

EL PERIODISMO VISTO POR LOS PERIODISTAS DEL DIARIO *LA PROVINCIA*. LA CONSOLIDACIÓN DE LA PRENSA DE NEGOCIO EN HUELVA DURANTE LA II REPÚBLICA

Francisco Baena Sánchez
(Universidad de Sevilla)

Sumario

1. Introducción.
2. Analfabetismo desproporcionado e incipiente urbanización, una aproximación socioeconómica al retraso de la prensa empresarial onubense.
3. El periodismo independiente de *La Provincia* y *Diario de Huelva* en el primer tercio del siglo XX.
4. El tránsito hacia la prensa de negocio y su consolidación en la Segunda República.
5. La asunción definitiva de la imparcialidad, el apoliticismo y el capitalismo informativo. A modo de conclusión.
6. Bibliografía.

Resumen

El modelo de la prensa de negocio se implantó en Huelva con varios años de retraso, puesto que no se consolidó hasta la Segunda República de la mano de *La Provincia* y *Diario de Huelva*. Este artículo analiza cómo ambos desarrollaron una moderna estructura empresarial, elevaron la consideración social de la profesión periodística y adquirieron una notable influencia en la opinión pública.

Popular press model was set up in Huelva several years behind, because it was consolidated at Segunda República by *La Provincia* and *Diario de Huelva*. This article analyses how both of them developed a modern management structure, increased social perception of journalism and got a remarkable influence in public opinion.

Y mientras esto sucede, los periódicos locales van adquiriendo más importancia, más resonancia. Y, sobre todo, más influencia. Merced a ello, el periódico local va fiscalizando la vida, los actos, va proponiendo proyectos (...) hace historia diaria, detallada y hasta pintoresca de la ciudad; propone iniciativas; combate equivocaciones, controla, enjuicia.

César Arconada¹

1. Introducción

Hasta 1900 los periódicos políticos, de personalidades o de partido habían dominado el panorama comunicativo español. A partir de entonces, la prensa vivió una profunda metamorfosis en su propiedad y estructura empresarial; una transformación que ya se había consolidado en Europa y Estados Unidos y que nacía entonces en la península. La primera generación de periódicos independientes estaba compuesta por *El Imparcial*, *El Liberal*, *Heraldo de Madrid*, *Diario de Barcelona* y *La Vanguardia*, diarios que ya contaban con una estructura empresarial moderna, habían renovado sus contenidos y sus formas y habían ensanchado sus segmentos de público. Les siguieron en las primeras décadas del siglo XX, *ABC*, *El Debate* y *El Sol*, y así acabaron desbancando definitivamente a la “vieja prensa”. Se separaron la figura del director y la del propietario, y aunque esto no supuso una dicotomía absoluta y radical entre la ideología y la empresa, sí que marcó el inicio de una tendencia: ideología, sí, pero también negocio. Esta situación se dio, sobre todo, en las ciudades más importantes del país².

En Huelva, en el ámbito provinciano de un mercado de prensa modesto y anquilosado, estas tendencias también se desarrollaron, mas no sin un considerable retraso y condicionadas por la propia situación del periodismo onubense. Persistían aún ciertas trabas, como un analfabetismo desproporcionado para la época, una escasa urbanización o una emergente industrialización, que determinaron la ralentización de esta transición.

La Provincia y *Diario de Huelva* encabezaron la implantación de la prensa de negocio en esta ciudad del suroeste andaluz, una fórmula que llegó con varias décadas

¹ ARCONADA, C.: “Elogio a la Prensa local”. *La Provincia*. 27 de mayo de 1931. Se trata de un fragmento de un artículo de fondo en que se analiza la trayectoria de la prensa local en España, su función y su crecimiento –paralelo a la urbanización, alfabetización e industrialización del país–, así como la sustitución del fundamento político de los periódicos por el negocio económico.

² DURÁN COSTELL, A. (1999). “Definiendo al profesional del periodismo: la asamblea de la FPE de 1928 en Valencia”. En Barrera, C. (coord.). *Del gacetero al profesional del periodismo: evolución histórica de los actores humanos del cuarto poder*. Madrid: Fragua, p. 116.

de retraso y que no se consolidó hasta los años treinta. Ambos introdujeron en el mercado informativo local una moderna concepción empresarial de la actividad periodística, la imitación consciente de exitosos modelos nacionales y extranjeros, la elevación de la dignidad y consideración social de la profesión, o la asunción de una notable influencia en la opinión pública onubense. Dichos periódicos y sus promotores comprendieron que debían proporcionar información, con un tono absolutamente imparcial, desde la independencia y mediante fórmulas nuevas que captasen a un público desilusionado y desengañado con el caduco periodismo político de la Restauración. Para ello era imprescindible contar con unos medios económicos, técnicos e informativos fuertes, además de con una plantilla de redactores competentes tanto en el terreno intelectual como en el práctico y organizativo.

En el caso de este estudio, el interés se acrecienta al abordar cómo percibieron esa transición los periodistas onubenses que ejercieron la profesión en los convulsos años de la Segunda República. A partir de las ideas expuestas, este trabajo se ordena conforme al siguiente esquema: una primera delimitación tanto de la realidad socioeconómica como del contexto informativo de Huelva a lo largo del primer tercio del siglo XX, que permitan explicar parcialmente su retraso histórico en materia periodística con respecto al resto del país; una definición posterior del tardío proceso de implantación de la prensa de negocio en la capital onubense, cuya culminación se produce en los años de la Segunda República, así como de sus características más sobresalientes; y una última apreciación, desde la óptica de los propios periodistas, de las funciones que cumplía la prensa informativa en aquella sociedad provinciana y de cómo construyeron un discurso de independencia y credibilidad para distinguirse del viejo modelo de prensa política, entonces vigente.

Nos referimos aquí a las condiciones sociales, económicas y políticas que propiciaron la transformación hacia el capitalismo informativo –aunque éste sea un contexto local–, condiciones que se venían gestando desde las dos primeras décadas del siglo en España y que han sido argumentadas por Gómez Mompart³.

2. Analfabetismo desproporcionado e incipiente urbanización, una aproximación socioeconómica al retraso de la prensa empresarial onubense

³ GÓMEZ MOMPART, J.L. (1992). *La gènesi de la premsa de masses a Catalunya (1902-1923)*. Barcelona: Pòrtic.

¿En qué medida la realidad socioeconómica de Huelva en el primer tercio del siglo XX retrasó su incorporación a la fórmula de la prensa de negocio en relación con el resto de España? ¿Hasta qué punto sus bajos niveles de industrialización, urbanización, crecimiento demográfico y alfabetización influyeron en este sentido?

