

La prensa satírica con caricaturas en la Historia Crítica del Periodismo Andaluz. *El Cencerro* (Córdoba, 1869) y *El Alabardero* (Sevilla, 1879), casos de un periodismo popular divergente*

MARÍA EUGENIA GUTIÉRREZ JIMÉNEZ

Secretaria de la Asociación de Historiadores de la Comunicación, asistente honoraria del departamento de Periodismo 1 de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla (España) y doctora en Comunicación por la Universidad de Sevilla (España). Correo electrónico: megutierrez@us.es. Su principal línea de investigación se centra en el análisis cultural de las potencialidades de la prensa satírica andaluza de mediados del siglo XIX en relación con la democratización de la información de actualidad en el contexto internacional.  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1113-0447>

Recibido: 15 de agosto de 2023

Aprobado: 24 de noviembre de 2023

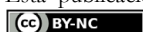
Modificado: 15 de diciembre de 2023

Artículo de investigación científica

DOI: <https://doi.org/10.15648/hc.44.2024.3895>

* Este artículo forma parte del proyecto “PAIDI 2020 Historia Crítica del Periodismo Andaluz (HI[C] PAN), con referencia: P18-RT-1552”, financiado por la Consejería de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía (España).

Esta publicación está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0



La prensa satírica con caricaturas en la Historia Crítica del Periodismo Andaluz. *El Cencerro* (Córdoba, 1869) y *El Alabardero* (Sevilla, 1879), casos de un periodismo popular divergente

Resumen

Este texto analiza la contribución de la prensa satírica andaluza con caricaturas al tránsito hacia la prensa industrial a lo largo de diez años, desde 1869, con constantes suspensiones de las garantías constitucionales, hasta 1879, periodo de drásticas restricciones amparadas en la Ley de Imprenta aprobada ese mismo año. Se toman dos de las cabecezas satíricas más representativas del periodo: *El Cencerro* (Córdoba, 1869) y *El Alabardero* (Sevilla, 1879), para comprobar la eficacia de su fórmula editorial en la creación de un periodismo popular divergente respecto del modelo hegemónico internacional. En la popularización de lo radical se halla la clave de su éxito.

Palabras clave: Prensa satírica, historia crítica, prensa popular, siglo XIX, Andalucía.

The Critical History of Andalusian Journalism: The Satirical Press with Caricatures. *El Cencerro* (Cordoba, 1869) and *El Alabardero* (Seville, 1879), cases of a divergent popular journalism

Abstract

This paper analyses how the Andalusian satirical press featuring cartoon influenced the transition to the industrial press during ten years, from 1869, a year marked by constant suspensions of constitutional guarantees, to 1879, when drastic restrictions were introduced by virtue of the enactment of the Printing Law. To this end, the spotlight is placed on *El Cencerro* (Cordova, 1869) and *El Alabardero* (Seville, 1879), the two most representative satirical newspapers of the period, so as to determine the effectiveness of their editorial lines for creating a popular press differing from the international hegemonic kind. Their success lay in the popularisation of radicalism.

Keywords: Satirical press, critical history, popular press, nineteenth century, Andalusia.

A imprensa satírica com caricaturas na História Crítica do Jornalismo Andaluz. *El Cencerro* (Córdoba, 1869) e *El Alabardero* (Sevilha, 1879), casos de jornalismo popular divergente

Resumo

Este texto analisa a contribuição da imprensa satírica andaluza com caricaturas para a imprensa industrial ao longo de uma década, de 1869, com constantes suspensões de garantias constitucionais, até 1879, período de drásticas restrições amparadas pela Lei de Impressão, aprovada naquele mesmo ano. São tomados dois dos títulos satíricos mais representativos do período: *El Cencerro* (Córdoba, 1869) e *El Alabardero* (Sevilla, 1879), para verificar a eficácia de sua fórmula editorial na criação de um jornalismo popular divergente do internacional. A chave do seu sucesso está na popularização do radical.

Palavras-chave: Imprensa satírica, história crítica, imprensa popular, século XIX, Andaluzia.

La presse satirique avec des caricatures dans l'Histoire critique du journalisme andalou. El Cencerro (Córdoba, 1869) et El Alabardero (Séville, 1879), cas de journalisme populaire divergent

Résumé

Dans ce texte on analyse la contribution de la presse satirique andalouse à la presse industrielle tout au long de la décennie 1869 - 1879 mettant en évidence les nombreuses attaques aux garanties constitutionnelles jusqu'en 1879. Cela malgré la protection et l'appui que la Loi de Presse, promulguée en 1869, théoriquement offrait. On a travaillé avec deux des titres satiriques les plus représentatifs de cette période: *El Cencerro* (Cordoue, 1869) y *El Alabardero* (Séville, 1879) afin de vérifier l'efficacité de leur ligne éditoriale visant à créer une sorte de journalisme populaire divergent de celui international. C'est dans la vulgarisation du radical que l'on trouve la clé de leurs succès.

Mots clés: Presse satirique, histoire critique, petite presse, XIXème siècle, Andalousie.

INTRODUCCIÓN

revisitar de forma crítica la prensa satírica andaluza con caricaturas en la segunda mitad del siglo XIX como una modalidad periodística de oposición y valorar sus potencialidades en el proceso de democratización de la información de actualidad pasa por la adopción de una mirada periférica, que se origina en la actitud de situarse *entre* varias disciplinas, en concreto, entre la historia social de la comunicación y la historia cultural, para, primero, cuestionar los tópicos historiográficos heredados por la asunción acrítica de la perspectiva centralista en la escritura de la historia del periodismo en España y, segundo, reinterpretar esta modalidad periodística a partir de la reconstrucción de los rasgos particulares que se han desechado en la caracterización de su fórmula editorial.

Para realizar esta revisión crítica se tomarán en consideración dos publicaciones satíricas andaluzas que permiten el estudio de esta modalidad tanto en la *longue durée*, durante una década, como en momentos indiciariamente significativos como son los años 1869, a lo largo del Sexenio democrático, y 1879, en el decurso de la Restauración borbónica.

Sendos años engendran contradicciones en el plano político que tienen su proyección en los factores que determinan en el plano cultural el desarrollo de su fórmula editorial y la organización empresarial. Estas publicaciones son el satírico cordobés *El Cencerro* en su segunda etapa, entre febrero y diciembre de 1869, periodo previo al traslado de su edición a Madrid y en el que se publican cincuenta y dos números¹. Y el satírico sevillano *El Alabardero* (1879-1881; 1882-1885) también en su segunda época, iniciada entre el 25 de enero de 1879 y el 8 de enero de 1880², periodo en el que se produce un cambio en su posicionamiento: del tratamiento informativo de los intereses materiales, salones y teatros que admitía en 1879 pasaría a definirse como un semanario satírico independiente en enero de 1880.

Ambas publicaciones se adscriben a la prensa de oposición, declarándose la primera como republicana federal y la segunda como agente social que vigila la gestión de los negocios públicos “en nombre de la moralidad y en pro de los sagrados intereses de nuestros vecinos”³. En este último caso, el alineamiento con las familias republicanas va a depender, en parte, de sus directores. Así, desde enero de 1879 hasta mayo de 1880, *El Alabardero* estuvo dirigido por Manuel Padilla y Salvador, y se percibe próximo al republicanismo institucionista⁴. En cambio, bajo la dirección de Mariano Casos, que abarcaría desde finales de mayo de 1880 hasta la suspensión del periódico en el verano de 1881, se alinearía con el republicanismo radical de Ruiz Zorrilla.

El análisis de estos dos satíricos andaluces nos permite estudiar las discontinuidades de su fórmula editorial en un periodo de tiempo marcado por los efectos que provocaron los avances y retrocesos en la democratización de la vida política española sobre el proceso de modernización de la producción periodística española y andaluza. Así, el periodo de estudio se inicia en 1869 con la institucionalización de

1 Se ha podido consultar en la Biblioteca Nacional de España desde la cencerrada 6 hasta el número 57. Microfilmado. 0959. Signatura: Z/6491. En cambio, en la Hemeroteca Municipal de Madrid solo se conservan desde el número 6 -faltan la página 1 y 2- hasta el 35. Microfilmado. Rollo, 800/07.

2 Se ha consultado la colección de los números publicados entre 1879 y 1880 custodiada en la Hemeroteca Municipal de Madrid. Microforma. Signatura: F. 1/7 (81). La colección completa se halla en la Hemeroteca Municipal de Sevilla.

3 *El Alabardero*, 59, 06-03-1880.

4 Manuel Suárez Cortina, “El republicanismo institucionista en la Restauración”, *Ayer* No. 39 (2000): 62-64.

la Revolución de 1868, año en el que a pesar del reconocimiento del derecho a emitir libremente ideas u opiniones mediante la imprenta (artículo 17 de la Constitución de 1869), el gobierno provisional toleró las constantes suspensiones de las garantías constitucionales por parte de Sagasta, entonces ministro de gobernación; y continúa en el intervalo temporal de 1879 y 1880, años previos a la constitución del primer gobierno liberal liderado también por Sagasta, en el que estuvo en vigor la Ley de Imprenta de 1879, una legislación que amparaba la censura previa y la imposición de límites a la libertad de prensa -recogida en el artículo 13 de la Constitución de 1876- en relación con la protección de la seguridad del Estado y la moral pública.

En el plano cultural, y considerando el desarrollo del periodismo satírico en España, el marco temporal antes descrito se inaugura con la constatación de una eclosión de títulos satíricos, en su mayoría republicanos⁵, entre septiembre de 1868 y finales de 1869 y finalizaría con la denominada “edad de oro” de la prensa satírica en España⁶, debido a la consolidación técnica y editorial de su fórmula narrativa tras la aprobación de la Ley de Policía de Imprenta en 1883. Por consiguiente, el principal objetivo planteado en este artículo implica estudiar de forma combinada el contexto de producción y el de recepción para valorar la participación de esta modalidad en un sistema de medios híbrido⁷ que pudo haber facilitado el tránsito del modelo de prensa de opinión política, predominante aún en la segunda mitad del siglo XIX, al modelo de prensa industrial, o periódico de empresa, iniciado en España en la primera década del siglo XX.

La revisión crítica, por tanto, parte de la idea de que aun admitiendo las rémoras señaladas como el alto índice de analfabetismo o el no desarrollo de la fase del capitalismo de corte monopolístico en la producción periodística

5 Antonio Checa Godoy, *El ejercicio de la libertad: La prensa española en el Sexenio Revolucionario (1868-1874)* (Madrid: Biblioteca Nueva, 2006a).

6 Miguel Ángel Gamonal Torres, *La ilustración gráfica y la caricatura en la prensa granadina del siglo XIX* (Granada: Diputación provincial de Granada, 1983), 71.

