



ah

ANDALUCÍA
EN LA HISTORIA

DOSIER

ESPIÁS Y NEGOCIOS

ANDALUCÍA EN LA I GUERRA MUNDIAL

El azúcar en
la Edad Media

La expedición
Malaspina



La guerra llega a Andalucía

La combatividad de la prensa andaluza

CONCHA LANGA NUÑO
UNIVERSIDAD DE SEVILLA

AH
JULIO
2014
36

Si la curiosidad causada por la Guerra Mundial movilizó la prensa andaluza y la obligó a modernizarse dentro de los cánones del periodismo moderno, por otro lado, también trajo graves problemas a los periódicos por la imposibilidad de conseguir materias básicas para su fabricación como el papel. Los andaluces pasaron de la curiosidad apasionada a la apatía conforme el conflicto se alargaba.

LA GUERRA CAMBIA LA PRENSA. Aunque el gobierno de Eduardo Dato, entonces presidente del Consejo, impuso la neutralidad por ser lo más conveniente para el país, de inmediato surgió una inmensa curiosidad y necesidad de información que llevó a un incremento de la lectura de la prensa. Esta se vio obligada a obtener información de lo que estaba aconteciendo. Esto explica que los grandes periódicos, respaldados por grandes empresas periodísticas, estuviesen mejor preparados para ofrecer un mejor servicio a los lectores. Aun así todos intentaron mejorar su situación.

Es por ello que la Gran Guerra impulsó la modernización del periodismo español, en el que todavía era frecuente el modelo de prensa decimonónica de partido

frente al periodismo de empresa más cercano al periodismo moderno.

LA GRAN GUERRA

A pesar de la declarada neutralidad de España los periódicos pronto tomaron partido por uno u otro bando. Y no solo por simpatías ideológicas: en aquellos años la propaganda se estaba desarrollando ampliamente y se era consciente del poder de la opinión pública. Fue habitual que las potencias beligerantes subvencionasen los periódicos aliadófilos o germanófilos, cuando no crearon cabeceras ellas mismas.

Este periodismo moderno significó la consolidación de la llamada prensa de empresa, fenómeno que ya se había iniciado a principios de siglo con bastante retraso con respecto a Estados Unidos o Gran Bretaña. Nacía así una nueva concepción informativa que entendía el periódico como un negocio, dando prioridad al factor económico. Para lograr la rentabilidad era imprescindible el incremento de la publicidad, fuente principal de financiación, que permitió mayor independencia de los diarios pero les forzó a hacerse más atractivos tanto para el público como para los anunciantes. Con este fin, aumentaron la información frente a la opinión y mejoraron la presentación (con el uso de nuevos tipos y cuerpos de letra, titulares y fotografías), lo que demandó inversiones en nuevas rotativas.

El resultado fue la aparición y consolidación de grandes empresas periodísticas en el primer cuarto del siglo XX, mejor preparadas para estas inversiones. A ello ayudó la euforia económica que se vivió durante la guerra permitiendo grandes inversiones en industrias comunicativas. Fueron estos años de creación de nuevas empresas periodísticas y periódicos modernos, sobresaliendo *El Sol* en Madrid.

Además de la subida de las tiradas y de la modernización, la guerra potenció la figura del corresponsal. Grandes nombres del periodismo (pero también de la literatura y de la política) trabajaron como corresponsales durante la Primera Guerra Mundial, como Salvador de Madariaga, Ramiro de Maeztu o Julio Camba, entre otros.





Caricatura pro-alemana del semanario de humor sevillano *Cascabeles*.

LOS PROBLEMAS PARA LA PRENSA. Pero la actividad periodística durante los años de la Gran Guerra no fue nada fácil. En primer lugar, porque desde el primer momento el Gobierno Dato intentó proteger su neutralidad. También por el aumento de gastos por los servicios de información, la disminución de la publicidad extranjera (Reino Unido creó listas negras para boicotear empresas relacionadas con Alemania) y la carencia de materias primas.