Si en Madrid o Barcelona puede hablarse del nacimiento de la prensa de negocio hacia 1900, y en otras capitales de provincia la fecha se ubica en las dos primeras décadas del siglo XX, Huelva no asistirá a la implantación y la consolidación de esta fórmula hasta la Segunda República. Claro está que el ritmo de evolución de la gran prensa madrileña, que tenía vocación de difusión nacional habitualmente, no podía extrapolarse a los mercados locales y regionales, donde la dinámica no siempre fue la misma⁴. En el caso del periodismo onubense, este retraso histórico, desde el punto de vista de la comunicación social, no fue accidental y respondió a una realidad socioeconómica concreta. Y, por tanto, ¿en qué condiciones llegó la provincia de Huelva a abril de 1931?

Una parte considerable de los autores que han estudiado la Segunda República onubense coinciden en señalar, aunque con algunas precauciones, que el conjunto de la economía de Huelva padecía hacia 1931 los efectos contractivos de la recesiva coyuntura internacional, lo que se conoce como la Gran Depresión de 1929, cuyo hecho más sobresaliente fue el *crac* de la bolsa de Nueva York⁵.

Carestía, conflictividad social, desempleo, desconfianza, inestabilidad. En su exhaustivo estudio del movimiento portuario onubense, Miró Liaño señala que, durante el quinquenio republicano, “el fantasma del hambre se alzó de nuevo en Huelva, acompañado de sus secuelas de protestas y huelgas... se sumaron los conflictos sociales, especialmente virulentos en el mes de julio (1931) por las protestas de los obreros del mar, los chóferes, los armadores, que decidieron amarrar sus barcos, y los camareros. El puerto atravesaba por momentos difíciles, habían aumentado los gastos y disminuido los ingresos –debido a la merma en la exportación de mercancías– y siendo el puerto el motor económico de la ciudad, la contracción de su tráfico habría de repercutir en la vida económica ciudadana, creándose un clima poco propicio a la

⁴ BARRERA, C. “La renovación periodística del primer tercio del siglo XX en España”. En las actas del Congreso ABC de Sevilla, 75 años de talento. Sevilla, 2004 (en prensa). Reproducido con permiso del autor.

⁵ GARCÍA GARCÍA, C. (2001). *Modernización política y pervivencias caciquiles: Huelva 1931-1936*. Huelva: Ayuntamiento de Huelva. El capítulo I, titulado “Huelva en el primer tercio del siglo XX: economía y sociedad”, al que dedica una considerable extensión, constituye uno de los pocos estudios globales, si no el único, sobre estos aspectos para la provincia onubense en este período.

inversión. Esta situación fue la que se mantuvo, más o menos, hasta el comienzo de la guerra civil”⁶.

En el primer tercio del siglo XX, la capital –que duplicó su población y pasó de 21.359 a 44.872 habitantes– experimentó un crecimiento demográfico mayor que la provincia, la provincia mayor que Andalucía, y Andalucía mayor que España. Sin embargo, a pesar de ese crecimiento, Huelva estaba todavía muy lejos en población y en densidad de los índices regionales: era la provincia de más baja densidad, con 35,2 habitantes por kilómetro cuadrado, y la segunda menos poblada, sólo por delante de Almería⁷. Huelva tampoco fue ajena al fenómeno general del éxodo rural, de la mayor movilidad de la población, que se desplazaría cada vez más hacia los centros urbanos. Urbanización sí, pero industrialización aún no: la capital se erigió en el fundamental polo de atracción para la población rural sobrante.

Este subdesarrollo demográfico y socioeconómico delataba también el considerable retraso de la prensa onubense, la más modesta de Andalucía hacia 1931, a pesar de que había ido creciendo en importancia y acortando distancias a escala regional en estas primeras décadas del siglo XX. En este sentido conviene aproximarse al nivel de alfabetización de la provincia de Huelva, considerado no sólo como un indicador importante de las condiciones de vida de la comunidad, sino también como un exponente de la masa de lectores a la que se dirigían los principales diarios locales de información general.

En 1933, el grado de analfabetismo de la provincia era muy elevado (46,28%) en comparación con la media nacional (32,4 % en 1930 y 23,1% en 1940)⁸. Ese 46,28% de analfabetos se repartía así: entre los hombres descendía a un 32,27% y en el caso de las mujeres ascendía a un 54,79%. Los más jóvenes estaban más alfabetizados que los mayores, mientras que la capital y el Andévalo Oriental (principales escenarios de difusión de la prensa) presentaban un grado de alfabetización más próximo al del resto

⁶ MIRÓ LIAÑO, L. (1999). “El tráfico mercantil en el Puerto de Huelva. 1873-1996”. En *Historia del Puerto de Huelva*. Huelva: Huelva Información y Autoridad Portuaria. Citado en GARCÍA GARCÍA, C. (2001): op. cit., pp. 39-40.

⁷ GARCÍA GARCÍA, C.: op. cit., pp. 70-73. Los datos que se ofrecen a continuación se refieren a un estudio sobre el crecimiento demográfico en Huelva durante el primer tercio del siglo XX, datos que permiten comprender parcialmente el retraso con que llega a la provincia onubense la prensa de negocio, debido a su escasa población y a su incipiente nivel de urbanización.

⁸ GARCÍA GARCÍA, C.: op. cit., pp. 79-81. Los datos expuestos en el estudio sobre el grado de alfabetización se refieren al electorado de la provincia de Huelva en el quinquenio republicano, pero consideramos factible la extrapolación de sus conclusiones al cuerpo potencial de lectores de la prensa onubense en ese mismo período, debido a la casi completa equivalencia entre ambos colectivos en cuanto a segmentos de edad y sexo. Implantado el sufragio universal (también ya femenino), las fronteras entre ciudadanos, electores y lectores se difuminan.

de España, un 67,21% y un 60,45% respectivamente. De ahí que hubiera que esperar a la década de 1930 para que el alcance y el grado de penetración cuantitativa de la prensa en Huelva, aunque sólo fuera en la capital y en la comarca minera, permitiese el desarrollo de un periodismo de empresa, más o menos masivo y generalizado, una vez que el público lector había aumentado considerablemente fruto de la progresiva alfabetización, la mejora del nivel de vida, la instauración del sufragio universal masculino y la migración hacia la ciudad. La sociedad onubense se iniciaba entonces en la industrialización y la prensa se convertía en un elemento vertebrador de primer orden.

3. El periodismo independiente de *La Provincia* y *Diario de Huelva* en el primer tercio del siglo XX

La evolución del periodismo onubense fue probablemente mucho más limitada y dificultosa que en otros puntos de Andalucía o España. Desde su aparición, la prensa local deambuló lentamente y con dificultad por un camino pedregoso, topándose con una serie de obstáculos que la obligaron a arrastrar este retraso histórico.