7 Jesús Timoteo Álvarez, *Restauración y prensa de masas. Los engranajes de un sistema (1875-1883)* (Pamplona: Euns, 1981), 49; María Cruz Seoane y María Dolores Sáiz (dirs.), *Historia del periodismo en España. Vol. 3. El siglo XX: 1898-1936* (Madrid: Alianza, 1996), 23; Antonio Laguna Platero y Francesc A. Martínez Gallego, “Pioneros de la industria de la información española”, *Revista internacional de Historia de la Comunicación (RiHC)*, Vol. 1 No. 4 (2015): 6.

española entre 1880 y 1890⁸, esta modalidad, que hasta hace relativamente poco tiempo había sido excluida del relato histórico sobre la prensa española por su consideración como una “prensa menor”⁹ o un subgénero de la prensa política, pudo representar un modelo divergente de periodismo popular respecto de la segunda generación de prensa popular en EE. UU. y el modelo francés de la *petite presse* debido a que exploran la misma finalidad: dirigirse a un público masivo, tanto desde un punto de vista numérico como desde su condición de popular, esto es, por la heterogeneidad de los lectores en relación con su procedencia social.

1. UN MODELO HÍBRIDO. CUANDO LO RADICAL SE HACE POPULAR

La obra *La risa periodística*¹⁰ inaugura el estudio sistemático del periodismo satírico como una manifestación de la prensa moderna en España que, de forma paradójica, había sido poco atendida por la historiografía a pesar de su alta potencia para la transmisión de ideas contrahegemónicas y su consumo masivo entre las capas medias de la población. En este sentido, Martínez Gallego proponía “establecer una periodización que vincule el periodismo satírico con el discurso hegemónico”, dado que desde los años cuarenta hasta los ochenta del siglo XIX se proyectan mediante el uso de la comicidad, como medio para aceptar el boicot a las sucesivas tentativas de cambio, dos tradiciones de humor¹¹: la sátira crítica, representada por *El Cencerro*, y la risa menor o el humor benigno, donde encontraríamos *El Cascabel*, aparecido también en 1863 en Madrid¹², el mismo año en el que se editaron los primeros cinco números que conformaron la primera

8 Lorena R. Romero, “La prensa durante la primera parte de la Restauración: La edad dorada del modelo político y el fracaso del Nuevo Periodismo”, en *La comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías*, dir. Ramón Reig y coord. Concha Langa Nuño (Sevilla: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, 2011), 45.

9 Celso Almuiña, “La prensa satírica como instrumento de crítica política durante el siglo XIX”, en *El humor en la historia de la comunicación en Europa y América*, eds. Antonio Laguna Platero y José Reig Cruaños (Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2015), 20.

10 Enrique Bordería Ortiz, Francesc A. Martínez Gallego y Josep Ll. Gómez Mompert (dirs.), *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica* (Valencia: Tirant lo Blanch, 2010).

11 Francesc-Andreu Martínez Gallego, “Discurso satírico y discurso político hegemónico: confrontaciones y convergencias. Una periodización”, en *La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica*, dirs. Enrique Bordería Ortiz, Francesc A. Martínez Gallego y Josep Ll. Gómez Mompert (Valencia: Tirant lo Blanch, 2010), 23-24.

12 Carlos Frontaura fue su principal artífice hasta 1876, momento en que el periódico es adquirido por Julio Nombela. En la primera etapa se describía como “festivo” y “apolítico”, adoptando parte de los recursos narrativos de la literatura de cordel para hacerse popular. En las postrimerías del reinado de Isabel II, *El Cascabel* competiría con el satírico republicano *Gil Blas* (Madrid, 1864) por el favor del público de Madrid.

época de *El Cencerro* en Córdoba antes de su suspensión. Del mismo modo que *El Alabardero* a partir de 1879 representa una tradición satírica que se contrapone a la prensa festiva que inaugura *Madrid Cómic* en 1880.

La prensa satírica con caricaturas llega a ser considerada como expresión de una contracultura que se incardina principalmente en el liberalismo político de corte radical. Y a través del uso de la caricatura esta modalidad se acaba definiendo como un arma de combate¹³. Así mismo, la imagen satírica, una de las formas materiales que adquiere la caricatura en este periodo, tiende a entrelazarse con formas populares ligadas históricamente a la “tradición que la comunicación popular en clave de humor tiene en España”¹⁴. Con el triunfo de la Revolución de 1868, esta prensa experimenta una eclosión y un desarrollo técnico¹⁵ ligados a su uso por parte de fuerzas socioculturales contrahegemónicas: los republicanos federales, por un lado, y los carlistas, por otro. “De los 436 periódicos satíricos catalogados por Checa entre 1868 y 1874, 110 (25,2%) poseen adscripción republicano-federal y 41 (9,4%) carlista”¹⁶. Ambas fuerzas usaron esta modalidad para popularizaron las ideas políticas que disputaban el orden político hegemónico.

El florecimiento de la prensa satírica en el Sexenio democrático ha de ser analizado en un contexto de producción que extiende sus raíces en los últimos años del reinado de Isabel II, a pesar de la Ley Cánovas (1864), que apenas transformó el marco de la Ley Nocedal (1857), y la restrictiva legislación de imprenta de González Bravo (1867). Empero, en ese tiempo se constata la aparición de proyectos satíricos en nodos de producción periféricos que alcanzan una longevidad inusitada. Es el caso del semanario satírico sevillano *El Tío Clarín* (1864-1867; 1870-1871) que aun teniendo que cambiar el nombre de su cabecera en dos ocasiones, pervivió hasta 1871, hallándose su edición desde 1865 ligada al negocio tipográfico de Carlos Santigosa, editor de la edición sevillana de *Las Novedades* (1859).

13 Marie-Angèle Orobon, “Epílogo”, en *Hablar a los ojos. Caricatura y vida política en España (1830-1918)*, coords. Marie-Angèle Orobon y Eva Lafuente (Zaragoza: Pressas de la Universidad de Zaragoza, 2021), 293 y 296.

14 Antonio Laguna Platero, “El poder de la imagen y la imagen del poder: la trascendencia de la prensa satírica en la comunicación social”, *I/C. Revista Científica de Información y Comunicación* No. 1 (2003): 113.

15 Antonio Checa Godoy, “Auge y crisis de la prensa satírica española en el Sexenio Revolucionario (1868-1874)”, *El Argonauta español* No. 13 (2016).

16 Antonio Laguna-Platero y Francesc-Andreu Martínez-Gallego, “La eclosión de la prensa satírica en España (1868-1874)”, *El Argonauta español* No. 15 (2018).

En el caso de *El Cencerro* (Córdoba, 1863; 1869; Madrid, 1870-1875), representativo de la aportación de la producción descentralizada a la modernización de la prensa española con el traslado de su edición en diciembre de 1869 a Madrid, la publicación aparece ligada a la imprenta del *Diario de Córdoba* (1849-1938)¹⁷, dirigida por el impresor Fausto García de Tena desde la cencerrada veinticuatro, dado que en el número quince se explicó a los lectores que Rafael Arroyo, el “papá político” de *El Cencerro* en su primera etapa, se apartaba del proyecto, quedando al frente del mismo Luis Maraver y Alfaro “como único Director, Redactor, Propietario y Administrador de dicho periódico”¹⁸. Este hecho se considera un síntoma relevante para indagar en la posible conexión existente entre las imprentas de Sevilla, Córdoba y Málaga especializadas en la literatura de cordel desde el siglo XVIII¹⁹ y las imprentas en las que se editaron las cabeceras satíricas aparecidas en estas mismas ciudades durante el Sexenio democrático. Queda por estudiar el vínculo de *El Cencerro* con el negocio de García de Tena.

En concreto, el área mediterránea, configurada por los nodos de Cataluña, Valencia y Andalucía, llegó a representar el 56% de los títulos editados en España²⁰. En el caso del nodo andaluz durante la institucionalización de la Septembrina, cobraron relevancia en la producción periodística ciudades como Sevilla, Córdoba y Málaga, dibujando el periodismo satírico republicano una geográfica distinta respecto del republicanismo político. En Sevilla hallamos a *El Clarín*, que sustituyó a *El Tío Clarín* en dos ocasiones: primero en 1867 y, más tarde, entre 1868 y 1869; *El Padre Adam* (1868-1870), que aparece el 1 de diciembre de 1868 y fue dirigido, redactado e ilustrado por el principal artífice

17 Fue fundado por el impresor cordobés Fausto García de Tena, quien “heredó en 1844 la oficina que adquirió su bisabuelo [Saga de los García Rodríguez] hacía ya un siglo”. Inmaculada Casas Delgado, *Romances con acento andaluz. El éxito de la prensa popular (1750-1850)* (Sevilla: Fundación pública andaluza Centro de Estudios Andaluces, 2012), 93.

18 Cencerrada 15. Recuérdese que esta segunda etapa en Córdoba comprendería unos 52 números, desde la cencerrada 6 hasta la 57.

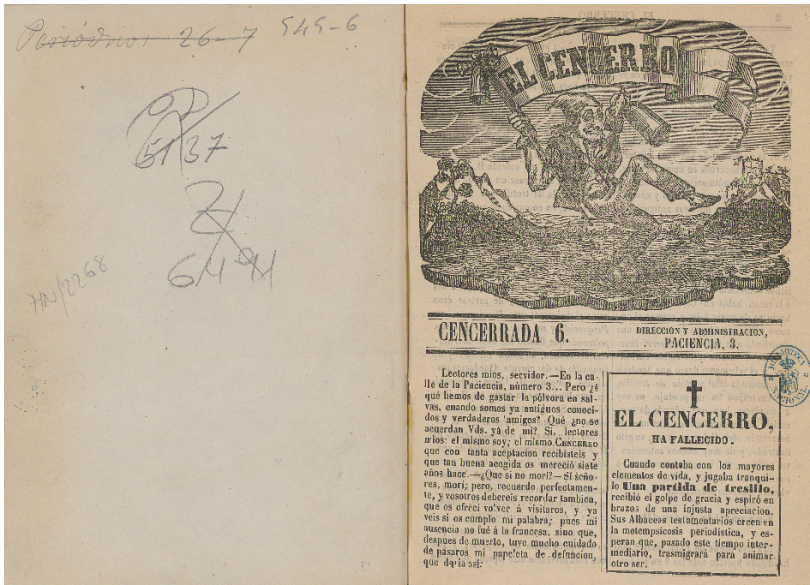
19 Inmaculada Casas Delgado, *Romances con acento andaluz...*

20 Antonio Checa Godoy, “Un censo de la prensa republicana española durante el Sexenio Revolucionario (1868-1874)”, en *República y republicanismo en la comunicación*. [Actas] VIII Congreso de la Asociación de Historiadores de la Comunicación, coord. María José Ruiz Acosta (Sevilla: Universidad de Sevilla, 2006b).

del *Tío Clarín*, Luis Mariani Jiménez²¹. *El Padre Adam* fue suspendido temporalmente a partir del 1 de octubre de 1869²² en el marco represivo posterior a las insurrecciones federales; y, en tercer lugar, destacamos *La Zurra* (1869), entre otros títulos de vida efímera, que fue ilustrado por José Chaves Rey, abuelo de Chaves Nogales. En Málaga, por otro lado, sobresale por su adscripción republicana-obrerista *El Papel Verde* (1867-1871), del cual fue secretario de redacción y editor responsable el periodista y republicano Antonio Luis Carrión (Vélez Málaga, 1839-1893). En Córdoba vieron la luz en el año 1869 *La Víbora*, creada por el periodista José Navarro Prieto, y *El Tambor*, adversario de *El Cencerro*²³.

Ilustración 1.

Cencerrada 6. Inauguración de la segunda época de *El Cencerro* en 1869



Fuente: Biblioteca Nacional de España.

