

Jones, Daniel E.

Perspectiva econòmica de la
premsa diària catalana durant
la II República

1. Introducció

Una anàlisi exhaustiva, sistemàtica i en profunditat sobre la premsa catalana durant la II República està encara per fer. Hi ha aportacions importants d'investigadors del passat, com, per exemple, les de Givanel i Mas (1931-1937) o Torrent-Tasis (1966)—per mencionar solament les més significatives—, com també en l'actualitat les del grup de professors de la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona, dedicat preferentment als estudis històrics, entre les quals es podrien esmentar, succintament, les de Gómez Mompart-Marín Otto (1986), Tresserras (1986 i 1989), Espinet *et al.* (1989), Marín Otto (1990) o el número monogràfic d'*Anàlisi* (1990).

No obstant això, uns altres autors també s'han ocupat durant els darrers anys de dur a terme unes aproximacions històriques a la premsa catalana, entre els quals caldria mencionar aquí Solà i Dachs (1978), Faulí *et al.* (1979), Guillamet (1983), Figueres (1989) o Culla-Duarte (1990), a més d'uns quants altres estudiosos de localitats o publicacions concretes.

Tanmateix, són pocs els investigadors que estan preocupats per anàlisis històriques i a la vegada econòmiques sobre la premsa catalana, i potser els exemples que se'n podrien esmentar són Voltes Bou (1974 i 1988) o Valls (1988), aquest darrer dedicat al segle XIX.¹ L'escasse-

1. Per veure en detall els estudis de caràcter econòmic sobre la premsa fets a Espanya en el darrer segle, com també sobre la Guerra Civil, remeto el lector als meus articles sobre aquests temes (Jones, 1989a i 1990).

ta de treballs d'aquest caràcter no és deguda, al meu parer, a la manca d'interès dels investigadors del país, sinó, probablement, a dos motius fonamentals: d'una part, la gran dificultat existent per a accedir a les fonts i, de l'altra, la ruptura històrica que va significar la darrera Guerra Civil.

Quant al primer cas, és prou conegut que els arxius de les publicacions periòdiques del país han estat quasi inaccessibles i força pobres fins a èpoques ben recents; a més a més, tant els registres industrials com els d'empreses periodístiques són incomplets i les estadístiques oficials, a part el fet de ser poc fiables, no van tenir mai una periodicitat acceptable.

No hi ha cap dubte que la Guerra Civil, per la seva banda, va afavorir la pèrdua de molts documents —destruïts d'una manera accidental o deliberada—, cosa que va dificultar enormement els seguiments de caràcter històric i econòmic.² Així, l'hermetisme particular de les empreses periodístiques, sumat a la forta censura i a l'obscurantisme imposats per la dictadura de Franco, dificultà molt les investigacions sobre èpoques recents. Ultra això, aquest règim va propiciar la falta de vincles i el divorci entre els estudis espanyols sobre els fenòmens comunicatius i els que es realitzaven aleshores a altres països europeus.

L'adveniment de la democràcia portà conjuntament un floriment de les anàlisis sobre el paper desenvolupat per la comunicació de masses a Catalunya en aquell moment, ja que els investigadors van considerar que s'havien de preocupar sobretot per allò que passava llavors. D'aquesta manera, la perspectiva històrica fou desatesa i la majoria d'analistes s'abocà a la realització d'un tipus d'estudis conjunturals que facilités l'acció política immediata. No obstant això, han passat uns quants anys des del restabliment de la democràcia i ja és hora de conèixer quina ha estat la història de la comunicació de masses a Catalunya, entre altres raons per a comprendre millor el present.³

2. Per exemple, les estadístiques oficials que va publicar el govern de l'Estat sobre la premsa espanyola —anys 1870, 1888, 1892, 1900, 1914, 1921 i 1930— van ésser truncades per la Guerra Civil, per la qual cosa es va haver d'esperar fins al 1943 que apareguessin els primers *Anuario Estadístico de España* i *Anuario de la Prensa Española* del nou règim franquista, bé que amb una informació molt menys significativa sobre la qüestió que ens ocupa que els anteriors a 1939.

3. A Catalunya, com al conjunt d'Espanya, ni tan sols no es coneix encara, per exemple, quins han estat tots els diaris que s'han publicat en el transcurs de la història, fenomen poc usual entre els països desenvolupats d'Occident.

De tota manera, no és pas intenció d'aquest treball omplir el buit existent en la recerca sobre la premsa catalana durant la II República, sinó que solament hom pretén fer-hi una aproximació que permeti conèixer més bé allò que van ser el sistema i el mercat periodístic d'aquell període; i també les empreses principals que hi van operar, en particular les editores de «diaris independents d'informació general» —el paradigma dels quals va ser representat, sens dubte, per *La Vanguardia*—,⁴ ja que, essent aquests els de més gran difusió, constituïen també els principals suports publicitaris.

2. Conformació del mercat

2.1. Cap a un sistema periodístic de masses

Entre 1900 i 1930, la població de Catalunya va créixer d'1,9 milions d'habitants a 2,8 milions, dels quals la ciutat de Barcelona va acaparar un 24 % i un 36 % respectivament. D'altra banda, cap a 1920, la mateixa ciutat de Barcelona distribuï la seva població laboral de la manera següent: l'1 % va correspondre al sector agrari; el 70 %, al sector industrial; i el 29 % restant, al sector serveis. Finalment, la població analfabeta de la ciutat va disminuir, d'un 40 % del total el 1900, a un 15 % el 1930.⁵

Aquesta suma de factors afavorí, indubtablement, la consolidació del sistema periodístic de masses català —és a dir, la conformació d'un mercat publicitari— en el primer terç d'aquest segle. Aquest fet no es va poder acomplir durant el segle XIX a causa, precisament, de l'escassa concentració urbana, la debilitat que encara tenien la Revolució

4. Borrat (1989, 9) entén «por periódico independiente a todo aquel que —fuere cual fuere su periodicidad— se define y actúa en función de los objetivos permanentes de *lucrar e influir*, excluyendo toda relación de dependencia estructural respecto de cualquier otro actor que no sea su empresa editora».