La desarticulación de la sociedad onubense, la pobreza cultural de la provincia, su atraso económico o la marginación a la que se la sometía desde la alta política nacional pudieron obstaculizar el desarrollo de un primer periodismo abundante y diversificado, pero no impedir que el fenómeno periodístico terminase arraigando profundamente en el devenir de la vida provincial⁹.

Fue cuestión de tiempo, por tanto, el arraigo y la consiguiente consolidación de un periodismo empresarial, de alcance y repercusión social notables. En este sentido, la trayectoria del diario *La Provincia* (1874-1937), decano de la prensa de Huelva en la Segunda República, ejemplifica claramente el tránsito lento de la prensa política decimonónica a la prensa de negocio en el ámbito local español.

La Provincia salió por primera vez a las calles de Huelva coincidiendo con el inicio del reinado de Alfonso XII. Por entonces periódico trisemanal, con orientación liberal avanzada, tomó posiciones cercanas al partido republicano posibilista en los años ochenta, cuando la libertad de expresión era mayor.

⁹ PEÑA GUERRERO, M.A. (1995). *La provincia de Huelva en los siglos XIX y XX*. Huelva: Diputación Provincial de Huelva, p. 157. Este amplio estudio, que aborda en un capítulo el desarrollo de la prensa en la provincia de Huelva, se incluye en el tomo IV, titulado "El tiempo y las fuentes de su memoria", de la voluminosa obra *Historia moderna y contemporánea de la provincia de Huelva*.

La Provincia se consolida en la década de 1880 como el más veterano y prestigioso de los periódicos onubenses, abierto a todos los sectores de la sociedad provincial, si bien tendenciosamente afín al republicanismo y proclive a los intereses de las compañías mineras, circunstancias ambas que en absoluto empañaron su objetividad como notario de la vida onubense en otros campos¹⁰.

La publicación se fue moderando con el paso del tiempo, aunque mantuvo siempre su talante abierto; fue de hecho “el más duradero y el más relevante de los periódicos onubenses”¹¹.

Como tantos otros en España durante la Restauración, el periódico tuvo su origen en un negocio de carácter familiar: se elaboraba en la imprenta de Muñoz, luego de su viuda e hijos. Esta familia fue propietaria de *La Provincia* hasta su desaparición y se convirtió en una importante dinastía de editores de prensa en Huelva. El impresor y fundador del diario, Francisco Muñoz Morales, había dirigido previamente *El Porvenir*, una publicación liberal moderada, en línea con el partido unionista, y con el que, por primera vez, se asomaba al escenario del periodismo onubense el apellido Muñoz¹².

No hay grandes periódicos, aunque sea en el ámbito provinciano, sin grandes periodistas o empresarios o periodistas-empresarios –como fue el caso de *La Provincia*– detrás, que son quienes les aportan su aliento vital y su impulso creativo. Lo que Barrera apunta sobre Luca de Tena o Urgoiti, se puede añadir a la familia Muñoz en Huelva: “un empeño común en dignificar la prensa y hacerla crecer como industria y como medio de influencia”¹³.

José Muñoz Pérez, hijo del fundador y gerente del diario, llegó a ser alcalde de Huelva durante la Restauración y, entre sus logros administrativos, destacó el saneamiento de la hacienda pública. Pero fue su hermano Francisco (1873-1915) quien desempeñó el puesto de director propietario del diario entre 1906 y 1915 y quien consagró su vida al periodismo, concentrando sus esfuerzos en la consolidación de la cabecera. Tras licenciarse en Derecho en Madrid, viajó por Francia, Inglaterra y Alemania, donde probablemente entró en contacto con la más avanzada prensa europea, cuyo modelo capitalista de gestión empresarial intentó llevar a cabo a su regreso a la redacción de *La Provincia*.

¹⁰ PEÑA GUERRERO, M.A. (1995). *La provincia de Huelva en los siglos XIX y XX*: op. cit., p. 163.

¹¹ CHECA GODOY, A. (1991). *Historia de la prensa andaluza*. Sevilla: Fundación Blas Infante, p. 273.

¹² CHECA GODOY, A. (1991, 14 de abril). “Orígenes y primer desarrollo de la prensa en Huelva”. *Huelva Información. Revista del Domingo*, pp. 4-5.

¹³ BARRERA, C. (2004). “La renovación periodística del primer tercio del siglo XX en España”: op. cit., p. 10.

No tomó partido en política hasta 1912, cuando decidió ingresar en el partido liberal, acaudillado entonces por José Canalejas. Y salió elegido como diputado provincial en 1913 por el distrito de Ayamonte. De ahí que esa doble misión política y periodística le condujera a impulsar varias campañas al servicio de su ciudad y su provincia: el abastecimiento de agua de la capital, la mejora de la higiene y la salubridad, la construcción del ferrocarril entre Huelva y Ayamonte o la instalación de unos muelles definitivos. A través de las páginas de *La Provincia*, su director propietario vinculaba el bienestar de Huelva con la implicación del diario, que lograba así promocionarse y adquirir tanta popularidad como prestigio.

Su muerte prematura, a los 42 años de edad, se convirtió en todo un acontecimiento que conmocionó a la provincia e incluso traspasó sus fronteras. Desde el modesto mercado informativo de su tierra, Francisco Muñoz fue un gran emprendedor, con una percepción clara de la influencia social y política del periodismo. Todos los periódicos locales y algunos de los más importantes que se editaban en Andalucía le dedicaron artículos de reconocimiento y obituarios destacados, como esta nota publicada por *El Liberal* de Huelva:

Luchador infatigable y gran reformador, dedicó sus últimos años a mejorar las condiciones del periódico *La Provincia*, del que era director propietario, dándole mayor tamaño y haciéndolo diario, transformándolo en una publicación importante, de amena e interesante lectura y de amplia información, un periódico en fin a la moderna que puede codearse con los mejores de Andalucía¹⁴.

Como no podía ser menos, *La Provincia* publicó una enorme esquela el día de su muerte (3 de septiembre de 1915) que ocupaba toda la portada, así como una extensa necrológica en la que se ensalzaba la figura del fallecido director y la concepción paternalista y personalista del periodismo que había legado.

Era don Francisco para nosotros un consejero, un hermano mayor que guiaba dulcemente nuestra cotidiana tarea, este ingrato laborar en la hoja que diariamente formamos para el público. Concedor como pocos periodistas de los gustos de este público, nuestro querido director sabía ofrecerle el pasto intelectual que insaciable reclama de nosotros un día tras otro. Los que hemos convivido con él, compartiendo

¹⁴ Nota aparecida en *La Provincia*. 6 de septiembre de 1915, que se había publicado el día anterior en *El Liberal* de Huelva.

este trabajo rudo de informar al público, no olvidaremos jamás sus acertadas advertencias, sus consejos sabios¹⁵.