- 21 Luis Mariani Jiménez nace en Sevilla en 1825 y pudo haber fallecido en la misma ciudad en el año 1881. Probablemente, trabajó primero como asalariado en la imprenta de Eduardo Hidalgo y, más tarde, para Carlos Santigosa, propietario de la imprenta y litografía de la edición local de Las Novedades. Fue el ilustrador de los satíricos sevillanos *El Tío Clarín* (1864-1867; 1870-1971), uno de los semanarios más duraderos en los últimos años del reinado de Isabel II; *El Clarín* (1867; 1868-1869); *La Campana* (1867-1868); y *El Padre Adam* (1868-1870). A partir de 1871 promovería la edición madrileña de *El Tío Clarín*, sin mucho éxito. Entre 1870 y 1872 colabora en la ilustración de *El Cencerro* (Córdoba, 1863; 1869; Madrid, 1870-1875), que por entonces vive su tercera época y se edita en Madrid.
- 22 *Cencerrada* 50, 5.
- 23 Ricardo de Montis y Romero, *Notas cordobesas (Recuerdos del pasado)*, tomo I y II (Córdoba: Imprenta del Diario de Córdoba, 1911).

Ilustración 2.

Cencerrada 57. Último número de la segunda época de *El Cencerro* editada en Córdoba.



Fuente: Biblioteca Nacional de España.

En los semanarios objeto de este estudio se percibe cierta continuidad en la estructura de los contenidos, a pesar de que las diferencias morfológicas entre ambos son evidentes, ya que *El Cencerro* se edita en formato cuarto -con ocho páginas- y *El Alabardero* en formato tabloide -con cuatro páginas-. Sus nombres denotan su índole de satíricos políticos, uno mediante la referencia al cencerro -evocando el mundo rabelesiano- y otro mediante la alabarda, sin que se oculte la finalidad perseguida: censurar el abuso por parte de la clase política. En ambos títulos

se constata el uso de la primera página para la inserción de textos con intencionalidad editorializante, asociándose la tesis defendida a la voz de la dirección del periódico.

En cuanto a la imagen, se visualiza una diferencia clave que se vería justificada por el uso de distintas tecnologías para la reproducción de las imágenes. *El Alabardero* incluye la lámina de actualidades fuera de texto, correspondiéndose su forma material a la de una hoja independiente encartada entre la segunda plana y la tercera, tal y como lo hiciera *El Tío Clarín*. Por el contrario, *El Cencerro* inserta en su segunda época las figuraciones de Fray Liberto, lego de Fray Cencerro, de forma miniaturizada o bien en la séptima página o bien en la octava, incluyendo además dibujos satíricos a partir de la cencerrada cincuenta y tres en la parte superior de las páginas cinco o seis, completando el contenido de la imagen un texto -casi siempre un romance- situado en la parte inferior²⁴.

Por otro lado, la cuarta plana en *El Alabardero* -la octava en *El Cencerro*- se dedica a las gacetillas breves mediadas por la comicidad. En el caso del primero, la sección que acoge las informaciones breves se denomina “Alabardazos” y remite de forma complementaria al contenido informativo de la lámina y/o al contexto del artículo de fondo. A ello se suma la “sección anunciativa”²⁵ que a partir del 19 de junio de 1880 se convierte en una doble plana de anuncios. Este hecho nos induce a pensar en la asociación de las imprentas y editoriales con el capital comercial local para despejar la incógnita sobre la participación de la publicidad en los proyectos periodísticos de mayor éxito²⁶.

24 El periodo estudiado finalizaría en el número -cencerrada- cincuenta y siete, el último del año 1869 editado en Córdoba.

25 *El Alabardero*, 35, 20-09-1879.

26 Francesc-Andreu Martínez Gallego y Antonio Laguna-Platero, “Prensa y publicidad. Cada día un milagro” [Presentación dossier], *Revista internacional de Historia de la Comunicación (RiHC)* No. 14 (2020).

Ilustración 3.

Primera portada de *El Alabardero* tras su resurrección ante la opinión pública, 25-01-1879

Fuente: Hemeroteca Municipal de Madrid.

Es más, desde que viera la luz *El Alabardero* en 1877, en aquella primera época como literario, el proyecto aparece asociado al nombre Juan Pérez Gironés, fundador de la imprenta y editorial Gironés y Orduña. Propietario de tierras de labranza y una fábrica de papel de fumar, poseía en la capital andaluza un establecimiento de encuadernaciones, un almacén de papel blanco, de color y dibujos, y una agencia de publicidad²⁷. En la primera mitad de 1879 se confirma una ampliación del negocio, configurándose como imprenta, librería y litografía Gironés, Orduña y Castro. Todo ello conllevó cambios en la estructura de los contenidos,

27 Fátima Rojano León, *El Alabardero y El Baluarte*. La imprenta y editorial: Gironés y Orduña (Madrid: Editorial Círculo Rojo, 2017), 20-22.

pasando de ser semanal a ser bisemanal desde junio de 1880 y sacando, de forma diferenciada, los miércoles la edición “seria” con una doble plana de anuncios y los sábados la edición con caricaturas²⁸. Así, se combina -y fragmenta- el tratamiento de los intereses materiales, noticias y anuncios, por un lado, y la edición festiva con caricaturas, por otro lado. Esta organización fue practicada con anterioridad por *El Tío Clarín* en el año 1866 y los dos títulos que lo sustituyeron: *El Clarín* en 1867 y *La Campana*, editada entre septiembre de 1867 y enero de 1868; ambas publicaciones lanzaron una edición diaria con noticias de actualidad de forma separada de la edición semanal con caricaturas.

En efecto, esta estructuración de la información se retomaría en el contexto del sistema canovista -antidemocrático, pues se funda en la exclusión de los sectores republicanos y los antidinásticos y el falseamiento del sistema electoral²⁹-, que dotó a las élites de una política económica que favoreció el desarrollo del capitalismo de edición³⁰, aunque con ritmos divergentes al de Europa y Estados Unidos. Auscultando los orígenes sociales de la élite periodística que en el primer tercio del siglo XX representa la estructura mediática española, se esgrime que entre 1880 y 1890 “la prensa andaluza no termina de jugar el papel de otras regiones más a la vanguardia en la revolución industrial (como Cataluña)”³¹. Barcelona fue pionera en acoger uno de los primeros periódicos de empresa en España, *La Vanguardia* (Barcelona, 1881). En el caso de Andalucía aparecen títulos, tales como: *La Provincia* (Huelva, 1874) y *El Defensor de Granada* (1880), que será adquirido por la Sociedad Editorial de España³², y *La Unión Mercantil* (Málaga, 1886), representativa del capitalismo informativo en Málaga³³. Hechos que se pueden

28 El Albardero, 19-06-1880.

29 Manuel Suárez Cortina (ed.), *La Restauración, entre el liberalismo y la democracia* (Madrid: Alianza, 1997); Carlos Arenas Posadas, *Lo andaluz. Historia de un hecho diferencial* (Sevilla: El Paseo Editorial, 2022), 185-189.

30 Jean-Yves Mollier, *L'argent et les lettres. Histoire du capitalisme d'édition, 1880-1920* (Paris: Fayard, 1988).

31 Rosalba Mancinas-Chávez y Daniel Moya-López, “El nacimiento de la prensa de empresa en Andalucía durante la Restauración. Análisis estructural de la propiedad de sus principales cabeceras”, *Cuadernos de Ilustración y Romanticismo* No. 24 (2018): 522.

32 Antonio Laguna-Platero y Francesc-Andreu Martínez-Gallego, *El Trust. El periodismo industrial en España (1906-1936)* (Salamanca: Comunicación Social, 2020).

33 Juan Antonio García Galindo, *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, 1995).

interpretar como síntomas de la adaptación a los ritmos de desarrollo del periodismo en un contexto internacional, aunque sin participar en el modelo informativo de prensa independiente más extendido debido al particular contexto sociopolítico.

Esta percepción del desarrollo periodístico andaluz suele enraizarse en la hipótesis del atraso. Sin embargo, debemos considerar en el análisis histórico la aportación de las publicaciones satíricas definidas como independientes, adscritas a la prensa de oposición y centradas en el tratamiento de los intereses materiales, a pesar del uso nominal o eufemístico del carácter independiente por parte de algunas cabeceras que no consiguieron alejarse en la práctica del periodismo informativo de los intereses de los dos partidos que representan el turnismo en el sistema canovista. Porque esta modalidad, originada en la tensión entre el proceso de modernización de la producción periodística y el fomento de una cultura política democrática que señala a la clase política como eje central del “extravío” español, pudo representar un periodismo informativo independiente, con rasgos divergentes, hasta hoy no considerado en el estudio de los orígenes de la prensa de masas en España.

En este sentido, *El Alabardero* fue tildado de libelo en agosto de 1879 y de liberal-fusionista en 1880, improprios de los que la redacción se defendió argumentando que no recibía subvenciones de nadie ni se dedicaba al pasteleo. Lo cierto es que aun admitiendo la vinculación del *New Journalism* con las nuevas formas de producción de la información a partir de las innovaciones técnicas que permitió el capital financiero³⁴, debe incorporarse a la revisión crítica de la Historia del Periodismo la experimentación del carácter independiente de los semanarios satíricos que, como fuerzas contraculturales excluidas de la vida política oficial, redescubren la actualidad como el espacio cultural idóneo desde el cual ejercer su acción política. De ahí que en este periodo se asista a la consolidación de la estrategia de popularización de lo radical desde lo local³⁵.

34 Michael Schudson, *Discovering the news. A social history of american newspapers* (New York: Basic Books, 1978); James Curran, Michael Gurevitch y Janet Woollacot, *Sociedad y comunicación de masas* (México: Fondo de Cultura Económica, 1981).

35 Ángel Duarte y Pere Gabriel, “¿Una sola cultura política republicana ochocentista en España?”, *Ayer* No. 39 (2000).

Con diferencias contextuales que no hemos de obviar, este fenómeno fue experimentado por la segunda generación de prensa popular en Estados Unidos, representada en las figuras de Pulitzer y Hearst. No obstante, en los manuales de historia del periodismo universal la figura del segundo se asocia directamente con una posición favorable a los monopolios en el orden informativo. En el intervalo temporal en el que se produce el tránsito del periodismo sensacionalista al amarillista, se repasa en que ambos artífices apuestan por “una postura radical popular” para atraer a las clases populares, sobre todo Pulitzer, ya que Hearst sería más ambiguo en esta práctica.

“But there is another aspect to Pulitzer’s *New York World* which was as important, if not more so, in attracting a working class and immigrant audience, and this was a radical popular stance on most of the issues of interest to workers and immigrants.

[...]

Pulitzer’s sensationalism hooked into a tradition of muck-racking that came from the radical press in Britain in the 1830s, a press whose radical agenda far surpassed that of the commercial press in the US 40-50 years later”³⁶.

