




---

 PORTADA
 

---

 INFORMACIÓN GENERAL
 

---

 CONSEJO EDITORIAL
 

---

 ENVÍO DE ORIGINALES
 

---

 NÚMEROS ANTERIORES
 

---

 INDEXACIÓN BASES DE DATOS
 

---

 CREATIVE COMMONS
 

---

 BÚSQUEDAS
 

---

 CONTACTO
 

---

Google DENTRO DE C&amp;S

 OK


Reseña /

Alfonso Sánchez Tabernero

"El Correo Español-El Pueblo Vasco" y su entorno informativo (1910-1985).

*Pamplona, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra. Colección Ciencias de la Información Serie Universitaria, 1989, 558 pp.*

Qué duda cabe de que una de las notas destacadas en la evolución del periodismo español en las últimas décadas es el auge creciente de la prensa regional, o si se prefiere – para ser más precisos – de un grupo de diarios de enorme implantación en su área de influencia y que se han convertido casi en competidores de los periódicos nacionales. El fenómeno viene de antiguo, pero es claro que en estos últimos años se ha consolidado. Para conocer mejor tal hecho no hay otro modo que estudiar cada una de esas empresas tan asentadas. Desde luego que disponemos en la actualidad de trabajos e investigaciones sobre títulos tan prestigiosos como El Faro de Vigo, El Norte de Castilla, Las Provincias, El Diario de Cádiz, La Vanguardia, etc.; pero lo cierto es que son aún insuficientes.

La carencia de que tratamos ha sido paliada, en parte, por Alfonso Sánchez-Tabernero y su obra sobre la empresa editora de El Correo español-El Pueblo Vasco. Ya conocíamos bastantes datos de ella gracias al libro que, con motivo del 75.º aniversario, coordinó Manuel Basas y publicó Bilbao Editorial. Ahora podemos decir que poseemos un conocimiento cabal y profundo de esta iniciativa periodística; tan es así, que pensamos que puede ser un modelo para otros trabajos monográficos sobre periódicos regionales, que tanto deseáramos que se llevaran a cabo.

Un primer aspecto que conviene destacar es el del punto de partida que ha adoptado el autor. Según explica en la

introducción, su objetivo ha sido "analizar la evolución histórica de una empresa informativa" (pág. 19). Alguien, poco entendido en la materia, podría pensar que con ese planteamiento se va a engañar al lector interesado en saber la historia del periódico, pues no se le ofrecerá eso sino un estudio económico empresarial. Nada más lejos de la realidad, pues si quisiéramos saber con profundidad la verdadera historia de El Correo necesitaríamos conocer cuál fue la evolución de la empresa editora.

Ya hace años, Celso Almuíña destacó la necesidad de prestar atención a la empresa editora de los periódicos objeto de estudio, y se fundamentó en esa idea para su tesis sobre la prensa vallisoletana del siglo XIX. Introducía así, en el ámbito de la Historia del Periodismo Español una perspectiva que se basaba, en buena medida, en los trabajos e investigaciones llevados a cabo por Alfonso Nieto, interesado en delimitar conceptualmente la empresa informativa, que en 1973 presentó un estudio de la prensa española desde el punto de vista empresarial (La empresa periodística en España, Pamplona, Eunsa, 1973). En esta línea, con una perspectiva histórica, se encuadran los estudios de Francisco Iglesias sobre Prensa Española – editora de ABC y Blanco y Negro – y de Jesús Timoteo Álvarez acerca de la prensa madrileña en la primera etapa de la Restauración. Como ocurre en otras especialidades, y claramente en las de tipo histórico, esta corriente de investigación tiene precedentes en Francia. En el país vecino encontramos trabajos que, a la hora de hacer la historia de un diario, han realizado – y le han dedicado buen número de páginas – la faceta empresarial, como modo de conocer más a fondo la realidad. Con esta orientación cabe destacar el libro de Francine Amaury Histoire du plus grand quotidien de la III.ª République: "Le Petite Parisien", 1876-1944 (PUF, París, 1972), al cual siguieron otros, de los que se puede citar, por tratarse de diarios regionales como el que nos ocupa, el de Lerner ("La Dépeche", Journal de la Democratie. Presses Universitaires de Toulouse, – Le Mirail –, Toulouse, 1978) y el de Cau (Le Progrès, Lyon, Editions du CNRS, Lyon-Presses Universitaires du Lyon, 1979), entre otros.