La dirección del periódico recayó durante su primera etapa, aproximadamente el último cuarto del siglo XIX y los primeros años del XX, en José García Cabañas, uno de los periodistas onubenses más cualificados de esta época, fiel a sus ideas republicanas. Ya en los últimos años de la Restauración le sucedieron el mencionado Francisco Muñoz Pérez, entre 1906 y 1914, y Modesto Pineda Barrios, otro de los insignes periodistas onubenses que contribuyó a la dignificación de la profesión en Huelva y que dirigió *La Provincia* entre 1914 y 1931, año en que abandonó el puesto por discrepancias con la gerencia, en ese momento en manos de Octavio Cerisola.

Peña Guerrero encuadra la cabecera dentro de la “prensa de espíritu independiente”, puesto que se caracterizó siempre por la diversidad temática y la transparencia informativa, méritos suficientes para convertirse en su época en el periódico más leído¹⁶.

No obstante su duración y su estabilidad, *La Provincia* nunca alcanzó tiradas considerables por la modestia del mercado periodístico al que se dirigía y la penetración, sobre todo desde principios del siglo XX, de la prensa diaria sevillana. En 1913, se había convertido ya en “diario de la noche”, de tendencia y contenido independientes, con 19 trabajadores fijos en plantilla y una tirada de 2.600 ejemplares, frente a los 2.000 de su principal competidor, el independiente *Diario de Huelva*¹⁷.

Resulta conveniente detenerse unas líneas en esta publicación: *Diario de Huelva* (1908-1942). Junto a *La Provincia*, ambos fueron los diarios onubenses de información general más relevantes del primer tercio del siglo XX y los principales artífices de la implantación de la prensa de negocio en Huelva. Lanzado por Antonio de Mora Claros, al que sucedieron al frente del diario José Antonio Páez, Ramón Peris, Alfredo Blanco y Luis de la Escosura, entre otros, se definió siempre por la independencia y el tono imparcial de su información. Aunque un poco escorado hacia el conservadurismo, fue aumentando su autonomía paulatinamente. Pese a que su aparición es posterior a la de *La Provincia*, fue el primero en desarrollar la fórmula de la prensa de negocio en Huelva.

En su editorial de presentación ante la opinión pública onubense, fechado el 6 de noviembre de 1908 y firmado por “La Redacción” bajo el título de “Un saludo. Todo

¹⁵ “La muerte de nuestro director”. *La Provincia*. 3 de septiembre de 1915.

¹⁶ PEÑA GUERRERO, M.A. (1995): op. cit., p. 163.

¹⁷ CHECA GODOY, A (1991): op. cit., p. 279.

por Huelva y para Huelva”, *Diario de Huelva* se desmarcaba del activismo político de la prensa decimonónica de la Restauración y optaba por la independencia informativa y empresarial. El objetivo que iba a presidir la redacción del periódico sería el de “rendir culto ferviente a la verdad, inspirándose siempre en un criterio de absoluta imparcialidad”¹⁸. Desde su primer número, la cabecera mostró una fidelidad prioritaria al hecho y estableció una visible separación entre la información y la opinión.

No venimos pues a servir a mezquinos intereses personales y políticos, no es nuestro propósito defender ninguna empresa ni nos presentamos animados de las intransigencias y animosidades propias de los fanatismos contemporáneos. Nuestra misión, única, exclusiva, peculiarísima, es la defensa de los intereses morales y materiales de nuestra ciudad y su provincia; es nuestro objeto facilitar a nuestros lectores una amplia información adecuada a las necesidades modernas, sin omitir medio ni sacrificio alguno, poniéndolos en relación rápida y constante con el mundo científico, artístico, intelectual, político, agrícola, comercial e industrial, como requieren los adelantos progresivos de nuestros tiempos¹⁹.

El diario no sólo se contentaba con ofrecer noticias de interés local, sino que aspiraba a informar puntualmente de los acontecimientos nacionales e internacionales. Su objetivo era combatir, a la par que plantearle una digna competencia, la penetración en Huelva de la prensa procedente de Sevilla, cuya cobertura de la actualidad española era más completa y estaba más profesionalizada que la de los periódicos onubenses, de marcado alcance localista y partidista. Para ello estableció una red de corresponsales en las ciudades más importantes de España, con especial implantación en Andalucía, y mostró una cierta preocupación por la distribución del periódico por los principales pueblos de la provincia, más allá de la tradicional área de influencia de la capital.

Y a fin de satisfacer esta necesidad, esta aspiración, hemos encomendado la información telegráfica en Madrid al periodista de tan sólida reputación como lo es nuestro corresponsal en la corte D. Luis Salado, al cual no hemos sometido a tasa ni limitación alguna respecto al número de telegramas, además de las dos conferencias diarias que con él hemos de celebrar con objeto de que nuestra información sea más completa y alcance más que las de otras publicaciones que aquí se reciben. Contamos, además, con un completo servicio de corresponsales en las principales poblaciones de España y principalmente en las de esta región, y como nuestro periódico ha de salir a las

¹⁸ “Un saludo. Todo por Huelva y para Huelva”. *Diario de Huelva*. 6 de noviembre de 1908.

¹⁹ “Un saludo. Todo por Huelva y para Huelva”. *Diario de Huelva*. 6 de noviembre de 1908.

primeras horas de la mañana, podrá recibirse el mismo día en casi todos los pueblos de la provincia²⁰.

Tanto *La Provincia* como *Diario de Huelva* nunca pasaron de ser diarios de poca difusión pero de bastante notoriedad y gran capacidad de influencia en la opinión pública de su ciudad. Ni siquiera Huelva aparece en el hipotético mapa de la conformación de la sociedad-cultura de masas en España que traza Gómez Mompert²¹. Sin embargo, su posible inclusión en el modelo de la prensa de negocio obedece a sus rasgos cualitativo-formales típicos de la comunicación de masas y a la función instrumental que cumplían en esa incipiente sociedad urbana de provincias.

4. El tránsito hacia la prensa de negocio y su consolidación en la Segunda República

La transformación del periodismo diario onubense se produjo entre 1915 y 1930, de manera gradual y con un retraso de varias décadas con respecto a las principales ciudades españolas, coincidiendo con la consolidación del decano de la prensa local, *La Provincia*, y con la aparición de una nueva cabecera, *Diario de Huelva*, cuya influencia fue decisiva para lograr la superación definitiva de la rancia prensa política heredera de la Restauración. La implantación de la nueva fórmula convivió con el viejo modelo, que nunca desapareció del todo, y la coexistencia de diferentes tipos de periodismo se convirtió en una característica de la prensa onubense del primer tercio del siglo XX²².