En definitiva, se adopta la “gramática” de la prensa radical británica para identificar a los “enemigos” de la clase trabajadora y los inmigrantes. En el caso de la prensa satírica, se observa también en qué medida el escaso uso del término “pueblo” en las cabeceras más representativas de esta modalidad durante el Sexenio democrático³⁷ pudo compensarse con la representación dicotómica de lo real que facilitó al sujeto histórico no referido -desde su condición de lectorado y espectador- la identificación del origen social de su principal problema: la clase política. De hecho, *El Alabardero* llegó a identificar al pueblo con *Juan Lanas*, una figura ficcional que trascendió de la literatura popular a la comedia (1848), pasando por la zarzuela (1857) hasta ser representado en *El Motín* (08-05-1881) mediante los trazos de “Demócrito”, Eduardo Sojo:

36 Milly Williamson, “When “popular” was “radical”. The mass circulation US press in the 1890s, emerging celebrity journalism, and popular tastes”, *Media History* Vol. 2 No. 18 (2012): 120-121.

37 Juan Francisco Fuentes, “Representaciones del pueblo en el Sexenio revolucionario: imágenes de una transición”, en *Dibujar discursos, construir imaginarios. Prensa y caricatura política en España (1836-1874)*, ed. Gonzalo Capellán (Santander: Ediciones Universidad de Cantabria, 2022), 495-496.

“Pues, *Juan Lanas* es, ese pobre diablo que unas veces se llama obrero, [...] hombre de ciencia, industrial, comerciante, agricultor, artista. Unas veces se llama *masa*, *muchedumbre*; otras, clase, gremio. [...] Pero sea cualquiera el traje que vista, el disfraz con que se presente, la actividad que revele y la entidad que personifique, nunca pierde el concepto de explotado, que le concede el derecho de poderse llamar *contribuyente*; es decir, *Juan Lanas*”³⁸.

En España esta estrategia de popularización está recibiendo una atención insólita desde hace una década a través del estudio de la caricatura política o del dibujo de actualidad, uno de los elementos esenciales de la textura narrativa de la prensa satírica. Además de la obra *Hablar a los ojos*³⁹, se ha desarrollado un proyecto editorial⁴⁰ que se funda en historiar los espacios de encuentro entre el análisis histórico de la imagen satírica como fuente para identificar las fases del proceso de democratización de la vida pública y las aportaciones teóricas de los estudios visuales⁴¹ en la reconstrucción de los imaginarios políticos y la institucionalización de los modos de ver una época.

En *Dibujar discursos, construir imaginarios*, Capellán infiere dos de las características que adquiere la caricatura en sus diferentes formas materiales para facilitar la accesibilidad a la actualidad por amplios públicos: la plasticidad para adaptarse a múltiples soportes (desde una baraja de naipes, pasando por los pliegos de aleluyas, hasta una caja de cerillas) y su virtualidad para la síntesis desde las dicotomías visuales (oposiciones temporales) y los momentos visuales, entendidos como estratos semánticos que condensan la significación de un tiempo histórico⁴². De modo que el periodismo republicano satírico debe entenderse como una modalidad que “anticipa la prensa de masas, aunque con una notable

38 El Alabardero, 76, 26-06-1880.

39 Marie-Angèle Orobon y Eva Lafuente (coords.), *Hablar a los ojos. Caricatura y vida política en España (1830-1918)* (Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza, 2021).

40 Gonzalo Capellán (ed.), *Dibujar discursos, construir imaginarios. Prensa y caricatura política en España (1836-1874)* (Santander: Ediciones Universidad de Cantabria, 2022).

41 W.J. Thomas Mitchell, *Iconology: image, text, ideology* (Chicago: University of Chicago Press, 1986); W.J. Thomas Mitchell, *Picture theory. Essays on verbal and visual representation* (Chicago: University of Chicago Press, 1995).

42 Gonzalo Capellán, “Introducción. Miradas a la Historia de España desde la caricatura política”, en *Dibujar discursos, construir imaginarios. Prensa y caricatura política en España (1836-1874)*, ed. Gonzalo Capellán (Santander: Ediciones Universidad de Cantabria, 2022), 18-45; 48-49.

diferencia: de forma explícita, la prensa satírica -en especial la republicana y la carlista- pretende moldear la opinión pública sin el argumento despolitizador que hará suyo la futura prensa de masas, según el cual el periódico industrial es noticioso e independiente”⁴³.

1.1. Consideraciones sobre la historia crítica aplicada a la prensa satírica andaluza

Cuando se enuncia la práctica de la historia crítica aplicada al estudio de la producción periodística en Andalucía, en este caso, a un producto cultural concreto: la prensa satírica con caricaturas aparecida en la década de 1860 del siglo XIX, no se pretende generar “otra” Historia del Periodismo Andaluz, sino revisar para actualizar el relato histórico que nos hemos dado. Para ello hemos adoptado una actitud crítica⁴⁴, basada en la desobediencia de lo dado como “verdad” desde distintas áreas del saber experto y materializada en una mirada periférica que se genera cuando la crítica sirve a, primero, la identificación del conocimiento desechado sobre la producción periodística periférica, entendiendo por tal los objetos culturales que emergen de entre los márgenes de los microcentros políticos. Y, segundo, la reinterpretación de los rasgos singulares a partir de la comparación con los modelos de prensa hegemónicos. Ahora bien, desde esta actitud, que deconstruye la perspectiva centralista, el método comparativo no se orienta hacia el reconocimiento de lo coincidente como común, sino hacia los rasgos que divergen por anómalo y presentan indicios de la utilidad para sus públicos.

Esta forma de proceder disputa la tendencia cuantitativa de la *historie sérielle*, resultado de la práctica del paradigma braudeliano⁴⁵, y se incardina entre la “heurística alternativa” de la historia *from below*⁴⁶, que implica analizar la acción histórica en el conjunto de relaciones sociales que contextualiza la agencia de los sujetos anónimos. En este texto la agencia se identifica a través de los agentes culturales de la comunicación. Para ello se toma la apuesta cognoscitiva de los investigadores italianos

43 Antonio Laguna-Platero y Francesc-Andreu Martínez-Gallego, “La eclosión de la prensa satírica en España (1868-1874)”, *El Argonauta español*, No. 15 (2018).

44 Michel Foucault, *Sobre la Ilustración* [Estudio preliminar y parte de la traducción Javier de la Higuera] (Madrid: Editorial Tecnos, 2017), 91.

45 Fernand Braudel, *Écrits sur l'histoire* (Paris: Flammarion, 1969), 97-122.

46 Edward P. Thompson, *Agenda para una historia radical* (Barcelona: Crítica, 2000), 32-33.

en microhistoria⁴⁷, basada en la reducción de la escala de observación para tras identificar lo particular y lo excepcional en las intervenciones que los agentes realizan sobre el producto, resituar tales prácticas, o intervenciones, en el contexto macrohistórico.

De modo que en la búsqueda de lo no analizado sobre la prensa satírica andaluza se usaría el indicio⁴⁸ como herramienta interpretativa de las huellas del agente que intervino decidiendo las formas editoriales y de circulación del objeto impreso, y el esquema de la dialectización del círculo⁴⁹, originado en el movimiento de ida y vuelta entre las variables macrohistóricas y las microhistóricas que pudieron determinar los contextos de producción y los de recepción de la prensa satírica andaluza en la segunda mitad del siglo XIX, con el fin de resignificar los rasgos divergentes de esta prensa en el diálogo entre la historia social de la comunicación y la *historia cultural* del periodismo.

Sin negar la matriz política que adscribe a los semanarios satíricos andaluces objeto de nuestro estudio a la prensa de oposición, se pretende analizar su particular forma de informar sobre la actualidad desde la reivindicación de su independencia. Las variables que se van a considerar para vislumbrar las discontinuidades en sus fórmulas editoriales son las siguientes: el grado de hibridación en la construcción de lo informativo, el lugar de la imagen para la enunciación de lo actual, el precio, los modos de venta y los de distribución, y las distintas formas de apropiación de los contenidos que se potencian. Con ello se busca valorar si la “gramática” de esta prensa, sustentada en hacer popular su matriz radical, sirvió para transitar de forma diferente a otros países del modelo de prensa de opinión política de mediados del siglo XIX al modelo de prensa de empresa a inicios del siglo XX en España.

2. ANÁLISIS. HACIA UN PERIODISMO POPULAR DIVERGENTE

A pesar de que los altos índices de analfabetismo en España reducían el potencial de lectores a un 28% del total del censo en 1877, en la década

47 Carlo Ginzburg, “Microhistoria: dos o tres cosas que sé de ella”, *Manuscripts* No. 12 (1994): 40.

48 Carlo Ginzburg, “Huellas. Raíces de un paradigma indiciario”, en *Tentativas*, Carlo Ginzburg (México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo), 2003, 106-107.

49 Carlos Antonio Aguirre Rojas, *Microhistoria italiana. Modo de empleo* (Madrid: Ediciones de Intervención Cultural / Montesinos, 2014), 25.

de 1880 se observaba con cautela que el mercado informativo reunía las condiciones para que se crease un trust o vieran la luz periódicos concebidos como grupos de acción, siguiendo los ejemplos de Northcliffe o Hearst⁵⁰. Con diferencias notables, la fórmula experimentada por Mesonero Romanos mediante el lanzamiento del *Semanario Pintoresco Español* (1836-1857), asentada en la máxima de “vender barato para vender más”, se aproximaba en parte a la idea fundacional de *La Presse* (1836) de Émile de Girardin, que consistía en incluir publicidad y el folletín para así aumentar las ventas y alcanzar la independencia del medio.

En paralelo, el precio de la suscripción del *Semanario* fue de tres reales y el señuelo para atraer al público fue la inserción de grabados en madera, que completaron la gran variedad -tanto temática como de géneros- de los textos incluidos: cuentos legendarios e históricos, artículos humorísticos sobre costumbres sociales o biografías, entre otros. De este modo, Mesonero Romanos creyó auscultar el “gusto mayoritario” de la clase media española, apuntando la concepción del periódico como una mercancía “vendible”; esto es, la búsqueda del equilibrio entre la demanda de los públicos y lo rentable para el editor en relación con los costes de producción.

En cuanto a la experimentación del modelo de prensa de empresa, cabe señalar como precedente a *El Español* (1835), de Andrés Borrego, quien desde el exilio había trabajado en periódicos de París y Londres. Borrego creó un periódico a partir de la incorporación de las innovaciones materiales, técnicas y de contenido que ya funcionaban con éxito en otros países. *El Español* está inspirado en el *Times* londinense y nace auspiciado por la primera empresa editorial en España que bajo la forma jurídica de una sociedad anónima, hizo posible que el periódico dispusiera de talleres propios y de una moderna maquinaria procedente de Londres. El siguiente paso se produce con *La Correspondencia de España* (1859), de Manuel María Santa Ana, quien, curtido en el emprendimiento de la primera agencia de noticias, *Carta Autógrafo* (1848), se convertiría en pionero de la industria de la información en España⁵¹. Desde la

50 Jesús Timoteo Álvarez, Restauración y prensa de masas. Los engranajes de un sistema (1875-1883) (Pamplona: Euns, 1981), 385; Antonio Laguna-Platero y Francesc-Andreu Martínez-Gallego, El Trust. El periodismo industrial en España (1906-1936) (Salamanca: Comunicación Social, 2020).

51 Antonio Laguna Platero y Francesc A. Martínez Gallego, “Pioneros de la industria de la información española”, Revista internacional de Historia de la Comunicación (RiHC) Vol. 1 No. 4 (2015).

asepsia política y a un bajo precio, el diario desarrolló el reporterismo en España con la cobertura de hechos noticiosos como la Guerra de África (1859-1860).