5. Dins el conjunt espanyol, la població analfabeta constituïa el 1930 un 42 % del total (Dirección General de Estadística, 1943).

Industrial i els seus processos de comercialització i l'excés percentatge de població sense alfabetitzar.⁶

En definitiva, en les primeres dècades del segle XX va començar a vertebrar-se a Catalunya una societat de masses moderna per a la qual es va haver de constituir un sistema comunicatiu d'acord amb aquest desenvolupament. Aquest paper fou exercit per la premsa d'una manera més destacada —almenys fins al franquisme— que no pas pels altres mitjans de comunicació que ja començaven a despuntar: principalment, el cinema i la ràdio. Paral·lelament, la societat es va anar dirigint cap a uns models més conformes als dels altres països d'Occident: aparició de l'associacionisme, de l'oci i dels espectacles i dels esports de masses. Indubtablement, els nous valors hegemònics —promoguts per la burgesia ascendent— eren el cosmopolitisme, el progrés material i la modernització en les habituds i els estils de vida (Tresserras, 1986 i 1989; Gómez Mompert, 1990).

Durant les tres primeres dècades del segle XX, el nombre de publicacions periòdiques, tant a Catalunya com al conjunt d'Espanya, va créixer d'una manera moderada, fins i tot el nombre de diaris descendí lleugerament (Desvois, 1978, 158). Tanmateix, en acabar la Guerra Civil, la disminució fou dràstica, producte de les grans transformacions que el règim franquista introduí en el sistema periodístic espanyol.⁷

Respecte a l'equipament material dels periòdics catalans, en general era força escàs i antiquat, excepte en rares excepcions, com podia ser el cas de *La Vanguardia*. Del conjunt de publicacions catalanes —diaris,

6. Com sostenen Gómez Mompert - Marín Otto (1986, 434-435), «l'envol de la premsa barcelonina no acaba de quallar abans del segle XX. Entre d'altres raons, perquè l'índex d'analfabetisme és elevat, mentre que el d'urbanització encara no és homologable al de la resta dels països industrialitzats i, a més, la participació activa de les classes populars a la política activa és molt precària. Al mateix temps, la industrialització no ha modificat encara les empreses periodístiques, les quals, majoritàriament, funcionen més com a grups d'incidència política directa que com a tals empreses d'informació, com a indústria d'idees (és a dir, com a grups d'incidència política directa)».

7. Ja que no es disposa d'estadístiques oficials durant el període de la II República, cal recórrer aquí a la que es va efectuar el 1927, per a fer-se una idea del mercat periodístic anterior al període estudiat, i a la que es va realitzar el 1942, per a veure les transformacions introduïdes pel règim franquista immediatament després de la guerra. Mentre que el 1927 hi havia enregistrades a Catalunya 491 publicacions periòdiques —cosa que significava un 22 % del total espanyol—, el 1942 es va passar a 88 —un 9 % del total—; quant als diaris, el 1927 hi havia a Catalunya 45 títols diferents —un 16 % del total espanyol—, que passaren a 10 al començament del franquisme —un 9 % del total— (Servicio General de Estadística, 1930; Dirección General de Estadística, 1943).

revistes i periòdics—, solament un 15 % disposaven d'impremta pròpia el 1927.⁸

2.2. Paper central dels diaris

La gran oferta de títols que presentava el mercat periodístic català abans de l'inici del període republicà —mercat que no sofrí variacions substancials entre 1931 i 1939— era acompanyada per un tiratge global força considerable, de més de 550.000 exemplars diaris el 1927, la qual cosa representava quasi 200 exemplars per cada 100 habitants del Principat, una taxa que no es va donar anteriorment i que, després de la Guerra Civil, encara no ha estat superada.⁹

Entre les deu ciutats catalanes que el 1927 editaven diaris —45 títols en total—, Barcelona comptava amb 20, encara que acaparava aproximadament un 96 % del tiratge global del Principat. Solament els cinc de major difusió —*La Vanguardia*, *El Noticiero Universal*, *Las Noticias*, *El Diluvio* i *El Día Gráfico*— agabellaven aproximadament un 65 % del tiratge global; és a dir, va existir una concentració important del tiratge entre els grans diaris de la capital editats en castellà.

Per la seva banda, els diaris més importants en llengua catalana —*La Veu de Catalunya*, *La Publicitat* i *La Nau*, sumats a quatre títols comarcals més— editaven conjuntament un 15 % del tiratge global, mentre que els sis diaris bilingües —tots comarcals— representaven només un 1 % del tiratge global. Aquests desequilibris es van corregir en certa manera durant la República, encara que, com sosté Solà i Dachs (1978, 8), els 25 diaris editats en català en aquest període —8 dels quals eren de Barcelona— sols significaven una quarta part del tiratge total de la premsa en castellà. No hi ha cap dubte que una de les raons d'aquest desequilibri, a més del poc hàbit de lectura en català, ha estat la manca de suport financer del gran capital, que no ha invertit —d'una

8. Del conjunt de 491 publicacions periòdiques catalanes que s'editaven el 1927, solament 75 disposaven d'impremta pròpia: 46 a Barcelona, 16 a Tarragona, 9 a Girona i 4 a Lleida. El nombre i les classes de màquines utilitzades per aquestes publicacions amb impremta pròpia eren com segueix: 19 tenien rotatives —18 de les quals eren a Barcelona—, 61 tenien màquines planes i 25 disposaven de linotípies —totes a Barcelona, fet que representava un 66 % del total espanyol (Servicio General de Estadística, 1930).