Entre 1898 y 1923, la prensa de carácter político era la que predominaba en la ciudad, hasta el punto de que las primeras décadas del siglo XX fueron profusas en ejemplos del viejo modelo de prensa, de publicaciones claramente partidistas que trasladaban el enfrentamiento político a sus páginas. Este fue el caso de la lucha verbal que mantuvieron *La Lealtad* y *El Reformista*. Para el ámbito nacional, coincidente en esta ocasión con el contexto onubense, Barrera recuerda que, aunque continúa la proliferación de los periódicos de partido, se fueron imponiendo los periódicos de

²⁰ “Un saludo. Todo por Huelva y para Huelva”. *Diario de Huelva*. 6 de noviembre de 1908.

²¹ GÓMEZ MOMPART, J.L. (1989). “¿Existió en España prensa de masas? La prensa en torno a 1900”. En *Historia de los Medios de Comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Ariel, p. 31-33.

²² GARCÍA GALINDO, J.A. (1995). *Prensa y sociedad en Málaga 1875-1923: la proyección nacional de un modelo de periodismo periférico (una historia del periodismo en el tránsito a la sociedad de comunicación de masas)*. Málaga: Edinford. Como podrá observarse en las líneas siguientes, este estudio es deudor del enfoque local y de algunas de las tesis que el profesor García Galindo sostiene en su estudio sobre el paso de la prensa política decimonónica a la prensa masiva de negocio en Málaga, tesis extensibles al caso de Huelva, aunque con cierto retraso cronológico y algunos matices.

empresa que, sin ser apolíticos estrictamente hablando, tenían claro que la información era su principal activo²³.

Esta crucial renovación, este lavado de cara a fondo del periodismo onubense, iba a culminar en los años de la Segunda República, aunque muy pronto la guerra civil y la dictadura se encargarían de frenar en seco su desarrollo. El tipo de periodismo que introdujo primero *Diario de Huelva* y que, a continuación, se vio obligado a imitar *La Provincia* mostraba una orientación hasta entonces desconocida para la opinión pública local: una mayor atención por los acontecimientos nacionales y del extranjero, y un interés mayor hacia cuestiones de la vida local, cuestiones que, a diferencia del resto de los periódicos onubenses, de marcada tendencia partidista, pretendían interesar a un amplio número de personas, y no sólo a los seguidores de una formación política concreta.

Dichas iniciativas destacaron por tener un sentido empresarial de la prensa en una ciudad que sólo conocía el viejo estilo de los periódicos de partido. Tanto los propietarios como los directores de estos dos diarios independientes empezaron a gestionar la actividad periodística con criterios económicos ya propiamente capitalistas, lo que supuso la primera gran ruptura con el provincianismo del periodismo local, aunque aún se encontraban a varios años luz de lo que algunos han convenido en llamar “el asalto a la fase superior del capitalismo informativo”²⁴. Desde este punto de vista, sólo estos dos rotativos –*La Provincia* y *Diario de Huelva*– podían considerarse empresas rentables en estos años²⁵.

Durante estos años se introdujeron considerables mejoras en los servicios telegráficos y telefónicos, se empezó a hacer fotoperiodismo diario (en el caso de *La Provincia*, las primeras ilustraciones en portada no aparecieron, como norma general, hasta 1933, al principio meros grabados y, a partir de 1934, también fotografías), se incrementó la difusión global de los diarios onubenses y se consolidó el periodismo de información general.

Asimismo, la publicidad fue adquiriendo una importancia cada vez mayor como fuente de ingresos para las dos empresas periodísticas, aunque aún no era la principal vía de financiación. En las primeras décadas del siglo XX, los ingresos por suscripciones y venta al número fueron superiores, si bien la tendencia fue cambiando

²³ BARRERA, C. (2004): op. cit.

²⁴ TIMOTEO ÁLVAREZ, J. (1985). *Del viejo orden informativo*. Madrid: Ed. Universidad Complutense, p. 183.

²⁵ PEÑA GUERRERO, M.A. (1995): op. cit., p. 171.

hacia el incremento y la diseminación de los anuncios por las escasas cuatro páginas del diario, un factor éste que obligaba a acumular la publicidad, todavía en los primeros años treinta, en la cuarta y última página. Además, en el caso de *La Provincia*, las esquelas mejor pagadas ocupaban la primera plana, lo que le imprimía un aspecto fúnebre y poco atractivo. El aspecto económico primaba, evidentemente, sobre el periodístico.

La explicación que hace Gómez Mompert de la transformación del periodismo español en el último cuarto del siglo XIX permite hacerse una idea del retraso con que se implantó la prensa de negocio, de información general y orientación independiente en Huelva, donde esa misma transformación no llegó a hacerse claramente visible hasta la Segunda República.

Una comparación entre los periódicos informativos de España nacidos a caballo de las décadas de los cuarenta y los cincuenta del siglo XIX, con los de finales de la misma centuria, permite comprender los cambios (páginas más limpias y fáciles de leer, diagramación más rica y mayor variedad de familia de letras, formato mayor, inclusión de anuncios, introducción de titulares, combinación de artículos y noticias, cierta variedad de secciones) y las razones de su modificación: nuevos medios de comunicación (telégrafo, ferrocarril), nueva maquinaria (para la fabricación de papel, para componer e imprimir), configuración de un incipiente capitalismo de empresa y surgimiento –aunque de manera tímida– de la profesión periodística, todo ello unido a la modificación progresiva de la función del periodismo²⁶.

Se trataba, en síntesis, del mismo caldo de cultivo que se dio en Huelva, aunque varias décadas después; era, de hecho, el escenario idóneo para que se produjera la transformación empresarial, profesional e informativa del periodismo moderno onubense.

Así pues, el periodismo decimonónico de clientelas y partidismos dejó paso a un nuevo modelo de prensa –independiente, aséptico, imparcial, al menos intencionalmente, en apariencia– cuyo abanico de lectores fue mucho más amplio y heterogéneo, pero que se inició tardíamente en Huelva, concretamente con *La Provincia* y *Diario de Huelva* bien avanzado el siglo XX, y que no se consolidó definitivamente hasta el quinquenio republicano. Ambos periódicos presumían de independencia y no estaban sujetos, al menos visiblemente, a ningún tipo de servidumbre política o

²⁶ GÓMEZ MOMPART, J.L. (1989). “¿Existió en España prensa de masas? La prensa en torno a 1900”: op. cit., p. 28.

religiosa, por lo que fueron los que mejor representaron al moderno periodismo onubense. Fueron, asimismo, los únicos diarios que tuvieron garantías de supervivencia, con índices de difusión considerables, y sólo la guerra civil y la dictadura de Franco pudieron poner fin a su andadura.