Sin embargo, el diario que más se aproximó al modelo de prensa informativa pareció ser *Las Novedades* (1850-1872), fundado por Ángel Fernández de los Ríos, a quien Alonso describe como “un editor con conciencia de escritor” que “se constituye como empresario para propagar su ideología progresista y dar cauce a sus inclinaciones literarias mediante nuevas formas periodísticas, utilizando el negocio como instrumento, pero relegando la obsesión por el beneficio a un segundo término”⁵². Esta cabecera también incluyó una sección satírica confeccionada por “don Modesto Lafuente [*Fray Gerundio*], don Antonio María Segovia, don Juan Martínez Villergas y don Luis Mariano de Larra” con caricaturas “por el estilo y el tamaño de las que da el periódico francés *Le Charivari*, anticipándose [...] a los Lunes de *El Imparcial*”. Además, “salía por la tarde todos los días menos los domingos, y [posiblemente] fue el primero que estableció un servicio de venta callejera organizado, sistema que luego perfeccionaría *La Correspondencia de España*”⁵³.

En este ecosistema mediático las publicaciones satíricas asumirían tanto la estructuración de los contenidos desde la hibridación de lo serio con lo satírico/festivo, como la baratura del precio y el sistema combinado de distribución/circulación, mezclando la suscripción con la venta en las calles del ejemplar. Sobre la primera variable, hemos mencionado en líneas precedentes el lanzamiento de dos ediciones a la semana de *El Alabardero* en 1880, cobrando relevancia la heterogeneidad de las formas editoriales ofrecidas. Respecto de la baratura y el sistema de distribución/circulación, *El Cencerro* en su segunda época quiso ofrecerse al público mediante la venta callejera, por dos cuartos el número suelto⁵⁴, al igual que el precio de *El Cascabel* en Madrid:

52 Cecilio Alonso, “Ángel Fernández de los Ríos (1821-1880). La escritura militante”, en *Escribir en España entre 1840 y 1876*, ed. Marie-Linda Ortega (Madrid: Visor / Presses Universitaires de Marne-Le-Vallée, 2002), 141-142.

53 María Cruz Seoane, *Historia del periodismo en España. Vol. 2. El Siglo XIX* (Madrid: Alianza, 1992), 202-203.

54 Ya en su tercera época, en 1870, el precio de la suscripción pasó a ser de 5 reales al trimestre en Madrid.

“Tengo resuelto no publicarme por suscripción, por ahora, sino andarme tirado por esas calles de Dios, como los perros. Pero en vista de que sois muchos los que os habéis tomado la molestia de acudir á casa imprenta de mi papá político Don Rafael Arroyo con objeto de suscribiros, he tenido por conveniente acceder á vuestro ruego, transigiendo el asunto del modo siguiente: -Aquellos de mis lectores que deseen recibir EL CENCERRO á domicilio, se servirán dejar las señas de sus casas en la imprenta de dicho Sr. Arroyo, y se les complacerá, sin más obligación para ellos que la de pagar cada número al recibirlo, y al mismo precio que se expende por las calles”⁵⁵.

El sistema mixto se adoptó, por tanto, por adaptación a la demanda de sus lectores. En el caso de *El Alabardero*, desde que iniciara su segunda etapa el 25 de enero de 1879, se vendía al módico precio de “un perro grande” -en alusión al popular nombre de la moneda española una “perra chica”- el número suelto. En comparación con la prensa informativa, se podría inferir, sin abandonar la prudencia en esta aseveración, que las cabeceras satíricas son los productos editoriales más económicos. Por ejemplo, el precio de la suscripción al mes de *La Correspondencia de España* en 1860 fue de seis reales en Madrid y de 24 al trimestre en provincias, siendo la suscripción a la edición sevillana de *Las Novedades* en 1859 de 12 reales al mes. El satírico político *Gil Blas*, en cambio, salió en 1864 con los mismos precios de suscripción que *La Correspondencia de España*.

55 Cencerrada 7, 1.

Ilustración 4.

En la última plana se encuentra la referencia gráfica al precio de *El Alabardero*, que se vende por “un perro grande”, 30-08-1879



Fuente: Hemeroteca Municipal de Madrid.

La relación entre el bajo precio y el grado de audiencia alcanzado por *El Cencerro* está aún por historiar. No obstante, pudo llegar a tirar unos 300.000 ejemplares en Madrid⁵⁶. Más realistas se presentan las cifras dadas por Bozal: “tres mil del [número] ocho y seis mil quinientos del catorce. En 1872, según datos de la cencerrada 251 [editado en Madrid], la tirada subía

56 Manuel Ossorio y Bernard, *Ensayo de un catálogo de periodistas españoles del siglo XIX* (Madrid: Imprenta y litografía de J. Palacios, 1903), 251.

a sesenta y cinco mil ejemplares”⁵⁷. En la última plana de la Cencerrada 44, se anunciaba, como parte de la estrategia de autopromoción, que la tirada del primer Almanaque de *El Cencerro* “no bajará de 20.000 ejemplares”. En comparación con *La Flaca*, otro coetáneo aparecido en 1869 en Barcelona y adscrito al republicanismo federal, además de ser representativo de la evolución técnica de dicha prensa con la inserción de grabados cromolitografiados, obtuvo una difusión al parecer menor que la de *El Cencerro*, siendo la tirada de su número cuatro de seis mil ejemplares⁵⁸.

La venta al menudeo ayuda a imaginar a los vendedores de *El Cencerro* voceando sus contenidos, primero, en las calles de Córdoba y, más tarde, en los barrios populares de Madrid. Por consiguiente, el sistema de distribución/circulación proyecta un determinado público potencial que, probablemente, pueda ir más allá del público alfabetizado y con conciencia política, dada la extensa tradición de oralización y teatralización de los pliegos de cordel que habían apuntado el rasgo de la heterogeneidad tanto en la procedencia social como en los niveles de alfabetización de los lectores, oyentes y espectadores meridionales.

El Cencerro contenía un surtido de charadas, romances, diálogos, cartas epistolares, como las que compartía Fray Liberto con su primo El Carbonero⁵⁹, acertijos, telegramas, etc., que nos permiten pensar en la convivencia de la lectura “moderna” del periódico, individualizada y en silencio, con las lecturas colectivas en espacios públicos. A ello se sumarían, durante el Sexenio democrático y, sobre todo, tras la aprobación de la Ley de asociaciones en 1887, la apertura de clubes republicanos con lecturas mediadas de estos semanarios y sus láminas de actualidad. Por ello, urge un estudio exhaustivo en torno a los modos simultáneos de lecturas que pudieron potenciar los semanarios satíricos con caricaturas en su vinculación con la fórmula editorial⁶⁰ generada que, sin desdeñar la matriz política -no ideológica, ni partidista-, permite a estas publicaciones presentarse como independientes y ser rentables.

57 Valeriano Bozal, *La ilustración gráfica del siglo XIX en España* (Madrid: Alberto Corazón, 1979), 133-134.

58 Valeriano Bozal, *La ilustración gráfica...*, 136.

59 Cencerrada 11 y 12.

60 María Eugenia Gutiérrez-Jiménez, “The socialisation of print culture. Frontier ways of reading that promoted «El Tío Clarín» (Seville, 1864-1867) and «La Campana» (Seville, 1867-1868)”, *Communication & Society* Vol. 35 No. 3 (2022).

2.1. Las discontinuidades en sus fórmulas editoriales

La primera diferencia apreciable en sendos satíricos se halla en la posición adoptada por la máscara narradora para contar la actualidad desde un tono crítico-cómico. *El Cencerro*, al igual que *El Tío Clarín* (Sevilla, 1864), reaparece pretendiendo “ser el pueblo, el pueblo en primera persona, tosco, brutal [...] jocoso y cáustico..., un portavoz popular que no se asusta ni se humilla, [...] de su inferior nivel cualitativo”⁶¹. De esta forma reivindica la cultura de los corderos frente a la de los elefantes⁶² en un periodo en el que el pueblo como sujeto político -y con capacidad para aprehender lo que sucede con independencia de su nivel educativo- se reconoce como soberano y aspira a transformar el orden sociopolítico dado, empezando por la abolición de las quintas y las matrículas de mar, así como la bajada de precios de los bienes de primera necesidad: el pan y la carne. El objetivo principal de su crítica fue el gobierno provisional y los carlistas.

El Alabardero, sin embargo, se ampara en su labor de mediación mediante la cual ejerce la vigilancia -con su alabarda de tres puntas- sobre los representantes de la municipalidad, ya que la soberanía nacional se halla, según el periódico, “secuestrada” y la vida política, desde la instauración del sistema canovista y el falseamiento de las elecciones, se asemeja a una “farsa”. De hecho, las denuncias sobre los abusos cometidos por la corporación fueron constantes en la etapa estudiada: desde la cobranza del arbitrio sobre vertientes y canalones, pasando por el gravamen sobre la sal⁶³, el impuesto de consumo⁶⁴, el arbitrio sobre los bultos y fardos⁶⁵ o la denuncia del mal estado de las infraestructuras ferroviarias tras el accidente en la línea Sevilla-Jerez-Cádiz⁶⁶.

El tratamiento informativo de este último suceso proporciona la posibilidad de valorar el sentido que la publicación otorga a su independencia. A diferencia de otros diarios ministeriales o partidistas, *El Alabardero*

61 Valeriano Bozal, *La ilustración gráfica del siglo XIX en España* (Madrid: Alberto Corazón, 1979), 134.

62 José Emilio Burucúa, *Corderos y elefantes. La sacralidad y la risa en la modernidad clásica -siglos XV a XVII-* (Buenos Aires: Miño y Dávila Editores, 2001).

63 *El Alabardero*, 15-02-1879.

64 *El Alabardero*, 07-07-1879.

65 *El Alabardero*, 08-02-1879.

66 *El Alabardero*, 17-05-1879.

contextualiza el accidente buscando las causas. Para ello, cita artículos del reglamento de la ley de policía de ferrocarriles, enuncia las obligaciones de la empresa concesionaria del servicio y anota la responsabilidad en la vigilancia por parte del ministerio de fomento, buscando instruir a los públicos para que reclamen a sus representantes públicos que una catástrofe similar no vuelva a suceder. En cambio, la prensa local se ha limitado “a pintar el doloroso espectáculo que ofrecían los muertos y heridos”⁶⁷.

A través de la labor informativa en torno a los intereses materiales, *El Alabardero* experimenta la construcción de noticias fundadas en la investigación documental, usando como fuente primaria la legislación vigente y evitando fijar la crítica política en personas concretas, aunque no por ello deja de señalar a los organismos con competencias en el ámbito social afectado. Por otro lado, su labor de mediación se mezcla con la promoción de acciones solidarias dirigidas al pueblo. En el número 40, se hace constar que el satírico “se asocia al sentimiento nacional por las catástrofes de Murcia, Alicante y Almería, y excita a las Corporaciones [...] a que socorran a las desventuradas provincias que han sufrido el azote de la inundación. [...] *El Alabardero*, en su modesta esfera, abre también una suscripción con tan piadoso objeto, y ruega a sus lectores se dignen de contribuir a ella”⁶⁸. No hay titulares llamativos, pero en la primera plana de ese número se comienza a contabilizar las donaciones, destacando las cifras tipográficamente para llamar la atención del lector: “*El Alabardero*, 100 reales. Los operarios de la imprenta de los Sres. Gironés, Orduña y Castro, 184 reales”, proyectando su acción en el ámbito local y en pro del pueblo como “víctima”⁶⁹.