9. El 1945, amb un nombre de diaris quatre vegades menor que durant el període republicà, el tiratge global havia disminuït a 275.000 exemplars, és a dir, menys de la meitat, cosa que confirma la desfeta esmentada més amunt.

manera directa a les empreses periodístiques o indirecta per mitjà de la publicitat— als diaris editats en aquesta llengua.¹⁰

Segons una altra font (Prat Gaballí, 1934), cap a 1933 es publicaven a Catalunya 25 diaris, 17 dels quals ho feien a la ciutat de Barcelona, amb un tiratge global calculat en mig milió d'exemplars, davant els 18 que s'editaven a Madrid, amb un tiratge d'un milió d'exemplars.¹¹ D'aquesta manera, en una campanya tipus —estimada per Prat Gaballí en 31.626 pessetes—, els vuit diaris barcelonins inclosos van representar aproximadament una tercera part de la inversió total espanyola.

A més a més, la premsa barcelonina de l'època semblava tenir una penetració a la resta de Catalunya molt més gran que en l'actualitat. Segons el mateix Prat Gaballí (1934), els diaris barcelonins més importants distribuïen en el conjunt del Principat entre un 10 % i un 50 % del seu tiratge. Fins i tot *La Vanguardia* va vendre fora de Catalunya aproximadament un 20 % dels seus exemplars. Per la seva part, els grans diaris madrilenys també tenien una penetració a Catalunya més gran que la que hi tenen actualment (Mateo *et al.*, 1988; Jones, 1989 *b*), entre els quals es va destacar *Ahora*, amb un 14 % del seu tiratge global.¹²

10. Com sosté el mateix Solà i Dachs (1978, 8), «un dels fets curiosos que es donen en la premsa catalana és que les iniciatives en aquest sentit han estat sempre preses per les classes mitjanament dotades de poder econòmic, ja que el gran capital, que ha encoratjat empreses semblants en castellà, mai no ha donat el seu suport a les editorials catalanes, ni tan sols en forma de publicitat».

11. Pere Prat Gaballí, juntament amb el també català Rafael Bori, va ser l'introduïdor dels estudis sobre publicitat a Espanya i l'investigador més important en aquest camp fins als anys cinquanta. Gran coneixedor del mercat publicitari espanyol durant les primeres dècades d'aquest segle, Prat Gaballí estimava que cap a 1933 —en aquell temps no existien encara ni l'OJD ni l'EGM— el tiratge del diaris catalans era com segueix: els 17 diaris de Barcelona tiraven entre 10.000 i 200.000 exemplars; els 2 de Girona, uns 1.500 exemplars; els 3 de Lleida, uns 2.000 exemplars; i els 3 de Tarragona, uns 2.000 exemplars. Per la seva part, els 18 diaris madrilenys tiraven de 8.000 a 250.000 exemplars. Al mateix temps, *La Vanguardia*, el diari més important de Catalunya, donava les xifres següents segons dades del seu arxiu: va vendre 138.526 exemplars diaris el 1931, 148.720 el 1932, 164.712 el 1933, 177.785 el 1934 i 152.349 el 1935 (Voltes Bou, 1988). Finalment, Gaziel (1971, 111) va sostenir que, cap a 1936, *La Vanguardia* tirava de 200.000 a 250.000 exemplars diaris «i en ocasions sonades havia ultrapassat els 300.000».

12. Segons Prat Gaballí, cap a 1933 la penetració a Catalunya dels diaris madrilenys era com segueix: *Ahora*, 14,1 % del seu tiratge global; *ABC*, 7,6 %; *Informaciones*, 7,1 %; *Luz*, 6,5 %; *Heraldo de Madrid*, 5,5 %; *El Debate*, 3,5 %; *La Libertad*, 3,5 %; *El Sol*, 3,1 %; *El Liberal*, 3,1 %; i *La Voz*, 0,9 %. Quant al nombre total d'exemplars, les quantitats oscil·laven entre els 4.000 i els 6.000 aproximadament.

3. Empreses periodístiques poc consolidades

3.1. Tipologia de les empreses

Durant el període republicà, les empreses periodístiques en sentit estrictament existents a Catalunya eren molt escasses; potser menys de mitja dotzena.¹³ Pocs diaris de Barcelona estaven integrats plenament dins del mercat publicitari que en aquells anys va començar a configurar-se al país: eren els que en general es qualificaven a si mateixos com a «diaris independents d'informació general». La majoria de rotatius —tant de Barcelona com de comarques— estaven encara adscrits a partits polítics, fenomen que augmentà després de l'esclat de la guerra de 1936, a causa de les confiscacions efectuades per les diferents organitzacions sindicals i polítiques d'esquerra.