5. La asunción definitiva de la imparcialidad, el apoliticismo y el capitalismo informativo. A modo de conclusión

Y así llegamos al apartado de mayor interés de este modesto estudio sobre la prensa local. Tras haber desgranado más arriba el proceso de transición hacia la prensa de negocio en Huelva, desde la distancia temporal que otorga la Historia, este epígrafe se detiene en una visión coetánea del periodismo, construida por los periodistas onubenses de la época, que, además de advertir esta transformación, intentaron interpretarla y explicarla. En concreto, el relato se apoya en una serie de artículos que se publicaron en el diario *La Provincia* entre 1931 y 1936, artículos que refrendan la culminación de este nuevo modelo de prensa y aportan datos importantes sobre el estado de la profesión y del sector informativo en aquellos años.

La monarquía firmó su sentencia de muerte en las elecciones municipales de abril de 1931. Tras el resonante triunfo en casi todas las ciudades de las candidaturas republicanas, que supieron presentarse como las abanderadas de la democracia y la modernidad, el rey Alfonso XII declinó mantenerse por la fuerza y decidió exiliarse para evitar un baño de sangre. El 14 de ese mes se proclamaba la República de la manera más pacífica y en medio del entusiasmo popular. Dos días más tarde, en Huelva, cuando el cambio de régimen era ya firme, el diario *La Provincia* se hacía eco del júbilo popular y se pronunciaba rápidamente a favor del nuevo régimen en un editorial caracterizado por la cordura, la moderación y el patriotismo²⁷. Fue un saludo lleno de contención, pero bastante optimista acerca del devenir de la naciente República, cuyo afianzamiento ligaba a la capacidad política y cultural del pueblo español, hasta entonces un aprendiz en democracia.

La República es Libertad, es Justicia, es Fraternidad; pero también es orden y el país que la ha querido y la ha implantado, por fuerza tiene que esforzarse en mantenerlo. El nuevo régimen se consolidará seguramente, porque todos los españoles hemos de

²⁷ No debe olvidarse que el periódico se fundó en los primeros años de la Restauración en la línea del republicanismo posibilista, si bien se había visto obligado a escorarse hacia posiciones cada vez más conservadoras.

proseguir mostrándonos dignos de haberlo conquistado en la forma admirable, sin par en el mundo, que lo hemos hecho. (...) La República la ha de consolidar el pueblo demostrando que la merece y que está capacitado para regir por sí mismo sus destinos²⁸.

Desde la proclamación de la República, en suma, *La Provincia* dejó claro su apoyo al nuevo régimen, pero siempre desde la imparcialidad, la moderación y la independencia política que exigía el modelo empresarial de prensa.

Sin embargo, el posicionamiento no fue tan unánime como cabría deducir de estas palabras, ya que hubo una serie de acontecimientos que hicieron tambalear esa supuesta imparcialidad. En los primeros días de la República, la redacción de *La Provincia* vio alterada su normalidad cotidiana: el gerente del periódico, Octavio Cerisola, firmaba un artículo en portada en el que desacreditaba públicamente a su director, Modesto Pineda, por una crítica ofensiva e incendiaria que éste había escrito del destronado Alfonso XIII.

Bajo el título de “Periodismo, quizás, de periodismo provinciano”, el gerente se lamentaba de no haber leído el artículo hasta su publicación, cuando ya era demasiado tarde, y se dirigía abiertamente a su director, al estilo epistolar y para conocimiento de los lectores. Se trataba de una situación anómala en la historia de *La Provincia* y el mismo Octavio Cerisola era consciente de su atrevida injerencia: “De periódico y periodismo no pretendo discutir con usted, no me encuentro a su altura. Por esa razón, por la razón de mi desconocimiento siempre he tratado de mantenerme a orillas de habilidades periodísticas”²⁹. Pero su principal preocupación era salvaguardar la reputación moderada y respetuosa del periódico, que, a su juicio, habían quedado en entredicho: “No le hubiera permitido la publicación de su artículo porque atentaba al prestigio del periódico. Al prestigio que yo me esmeré en reafirmar desde el momento en que me hice cargo de esta Casa. Al carácter desapasionado y a la consideración y el respeto para todas las ideas políticas y para todas las personas, estuvieran o no en orden, que yo traté de infiltrar en la posición de este periódico”³⁰.

La respuesta del director del diario, que se había sentido menospreciado y desautorizado en público, no se hizo esperar y presentó su dimisión de manera irrevocable al día siguiente. Pero el periódico no se amilanó y desarrolló toda una estrategia de comunicación, basada en la transparencia y en la lealtad hacia sus lectores,

²⁸ “Saludemos a la República. El nuevo régimen lo consolidará el pueblo demostrando que lo merece”. *La Provincia*. 16 de abril de 1931.

²⁹ “Periodismo, quizás, de periodismo provinciano”. *La Provincia*. 9 de mayo de 1931.

³⁰ “Periodismo, quizás, de periodismo provinciano”. *La Provincia*. 9 de mayo de 1931.

para hacer frente a la bomba de relojería que tenía entre manos y para acallar los rumores. El 20 de mayo de 1931, publicaba íntegramente y en portada la correspondencia que habían cruzado Pineda y Cerisola sobre este asunto. Su objetivo no era otro que el de evitar cualquier interpretación errónea.

Modesto Pineda cesó en su cargo de director de *La Provincia*, pero siguió enviando artículos de fondo desde su casa –“sin ir por la redacción, en la cual me sería violentísimo trabajar”– hasta su definitiva marcha un mes más tarde a *El Pueblo*, una publicación que acababa de nacer y en la que ocupó el puesto de redactor-jefe. Le sucedió como director interino el que hasta entonces había sido jefe de redacción, Tomás Bedoya. Por su parte, Octavio Cerisola logró salvar el prestigio del periódico y a los cuatro meses, tras siete años en el cargo, dejaba la gerencia en manos del joven Francisco Muñoz de Vargas, continuador de la dinastía y sobrino del gran impulsor del diario a principios del siglo XX.

El 11 de marzo de 1931, unos meses antes de la polémica relatada más arriba, Modesto Pineda había publicado un artículo sobre la libertad de expresión y de conciencia de los periodistas, como si intuyese su inminente enfrentamiento con el gerente del diario, Octavio Cerisola. Bajo el título de “La compra de periódicos”, el entonces director de *La Provincia* escribía sobre la propiedad de los periódicos en España y sobre cómo los criterios económicos se estaban imponiendo sobre los periodísticos. En concreto, criticaba –e ilustraba con ejemplos de Badajoz y Madrid– cómo muchos periódicos cambiaban de manos interesadamente para apropiarse de segmentos de opinión pública, sin tener en cuenta la inteligencia de los lectores y la libertad individual de los periodistas.

