciones sobre las múltiples representaciones femeninas en los pliegos sueltos, en esta monografía, Gomis, desarrolla un estudio de género, debido a que dedica un espacio al trabajo realizado por Vicenta Devis y Carmela Laborda, viuda e hija, respectivamente, de Agustín Laborda. Ambas mantuvieron el éxito editorial conseguido por éste, es más, la contribución de Carmela Laborda al taller fue una iniciativa folletinesca al numerar los romances para venderlos como una serie coleccionable. Estos y otros datos sobre dichas impresoras convierten esta investigación en una obra clave, dado el vacío científico al respecto.

En definitiva, este enriquecedor trabajo marca un hito en los estudios sobre la literatura popular española -como lo hizo hace casi 50 años Julio Caro Baroja- dado que arroja luz a las oscuridades aún existentes en este ámbito. Asimismo, servirá de

referencia para abrir las puertas a futuras investigaciones que realicen pesquisas similares en otras ciudades españolas, lo cual propiciaría un mayor desarrollo en el análisis global de un objeto de estudio aún fragmentado y que requiere una mayor atención por parte de la comunidad científica, y así mostrar la grandeza de lo menudo.



El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda

Antonio Checa Godoy

Advook, Sevilla, 2015

Nº páginas: 213

Concha Langa Nuño, Universidad de Sevilla

DOS SIGLOS DE BELLEZA EN LAS PAREDES

El libro con el que la editorial Advook se presenta es todo un alegato de intenciones. Su cuidadísima presentación y su depurado diseño no dejan duda del mimo con el que el libro ha sido realizado. Esto añade, si es posible, aún más interés a una magnífica obra. El libro de Antonio Checa es un recorrido minucioso, magníficamente detallado y completísimo por la historia del cartel comercial. Desde sus antecedentes, ya en la vieja Roma, hasta su futuro, el libro se divide en 11 capítulos por lo que pasan casi dos siglos de carteles de todo el mundo.

El primer capítulo nos remite a los antecedentes del cartel conocidos, desde los encontrados en Pompeya, a su recuperación a finales de la Edad Media, vemos como en el siglo XVIII comenzaron a ser más comunes en especial durante la Revolución francesa, sin olvidar el caso de los carteles taurinos españoles. En segundo capítulo se destina a los comienzos del cartel comercial de la mano de las nuevas tecnologías,

como la cromolitografía, que permitieron su mejor reproducción en un momento en que la publicidad iniciaba su crecimiento. Con su popularización a mitad del siglo XIX también se dio una profesionalización de quienes los producían, desde los autores a los que los que los distribuyen.

El tercer capítulo se destina al estudio del cartel modernista. La expansión de la publicidad coincide con la del gusto modernista, por lo en el final del siglo XIX y principios del siglo XX el cartel publicitario modernista se hizo muy popular en las grandes ciudades europeas especialmente, contando con la colaboración de destacados artistas como el francés Toulouse-Lautrec o el checo Alfons Mucha, sin olvidar los interesantes modernistas catalanes, en especial la obra de Ramón Casas.

Las vanguardias dejaron también su impronta en el cartel. La evolución del mismo en la segunda década del siglo XX es analizada en el capítulo 4 que presta gran atención a las relaciones de los artistas de vanguardia y la publicidad. Ejemplos como Cassandre y sus técnicas cubistas cambiaron la estética recargada de los carteles de la etapa anterior. No menos interesante es el caso de los cartelistas alemanes relacionados con la Bauhaus o de los italianos influidos por el futurismo o de la llegada de la fotografía al cartel en esta época como nos demuestran los extraordinarios fotomontajes propagandísticos antinazis de John Heartfield o del español Josep Masana.

El saber enciclopédico de Antonio Checa le permite centrarse en el capítulo 5 en el cartel americano y asiático desde sus orígenes a comienzos del siglo XX. Además del recorrido por el continente americano, de norte a sur, nos ha parecido de gran interés el estudio de los carteles japoneses y chinos en los inicios de la publicidad en el siglo XIX y comienzos del XX.

El cartel cinematográfico desde sus inicios a principios del siglo XX ocupa el capítulo 6. Los comienzos del cine mudo coinciden con la expansión de la cartelística publicitaria, por lo que el nuevo invento de inmediato utilizó este medio de propaganda como ya hiciesen los Lumiere en famosos carteles como el de Marcellin Auzolle. El apogeo del cine sonoro en Hollywood confirmó la creación de un cartel que adquirió personalidad propia en especial con la consolidación del *star system*. La ruptura de esta estética se produjo en los años sesenta con figuras como Saul Bass y sus carteles para obras de Hitchcock o Wilder. Un recorrido por los carteles de los distintos países europeos y americanos completa el capítulo.