En línies generals, podríem parlar de tres tipus diferents de propietat dels diaris catalans durant la II República:

a) Les empreses periodístiques privades —de propietat individual o familiar o constituïdes com a societats anònimes—, dedicades fonamentalment a l'edició de «diaris independents». Sens dubte, foren els suports publicitaris més ben integrats dins del mercat i de la circulació de capital a causa de la seva moderació política i de la seva difusió més gran. Entre els diaris editats per aquest tipus d'empreses periodístiques, *La Vanguardia* es destacava per damunt de tots, però també hi podríem incloure *El Noticiero Universal*, *Las Noticias*, *El Diluvio* o *La Rambla*.¹⁴

b) Les empreses periodístiques privades, del mateix tipus de propietat que les anteriors, encara que posades al servei d'un partit polític

13. Acceptem, en línies generals, la definició d'«empresa periodística» que fa Nieto (1973, 14), el qual sosté que «es un conjunto organizado de trabajo redaccional y técnico, medios económicos y materiales y relaciones comerciales, para difundir informaciones e ideas a través de la edición de publicaciones periódicas. No es ajeno a la empresa de prensa el afán o la búsqueda de un beneficio económico; el objetivo de alcanzar resultados positivos debe figurar entre los que trace toda explotación empresarial de prensa». Sobre la situació d'algunes empreses periodístiques espanyoles durant el període aquí analitzat, podeu consultar, a més a més, el llibre de González Páramo (1971). Així mateix, sobre el marc legal de la premsa de l'època hi ha unes quantes obres, entre elles la de Cendán Pazos (1974).

14. Els diaris pertanyents a aquesta categoria van tenir les característiques següents: *La Vanguardia* era editat per Carles Godó Valls i pel juliol de 1936 va ser apropiat per la Generalitat de Catalunya; *El Noticiero Universal* era propietat de Francesc Peris-Mencheta Guix i no va sofrir confiscació durant la guerra; *Las Noticias* era propietat dels germans Rupert i Rafael Roldós i va ser apropiat per la UGT; *El Diluvio* —que va tenir molts noms al llarg de la seva dilatada història— era editat per Manuel de Lasarte Aran; i *La Rambla*, propietat de Josep Sunyol i Garriga, va ser confiscat pel PSUC (Torrent-Tasis, 1966; Campillo-Centelles, 1979; Lladó, 1987).

determinat. Entre els diaris publicats per aquesta mena d'empreses caldria incloure *El Correo Catalán*, *El Día Gráfico*, *La Noche* o *Diario de Barcelona*.¹⁵

c) Les empreses constituïdes pels mateixos partits polítics, editores de diaris d'orientació ideològico-política en un sentit estricte, entre els quals es van destacar quasi tots els editats llavors en llengua catalana. Podríem esmentar aquí *La Veu de Catalunya*, *La Veu del Vespre*, *L'Instant*, *El Matí*, *La Humanitat*, *L'Opinió*, *La Publicitat*, *Diario del Comercio* o *Solidaridad Obrera*.¹⁶

3.2. Escassa concentració econòmica

Així, durant el període aquí analitzat no s'adverteixen a Catalunya grups periodístics consolidats. És a dir, no s'hi dona un procés deconcentració industrial, ni s'hi esdevé una vertadera integració vertical ni horitzontal entre les empreses periodístiques catalanes, com tampoc no hi ha diversificació cap a uns altres sectors, tant del sistema co-

15. Els diaris inclosos dins d'aquest tipus van tenir les característiques següents: *El Correo Catalán*, editat per Fomento de la Prensa Tradicionalista SA, era d'orientació conservadora, catòlica i carlista i, durant la Guerra Civil, va ser apropiat pel POUM i en el seu lloc es va editar *La Batalla*; *Diario de Barcelona*, propietat de Damià Mateu, era d'orientació conservadora i monàrquica i va ser apropiat pel partit Estat Català; *El Día Gráfico*, propietat de Joan Pich i Pons, era d'orientació republicana; i *La Noche* defensava el partit radical d'Alejandro Lerroxx (Torrent-Tasis, 1966; Campillo-Centelles, 1979; i Lladó, 1987).

16. Els diaris que s'inclouen en aquest apartat van tenir les característiques següents: *La Veu de Catalunya*, *La Veu del Vespre* i *L'Instant* eren editats per la Lliga Regionalista —que més tard es va anomenar Lliga Catalana—, és a dir, responien a una ideologia nacionalista de dreta —de tots tres, *La Veu de Catalunya* va ser apropiat pel Comitè Obrer de la CNT-AIT, que el va rebatejar *Catalunya*—; *El Matí*, d'Unió Democràtica de Catalunya, era d'orientació nacionalista i va ser apropiat pel PSUC, que en lloc seu va editar *Treball*; *La Humanitat* i *L'Opinió* eren publicats per Esquerra Republicana de Catalunya, és a dir, amb una orientació nacionalista d'esquerra; *La Publicitat* era editat per Acció Catalana Republicana, també nacionalista; *Diario del Comercio* era publicat per la Societat Cooperativa del Partit Federal Ibèric, d'orientació federalista; i *Solidaridad Obrera* era editat per la CNT-AIT i la seva orientació era anarquista (Torrent-Tasis, 1966; Solà i Dachs, 1978; Campillo-Centelles, 1979; Lladó, 1987).

municatiu —entre ells, el cinema o la ràdio— com d'unes altres branques de l'economia.¹⁷

Tanmateix, poden apuntar-se alguns exemples d'integració entre les empreses periodístiques catalanes, com seria el cas de la família Peris-Mencheta, que, a més de propietària d'*El Noticiero Universal*, ho va ser també del diari *El Noticiero Sevillano* i de l'agència de notícies que en porta el cognom. Per la seva banda, Ramon Godó, ultra ser propietari de *La Vanguardia*, ja el 1904 va intentar editar un diari a Madrid —*España*— per a prestar suport al govern Maura en societat amb uns altres accionistes bascos, catalans i madrilenys (Desvois, 1978, 313). Així mateix, el 1912, per trencar el monopoli imposat per La Papelera Española, va crear la Papelera Godó i el 1936, poc abans de la guerra, l'empresa —ja a les mans del seu fill Carles— va estar a punt d'instal·lar una emissora de ràdio «per guanyar rapidesa i universalitat als serveis», com també una línia privada d'aviónetes per a distribuir el diari a les ciutats espanyoles més importants (Gaziel, 1971, 111-112).