Efectivamente, desde el punto de vista legal, la prensa española de los años diez estaba regida por la Ley de Policía e Imprenta de 26 de julio de 1883 que aunque era considerada como "liberal", daba mecanismos de control al gobierno sobre su uso. El gabinete, nada más proclamar su neutralidad, aprobó la Real Orden de 4 de agosto de 1914, que imponía la obligación de no atacar a los contendientes, con el fin de asegurar la neutralidad proclamada por el gobierno. Las medidas restrictivas aumentaron a partir de 1917 dado el clima de tensión que se creó en lo que se denominó Trienio

Bolchevique. El Real Decreto, publicado el 29 de marzo de 1917, suspendió las garantías constitucionales y autorizó la censura

Los problemas del papel

■ "No es posible continuar así. No es posible que sigan los periódicos vendiéndose al precio que se vendían cuando su presupuesto de gastos no alcanzaba ni la cuarta parte del actual. Muchos periódicos han aumentado su precio y se venden a diez céntimos. Tal aumento no constituye un negocio ni mucho menos".

"A pesar del aumento, es decir, vendiéndose el periódico a diez céntimos seguirán perdiendo dinero las empresas".

El Noticiero Sevillano, 4-2-1918

previa a la prensa ante la amenaza de una posible huelga general. También se aprobó, el 7 de agosto de 1918, la denominada Ley de Represión del Espionaje que en el terreno periodístico supuso la vuelta de la censura previa, al mismo tiempo que establecía duras penas para los periódicos infractores.

Además del control del gobierno, los periódicos chocaban con otro problema: la dificultad para acceder a la información. Y es que, en la que las grandes agencias de información se habían repartido el mundo desde el siglo XIX, había colocado a España bajo la esfera de la agencia francesa Havas. Esta suministraba datos a la agencia española de información Fabra, por lo que recibió protestas de partidismo proaliado. *El Correo de Andalucía* y otros periódicos germanófilos se quejaban con frecuencia de las dificultades para obtener noticias desde Alemania.

Se buscaron cauces para conseguir una mejor información como el envío de corresponsales, pero esto sólo se lo podían

La Revista Franco-Española, de Sevilla, junto con Los Aliados de Málaga, son dos ejemplos de publicaciones pro-aliadas de la comunidad francesa en Andalucía.

permitir las grandes empresas periodísticas. Los periódicos andaluces dependieron de la información de agencias (la prensa católica disponía de su agencia: Agencia de Prensa asociada) y de la que les llegaba de la prensa de Madrid. Así *El Liberal* de Sevilla se benefició de la red de corresponsables de su homónimo capitolino e incluso tuvo su como corresponsal en París a Enríquez Gómez Carrillo en 1914 y luego a Rubaix. También se acudió a un nuevo medio de comunicación para obtener noticias: la radio, aunque los medios más utilizados fueron los despachos telegráficos, las conferencias telefónicas y los partes de guerra proporcionados por las embajadas. Tanto es así, que las noticias de la guerra no ocupaban la portada sino que se relegaban a la página tercera o cuarta en la que estaba la sección de Telégrafos. Así ocurría con la quinta de *La Unión Mercantil* de Málaga.

Pero uno de los grandes problemas que la prensa vivió fue la dificultad para conseguir materias primas, sobre todo papel, pero también tinta o piezas para su maquinaria. Para contener la subida del precio del papel se promulgó un decreto de 19 de octubre de 1916 por el que se creaba el anticipo reintegrable; o sea, la Hacienda Pública adelantaría a la Central Papelera el dinero suficiente para cubrir la diferencia entre el precio que tenía el papel en 1914 y los que fueran fijándose. Este anticipo, que en un primer momento se limitó a los periódicos (aquellos con más de cinco años de antigüedad y más 2.000 ejemplares de tirada) y luego alcanzó a algunas revistas, tendría que ser devuelto por estos mediante un impuesto especial por cada kilo de papel. El anticipo se prolongó hasta enero de 1921 y tardó muchos años en pagarse (*Prensa Española*, editora de *ABC*, en 1975 todavía debía más de nueve millones de pesetas).



DOS BANDOS. Aunque España se declaró neutral, las simpatías por uno u otro bando fueron grandes y se vivieron apasionadamente, en especial entre la clase política y la elite intelectual. Pronto se convirtió en un campo de batalla donde se dirimía una cruzada ideológica en la que influyó la propaganda de ambos bandos que convirtieron a España en campo de lucha por la opinión pública. Por primera vez, “el poder” fue realmente consciente de la potencia de los nuevos medios de comunicación social para manipular la “opinión” y pusieron en práctica fórmulas de propaganda, que más tarde fueron retomadas, con variaciones, por los regímenes totalitarios.