El capítulo siguiente se centra en el cartel turístico, otro que ha desarrollado una personalidad propia. Desde los primeros carteles ingleses (país que inventó el turismo) de mitad del XIX, el cartel turístico ha ido evolucionando lo mismo que el turismo. Desde el turismo de balnearios y ferroviario de final del siglo XIX y principios del XX, al turismo promovido por los distintos estados, estos carteles se adaptaron al turismo

aéreo y han llegado a nuestros días en que siguen atraer mostrando los encantos locales.

No menos interesante es la historia del cartel político al que se destina el capítulo 8. Los complejos acontecimientos políticos de la edad contemporánea encontraron en el cartel su manifestación que según Checa, siguió un curso paralelo pero independiente del cartel comercial (p. 123). Las revoluciones políticas primero y las campañas electorales desde que el sufragio masculino se hace universal en el último tercio del siglo XIX en algunos países, motivaron su prolijo uso aunque aún casi compuestos de texto. Mas, fue la Primera Guerra Mundial la que creó un tipo de cartel propagandístico de gran impacto perfeccionado en las revoluciones rusa y mexicana. Los años treinta, son la edad de oro de la propaganda, y uno de sus ejemplos más reconocidos es la cartelística republicana creada en la guerra civil española que tuvo su continuación con la de los países enfrentados en la Segunda Guerra Mundial, como la nazi. Con la llegada de la Guerra Fría, el cartel mantiene su carácter adoctrinador especialmente en los países del bloque soviético. Más fueron las revoluciones china y cubana la que nos ofrecen los ejemplos de mayor atractivo en la segunda parte del siglo XX, junto los pacifistas norteamericanos anti-guerra de Vietnam. Checa nos ofrece como último ejemplo de la cartelística propagandística carteles del 15-M que recupera el interés del cartel político en crisis desde los años setenta por el auge de la TV y otros formatos de propaganda, según afirma (p. 144).

Los capítulos 9 y 10 analizan la historia del cartel publicitario desde la posguerra mundial hasta nuestros días. El capítulo 9 está destinado al cartel en la era de la televisión, analizando los cambios que vivió éste al entrar en competencia con nuevos soportes publicitarios audiovisuales desde los años cincuenta. El uso de la fotografía y la nueva estética más sencilla (como ejemplifican los cartelistas franceses o suizos) son los caminos que se completan con la influencia de la cultura pop en los años sesenta. El cartel posmoderno, explicado detalladamente en el capítulo 10, cierra el libro. La renovación del diseño que se inició en los años ochenta del siglo pasado llegó a todos los carteles, desde los comerciales a los cinematográficos que encontraron en la provocación un modo de atraer al público.

Para Antonio Checa, el cartel sigue estando vivo a comienzos del siglo XXI:

En una sociedad cada día más urbana, con ciudadanos que están muchas horas cada día fuera del hogar, circulan o caminan por sus calles y plazas, compran o almuerzan, el cartel tiene su sitio. Toda la cultura y todos los eventos de la urbe recurren hoy al cartel. También la publicidad comercial. Puede parecernos que se torna desde luego más sofisticado, pero ocurre que coexisten fórmulas muy heterogéneas. Un muro puede llenarse de una larga fila de humildes carteles a la intemperie anunciando un concierto o un nuevo disco, o un acontecimiento deportivo, o convocando a una manifestación de protesta como hace un siglo,

pero en el mismo paisaje urbano podemos tener carteles protegido e iluminados, pantallas coloristas que van alternando sus mensajes, ante nuestros ojos cruzará un autobús cargado de mensajes en carteles y en alguna plaza o lugar despejado se alzarán ante nosotros el monosposte con su cartelera entraremos en algún edificio público y veremos el vestíbulo lleno de carteles institucionales que desarrollan campañas

El cartel sigue dominando la ciudad. (p. 185)

No debe extrañarnos por tanto que esta rotunda afirmación se complete con un último capítulo, el 11, consagrado al futuro del cartel según la opinión de algunos relevantes cartelistas actuales hispanoamericanos.