Nadie puede extrañarse, por lo tanto, de que Sánchez-Tabernero haya escogido este camino: otros, antes que él, ya lo han recorrido y han mostrado que es acertado. En efecto, el planteamiento del que nos ocupamos ayuda a tratar mejor la cuestión que se investiga. Muchos historiadores acuden a la prensa para utilizarla únicamente como fuente de documentación, para extraer datos que les ayuden. Los periódicos se convierten, de este modo, en un instrumento auxiliar y de ellos sólo interesa el contenido, es decir no se los valora por sí mismos, sino por lo que contienen. Por esto y dada la poca fiabilidad que poseen respecto a otras fuentes, son poco apreciados en muchos casos.

En la medida en que se rechaza esa actitud, se mira a la prensa con más profundidad, puede suscitarse un interés por comprender mejor ese fenómeno social y sus repercusiones. Porque, como ocurre con el libro que comentamos, para explicarnos mejor la evolución de la sociedad vasca y su estado actual hemos de acudir a los periódicos de la región, pues su influencia se ha dejado notar de forma palpable en aquella. Por esto, hace muy bien Sánchez-Tabernero en tratar en cada apartado – que se corresponde con un período histórico concreto – el entorno social que enmarcaba a El Pueblo Vasco y luego a El Correo Español-El Pueblo Vasco, pues no sólo nos conviene saber en qué circunstancias se desa-

rolló la actividad periodística, sino que también intuimos de ese modo qué efectos tuvieron las campañas periodísticas realizadas.

Centrar la atención en la empresa editora tiene la ventaja añadida de que nos ayuda a enfrentarnos con lo que debe ser auténtico objeto de la Historia del Periodismo, que no son los periódicos, ni los periodistas, ni los sistemas informativos, ni la legislación...; sino que es la actividad periodística, con su variedad de tareas, que confluyen en la materialización, industrialización y comercialización de la idea empresarial. De esta forma, se asumen esos otros objetos de estudio, pero quedan convenientemente encajados. Si aplicamos esto al caso de El Pueblo Vasco bilbaíno de 1910, lo que necesitamos es saber qué pretendían sus promotores, los hermanos Ybarra, y cómo llevaron a cabo su idea empresarial. Esto nos lo explica el autor del libro con estas palabras: "Fernando, Gabriel y Emilio pretendían editar un diario netamente vasco, monárquico y no nacionalista, que intentaría captar un grupo de lectores situados entre La Gaceta del Norte y El Liberal de Bilbao" (pág. 42). Además de esto, los fundadores tuvieron que concretar otros detalles y perfilar mejor su modelo periodístico.

Quisieron que fuera un "diario fundamentalmente de opinión" (pág. 45), por lo que la rentabilidad económica no era fundamental; y con una inequívoca orientación católica, que asumía un objetivo coyuntural: "fomentar la unión de los partidos de derechas" (pág. 47).

Pues bien, con esa descripción tan acertada de la idea empresarial, la historia de la empresa se convierte en el estudio cronológico de cómo se hizo realidad tal pretensión, atendiendo a las circunstancias que condicionaron la iniciativa. Circunstancias condicionantes que tanto se aprecian en detalles como el antinacionalismo vasquista de El Pueblo Vasco enfrentado a Euzkadi desde 1913, o también en el cambio de nombre, al obligarle a fusionarse con El Correo Español en 1938.