Quant a la diversificació, és també la família Godó qui la va practicar amb més encert. En realitat, aquesta família havia iniciat la seva fortuna a Igualada amb una indústria tèxtil abans d'entrar en el negoci periodístic el 1881; tanmateix, a causa dels enormes beneficis obtinguts en aquesta darrera activitat, va poder dirigir les seves inversions preferentment cap a la banca o les assegurances. A més a més, amb l'adveniment del règim franquista, aquesta empresa pogué iniciar decididament la seva integració horitzontal amb la seva participació en la propietat del *Diario de Barcelona*, primera fita d'una expansió que durant el franquisme convertí Godó en el conglomerat periodístic privat més important d'Espanya (Jones, 1989c i 1991).

17. A Madrid, tanmateix, havien existit a començament de segle importants grups periodístics, entre els quals hi havia els següents: a) la Sociedad Editorial de España —anomenada «trust» pels competidors—, que incloïa els diaris *El Imparcial* i *El Liberal*, de Madrid; *El Liberal*, de Barcelona; *El Liberal*, de Bilbao; *El Liberal*, de Múrcia; *El Liberal*, de Sevilla; i *Heraldo de Madrid*, i que el 1913 superava els 250.000 exemplars de tiratge conjunt; b) Prensa Española SA, editora dels diaris *ABC*, de Madrid, i *ABC*, de Sevilla, i de la revista *Blanco y Negro*, entre algunes altres publicacions menors; i c) el conglomerat de la Papelera Española SA, que va ser el grup paperer, periodístic i d'arts gràfiques més important d'Espanya durant les primeres dècades d'aquest segle; capitanejat per l'empresari Nicolás María de Urgoiti, s'hi advertia una clara integració vertical —va comptar, en les diferents fases del procés productiu, amb plantacions d'arbres, fàbriques de pasta de paper, fàbriques de paper premsa, distribuïdors de paper, tallers d'arts gràfiques i empreses editores—, com també horitzontal, ja que comptava amb empreses editores de llibres, revistes gràfiques i diaris, entre els quals hi havia *El Sol* (Desvois, 1970-1971 i 1978).

Així, per defensar uns interessos comuns —davant l'Estat (correus, telèfons, telègrafs i preu dels periòdics), davant el monopoli de La Papelera Española i davant la nova competència publicitària que van representar les naixents emissores radiofòniques—, es va constituir a Barcelona a finals dels anys vint l'Asociación de Empresas Periodísticas de Cataluña,¹⁸ que el 1931 es va associar amb la Unión de Empresas Periodísticas de Madrid i amb la Federación de Empresas Periodísticas de Provincias de España per crear la Confederación de Empresas Periodísticas de España, amb seu a Madrid i autèntic grup de pressió fins a l'inici de la Guerra Civil (Lagunilla, 1956; Desvois, 1986).

3.3. Equipament, personal i publicitat: el cas de La Vanguardia

Encara que els diaris catalans es caracteritzaven per uns tiratges reduïts, totes les empreses periodístiques importants disposaven de tallers propis d'arts gràfiques; no obstant això, estaven poc dotats tècnicament, potser amb l'excepció, novament, de *La Vanguardia*. Solament onze empreses disposaven de rotativa pròpia: *La Vanguardia* comptava amb quatre; i *El Noticiero Universal*, *La Veu de Catalunya* i *La Noche*, amb dues cadascun.

El personal d'impremta, en general, no passava dels cinquanta operaris, llevat del cas de *La Vanguardia*, que comptava amb 219 el 1927. Així, solament cinc diaris tenien aquell any més de vint redactors en plantilla, que, sumats als col·laboradors a sou, donaven les quantitats següents per a 1927: *El Día Gráfico*, 87 periodistes (entre redactors i col·laboradors); *La Vanguardia*, 63; i *El Noticiero Universal*, 42.

Quant al conjunt de persones que treballaven a les empreses periodístiques de l'època —que donava un total aproximat de 1.350 empleats el 1927—, es distribuïen entre els diaris més importants de la manera següent: *La Vanguardia*, 324 persones; *El Día Gráfico*, 133;

18. L'Asociación de Empresas Periodísticas de Cataluña va ésser composta pels editors dels diaris més importants del Principat —*La Vanguardia*, *Diario de Barcelona*, *El Correo Catalán*, *El Diluvio*, *El Día Gráfico*, *La Noche*, *El Noticiero Universal*, *La Veu de Catalunya*, *Las Noticias* i *La Rambla*— i també per *El Mundo Deportivo* o *Mercurio*. El seu primer president va ser Rafael Roldós, propietari de *Las Noticias* i de l'agència publicitària Roldós y Compañía —llavors la més antiga i important de Catalunya.

