



Romances con acento andaluz. El éxito de la prensa popular (1750-1850)

Inmaculada Casas Delgado

Centro de Estudios Andaluces, Sevilla, 2012

217 pp.

Reseña por Carmen Espejo

EL VALOR DE LO MARGINAL

El concepto de “prensa popular” es una herramienta historiográfica que resulta más difícil de utilizar mientras más avancemos hacia atrás en la Historia. Si aplicada a los siglos XX y XIX parece definir una categoría homogénea de periódicos, aplicada a los primeros siglos del periodismo su conceptualización es más complicada. Para definir la producción de relaciones de sucesos entre los siglos XV y XVII, Henry Ettinghausen la ha aplicado sin restricciones. Las relaciones son prensa popular porque su producción es artesanal (desde el impresor local al lector escasamente alfabetizado) y por su vocación a la vez periodística y *masiva*, independientemente de que los contenidos de buena parte de ellas puedan ser calificados, desde la perspectiva del periodismo actual, como “serios”. En el siglo XVIII, y mientras que la prensa política y literaria se

consolidan como modelos dominantes, las relaciones de sucesos no ceden en su popularidad y adoptan muy a menudo el molde discursivo del romance. Una etiqueta que el profesor Aguilar Piñal acuñó con éxito para aludir a esta producción es la de *romancero vulgar*, si bien en este nuevo cajón historiográfico caben tanto los romances *noticieros*, continuadores de esa vocación informativa que atribuíamos a las relaciones de sucesos, como los romances literarios o – para ser más precisos – *infraliterarios*. Como desveló Caro Baroja, andando el siglo XIX e incluso las primeras décadas del XX este romancero vulgar, acompañado de otros tantos subgéneros populares, comparte espacio en el mercado con la prensa popular industrial – para entendernos, “a la americana” - que, por otra parte, tan poco arraigo ha tenido en nuestro país. La extraordinaria pervivencia en el tiempo del romancero y otros géneros autóctonos de lo popular es considerada por muchos como un rasgo idiosincrático del periodismo español.

Pero, a pesar de que se trata de un tipo de producción editorial arraigada a través de los siglos, este campo no ha suscitado un interés continuado en los investigadores, más allá de los egregios nombres apuntados. Al menosprecio académico por los géneros populares se suma en este caso la dificultad de valorar estos productos que sólo tienen sentido considerados en su condición de masivos, y que, por tanto, exigen al investigador el estudio de grandes corpus documentales. Por fortuna, estos corpus comienzan a ser ya accesibles a través de bibliotecas digitales: además del proyecto que aquí se reseña, merece la pena destacar el fondo digitalizado por el proyecto *Wrongdoing in Spain, 1800-1936: Realities, Representations, Reactions* de la Universidad de Cambridge.

El trabajo de Inmaculada Casas *Romances con acento andaluz. El éxito de la prensa popular (1750-1850)* se sitúa justamente en este territorio poco transitado para realizar una aportación sustancial. El núcleo fundamental del mismo es el Anexo final que contiene un repertorio con las fichas catalográficas de casi 300 impresos populares contenidos en el Fondo Hazañas de la Biblioteca de Humanidades de la Universidad de Sevilla. Aunque algunos de estos romances o coplas hayan sido previamente registrados, fundamentalmente en el magno repertorio de Aguilar Piñal, el sentido de esta nueva catalogación se deduce de la misma singularidad de la colección. Joaquín Hazaña, bibliófilo y erudito acerca de la imprenta sevillana, compiló la colección y la legó a la Universidad de Sevilla tras su muerte; las cajas de impresos varios en las que se conserva parte de esta colección en la Biblioteca Universitaria de Sevilla contiene por tanto un conjunto homogéneo de impresos baratos, en su mayor parte publicados en Sevilla, Málaga y Córdoba, entre los años 1750 y 1850.

El estudio de esta colección homogénea ha permitido a Inmaculada Casas hacer, por lo tanto, un análisis muy aproximado del contexto cultural en el que estos impresos se publicaron y distribuyeron. De esta manera, la obra contiene capítulos dedicados a los

autores, impresores y público que participaron en el circuito de este consumo masivo, y dedica también documentados epígrafes a la legislación de prensa de la época o a las conexiones de esta producción con otros mercados similares en Europa. Uno de los méritos fundamentales del trabajo es que, a pesar de su brevedad y el tono divulgativo de su escritura, explica para el especialista y para el lector común cómo esta producción encaja en la Historia del Periodismo español y europeo.

El análisis de contenido de los impresos catalogados permite por último a la autora abrir el debate, a modo de pinceladas, sobre dos cuestiones de extraordinaria importancia y actualidad. Primero, la presencia de la mujer en este mercado: los estereotipos que esta prensa – conservadora como es casi siempre “lo popular” – ayuda a consolidar, pero también las voces divergentes que a veces se escuchan en ella, como la admiración soterrada por la mujer sexual y socialmente libre -; también, la escasa pero significativa presencia de mujeres en el proceso de producción, como autoras o impresoras (además, por supuesto, de como lectoras).

En segundo lugar, el estudio se replantea la cuestión del “andalucismo” de esta prensa popular, siguiendo la estela de lo que Caro Baroja, Aguilar Piñal y otros autores más recientes afirmaron al respecto. Andalicismo que en esta literatura científica previa resultaba asociado a la condición “vulgar” de estos impresos, pero que aquí se reivindica como muestra de la fortaleza de un mercado vigoroso, que inundó de pliegos baratos todas las localidades del Norte y Sur de España, y se convierte casi en una especialidad de su industria editorial.

Los méritos del trabajo de Inmaculada Casas aparecen acompañados en esta ocasión por la edición admirable del Centro de Estudios Andaluces. Con un diseño actual que seguramente servirá para atraer al público menos especializado, sin embargo la edición dedica generoso espacio a los anexos documentales y a la reproducción de imágenes, suficientes en número y de suficiente calidad para que el lector tenga, en su caso, un primer acercamiento directo a esta prensa popular. La colección en la que la obra se inscribe, “Historia de la Comunicación en Andalucía”, fruto de la colaboración del Centro con las facultades andaluzas de Comunicación, ha publicado antes otros excelentes trabajos, por lo que es de esperar que esta política editorial no se vea interrumpida.

Cerramos esta reseña haciendo votos, también, por que la política científica española siga permitiendo como hasta ahora que jóvenes investigadores como Inmaculada Casas (1986) puedan dedicarse a la investigación de excelencia en estos territorios tan poco abordados, y tan relevantes a la vez para la recuperación del patrimonio cultural y la escritura de la historia de las mentalidades, particularmente en Andalucía.