



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

Google DENTRO DE C&S

OK



Reseña /

Antonio LAGUNA PLATERO

El Pueblo, historia de un periódico republicano, 1894-1939

Institució Alfons el Magnànim, Valencia, 1999, 403 pp.

Cuenta el Conde de Romanones en sus memorias que, en 1902, quiso girar visita oficial a Valencia. Un atrevimiento que desde hacía años no intentaba ningún ministro de la Corona. Porque Valencia era entonces una ciudad republicana. Romanones cumplió su propósito, pero no sin antes pedir permiso a un peculiar diputado a Cortes: Vicente Blasco Ibáñez. Lo consideraba el amo de la ciudad. En buena medida lo era.

El libro de Antonio Laguna se ocupa de cómo llegó a serlo y, sobre todo, del instrumento con entidad mediadora del que se sirvió: el diario El Pueblo, nacido en 1894. El historiador encara el trabajo asumiendo una doble perspectiva relacional. De un lado, el desenvolvimiento del movimiento republicano en la ciudad, contemplado desde su más tonante portavoz cotidiano. Y, a continuación, la evolución general interna de la prensa en Valencia y en España. Mediante este proceder consigue que las cuatrocientas páginas del libro sirvan para dilucidar no sólo en qué consiste un periódico de partido, sino cómo se transforma en función tanto de las cuotas de poder obtenidas por el grupo al que auspicia, como de los determinantes sociales de la comunicación: las exigencias del público o de un mercado de la información cada vez más competitivo.

El libro reflexiona –y el prologoista, el profesor Jesús Timoteo Álvarez, llama sobre ello la atención– en torno a una cronología diferencial de la historia de la comunicación con respecto a los tradicionales moldes de la historia política en los que suele ir envuelta. Porque, en efecto, la prensa de partido –y El Pueblo lo es– ha sido tratada hasta ahora de forma cronológicamente lineal. Aparecida con la burguesía revolucionaria, consolidada con la burguesía en revolución, anidará en el nuevo Estado liberal en una especie de prolongado canto de cisne hasta su sustitución (paulatina) por la prensa de empresa, versión española de la popular press anglosajona. La imagen, no por repetida, debe darse por buena. No lo hace el libro de Antonio Laguna. No. La prensa de partido tiene un antes y un después de la irrupción del sufragio universal masculino y de todos aquellos resortes sociopolíticos que permitieron la emergencia del partido de masas. Antes es prensa ‘de mantenimiento’ (del partido que no cuenta más que con el grupo parlamentario, los comités electorales y con ella), después es ‘prensa de movilización’ a la búsqueda de opinión, pero también de legitimación de un liderazgo y de apoyo a nuevos ámbitos de socialización (casinos, ateneos, etc.). La prensa se ha transformado en paralelo al partido político, que ahora cuenta con militantes –esto es: ha de buscarlos– y con una red de grupos adherentes.

El Pueblo aúpa, sucesivamente, a sus tres propietarios-directores al escalafón alto de la política. Primero será Vicente Blasco Ibáñez; luego, desde 1906 hasta 1929, Félix Azzati; finalmente, desde 1929 a 1936 el hijo del primero, Sigfrido Blasco-Ibáñez. En los tres casos los hacedores del periódico buscan despertar la pasión política entre sus allegados y no en la cuenta de resultados. El periódico, longevo, nunca será rentable. Y, sin embargo en 1906 –recién llegado Azzati– El Pueblo mejora sustancialmente la tipografía y el diseño, lo que exige un fuerte desembolso en la adquisición de nuevos tipos. En 1909 el diario aumenta su espacio informativo y altera otra vez la tipografía, así como su rotativa. La introducción de nuevos lenguajes periodísticos y de la fotografía para aderezarlos se convierte en regular a partir de 1911 y grandes acontecimientos sociales, pero también pequeñas noticias de sucesos (‘El crimen de Burjasot’) sirven para explanarlos. El norte político del periódico no parece refiado con la modificación constante del producto ofertado al lector. Pero lo primero es lo esencial. Es también lo que se va a ver trastornado con el advenimiento de la dictadura de Primo de Rivera: tiempo de no política. Frente a la censura previa, El Pueblo aumenta contenidos informativos, especialmente los vinculados con el ocio.

En conclusión, “no se puede hablar de una transición de la prensa política y de partido a la prensa de organización empresarial y mentalidad exclusivamente de mercado, si es que tal cosa existe. Es decir, que no entendemos que haya incompatibilidad, sino comunión y mutua influencia entre ambos modelos” (p. 257). Establecer una cronología precisa importa. Lo cierto es que los años veinte son el tracto histórico en el que el fiel de la balanza se decanta –al menos en la prensa valenciana– en favor del peso mayor de los ‘contenidos empresariales’ de la prensa. El modelo político puro, en el que director, propietario y líder político son trinidad única queda atrás, aunque puedan existir excepciones (El Pueblo lo es, pero es la única en Valencia), que frecuentemente son a la par ejemplos de adaptaciones a los nuevos lenguajes (a la nueva sintaxis discursiva, la que define los géneros) realizadas desde el periodismo político de movilización. Hasta la excepción confirma la tendencia: también en El Pueblo se produce una mayor división del trabajo en la redacción, se especializan las tareas de sus periodistas, etc.

Al dibujar los años veinte como el tiempo en el que el fiel de la balanza se desniveló, Laguna entra directamente en uno de los debates que circulan en la investigación actual. Para algunos el decantamiento se produjo entre los años ochenta y la crisis finisecular (J. Timoteo Álvarez, J.A. García Galindo), para otros (J.L. Gómez Mompert, J.M. Tresserras) durante la primera Guerra Mundial y en coincidencia –para Cataluña– con las aportaciones de la Mancomunitat en el terreno de las infraestructuras y de la cultura. Se va tejiendo así un mosaico que no necesariamente es de visiones contrapuestas, puesto que tal vez delimite tiempos distintos en función de la demarcación analizada. En todo caso, un debate al que le auguramos todavía potencialidad y que irá deparando nuevas aportaciones según vayan apareciendo monografías sobre ciudades o territorios todavía poco o nada rastreados.

Pero el periplo de El Pueblo no ha concluido. Sigfrido Blasco, que lo compra en 1929, arranca como sus antecesores: nueva rotativa, nuevo utillaje tipográfico. Pero los tiempos cambian, y mucho. Llega el sueño, llega la

República. Para El Pueblo una meta, pero también el inicio de un drama: "...con la llegada de la II República, la razón de ser del periodismo puesto en marcha por Blasco desaparece" (p. 332). El éxito electoral del blasquismo – y del diario– en 1931 comienzan a diluirse cuando en 1933 el diario pasa a serlo de situación y el partido entra en una coalición gubernamental, sostenida con los votos de la CEDA. Esto es, de la Derecha Regional Valenciana que se ha incubado en el Diario de Valencia: ¡si Azzati levantara la cabeza! ¡liados con el enemigo! El viejo militante, como el viejo suscriptor, lo perciben. Y abandonan. La debacle llega. Y de particular se convierte en general. Es la Guerra Civil. El Pueblo incautado, paradójicamente, en la Valencia que defiende con uñas y dientes a la República que un día ese diario soñó.

Francesc A. MARTÍNEZ GALLEGO

francesc.martinez@uv.es

[arriba](#)

Communication & Society - Facultad de Comunicación - Universidad de Navarra | www.unav.es | [Contacto](#) | [Aviso legal](#) | [Mapa del sitio](#)