El que compra un periódico (...) hará un mal negocio si piensa que un periódico que se titule tal cosa, por tener idéntico formato y presentarse aparentemente en la misma forma, ha de tener la misma clientela. Si fuera posible que una empresa radical adquiriese *El Debate* o *ABC*, se podría ver cómo al triste que le faltase la ideología en que se inspiran ambas publicaciones, los habituales lectores les abandonarían. No se puede, pues, comprar un periódico si se compran sus redactores. (...) El negocio sería claramente ruinoso para el comprador, porque los lectores, al darse cuenta de que el periódico decía blanco en lugar de negro, dejarán de leerlo³¹.

Éste no fue más que uno de los muchos artículos de fondo que Modesto Pineda escribió sobre periodismo en su deliberada contribución a la dignificación de la

³¹ PINEDA, M. “La compra de periódicos”. *La Provincia*. 11 de marzo de 1931.

profesión. En “Se escribe y se lee más que nunca”, por ejemplo, se refería al aumento del nivel cultural y, por consiguiente, de la masa de lectores que había experimentado España en las últimas décadas, momento en que el periódico se había convertido ya en “un artículo de primera necesidad”³².

La conflictividad social, al igual que en el resto de España, marcó considerablemente el devenir de la vida cotidiana onubense durante la Segunda República: a la lucha entre el capital y el trabajo se sumaron otras cuestiones aledañas, tales como el fuerte incremento en la afiliación que experimentaron la UGT y la CNT o el enfrentamiento entre socialistas y anarquistas por la primacía sindical de la provincia, con especial virulencia en los principales núcleos mineros. En este sentido, los dos diarios onubenses de información general que se publicaban en esas fechas, *La Provincia* y *Diario de Huelva*, construyeron un discurso muy parcial sobre la conflictividad social, planteado generalmente desde un punto de vista del orden público y el bien común de la ciudad, al margen de la exaltación obrera y cercano a los intereses empresariales.

Un ejemplo de cómo el periódico se posicionó del lado del Capital se desprende de la publicación, en lugar privilegiado de la portada, de “La función social del capitalismo”, un artículo de fondo firmado por el mismísimo Henry Ford³³.

Espinoso, cuanto menos, fue el conflicto que le surgió a *La Provincia* con la Confederación Nacional del Trabajo de Huelva. En “El deber periodístico, ante todo”, el diario se veía obligado a aclarar por qué no había cubierto la asamblea del sindicato anarquista, ante la acusación pública que éste le había propinado, y a insistir en su imparcialidad y su independencia. “El periódico *La Provincia* se encontrará siempre equidistante de cuantas organizaciones y agrupaciones funcionen, actuando de imparcial portavoz sin preferencias ni desatenciones para nadie ni para nada, puesto que no más que al público, en general, se debe”³⁴. En concreto, recordaba y dejaba establecida una de las normas deontológicas que presidieron su actividad periodística: ningún redactor de la publicación acudiría por iniciativa propia a donde no se le convocara, salvo que fueran manifestaciones públicas relevantes.

Normas como ésta pretendían dignificar la profesión del periodismo en un momento en que su labor no gozaba precisamente de muy buena consideración social y

³² PINEDA, M. “Se escribe y se lee más que nunca”. *La Provincia*. 7 de abril de 1931.

³³ FORD, H. “La función social del capitalismo”. *La Provincia*. 11 marzo de 1932.

³⁴ “El deber periodístico, ante todo”. *La Provincia*. 26 de junio de 1931.

era juzgada por el público con bastante ligereza. Según la visión de aquellos periodistas, la prensa tenía una misión educadora que, en algunas ocasiones, se desviaba hacia las rencillas y las disputas personales, hacia las polémicas apasionadas en las que aún se enfrascaban los periodistas y que tanto daño les hacían. En cambio, la función de la prensa debía consistir en servir al interés general del público, proponiendo soluciones a los problemas de la sociedad; en informar de la actualidad de la forma más completa y rigurosa posible; y, por último, en proporcionar entretenimiento con cuentos, chistes, anécdotas y pasatiempos³⁵.

La Provincia se encargaba de fomentar los intereses morales y materiales del pueblo. Las campañas ciudadanas que impulsaba su director y propietario en las primeras décadas del siglo XX tuvieron continuidad durante la Segunda República. En colaboración con la Asociación de la Prensa local y el resto de periódicos, se organizó un espectáculo teatral cuya recaudación se destinó a paliar el problema del paro, cada vez más acuciante.

Consciente del alto reconocimiento social del que gozaba, *La Provincia* no dudó en alardear de su misión en las páginas que diariamente ofrecía a la opinión pública onubense. Este discurso, por tanto, evidenciaba su altruismo al servicio del interés general de la ciudad, su función de ágora de las diferentes opiniones de la sociedad o su papel de intermediario entre el gobierno y los gobernados.

Por encima de otras secciones, la noticia, la información, se convirtió en el elemento básico del periódico. Sin embargo, *La Provincia*, un diario de información general que nunca superó las cuatro páginas y se dirigía a un modesto mercado de lectores, tuvo que hacer frente a un problema consustancial: la escasez de noticias que había en Huelva, la monotonía de la vida cotidiana apenas interrumpida por alguna ocurrencia vulgar. Conscientes de que la dinámica informativa es una rueda que no puede parar, los periodistas onubenses carecían de temas suficientes de actualidad y encontraban serias dificultades para confeccionar el planillo de la sección local. Lo que era una fortuna para la ciudad resultaba una desventaja para el informador. Las noticias de sucesos se registraban con menos frecuencia que en otras provincias; la noticia del día o “noticia bomba” raramente se conseguía, hasta el punto de que ya no se recordaba la última vez en que se había producido. La invención de noticias, al estilo del

³⁵ VILLANUEVA, M. “La misión de los periodistas”. *La Provincia*. 17 de junio de 1931.

amarillismo de Hearst, era una medida que no se descartaba ante la acuciante desesperación que les invadía.

El trabajo periodístico de información resulta, pues, casi monótono en el aspecto de novedades, ya que la vida se desarrolla con una normalidad excepcional en los tiempos que corremos. (...) Sería preciso para ponernos a tono que inventáramos cosas que no dieran margen de comentarios, al estilo de los que en otras localidades se hagan, por lo que la realidad vaya dictando. Porque, si a la realidad nos atenemos, de nada podemos comentar ya que en Huelva no pasa nada. (...) El carné del reporter queda en blanco muchos de los días, siendo uno de éstos el de hoy en el que los Centros oficiales y la calle están poco menos que mudos³⁶.