Las Noticias, 112; *La Noche*, 107; *La Publicitat*, 90; i *El Noticiero Universal*, 88.¹⁹

No coneixem amb exactitud els salaris que es pagaven a les empreses periodístiques catalanes durant la II República. Malgrat això, es disposa de las quantitats publicades l'octubre de 1935 per l'Oficina Internacional del Treball, amb seu a Ginebra, per al personal d'arts gràfiques de Barcelona: els linotipistes havien de treballar 42 hores a la setmana i cobraven aproximadament unes 500 pessetes al mes; els caixistes i els maquinistes havien de treballar 48 hores a la setmana i cobraven unes 400 pessetes al mes; els enquadernadors, 48 hores a la setmana i 370 pessetes al mes; i els peons, 48 hores i 270 pessetes al mes (Tuñón de Lara, 1973, 314).²⁰

Per la seva banda, l'empresa editora de *La Vanguardia* pagava per articles i col·laboracions, el gener de 1934, unes quantitats que anaven des de les 600 pessetes mensuals a Augusto Assía (corresponsal a Londres) i les 250 pessetes mensuals a Emilio Sánchez Pastor (corresponsal a Madrid) fins a les 250 pessetes per article als escriptors Josep Maria Ruiz Manent i Ángel Ossorio y Gallardo, mentre que a uns altres col·laboradors d'importància menor se'ls abonaven quantitats entre les 30 i 125 pessetes per article (Voltes Bou, 1988, 35-36).²¹

Pel que fa a les inversions publicitàries, a més de les informacions aportades per Prat Gaballí (1934, 318-319), que a l'esmentada campanya publicitària tipus d'àmbit estatal atribuïa als vuit diaris barcelonins considerats una inversió de 10.623 pessetes el 1933, disposem de les dades publicades per Voltes Bou respecte a *La Vanguardia*. Segons aquest autor, les tarifes d'una pàgina sencera en aquest diari van augmentar considerablement durant el període republicà, encara

19. Onze anys més tard, el 1938, l'empresa editora de *La Vanguardia* va tenir contractats 450 empleats, als quals va pagar un 2 milions de pessetes en salaris, la qual cosa significava aproximadament unes 370 pessetes mensuals de mitjana (Voltes Bou, 1974).

20. A títol comparatiu, a la mateixa ciutat de Barcelona, els salaris fets públics per l'OIT eren, per a unes altres professions, com segueix: un lampista devia cobrar al mes unes 400 pessetes; un oficial paleta, unes 370; un ebenista, unes 360; un flequer, unes 325; i un conductor de tramvies o d'autobusos, unes 240 pessetes al mes (Tuñón de Lara, 1973, 314).

21. Convé tenir present que el preu oficial dels diaris a Espanya va ser de 0,10 pessetes fins a 1935 i de 0,15 pessetes a partir d'aquesta data fins a 1941.

que en gran mesura aquest fet pot ser conseqüència del nombre reduït de pàgines de què disposava el diari durant la guerra per l'escassetat de paper.²²

Gràcies a aquests augments, el rotatiu més important de Catalunya va poder facturar les quantitats següents durant els primer anys de la República: 4,5 milions de pessetes el 1931, 4,5 milions el 1932 i el 1933, 5,1 milions el 1934 i 5,3 milions el 1935, la qual cosa significà beneficis importants per a l'empresa editora. El 1936 i tot, quan el diari ja havia estat apropiat per la Generalitat, el benefici net fou de quasi 1,4 milions de pessetes, que passaren al fons de reserva. Això no obstant, el 1937 les pèrdues es van elevar fins a 1,7 milions de pessetes, quantitat que augmentà a 20,3 milions l'any següent, fins que el 25 de gener de 1939 el diari fou restituit al seu propietari anterior, el comte de Godó (Voltes Bou, 1974 i 1988).

4. Algunes conclusions

Hom ha dit amb encert que els anys de la II República van representar l'època daurada de la premsa catalana. Això és així no solament pel que fa referència al floriment de la premsa en català i a la qualitat intel·lectual de molts dels periodistes que exerciren la seva professió durant aquests anys. També és cert perquè durant aquest període el nombre total de diaris que s'editaren al Principat —o bé la taxa de lectura per habitant— va ser probablement el més alt de tota la història d'aquest mitjà de comunicació al país.

Tanmateix, el que ha estat qualificat aquí com a sistema periodístic de masses català es va gestar, com hem dit, des dels inicis del segle XX, a causa fonamentalment de la conjunció d'uns quants factors, entre els quals hi ha la concentració urbana —sobretot entorn de Barcelona—, l'alfabetització progressiva de la població i el referment de la Revolució Industrial, amb una nova escala de valors: la societat de consum.

22. A partir de juny de 1933, les pàgines senceres de publicitat de *La Vanguardia* van passar a costar 1.700 pessetes de dimarts a dissabte, i 1.950 pessetes el diumenge; pel desembre de 1934 augmentaren a 2.000 i 2.250 pessetes, respectivament; i des de maig de 1938 el preu va ser de 4.000 pessetes i 4.600 pessetes, respectivament (Voltes Bou, 1974 i 1988).

Aquest sistema periodístic català, no obstant això, no donà com a fruit un tipus de premsa de masses en un sentit estricte —com va ser, per exemple, el cas anglosaxó—, sinó que els diaris de més difusió foren generalment els dirigits a les elits cultivades, amb què s'arribà a un sostre difícilment superable. De tota manera, la seva cristal·lització es va esdevenir, precisament, durant el període republicà, fet que s'adverteix amb més claredat a les publicacions en català.

Sens dubte, la premsa diària ostentà el paper central dins del sistema periodístic català de la II República i el seu mig centenar de títols tenia un tiratge global de 550.000 exemplars diaris aproximadament per a una població d'uns 2,8 milions d'habitants, amb un índex de la lectura no superat ni abans ni després.