En *El Cencerro*, por el contrario, se trabaja con una gran variedad de géneros editoriales muy consumidos desde mediados del siglo XVIII entre las clases populares⁷⁰, aunque en 1869 sirven a la narración de la

67 El Alabardero, 17, 17-05-1879.

68 El Alabardero, 40, 25-10-1879.

69 El Alabardero, 21, 14-06-1879.

70 Nos referimos a un conjunto heterogéneo de gente común del mundo del trabajo y de la producción, tanto de la ciudad como del campo, así como los vinculados al comercio, servicio, la educación y las profesiones liberales. Este complejo grupo ha de ser pensado como “un “espacio conceptual” -un esquema espacial-, en el cual las clases populares ocupan un universo intermedio entre lo hegemónico y lo marginal, con una doble articulación que podríamos calificar de “subalternidad” y de “subhegemonía” frente a los otros dos universos: el del poder y el de la marginación”. Clara E. Lida, “¿Qué son las clases populares? Los modelos europeos frente al caso español en el siglo XIX”, *Historia Social* No. 27 (1997): 4-5.

vida política. Uno de los temas menos examinados entre sus contenidos son las gacetillas y los romances dedicados a otros semanarios satíricos que son suspendidos o que sufren diferentes modos de censuras u obstáculos en el reparto de los ejemplares⁷¹. Se hace constar, por ejemplo, el encarcelamiento de Antonio Luis Carrión, editor del colega malagueño *El Papel Verde*⁷², además de hacerse eco de la suspensión de *El Padre Adam*: “El Capitán General de Sevilla ha hecho más que Dios. Dios echó al *Padre Adam* del paraíso; pero el Capitán general lo ha matado. [...] Acompañamos á la madre Eva en la tristeza de su viudez”⁷³. También denunciaría la pérdida de numerosos ejemplares de *El Cencerro* que no llegan a su destino, dibujando una red embrionaria de corresponsales dedicados a la venta y suscripción del satírico en Málaga (Librería de los señores Hijos de Taboadela, calle de Granada, 38) o Valencia (Casa de D. Cristóbal Monsó, calle Nueva de Pescadores, 12), entre otros lugares.

En ambos casos, la eficacia de su textura narrativa se vio reforzada por las virtualidades de la imagen satírica para aquellos que oían leer el contenido y reforzaban lo oído con la lámina o dibujo en la página. En la época estudiada, *El Cencerro* solo contenía la imagen o caricatura de cabecera, que según se refiere en la cencerrada 17, es obra de “un artista muy modesto y con mucha habilidad. El Sr. Blanco, que tiene su taller en la calle de S. Fernando, esquina á la de S. Francisco. Dios se lo pague y á su mercé también”. Fray Liberto se muestra maravillado con “el traje” realizado por el grabador cordobés: “-»Mire su mercé qué traje, qué calza, qué gorro, qué bandera, y sobre tó qué CENCERRO. En cuanto me vean por esas calles tan paquete se van á morir de envidia tós los pollos. Muchacha vá á haber que vá á jacer un relicario pa llevarme siempre colgao. ¡Vaya un aparejo gëno, nostramo!”⁷⁴.

71 “*El Papel verde*, ilustrado periódico que se publica en Málaga, se queja de que los ejemplares que tienen que pasar los Pirineos no llegan á su destino, deduciendo de aquí que alguien se los come. El CENCERRO bien informado de lo que ocurre sobre el particular, va á deshacer las dudas de tan bien escrito periódico. -No se lo come nadie, hermano colega. El carlista que se comiese un número de *El papel Verde*, reventaría con sus doctrinas. Lo que sucede es que los Margaritos, en cuanto pescan un papel verde, lo hacen tiras para corbatas y cintas de las boinas”. Cencerrada 37, 5.

72 Cencerrada 18 y 24.

73 Cencerrada 50, 5.

74 Cencerrada 17, 1.

Ilustración 5.

En la Cencerrada 25 puede observarse el dibujo miniaturizado incluido en la última plana.



Fuente: Hemeroteca Municipal de Madrid.

Esta afirmación contrasta con la opinión de Bozal, quien creyó observar en dicha representación el trazo de Mariani Jiménez⁷⁵, ilustrador de los satíricos sevillanos *El Tío Clarín* y *El Padre Adam*, que comenzó su colaboración con el semanario a partir de 1870, desde la cencerrada 85 y 88, hasta 1872. En este tiempo las caricaturas del ilustrador sevillano se publican de forma alterna a las del dibujante Eduardo Sojo, también director de *El Caos* (Madrid, 1870) en ese mismo periodo. Con posterioridad, Mariani Jiménez ilustraría *El Tío Conejo*, que sustituiría a *El Cencerro* a partir de 1875. Su colaboración con el medio se extendería hasta 1881.

Sin embargo, en la época cordobesa se apunta incluso la posibilidad de que los “monos” o representaciones miniaturizadas del Cencerro o el lego Liberto pudieran ser obra del único director y redactor del periódico:

75 Valeriano Bozal, *La ilustración gráfica del siglo XIX en España* (Madrid: Alberto Corazón, 1979), 150.

Luis Maraver y Alfaro. Tras su fallecimiento en Madrid en 1886, apareció una necrológica en *La Época* firmada por “Alguien” y titulaba: “El Fundador de *El Cencerro*”. En este texto se aduce que la producción de la publicación, descrita como “esa *Cenicienta* de la prensa cortesana” que contrariamente a lo esperado “ha alcanzado mayor lectura que ninguno de cuantos periódicos hay ni ha habido en nuestro país”, es una obra en la que estaba implicada toda la familia de Maraver y Alfaro. “El padre de la familia escribía el texto y dibujaba los “monos”, como dicen los chicos; uno de sus yernos, militar, le ayudaba en la tarea literaria, y las hijas y otros yernos plegaban los números, hacían los paquetes, los llevaban al correo y trabajaban [...] en todas las labores mecánicas del periódico”⁷⁶.

El Cencerro, “periodiquillo más democrático que ha existido en tierra española”, hizo que su propietario falleciera siendo “el primer periodista español que muere rico”⁷⁷. Luis Maraver y Alfaro nació en 1815 en Fuente Obejuna (Córdoba) y falleció en Madrid en 1886. Licenciado en Medicina por la Universidad de Sevilla, compaginó su profesión como médico homeópata con el cargo de cronista oficial de Córdoba en 1855 y el de cronista de la provincia en 1862, además de la docencia en el Instituto Provincial de Córdoba. Fue miembro de la Academia de Córdoba desde el año 1852 y tras participar en varias expediciones arqueológicas llevadas a cabo en Fuente Tójar y Almedinilla, se le nombró académico de la Real Academia de la Historia en 1866. En 1869, “Maraver abandonó la arqueología, [así como] su cargo de Inspector de Antigüedades y presentó su dimisión a la Comisión de Monumentos en 1869”⁷⁸. En ese año marcharía a Madrid.

De su actividad política sabemos que en el contexto de la Vicalvarada fue nombrado secretario de la Junta revolucionaria de Córdoba en 1854 y con el estallido de la Revolución de 1868 asumiría nuevas responsabilidades editoriales tales como retomar el proyecto periodístico de *El Cencerro*, que había visto la luz en 1863 en Córdoba⁷⁹. Su incursión en el mundo periodístico pudo iniciarse como coordinador de la sección

76 Firmado por “Alguien”, “El Fundador de *El Cencerro*”, *La Época*, 26-02-1886.

77 *La Época*, 26-02-1886.

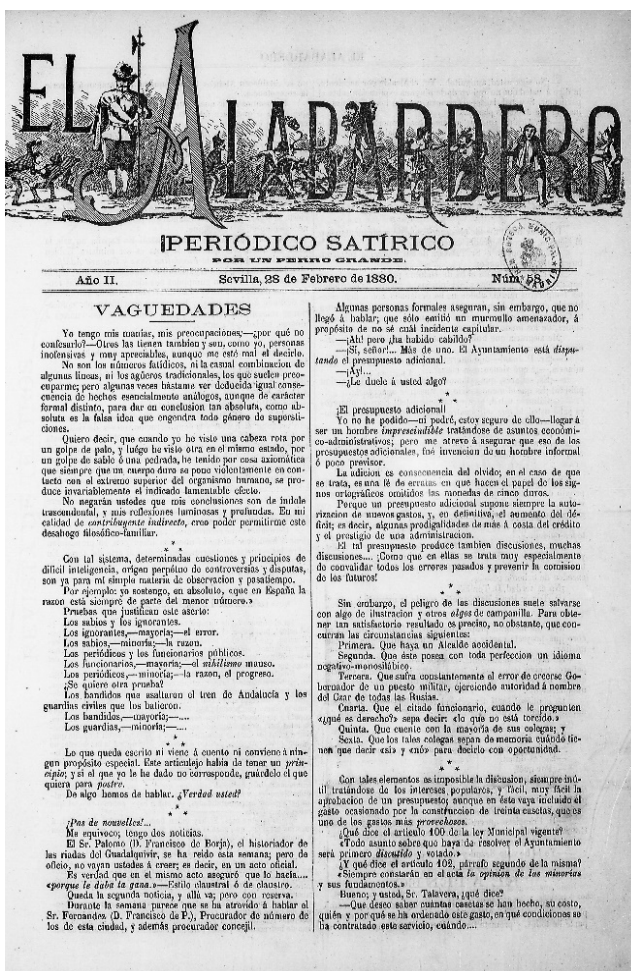
78 Peláez del Rosal, Manuel. “Luis Maraver y Alfaro” [Biografía]. Real Academia de la Historia.

79 Manuel Peláez del Rosal, “Notas sobre el primer cronista oficial de Córdoba, Don Luis Maraver y Alfaro (Fuente Obejuna- ¿1812? / Madrid-1886) y su polémico nombramiento”, *Crónica de Córdoba y sus pueblos* No. 8 (2002): 235.

de Literatura de la publicación *El Liceo Artístico y Literario de Córdoba*, asumiendo su dirección en 1845. También pareció colaborar en el primer número de *El vergel de Andalucía*⁸⁰, publicación dirigida por “La Adalia”, pseudónimo de Adela García. Y fue un asiduo a las tertulias literarias en la Casa del Conde de Torres Cabrera⁸¹.

Ilustración 6.

En enero de 1880 se publica la cabecera del periódico ilustrada. *El Alabardero*, 28-02-1880.



Fuente: Hemeroteca Municipal de Madrid.