El bajo nivel de profesionalidad dentro del periodismo onubense tuvo dos causas esenciales: la endeble estructura empresarial de las publicaciones y el retraso en la recepción del periodismo informativo con respecto al resto del país. Ahora que la información objetiva se convirtió en un valor, los profesionales comenzaron a ser una pieza clave en las redacciones y de los artículos de opinión llegados a la redacción, tras una criba previa, sólo se publicaban los más brillantes u oportunos.

En este sentido, las numerosas colaboraciones sin ánimo de lucro que llegaban a la redacción del periódico podían convertirse en un problema. En un editorial titulado “Escribir para los periódicos”, *La Provincia* intentó combatir esta moda al criticar a aquellos ciudadanos que enviaban “majaderías”, cuya redacción lamentable obligaba a una ardua tarea de corrección, por el simple hecho de que su nombre apareciese impreso en las páginas del diario. No obstante, también alababa públicamente a aquellos jóvenes escritores onubenses que elevaban la calidad del periódico con sus colaboraciones, como fue el caso del pseudónimo Ulises y su sección habitual “Pizzicatos”.

La Provincia se ajustaba a dos de los requisitos de la prensa moderna: garantizar la independencia y ofrecer una información de calidad. A nivel teórico, encontramos bastantes ejemplos del grado de asimilación de las nuevas tendencias en la elaboración de contenidos, como el ideal de objetividad, que llegó a España procedente de los Estados Unidos de la mano de la prensa informativa. Según este ideal, el reporterero era el profesional propio del periodismo, se dedicaba a la recopilación de información y a la transmisión de los hechos sin otro objetivo que hacerlos llegar a su público. “La noticia es la manifestación más clásica del periodismo, y el reporter el que encarna de manera

³⁶ CIRES. “Aspectos locales. La escasez de noticias”. *La Provincia*. 10 de marzo de 1934.

más característica al profesional. En la información están los intestinos del periódico y por la información se conoce su crédito público”³⁷.

El periódico, en realidad, es todo una tribuna del lector en la que éste se manifiesta y se oye, habida cuenta que es el órgano de la opinión pública, el portavoz, el instrumento interpretativo de esa opinión, al par que el guía, el hacedor de la opinión pública. (...) Precisamente, en los momentos actuales, es cuando la Prensa ha de observar la mesura en el comentario y en la publicación de la noticia, para no discutir sobre base falsa o sobre verdad fantaseada ni propiciar especies que no responden sino a la inventiva o el abultamiento³⁸.

Los aspectos tratados por *La Provincia*, que analizó numerosas cuestiones relativas a la prensa y a los periodistas durante estos años, constituyen una muestra de la progresiva toma de conciencia de los periodistas acerca de su función social, esta vez en el modesto ámbito local de la prensa onubense. Estos ejemplos, que nos sirven aquí de guía para explicar la renovación de la prensa onubense en la Segunda República, ilustran de manera consciente la doble naturaleza que adquirió entonces el periódico: era una mercancía, pero también un medio de influencia social, económica y política. Se trataba de las dos caras de una misma moneda, puesto que la máxima rentabilidad económica sustentaba su independencia y su capacidad de orientar la opinión pública.

7. Bibliografía

BARRERA, C. (2004). “La renovación periodística del primer tercio del siglo XX en España”. En las actas del Congreso 75 años de talento, ABC de Sevilla (En prensa).

CHECA GODOY, A. (1991). *Historia de la prensa andaluza*. Sevilla: Fundación Blas Infante.

CHECA GODOY, A. (1991, 14 de abril). “Orígenes y primer desarrollo de la prensa en Huelva”. *Huelva Información. Revista del Domingo*, pp. 4-5.

DURÁN COSTELL, A. (1999). “Definiendo al profesional del periodismo: la asamblea de la FPE de 1928 en Valencia”. En Barrera, C. (coord.). *Del gacetero al profesional*

³⁷ ÁLVAREZ, B. (1912). *Desde mi campo. El libro del periodista*. Madrid: Imprenta de Juan Pinedo. Citado en Humanes, M.L. (1999): “Nacimiento de la conciencia profesional en los periodistas españoles (1883-1936)”: op. cit., p. 45.

³⁸ CIRES. “La tribuna del lector, a compás de los acontecimientos”. *La Provincia*. 20 de octubre de 1934. Este artículo intentaba definir el papel de la prensa en un momento en que la República se tambaleaba ante la insurrección obrera de octubre de 1934. El principal foco de conflictividad se localizó en Asturias, pero su repercusión también se hizo patente en Huelva.

del periodismo: evolución histórica de los actores humanos del cuarto poder. Madrid: Fragua.

GARCÍA GALINDO, J.A. (1995). *Prensa y sociedad en Málaga 1875-1923: la proyección nacional de un modelo de periodismo periférico (una historia del periodismo en el tránsito a la sociedad de comunicación de masas)*. Málaga: Edinford.

GARCÍA GARCÍA, C. (2001). *Modernización política y pervivencias caciquiles: Huelva 1931-1936*. Huelva: Ayuntamiento de Huelva.

GÓMEZ MOMPART, J.L. (1989). “¿Existió en España prensa de masas? La prensa en torno a 1900”. En *Historia de los Medios de Comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Ariel.

GÓMEZ MOMPART, J.L. (1992). *La gènesi de la premsa de masses a Catalunya (1902-1923)*. Barcelona: Pòrtic.

HUMANES, M.L. (1999): “Nacimiento de la conciencia profesional en los periodistas españoles (1883-1936)”. En Barrera, C. (coord.). *Del gacetero al profesional del periodismo: evolución histórica de los actores humanos del cuarto poder*. Madrid: Fragua.

MIRÓ LIAÑO, L. (1999). “El tráfico mercantil en el Puerto de Huelva. 1873-1996”. En *Historia del Puerto de Huelva*. Huelva: Huelva Información y Autoridad Portuaria.

PEÑA GUERRERO, M.A. (1995). *La provincia de Huelva en los siglos XIX y XX*. Huelva: Diputación Provincial de Huelva.

TIMOTEO ÁLVAREZ, J. (1985). *Del viejo orden informativo*. Madrid: Ed. Universidad Complutense.

Mi más sincero y entusiasta agradecimiento al Archivo Municipal de Huelva, donde he podido consultar las colecciones de LA PROVINCIA y DIARIO DE HUELVA que allí se conservan, por su amabilidad, trato y disponibilidad en todo aquello que precisé; y, en especial, mil y una gracias a Luisa Borrallo Oliver, por su ayuda y su asesoramiento inestimables.