Sánchez-Taberner ha decidido establecer unas etapas según criterios cronológicos de la política española, esto es: conforme a los cambios de gobierno y de régimen. En cada uno de esos períodos aborda diferentes aspectos: la coyuntura política y económica de España y del País Vasco más en concreto, la situación general de la prensa – con referencia a la legislación cuando resulta útil –, el desarrollo informativo del periódico y la marcha económica de la empresa. Se obtiene así una visión completa, integral, que permite abarcar todas las dimensiones y elementos de la iniciativa.

Es ese enorme cúmulo de datos, armónicamente trabados, el elemento más valioso del libro. Porque lo difícil es que el resultado final esté compensado, es decir que, el seguimiento de la postura de la publicación ante los avatares concretos, no lleve a olvidar o a no tratar de cómo evolucionó desde el punto de vista de la organización interna del trabajo, o de la situación económica de la editora. Ante esto, los que sean especialistas en áreas específicas puede que no se sientan satisfechos con lo que les ofrece el autor acerca de la materia que ellos cultivan, y así, por ejemplo, los historiadores exigirán una referencia más pormenorizada a la postura del periódico ante hechos singulares. Pero es esta una exigencia injusta, pues no se pretende hacer historia a través del periódico, sino la historia del periódico.

A pesar del acertado planteamiento se podría haber estructurado de otra forma los contenidos tratados. Tal vez, conforme al modelo de los autores franceses mencionados, hubiera sido mejor agrupar en una primera parte todo lo refe-

rente a la vida interna del periódico y dedicar la otra al seguimiento de las informaciones y opiniones de El Correo a lo largo de la trayectoria estudiada. De este modo, posiblemente sería más fácil estudiar con distintos criterios cronológicos cada parte, pues si la primera demanda para su mejor comprensión un ciclo largo, la segunda se adecua mejor a un ciclo corto.

No pretendo decir que no se muestre bien las estrategias empresariales, sino que estas se comprenden mejor al no quedar comprimidas en el estudio por etapas que posiblemente no sean lo suficientemente amplias. Claro que, con esta configuración, se produce un efecto repetitivo, que no es lo ideal.

Enrique Ybarra destaca en el prólogo la "gran capacidad de adaptación en las estrategias informativas y en los planteamientos empresariales que han acabado por hacer de esta empresa el embrión del grupo de Prensa diaria regional más importante de España" (pág. 15). Esto es muy cierto y se aplica especialmente al período de la transición política del franquismo a la democracia. Ante la competencia, ya tradicional, con La Gaceta del Norte, la concurrencia de nuevos periódicos de orientación nacionalista y el desarrollo de otros medios, como la radio y la televisión, El Correo Español-El Pueblo Vasco ha sabido hacer frente al reto y cambiar para no perder la sintonía con el lector. Como muestra Sánchez-Taberner es la estrategia empresarial, marcada, en buen parte, por Alejandro Echeverría y José María Bergareche, la que ha dado como fruto la situación privilegiada de que goza ahora mismo el diario. Este aspecto no lo es todo, insistimos volviendo a lo que antes tratábamos, pero sí que explica mejor lo sucedido.

A los que no sean entendidos en la materia puede resultarles excesivo el aporte de cifras y porcentajes que recogen los casi 90 cuadros y gráficos, pero no hay que despreciar el valor que poseen para conocer con detalle la empresa. Se agradece al autor la pulcritud y el cuidado con que se han elaborado, que contrasta con las erratas que se recogen en el texto. Aunque es posible que los criterios de edición y el costo no lo permitan, la inserción de fotografías de personas y de algunas páginas del periódico hubieran sido útiles.

Estas posibles mejoras de detalle, por su nimiedad, no empañan la calidad del libro, que constituye una valiosa aportación a la Historia del Periodismo Español, más específicamente a la de la prensa regional.

JOSE J. SANCHEZ ARANDA

**José J. SÁNCHEZ ARANDA**

[jsaranda@unav.es](mailto:jsaranda@unav.es)

arriba