Este completísimo libro incluye un cuadernillo central con una selección de los carteles más significativos de cada etapa. Lo cierto es que también incluye, al citar a muchos autores, direcciones de páginas webs. Y es muy recomendable leerlo con un soporte informático al lado para poder disfrutar de la espectacular cantidad de ejemplos citados. También ayuda la lista de webs especializadas que incluye al final del libro.



Carceller. El éxito trágico del editor de La Traca

Antonio Laguna Platero

Valencia, El Nadir, 2015

Nº páginas, 195

Reseña por Luis Veres, Universidad de Valencia

VIDA Y MUERTE DEL EDITOR QUE MÁS REVISTAS VENDIÓ EN LA II REPÚBLICA

Cuando el 1 de abril de 1939 el ejército franquista daba por finalizada la guerra civil española, se iniciaba la creación de un frente mediático que iba a ser utilizado por la dictadura de Franco como eje de todos los mensajes dirigidos a la población y como fundamento de su imagen legitimadora. Ese eje iba a estar formado por la radio, la prensa, el cine y la televisión según ese orden de intervención.

La situación de partida era la de una represión feroz en la que las dos tendencias dominantes, catolicismo integrista y falangismo, se aliaron “en pro de un objetivo común, el control de la sociedad civil” (Nicolás 2005: 96). La represión tras la guerra consistió en el establecimiento de una censura igualmente intensa (Bordería 2000, Rius 2000, Veres 2009) y en el hecho de que España se convirtió en una enorme cárcel.

Historiadores de prestigio como Javier Tusell (2005) o Santos Juliá (1999) consideran que hubo entre 50000 y 79000 ejecuciones tras el fin de la guerra y más de 300000 encarcelados. A ello se suma medio millón de exiliados. Se trató de una depuración masiva en toda regla. Todo el sector cultural fue objeto de la represión, a excepción de los adeptos al régimen, -los Tovar, los Ridruejo, los Panero- y empezando por 1800 maestros y profesores cuyo decreto firmó el dramaturgo José María Pemán, según el cual muchos perdían su puesto de trabajo.

El propósito del nuevo régimen era formar un frente mediático de apoyo y glorificación del dictador. Sólo por tomar como referente la radio, con el establecimiento del primer gobierno de Franco el 30 de enero de 1938, momento en que el cuñado del dictador, Serrano Suñer, se erige en Ministro del Interior con Francisco Tovar como jefe de Sección de Radiodifusión (Seoane y Saiz 2007: 227), la radio pasó a tener el signo de la Falange. Los locutores acudían vestidos con el uniforme falangista y la programación estaba dirigida a encumbrar el mito de Franco y a explotar el mito de José Antonio Primo de Rivera. La radio heredaría las circunstancias de un país destrozado por la guerra, y RNE se convertirá en una muestra del exhibicionismo falangista y del silenciamiento del mundo de los vencidos. La radio se va a convertir en un sistema de negación de la realidad, que va a relegar a una gran parte. Lo mismo pasó con la prensa y con el cine (Veres, 2009).

Pero para conseguir ese frente mediático había que aniquilar todo medio de comunicación que no comulgase con el ideario totalitario del régimen que Franco iba a implantar durante casi cuarenta años. Y una muestra de ese férreo empeño se produjo poco después de la entrada de las tropas franquistas en Valencia. Una de las primeras acciones represivas contra medios de comunicación en aquellos años, tras la derrota republicana, fue la detención y posterior fusilamiento de Vicente Miguel Carceller. Carceller fue un nombre clave en el desarrollo del periodismo gráfico de humor en España con su revista *La Traca* como referente ineludible. Este joven periodista se convertiría en uno de los empresarios más singulares de los años treinta con una veintena de cabeceras que responden a su creación. Carceller fue un empresario al estilo Herst, salvando las distancias de sus dos respectivos universos informativos, pero lo cierto es que guardó ese carácter de empresario moderno que daba el salto de la pequeña publicación de corto alcance a publicaciones, como *La Traca*, que superaron el medio millón de ejemplares. Carceller fue un empresario que desde Valencia se hizo millonario con el periodismo satírico para luego dar el salto, a partir de 1938, al espectáculo teatral con la fundación del teatro Serrano y diversas editoriales que también incluían teatro en su fondo de publicaciones. Fiel a su ideario republicano y seguidor del consolidado Vicente Blasco Ibáñez, Carceller desde su tribuna satirizó las formas de esa España antigua y tradicional ejemplificadas en el Ejército, la Iglesia y los sectores más conservadores. Dibujos y caricaturas humorísticas sirvieron para atraer el interés del público mayoritario para introducir una dura crítica

social sobre esos sectores de orden conservador. El humor se convirtió en el bisturí de análisis social de la España del momento.