Pel que fa a l'estructura de propietat dels diaris, hi va existir un predomini de les petites empreses familiars o individuals, d'una banda, i dels principals partits polítics, com a editors, d'altra. Tanmateix, els anomenats «diaris independents» —és a dir, els que no estaven adscrits directament a cap partit d'una manera específica, sinó que responien als interessos de la seva empresa editora— exercien un paper protagonista ja que tenien una difusió més gran i, per això, uns ingressos publicitaris superiors. El paradigma d'aquest tipus és, sens dubte, *La Vanguardia*, que ha estat el diari català més important del segle XX, de la mateixa manera que el *Diario de Barcelona* el va ser del XIX. Els altres dos tipus de quotidians eren, per una banda, els publicats per empreses periodístiques privades però que estaven al servei d'algun partit i, per una altra, els editats directament pels mateixos partits, entre els quals els de llengua catalana es destacaren.

A més a més, durant aquest període no podem parlar pròpiament de grups de premsa consolidats ja que no va existir una veritable concentració econòmica en el sector. Els processos d'integració vertical i horitzontal, o bé de diversificació cap a uns altres sectors econòmics, van ser limitats com a conseqüència d'uns beneficis generalment força reduïts.

Arran de l'esclat de la guerra, aquest sistema entrà en crisi a causa d'uns quants factors, entre els quals les apropiacions que sofriren els principals «diaris independents» —d'orientació conservadora— a càrrec d'organitzacions sindicals i polítiques d'esquerra, la poca disponibilitat de recursos econòmics, la ruptura del mercat publicitari espanyol i l'escassetat de primeres matèries: paper, tintes o maquinàries.

Tanmateix, la major crisi que ha sofert la premsa catalana en aquest segle va ser ocasionada pel triomf de Franco el 1939. Hom alterà completament l'ordre anterior mitjançant la implantació de la censura prèvia, la confiscació de quasi totes les empreses periodístiques que no havien estat addictes incondicionals al nou règim —o perquè simplement editaven les seves publicacions en llengua catalana— i l'aparició d'un nou tipus d'actor-emissor: el mateix aparell de l'Estat mitjançant l'anomenada Prensa del Movimiento.

Aquesta situació comportà una disminució dramàtica de la quantitat de lectors —amb una població d'uns 3 milions d'habitants es difonien aproximadament uns 275.000 exemplars diaris— i del nombre de capçaleres —10 a tot Catalunya—, controlades per un oligopoli que es distribuïa el mercat de la manera següent: Prensa del Movimiento, 5 títols —entre ells, els tres que s'editaven fora de Barcelona— i un 31 % del tiratge global; el grup Godó, 2 títols i un 48 % del tiratge; i les altres tres empreses individuals, el 21 % restant.

El nou ordre instaurat pel règim franquista no va sofrir grans variacions en el curs de les seves quatre dècades d'història, llevat del fet d'augmentar lleugerament l'oferta de títols —gràcies a la permissibilitat de la Llei de Premsa i Impremta de 1966— i la venda d'exemplars; aquest darrer fet es deu sobretot al creixement de la població.

Als anys noranta, finalment, la quinzena de quotidians que s'editen al Principat assoleix una difusió d'uns 550.000 exemplars diaris, és a dir, una quantitat equivalent a la que es distribuïa al començament del període republicà, però amb una població estimada en 6 milions d'habitants i uns nivells de renda i culturals força superiors als de llavors.

Referències bibliogràfiques

- AUBEYZON, Joan. «De la vella premsa barcelonina». *Mirador*, [Barcelona], (10 juny 1937).
- BORRAT, Héctor. *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili, 1989.
- CADENA, Josep M. «La premsa prohibida pel franquisme». *Annals del Periodisme Català*, [Barcelona, Col·legi de Periodistes de Catalunya], (gener-març 1987), núm. 10.
- CAMPILLO, Maria; CENTELLES, Esther. *La premsa a Barcelona, 1936-1939*. Barcelona: Centre d'Estudis d'Història Contemporània, 1979.
- CENDÁN PAZOS, Fernando. *Historia del derecho español de prensa e imprenta, 1502-1966*, Madrid: Editora Nacional, 1974.
- CHECA GODOY, Antonio. *Prensa y partidos políticos durante la II República*. Universidad de Salamanca, 1989.
- CULLA, Joan B.; DUARTE, Àngel. *La premsa republicana*. Barcelona: Diputació de Barcelona / Col·legi de Periodistes de Catalunya, 1990.
- DELEGACIÓN NACIONAL DE PRENSA. *Anuario de la Prensa Española*. Madrid: Delegación Nacional de Prensa, 1943-1944.
- DESVOIS, Jean-Michel. «El Sol: orígenes y tres primeros años de un diario de Madrid, 1917-1920». A: *Estudios de la Información* (octubre 1970-gener 1971), núm. 16 i 17. Madrid: Ministerio de Información y Turismo.
- «Las transformaciones de la prensa de la oligarquía a principios de siglo». A: *VIII Coloquio de Pau: La crisis del Estado español, 1898-1936*. Madrid: EDICUSA, 1978.
- «Notes sur la diffusion en province des quotidiens de Madrid, 1925-1927 et 1931-1936». A: *Presse et public*. Haute-Bretagne: Université de Rennes 2, 1982.
- «Un grupo de presión de la II República: la Federación de Empresas Periodísticas de provincias de España». A: *La prensa de los siglos XIX y XX*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 1986.
- DIRECCIÓN GENERAL DE ESTADÍSTICA. *Anuario Estadístico de España*. Madrid: Ministerio de Trabajo, 1943.
- «Dossier». A: *Anàlisi*, [Bellaterra, UAB], (desembre 1990), núm. 13.
- ESPINET, Francesc, et al. *Prensa, comunicació i cultura a Catalunya durant el primer terç del segle XX*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 1989.
- «Estadística de la llengua catalana per a l'any 1930». A: *Butlletí de Dialectologia Catalana*. XX. Barcelona, 1933.
- FAULÍ, Josep, et al. «Dossier: la premsa diària a Catalunya al segle XX, 1900-1966». *L'Avenç* [Barcelona], (juliol-agost 1979), núm. 18.
- FIGUERES, Josep M. *La premsa catalana*, Barcelona: Rafael Dalmau, 1989.
- GAZIEL. *Història de La Vanguardia, 1884-1936*. París: Edicions Catalanes de París, 1971.
- GIVANELI MAS, Joan. *Bibliografia catalana: premsa*. 3 v. Barcelona: Institució Patxot, 1931-1937.
- GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís. *La gènesi de la premsa diària de masses: Barcelona, 1914-1923: l'arrencada del diari modern industrial a l'Estat espanyol i l'origen del discurs periodístic de masses a la Catalunya de la Mancomunitat*. 3 v. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 1990. [Tesi doctoral]
- GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís; MARÍN OTTO, Enric. «La conformació històrica del discurs periodístic de masses a Catalunya al llarg del primer terç del segle XX». A: *La premsa de los siglos XIX y XX*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 1986.
- GONZÁLEZ PÁRAMO, José Manuel. *Política de prensa: dialéctica de la empresa periodística*. Barcelona: Grijalbo, 1971.