80 Salía también de la imprenta de Fausto García Tena.

81 Peláez del Rosal, Manuel. “Luis Maraver y Alfaro” [Biografía]. Real Academia de la Historia.

Respecto de *El Albartero*, cuando reaparece en 1879 declarando que se dedicaría al tratamiento de los intereses materiales, no dudó en ejercer la crítica sobre la gestión de los negocios públicos mediante la sátira dibujada, aun cuando no había visto la luz el referente por excelencia de la prensa satírica durante la Restauración: *El Motín* (Madrid, 1881), fundado por el periodista y militante republicano federal José Nakens; ni los coetáneos andaluces más relevantes como *El País de la Olla* (Málaga, 1883-1895), dirigido e ilustrado por Emilio de la Cerda, y *La Pulga* (Granada, 1882-1883), propiedad de Manuel Aceituno Ayuso y dirigido por Rafael Guerrero Carmona en esta época.

El lenguaje mordaz usado por las distintas plumas que constituían la redacción del satírico sevillano, entre ellas sobresale la pluma combativa del poeta, folclorista y abogado nacido en Osuna Francisco Rodríguez Marín⁸², se completaba con un discurso icónico de trazo simple, determinado por el pragmatismo y la necesidad de facilitar la comprensión de los sucesos y sus consecuencias en la vida de los vecinos de Sevilla. Uno de los dibujantes que colaboró con mayor frecuencia en el retrato cómico de la realidad durante 1879 fue el fotógrafo y caricaturista Teodoro Aramburu Murua⁸³, quien en 1877 había inaugurado junto a su hermano Ricardo Aramburu, también ilustrador de prensa, un taller de fotografía en la calle Sierpes de Sevilla y colaboró en *El Loro* (1867), *La Giralda* (1868), ambos satíricos, y *El Renacimiento* (1884)⁸⁴. También participó en la ilustración de las portadas de *Sevilla en Broma* desde 1893. En la representación de la actualidad en el semanario, por otro lado,

82 Rodríguez Marín formó parte en su juventud de las corrientes krausistas sevillanas, lideradas por Antonio Machado Núñez (abuelo del poeta sevillano autor de Campos de Castilla) y Fernando de los Ríos, en torno a las cuales se gestó *La Enciclopedia* (1877-1882), publicación desde la cual se defendió uno de los presupuestos filosóficos krausistas esenciales: la agencia del pueblo se considera el eje principal de la transformación histórica y social. Más tarde fue redactor de *El Posibilista*, fundado en 1876 por Pedro Rodríguez de la Borbolla y alineado con el partido liberal-fusionista. Su marcha de *El Posibilista* pudo deberse a la incompatibilidad ideológica entre las denuncias realizadas por Rodríguez Marín sobre las irregularidades que se cometían en la gestión del «Pósito im-pío» de Osuna y el apoyo que necesitaba Rodríguez de la Borbolla de los propietarios ursaonenses para su salto hacia la política nacional. Luego pasaría a *El Albartero*.

83 Aramburu fue el ilustrador de *Anales del Toreo*. Reseña histórica de la lidia de reses bravas. Galería biográfica de los principales lidiadores: razón de las primeras ganaderías españolas, sus condiciones y divisas (1868), escrita por José Velázquez y Sánchez. Biblioteca virtual de Andalucía [en línea]: <http://www.bibliotecavirtualdeandalucia.es/catalogo/es/consulta/registro.cmd?id=1000467>

84 Jesús Carlos Méndez Paguillo, “Caricaturas y revistas satíricas en la Sevilla del siglo XIX”, *Revista internacional de Historia de la Comunicación (RiHC)* No. 9 (2017): 8 y 13.

hallamos indicios de los trazos de Tomás Povedano, quien colaboraría en *Perecito* (1887-1888), y del dibujante que se oculta bajo el pseudónimo «Aben-Said», que comienza a aparecer en junio de 1880.

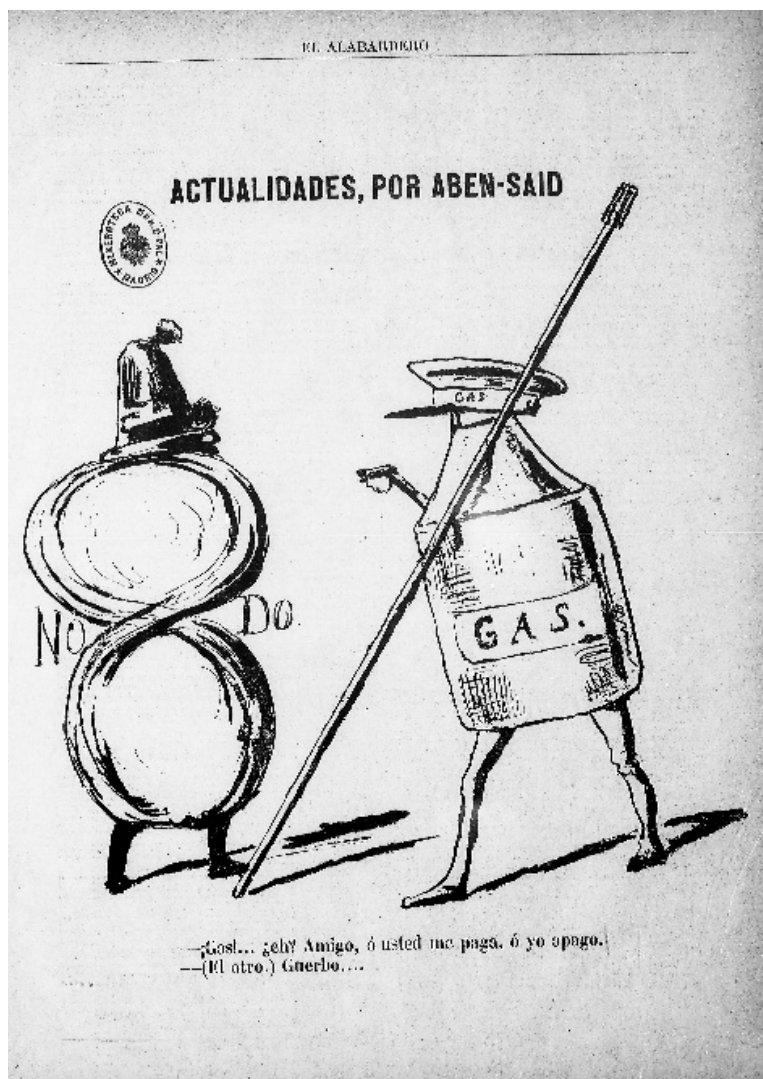
Ilustración 7.

Teodoro Aramburu. *El Alabardero*, 6, 01-03-1879.



Fuente: Hemeroteca Municipal de Madrid.

Ilustración 8.
“Aben-Said”. *El Alabarderos*



Fuente: Hemeroteca Municipal de Madrid.

En el caso de *El Alabardero*, se contaba con el auspicio de la imprenta, librería y litografía Gironés, Orduña y Castro para usar las promociones editoriales como reclamo de venta y suscripción en beneficio del periódico. Esto explicaría que desde el número 4 se anunciara la venta de una acuarela de [Mariano] Fortuny por una perra gorda “y artículos

y versitos por los mejores poetas y literatos del mundo”⁸⁵; “y dada la importancia de las obras musicales que se representan en el coliseo de San Fernando, daremos algunos suplementos gratis (¡hay que asombrarse!) con las revistas de las óperas nuevas que se canten en dicho teatro”⁸⁶, además del almanaque ilustrado del periódico⁸⁷.

Se diferenciaba, por consiguiente, de la edición artesanal y del aire “tosco” que se asoció a *El Cencerro*. Ahora bien, a pesar de las discontinuidades halladas tanto en las formas materiales como en la organización editorial, el uso de la imagen satírica hace que estos semanarios, comprometidos con la regeneración moral del pueblo español, participen de la matriz mediática⁸⁸ que los sitúa en la vanguardia de la prensa moderna, puesto que la organización del contenido en el espacio tipográfico trasciende al espacio sociológico donde escritura y lectura periodísticas se retroalimentan con el fin de hacer comprensible la complejidad de un presente inconmensurable para un público masivo.

CONCLUSIONES

Realizado el análisis de las fórmulas editoriales de dos semanarios satíricos andaluces como *El Cencerro* (Córdoba, 1869) y *El Alabardero* (Sevilla, 1879) en un periodo de estudio caracterizado por los vaivenes políticos que determinaron la imposición de límites sobre la libertad de imprenta, se observa la relevancia de la imagen satírica, ya se trate de una lámina encartada o de un dibujo inserto en la misma página, para la experimentación en el presente de la construcción crítico-cómica de la actualidad. En ambos casos se acaba construyendo una estructura -o gramática- basada en la identificación con el pueblo, en el caso de *El Cencerro*, o la intermediación entre los representantes públicos y el pueblo -excluido de la vida política oficial-, en el caso de *El Alabardero*, para hacer ver mediante la crítica política en 1869 y la sociopolítica en 1879 quiénes están en el origen del padecimiento colectivo e histórico de las clases populares.

85 El Alabardero, 15-02-1879.

86 El Alabardero, 26-04-1879.

87 El Alabardero, 29-11-1879.

88 Marie-Ève Thérénay, *La littérature au quotidien: poétiques journalistiques au XIXe siècle* (Paris: Éditions du Seuil, 2007), 49-110.

A través de la aplicación de la mirada periférica se ha podido identificar cómo el carácter independiente de estos semanarios satíricos, comprometidos con el presente del pueblo y no siempre auspiciados por negocios tipográficos solventes desde la lógica mercantil, consiguen con su acción editorial que las clases populares accedan de forma informal y sin desdeñar la crítica política a la narración colectiva de su presente. Por ello, la imagen satírica y el carácter independiente son los rasgos divergentes que posibilitan a los semanarios satíricos andaluces ahondar en su estrategia de popularizar lo político como expresión radical de lo que se ha de cambiar.

La inclusión de esta modalidad en el relato histórico que nos hemos dado sobre la producción periodística andaluza se presenta necesaria en la revisión crítica del rol activo que pudo representar la prensa popular, siempre consumida de forma masiva y por gente común con niveles de instrucción heterogéneos, en la democratización de la información de actualidad. Son esos rasgos divergentes los que facilitaron que tanto la escritura periodística del semanario satírico con caricaturas como la lectura de este mediasen no solo la percepción del presente, sino también la generación de una cultura política democrática que disputa el orden hegemónico dado.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes primarias (Archivos)

Biblioteca Nacional de España (BNE)
Hemeroteca Municipal de Madrid
Hemeroteca Municipal de Sevilla (ICAS-SAHP)

Fuentes secundarias

Aguirre Rojas, Carlos Antonio. *Microhistoria italiana. Modo de empleo*. Madrid: Ediciones de Intervención Cultural / Montesinos, 2014.

Almuiña, Celso. “La prensa satírica como instrumento de crítica política durante el siglo XIX”, en *El humor en la historia de la comunicación en Europa y América*, Antonio Laguna Platero y José Reig Cruaños (eds.). Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, 2015, 17-40.