Esta es la historia de un periodista modelo, que ahora recibiría el elogioso calificativo de “emprendedor”, pero que, en aquella España oscura de intereses contrariados, acabó siendo fusilado en las afueras de la población de Paterna, cerca de Valencia, para dar con sus huesos en la oscuridad de una fosa común. La figura de Carceller ejemplifica una de las lacras de este país que es el olvido de algunos personajes a los cuales la guerra les arrebató el recuerdo de su significación histórica. Y ese parece ser sin duda el propósito de este excelente trabajo. Obra de un historiador de cabal trayectoria académica como Antonio Laguna es *Carceller. El éxito trágico del editor de La Traca*. Laguna es autor de gran parte de los estudios sobre historia de la comunicación local en Valencia y, entre la decena de libros publicados, destaca la *Historia del periodismo valenciano* o la confección en colaboración de la *Historia de la comunicación social*, dos trabajos de ineludible referencia dentro de los estudios periodísticos.

Su último libro ahonda en el papel de este periodista tan injustamente olvidado y rescata la labor pionera de Carceller como empresario moderno dentro de la incipiente empresa periodística. El libro también incide en el carácter novedoso de su periodismo, un periodismo que profundizaba en las cuestiones sociales más discutidas en ese periodo: desde la existencia de una burguesía rancia y mojigata en la España de los veinte y treinta hasta el peso ideológico y político de la Iglesia en los rumbos de la nación, pasando por una reivindicación del valencianismo republicano y federal según los postulados de Blasco Ibáñez. Y fuente de esa novedad es la riqueza de la creatividad del propio Carceller que se volcó en la contratación de los principales caricaturistas del momento con el fin de ilustrar su revista. Dibujos e ilustraciones que contribuyeron notablemente al desarrollo del humor gráfico en España, superando a publicaciones como Buen Humor, y que, posteriormente se manifestaría, con distinto signo, en revistas de sólida trayectoria como *La Codorniz*. Esa creatividad también inspiró el surgimiento de un periodismo valencianista que aunaba la reivindicación lingüística junto a la crítica política.

La obra de Antonio Laguna, además, se trata de un libro amable para el lector, que en ningún momento pierde el interés, un libro que arranca la sonrisa inteligente y que consigue, con algo tan escaso en la actualidad como la audacia, que no se caiga de las manos tanto del especialista como del lector corriente. Pero, además, es un libro que se adentra en la defensa de la memoria histórica, en el rescate de un injusto olvido como es el de Vicente Miguel Carceller. De ese modo el libro rescata datos poco conocidos, mediante entrevistas a familiares y la búsqueda de documentos de difícil acceso, como el testimonio que relata el patético trasiego de su esposa por los despachos de la administración y del arzobispado en busca de clemencia, mientras su

esposo estaba encerrado en la Cárcel Modelo de Valencia. Destaca en ese sentido la respuesta desde fuentes del arzobispado a una viuda indefensa: “Aunque fusilaran cien veces a Carceller, jamás se pagaría el mal que se ha hecho a la Iglesia”.

Por todo ello, *Carceller. El éxito trágico del editor de La Traca* es un libro sobre la defensa de la población común de esta España tan olvidadiza en los tiempos que corren, una defensa de los perdedores, y una condena del olvido. Como dice Reyes Mate (2009), “si el olvido es injusticia, la memoria es justicia”, y en ese sentido la reivindicación de un hombre que, a pesar de su posicionamiento político, no encontró motivos para huir tras la caída de Valencia, es un tributo crítico a la significación de Vicente Miguel Carceller. Y, en esa España, en que se impuso la consigna del callar y obedecer y en donde la única doctrina posible fue la doctrina falangista y la nacional-catolicista, el referente de un periodista como Carceller es una defensa de la dignidad profesional e intelectual. Su asesinato pone de relieve el hecho de que, desde la España del racionamiento y la posguerra, se pasaba a la España gris de una sociedad sin posibilidades de cambio, al menos en el terreno de las libertades. Y el franquismo consiguió, mediante la aniquilación de periodistas como Carceller, construir un frente mediático afín a sus propósitos y sostener, de este modo, la versión de que a España había llegado la paz y el orden, y que la justicia y la armonía imperaban en una nación grande y libre, hecha a medida de su dictador y de los sectores sociales en los que se apoyaba su poder: la Iglesia y la alta burguesía. Los medios no hicieron sino representar los intereses de esos sectores abandonando a su voluntad al resto de la población, aunque ello significara la indignidad y el olvido de crímenes cometidos contra intelectuales como Carceller.