En general, el bando germanófilo recibió el apoyo de la Iglesia y una parte del Ejército, y los partidos más conservadores, como los mauristas y los carlistas. Estos veían a Alemania como la defensora del

orden y la ley, y no se cansaban de recordar que Inglaterra mantenía en la península el único enclave colonial existente en el continente: Gibraltar, mientras que Francia hacía todo lo posible por recortar la zona española de protectorado marroquí. Los aliadófilos recibieron el respaldo de distintos grupos, en general los sectores intelectuales y algunas izquierdas. Muchos identificaban este bando con Francia y con los valores democráticos. Con el paso del tiempo, el apoyo de la sociedad española a favor de las potencias centrales fue cambiando y los germanófilos pasaron a defensores de la neutralidad oficial.

Además de las simpatías y adhesiones espontáneas, los dos bandos en guerra compraron periódicos; sobornaron a sus directores; crearon periódicos aparentemente españoles pero financiados por ellos; o se utilizó la publicidad como

Uno de los grandes problemas que vivió la prensa durante los años de la Gran Guerra fue la dificultad para conseguir materias primas, sobre todo papel, pero también tinta o piezas para su maquinaria





La *Semana Ilustrada* de Málaga comenzó a insertar fotografías de la guerra con mayor intensidad en septiembre de 1914.

forma de presión retirándola de los que no les apoyaban. No sabemos a ciencia cierta cuántos periódicos fueron comprados, pero parece que bastantes. Los datos apuntan a que las subvenciones alemanas se canalizaban a través de embajada y consulados, por intermedio del Banco Alemán Transatlántico, mientras que la británica fue organizada por John Walter, Presidente del Consejo de Administración de *The Times* y antiguo corresponsal de este periódico en España. La propaganda francesa era llevada a cabo por la embajada y el Ministerio de Asuntos Exteriores a través de Léon Rollin (el episcopado francés también creó un Comité Católico de Propaganda Francesa que desde 1916 envió propaganda a la prensa neutral española).

Aunque se conoce mejor la situación de las cabeceras madrileñas, tenemos datos para aproximarnos a la situación andaluza y a la influencia de la guerra en nuestra comunidad.

La estructura mediática de Andalucía en estos años presentaba un gran atraso frente a los grandes periódicos capitalinos. La actividad periodística se concentraba, en

Del apasionamiento a la patía

■ “Las noticias de la guerra despiertan en Sevilla verdadera ansiedad. En todas partes la guerra constituye la actualidad, la nota única de todas las conversaciones. La impaciencia por conocer noticias de la conflagración ha llegado a su grado máximo”.

El Correo de Andalucía, 2-8-1914

“Hasta los apasionamientos se solían despertar las peripecias de la guerra y la inclinación hacia uno u otro grupo de beligerantes, van dejando espacios en la mente de los españoles a nuevas ideas, a nuevas preocupaciones de un orden interior, nacional, muy en relación con los peligros que envuelven las molestas salpicaduras del pavoroso”.

El Correo de Andalucía, 26-3-1916

gran medida, en los dos principales núcleos urbanos, Sevilla y Málaga, ciudades ambas en las que el relativo desarrollo económico, el crecimiento demográfico y la presencia de unos sectores empresariales con suficientes recursos, hicieron posible el surgimiento y desarrollo de una moderna prensa de masas. Los ejemplos más reseñables del periodismo de empresa en Andalucía fueron *La Unión Mercantil* de Málaga y *El Liberal* de Sevilla. La guerra fue positiva para ambos.

Sabemos que *El Liberal* vio crecer sus tiradas de 30.973 ejemplares en julio de 1914 a 40.046 en septiembre, para bajar a 31.171 en enero de 1915 (aunque mantuvo una lenta subida toda la guerra). Esto nos muestra claramente cómo el interés por el conflicto tuvo picos alcistas coincidiendo con acontecimientos notables. A ello se unió que la guerra, que impulsó un crecimiento económico sin precedentes, luego trajo una crisis social y política que llevó a la oleada de movilizaciones obreras conocidas como Trienio Bolchevique. Esto también determina la falta de interés por los acontecimientos internacionales en la prensa en la segunda parte del conflicto.