- Alonso, Cecilio, “Ángel Fernández de los Ríos (1821-1880). La escritura militante”, en *Escribir en España entre 1840 y 1876*, Marie-Linda Ortega (ed.). Madrid: Visor / Presses Universitaires de Marne-Le-Vallée, 2002, 139-162.
- Álvarez, Jesús Timoteo. *Restauración y prensa de masas. Los engranajes de un sistema (1875-1883)*. Pamplona: Eunsa, 1981.
- Arenas Posadas, Carlos. *Lo andaluz. Historia de un hecho diferencial*. Sevilla: El Paseo Editorial, 2022.
- Bozal, Valeriano. *La ilustración gráfica del siglo XIX en España*. Madrid: Alberto Corazón, 1979.
- Braudel, Fernand. *Écrits sur l'histoire*. Paris: Flammarion, 1969, 97-122.
- Burucúa, José Emilio. *Corderos y elefantes. La sacralidad y la risa en la modernidad clásica -siglos XV a XVII-*. Buenos Aires: Miño y Dávila Editores, 2001.
- Capellán, Gonzalo. “Introducción. Miradas a la Historia de España desde la caricatura política”, en *Dibujar discursos, construir imaginarios. Prensa y caricatura política en España (1836-1874)*, Gonzalo Capellán (ed.). Santander: Ediciones Universidad de Cantabria, 2022, 11-56.
- Casas Delgado, Inmaculada. *Romances con acento andaluz. El éxito de la prensa popular (1750-1850)*. Sevilla: Fundación pública andaluza Centro de Estudios Andaluces, 2012.
- Curran, James; Gurevitch, Michael y Woollacot, Janet. *Sociedad y comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica, 1981.
- Checa Godoy, Antonio. *El ejercicio de la libertad: La prensa española en el Sexenio Revolucionario (1868-1874)*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2006a.
- Checa Godoy, Antonio. “Un censo de la prensa republicana española durante el Sexenio Revolucionario (1868-1874)”, en *República y republicanismo en la comunicación*. [Actas] VIII Congreso de la Asociación de Historiadores de la Comunicación, María José Ruiz Acosta (coord.). Sevilla: Universidad de Sevilla, 2006b. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/61179;-jsessionid=FAFC643542A4A5FDBDBF226C09E5DE34>
- Checa Godoy, Antonio. “Auge y crisis de la prensa satírica española en el Sexenio Revolucionario (1868-1874)”. *El Argonauta español*, No. 13 (2016). DOI: <https://doi.org/10.4000/argonauta.2335>
- Duarte, Ángel y Gabriel, Pere. “¿Una sola cultura política republicana ochocentista en España?”, *Ayer*, No. 39 (2000): 11-34. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/41324983>
- Foucault, Michel. *Sobre la Ilustración [Estudio preliminar y parte de la traducción Javier de la Higuera]* Madrid: Editorial Tecnos, 2017 [1.ª ed., 2003]
- Fuentes, Juan Francisco. “Representaciones del pueblo en el Sexenio revolucionario: imágenes de una transición”, en *Dibujar discursos, construir imaginarios*.

- Prensa y caricatura política en España (1836-1874), Gonzalo Capellán (ed.). Santander: Ediciones Universidad de Cantabria, 2022, 495-518.
- Gamonal Torres, Miguel Ángel. La ilustración gráfica y la caricatura en la prensa granadina del siglo XIX. Granada: Diputación provincial de Granada, 1983.
- García Galindo, Juan Antonio. 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, 1995.
- Ginzburg, Carlo. "Microhistoria: dos o tres cosas que sé de ella". *Manuscripts*, No. 12 (1994): 13-42.
- Ginzburg, Carlo. "Huellas. Raíces de un paradigma indiciario", en Tentativas, Carlo Ginzburg. México: Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, 2003, 93-155
- Gutiérrez-Jiménez, María Eugenia. "The socialisation of print culture. Frontier ways of reading that promoted «El Tío Clarín» (Seville, 1864-1867) and «La Campana» (Seville, 1867-1868)". *Communication & Society*, Vol. 35, No. 3 (2022): 123-139. DOI: <https://doi.org/10.15581/003.35.3.123-139>
- Laguna Platero, Antonio. "El poder de la imagen y la imagen del poder: la trascendencia de la prensa satírica en la comunicación social". I/C. Revista Científica de Información y Comunicación, No. 1 (2003): 111-129. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/18275>
- Laguna Platero, Antonio y Martínez Gallego, Francesc A. "Pioneros de la industria de la información española". Revista internacional de Historia de la Comunicación (RiHC), Vol. 1, No. 4 (2015): 01-21. DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i04.01>
- Laguna-Platero, Antonio y Martínez-Gallego, Francesc-Andreu. "La eclosión de la prensa satírica en España (1868-1874)". El Argonauta español, No. 15 (2018). DOI: <https://doi.org/10.4000/argonauta.3077>
- Laguna-Platero, Antonio y Martínez-Gallego, Francesc-Andreu. El Trust. El periodismo industrial en España (1906-1936). Salamanca: Comunicación Social, 2020.
- Lida, Clara E., "¿Qué son las clases populares? Los modelos europeos frente al caso español en el siglo XIX". Historia Social, No. 27 (1997): 3-21.
- Martínez Gallego, Francesc-Andreu. "Discurso satírico y discurso político hegemónico: confrontaciones y convergencias. Una periodización", en La risa periodística. Teoría, metodología e investigación en comunicación satírica, Enrique Bordería Ortiz, Francesc A. Martínez Gallego y Josep Ll. Gómez Mompert (dirs.). Valencia: Tirant lo Blanch, 2010, 21-37.
- Martínez Gallego, Francesc-Andreu y Laguna-Platero, Antonio. "Prensa y publicidad. Cada día un milagro" [Presentación dossier]. Revista internacional de Historia de la Comunicación (RiHC), No. 14 (2020): 7-13. DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2020.i14.01>

- Mancinas-Chávez, Rosalba y Moya-López, Daniel. “El nacimiento de la prensa de empresa en Andalucía durante la Restauración. Análisis estructural de la propiedad de sus principales cabeceras”. Cuadernos de Ilustración y Romanticismo, No. 24 (2018): 521-539. DOI: http://dx.doi.org/10.25267/Cuad_Ilus_romant.2018.i24.23
- Méndez Paguillo, Jesús Carlos. “Caricaturas y revistas satíricas en la Sevilla del siglo XIX”. Revista internacional de Historia de la Comunicación (RiHC), No. 9 (2017): 01-36. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/78787>
- Mitchell, W. J. Thomas. *Iconology: image, text, ideology*. Chicago: University of Chicago Press, 1986.
- Mitchell, W. J. Thomas. *Picture theory. Essays on verbal and visual representation*. Chicago: University of Chicago Press, 1995.
- Mollier, Jean-Yves. *L'argent et les lettres. Histoire du capitalisme d'édition, 1880-1920*. Paris: Fayard, 1988.
- Montis y Romero, Ricardo de. Notas cordobesas (Recuerdos del pasado), tomo I y II. Córdoba: Imprenta del Diario de Córdoba, 1911. Recuperado de <https://biblioteca.cordoba.es/index.php/biblio-digital/notas-cordobesas/15557-notas-cordobesas-01.html#cap03>
- Orobon, Marie-Angèle. “Epílogo”, en *Hablar a los ojos. Caricatura y vida política en España (1830-1918)*, Marie-Angèle Orobon y Eva Lafuente (coords.) (pp. 293-296). Zaragoza: Prensas de la Universidad de Zaragoza, 2021.
- Ossorio y Bernard, Manuel. Ensayo de un catálogo de periodistas españoles del siglo XIX. Madrid: Imprenta y litografía de J. Palacios, 1903.
- Peláez del Rosal, Manuel. “Luis Maraver y Alfaro” [Biografía]. Real Academia de la Historia [en línea]: <https://dbe.rah.es/biografias/27620/luis-maraver-y-alfaro>
- Peláez del Rosal, Manuel. “Notas sobre el primer cronista oficial de Córdoba, Don Luis Maraver y Alfaro (Fuente Obejuna- ¿1812? / Madrid-1886) y su polémico nombramiento”. Crónica de Córdoba y sus pueblos, No. 8 (2002): 233-238.
- Rojano León, Fátima. El Alabardero y El Baluarte. La imprenta y editorial: Gironés y Orduña. Madrid: Editorial Círculo Rojo, 2017.
- Romero, Lorena R. “La prensa durante la primera parte de la Restauración: La edad dorada del modelo político y el fracaso del Nuevo Periodismo”, en La comunicación en Andalucía. Historia, estructura y nuevas tecnologías, Ramón Reig (dir.) y Concha Langa Nuño (coord.). Sevilla: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces, 2011, 40-65.
- Schudson, Michael. *Discovering the news. A social history of american newspapers*. New York: Basic Books, 1978.
- Seoane, María Cruz. Historia del periodismo en España. Vol. 2. El Siglo XIX. Madrid: Alianza, 1992.

- Seoane, María Cruz, y Sáiz, María Dolores (dirs.). *Historia del periodismo en España*. Vol. 3. El siglo XX: 1898-1936. Madrid: Alianza, 1996.
- Suárez Cortina, Manuel (ed.). *La Restauración, entre el liberalismo y la democracia*. Madrid: Alianza, 1997.
- Suárez Cortina, Manuel. “El republicanismo institucionista en la Restauración”. *Ayer*, No. 39 (2000): 61-82. Recuperado de <https://www.jstor.org/stable/41324985>
- Thérenty, Marie-Ève. *La littérature au quotidien: poétiques journalistiques au XIX e siècle*. Paris: Éditions du Seuil, 2007.
- Thompson, Edward P. *Agenda para una historia radical*. Barcelona: Crítica, 2000.
- Williamson, Milly. “When “popular” was “radical”. The mass circulation US press in the 1890s, emerging celebrity journalism, and popular tastes”. *Media History*, Vol. 2, No. 18 (2012): 115-127. DOI: <https://doi.org/10.1080/13688804.2012.663860>

Para citar este artículo: Gutiérrez Jiménez, María Eugenia. “La prensa satírica con caricaturas en la Historia Crítica del Periodismo Andaluz. *El Cencerro* (Córdoba, 1869) y *El Alabardero* (Sevilla, 1879), casos de un periodismo popular divergente”, *Historia Caribe* Vol. XIX No. 44 (Enero-Junio 2024): 81-118. DOI: <https://doi.org/10.15648/hc.44.2024.3895>



Disponible en:

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=93781665005>

Cómo citar el artículo

Número completo

Más información del artículo

Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc
Red de revistas científicas de Acceso Abierto diamante
Infraestructura abierta no comercial propiedad de la
academia

María Eugenia Gutiérrez Jiménez

La prensa satírica con caricaturas en la Historia Crítica del Periodismo Andaluz. El Cencerro (Córdoba, 1869) y El Alabardero (Sevilla, 1879), casos de un periodismo popular divergente*

The Critical History of Andalusian Journalism: The Satirical Press with Caricatures. El Cencerro (Cordoba, 1869) and El Alabardero (Seville, 1879), cases of a divergent popular journalism

A imprensa satírica com caricaturas na História Crítica do Jornalismo Andaluz. El Cencerro (Córdoba, 1869) e El Alabardero (Sevilha, 1879), casos de jornalismo popular divergente

La presse satirique avec des caricatures dans l'Histoire critique du journalisme andalou. El Cencerro (Córdoba, 1869) et El Alabardero (Séville, 1879), cas de journalisme populaire divergent

Historia Caribe

vol. XIX, núm. 44, p. 81 - 118, 2024

Universidad del Atlántico,

ISSN: 0122-8803

ISSN-E: 2322-6889

DOI: <https://doi.org/10.15648/hc.44.2024.3895>