- GUILLAMET, Jaume. *La premsa comarcal: un model català de periodisme popular*. Barcelona: Departament de Cultura, 1983.
- JONES, Daniel E. «Aproximación a los estudios sobre economía de la comunicación en España, 1897-1988». *Anàlisi* [Bellaterra, UAB], (setembre 1989a), núm. 12.
- «Evolució de l'edició i del consum de premsa diària i setmanal d'informació general als Països Catalans (1976-1984) en relació amb la llengua». A: *Congrés Internacional de la Llengua Catalana: Àrea 4*. Barcelona: Fundació II Congrés Internacional de la Llengua Catalana, 1989b.
- «Approche économique de la presse espagnole». *IMCOM* [París, Institut Méditerranéen de la Communication], (març 1989c), núm. 5.
- «Comunicación y cultura en la II República: nuevas aportaciones bibliográficas». *Anàlisi* [Bellaterra, UAB], (desembre 1990), núm. 13.
- «La prensa en la España de los noventa: triunfo del lucro». A: *Comunicación social 1991 / Tendencias*. Madrid: FUNDESCO.
- LAGUNILLA, Domingo. «Las organizaciones de empresas periodísticas en España». *Gaceta de la Prensa Española*. [Madrid], (maig - juliol 1956), núm. 99, 100 i 101.
- LLADÓ, Josep M. «Dos anys i mig de patiment». *Annals del Periodisme Català*, [Barcelona: Col·legi de Periodistes de Catalunya], (1987), núm. 10.
- MARÍN OTTO, Enric. *La premsa de Barcelona durant la Segona República: 1931-1936; aproximació històrica i anàlisi formal*. 3 v. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 1990. [Tesi doctoral]
- NIETO, Alfonso. *La empresa periodística en España*. Pamplona: EUNSA, 1973.
- PLA, Josep. «El periodismo barcelonés». *Mundo Gráfico* [Madrid], (desembre 1932).
- PRAT GABALLI, Pere. *Publicidad racional*. Barcelona: Labor, 1934.
- SAIZ, María Dolores; TRESSERRAS, Joan M.; GARITAONANDÍA, Carmelo. «La prensa republicana». *La Guerra Civil: la cultura*, [Madrid], *Historia 16*, (agost 1987), núm. 17.
- SERVICIO GENERAL DE ESTADÍSTICA. *Estadística de la prensa periódica de España: referida al 31 de diciembre de 1927*. Madrid: Ministerio de Trabajo y Previsión, 1930.
- SOLÀ I DACHS, Lluís. *Història dels diaris en català, 1879-1976*. Barcelona: EDHASA, 1978.
- TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús, et al. *Historia de los medios de comunicación en España: periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Ariel, 1989.
- TORRENT, Joan; TASIS, Rafael. *Història de la premsa catalana*. 2 v. Barcelona: Bruguera, 1966.
- TRESSERRAS, Joan Manuel. «Els orígens de la societat (comunicació) de masses a Catalunya». A: *La premsa de los siglos XIX y XX*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 1986.
- *D'ací i d'Allà (1918-1936): aparador de la modernitat i de la massificació*. 5 v. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona, 1989. [Tesi doctoral]
- TUNÓN DE LARA, Manuel. *La España del siglo XX, 1914-1939*. París: Librería Española, 1973.
- VALLS, Josep-Francesc. *Prensa y burguesía en el XIX español*. Barcelona: Anthropos, 1988.
- VOLTES BOU, Pere. «La Vanguardia durante la Guerra Civil Española». *Cuadernos de Historia Económica de Cataluña* [Barcelona: Universidad de Barcelona / Institut Municipal d'Història de Barcelona], vol. xi (juliol 1974).
- *Análisis empresarial y contable del auge del diario «La Vanguardia» en el período comprendido entre 1881 y 1939*. Barcelona: Escuela de Alta Dirección y Administración, 1988.