Los periódicos del Campo de Gibraltar se mostraron muy aliadófilos. La cercanía de Gibraltar (cuyos comercios se anunciaban en ellos) explica esta actitud.

El Defensor de Granada en los primeros meses de la guerra, agosto-septiembre de 1914, incluía casi todos los días un mapa con los avances y movimientos de los frentes.



Si estudiamos el comportamiento de los dos grandes núcleos de población verificamos cómo se repitió el esquema del estado aunque con pequeños matices.

En Málaga *El Cronista* (del partido conservador), *La Defensa* (católico), y el resto de la prensa católica fueron germanófilos, mientras que *El Popular* (republicano), *El Regional* (independiente) y *El Faro* (liberal), aliadófilos. El más importante de todos los diarios malagueños, *La Unión Mercantil*, se mantuvo neutral, aunque su dependencia de la agencia Havas inclinó la balanza hacia el lado aliado. Al ser Málaga una ciudad portuaria con una destacada colonia extranjera, esta va a publicar durante la guerra un periódico de propaganda llamado *Los Aliados*. Dirigido por Louis Lyon y realizado por la emigración francesa, se publicó en español, francés e inglés al estar dirigido a toda la colonia aliada. La falta de un apoyo económico permanente le llevó a morir el mismo año que nació, 1916, después de publicar 23 números.

En la prensa sevillana, se repite el esquema. *El Liberal* fue aliadófilo aunque con una postura moderada y pacifista. En el polo opuesto, el católico *El Correo de Andalucía* se mostró activamente germanófilo. En medio, *El Noticiero Sevillano* intentó mantenerse neutral. Así, esta última cabera, el 11 de septiembre de 1914, retrataba, con estas palabras la creciente

polarización que estaba viviendo la prensa "Germanófilos y aliadófilos están batiendo el record de inventar y propagar las más estupendas noticias" (*El Noticiero Sevillano*, 11-9-1914).

Por lo que respecta a otras publicaciones, la mayoría mantuvieron su interés por lo local, repitiéndose lo ya comentado. Los semanarios de liberales o republicanos fueron aliadófilos, como ocurre con *La Nación*, liberal-demócrata. Por su lado, la prensa tradicionalista fue claramente pro-germana, destacando la *Gaceta del Sur*. Este diario, que aparece en 1917, fue tan combativamente germanófilo que es de sospechar que estuviese financiado por los imperios centrales. La colonia francesa publicó la *Revista Franco-Española* (1915-1921) que supuestamente defendía los intereses de las empresas francesas en España pero hizo propaganda a favor de los Aliados.

Este esquema es el que comprobamos en el resto de provincias andaluzas. Como puede verse acompañando a estas letras, los diarios católicos, como *La Gaceta del Sur* de Granada, fueron germanófilos, pero los periódicos de izquierdas y republicanos, como *El Popular* de Almería, fue claramente aliadófilo.

Por último, queremos añadir un caso curioso, el del campo gibraltareño. La presencia de la colonia británica de Gibraltar explica el caso de periódicos claramente pro-aliados. En primer lugar, *El Campo de Gibraltar*, diario liberal independiente dirigido por Pedro L. Marín y publicado en Algeciras (1915-1919). El segundo es el *Diario de Algeciras*, nacido en 1918, periódico de información del Campo de Gibraltar y el norte de África. La gran publicidad de empresas o comercios de Gibraltar confirma la relación de la colonia británica en estas cabeceras. ■

El Trienio Bolchevique

■ "La guerra ha trastornado de tal manera la situación económica del país que hoy es imposible la vida. Muchas fábricas han cerrado, otras tienen a sus obreros a medio trabajo, hay fábricas que están haciendo un soberbio agosto y, sin embargo, éstas no han aumentado sus jornales, a pesar de saber sus dueños que todo ha encarecido".

El Liberal, 27-11-1916

Más información

- **García Galindo, Juan Antonio**
Prensa y sociedad en Málaga (1875-1923). Edinford. Málaga, 1995.
- **Martínez Hermoso, Manuel**
La Primera Guerra Mundial en la prensa sevillana (1914-1918). Padilla ed. Sevilla, 1998.
- **Sánchez Aranda, José Javier**
"Las dificultades de informar en tiempos de guerra. La prensa española durante la I Guerra Mundial". *Comunicación y sociedad*, 1993, Vol VI, Nº1&2, pp. 173-187.