Historias en Red. Impacto de las redes sociales en los procesos de comunicación.

Verónica DE HARO DE SAN MATEO, María del Mar
GRANDÍO PÉREZ & Manuel HERNÁNDEZ PÉREZ
(Coordinadores)

EditUM, Murcia, 2013, 434 págs.

Reseña por Yolanda Cabrera García-Ochoa

LAS REDES SOCIALES HACEN HISTORIA

Siempre es una muy buena noticia la aparición impresa de reflexiones sobre los actuales fenómenos digitales. Éste es el caso del libro titulado *Historias en Red. Impacto de las Redes Sociales en los procesos de comunicación*, coordinado por los profesores e investigadores María Verónica de Haro de San Mateo, María del Mar Grandío Pérez y Manuel Hernández Pérez, publicado por la editorial murciana EditUM. Gracias a esta obra, es posible contar una sólida reflexión para conocer las múltiples posibilidades comunicativas de las redes sociales, entendidas como nuevo paradigma o axima de la comunicación digital. Se puede afirmar sin temor a equivocarse que las redes sociales han establecido las reglas que marcan las nuevas rutinas de las industriales culturales audiovisuales, tanto en el mundo del cine, como de la televisión

y la ficción audiovisual, o en el mundo de la música y la moda, también. Así, las empresas periodísticas y publicitarias y todas aquellas instituciones que pretenden aprovechar la explosión de las nuevas plataformas digitales para difundir su mensaje y fomentar la interactividad con sus diferentes públicos objetivos tiene que estar hoy en día presentes en Twitter, Facebook, YouTube, Pinterest y otras tantas redes sociales. La obra cuenta con el prólogo de la periodista Rosa Jiménez Cano (El País) y una breve introducción de los tres coordinadores del libro, que en sus 434 páginas dan paso a las investigaciones y reflexiones de varios expertos españoles e internacionales en este campo. No hay que olvidar que esta obra es el resultado de la labor investigadora del Grupo de investigación “Comunicación, Discurso y Tecnologías. Aproximaciones interdisciplinares”, conformado por profesores e investigadores de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Murcia, y cuenta con la colaboración de expertos en la materia procedentes de otras universidades españolas e internacionales. A través de los numerosos casos prácticos que se presentan a lo largo del libro, se ofrece una explicación multidisciplinar que proyecta proporcionar al lector una visión que facilite la comprensión global del nuevo ecosistema comunicativo en el que nos encontramos inmersos. El libro se divide en tres bloques temáticos que abarcan las principales áreas de actuación de las Redes Sociales en el ámbito de la comunicación. El primer bloque está dedicado a las industrias audiovisuales de entretenimiento. En el segundo bloque del libro se analiza el mensaje periodístico y publicitario. Y finalmente en la tercera y última parte se estudian las implicaciones de las redes sociales en el contexto sociocultural y jurídico. Las Redes Sociales de Internet representan el fenómeno que mejor está contribuyendo a la expansión de una historia, mediante la edición, difusión y la generación de múltiples debates en la Red. No hay más que encender la televisión y poner un programa de televisión para observar la aparición en las pantallas de *hashtags* que invitan al espectador a seguir su experiencia televisiva en Twitter. Pero no sólo las Redes Sociales han cambiado la manera de ver televisión. El periodismo tradicional, la publicidad y el entretenimiento han transformado el modo de transmitir sus mensajes por el efecto de plataformas como Twitter o Facebook, logrando conectar mejor con unas audiencias cada vez más expertas y participativas y que en algunos casos consiguen mostrar auténticas actitudes de compromiso cívico. Esta obra colectiva recoge varios estudios de caso que se que ejemplifican, en definitiva, el impacto de las redes sociales en los procesos de comunicación, necesariamente contruidos bajo el prisma de la conectividad como característica esencial de esta nueva etapa que estamos viviendo y que está haciendo historia, marcando un antes y un después en nuestros actuales ecosistemas informativos.