

ANEXO III.

UNA APROXIMACION A LA TRAYECTORIA HISTORICA DE LA VANGUARDIA

1. El contexto histórico en el que nace La Vanguardia

1.1. Las condiciones técnicas, socioeconómicas y políticas de la prensa en la segunda mitad del siglo XIX

El diario “La Vanguardia” salió a la luz el 1 de febrero de 1881. A esas alturas del siglo XIX, el panorama de la prensa había experimentado, con respecto a pocas décadas antes, un cambio vertiginoso. A partir de 1870, y concretamente entre 1870 y 1914, la evolución de la prensa se vio marcada por unas características totalmente nuevas¹: crecimiento espectacular del número de periódicos y lectores, aumento de los gastos de fabricación, incremento cada vez mayor de los anuncios, y competencia cada día más dura.

Si se considera que en la primera mitad del siglo XIX los periódicos de mayor envergadura no sobrepasaban los diez mil o veinte mil ejemplares de difusión, frente a los centenares de miles alcanzados en el umbral de 1900, hay que aceptar que algunas cosas debieron cambiar sustancialmente para que pudiera producirse semejante transformación. Los cambios se produjeron en tres órdenes: técnico, económico-social y político.

El aspecto técnico ofreció novedades revolucionarias que posibilitaron la nueva dimensión de la prensa. Por supuesto que la noticia y la curiosidad por conocerla existían incluso antes de la imprenta, pero fue ésta la que permitió alcanzar a un público más amplio. Por ello, si nos atenemos entonces al valor instrumental -aunque fundamental- del desarrollo técnico con respecto a la evolución progresiva de la prensa, hay que situar un conjunto de hechos relevantes que se amontonan prácticamente en el período histórico próximo al nacimiento de 'La Vanguardia'. Así, por ejemplo, la prensa a vapor –que empezó a extenderse a partir de 1818, aunque ya el 28 de noviembre de 1814 “The Times” salió a la calle mediante una prensa movida a vapor, lo que le permitió alcanzar los 1100 ej./hora al principio y los 7000 ej/h, después²-, la rotativa -a mediados del siglo XIX- y la linotipia -a finales-, pusieron las bases para convertir el periódico en un producto de fabricación masiva.

¹ George Weill, *El periódico*, pag.170. En general, el enfoque de esta introducción contextual es deudor del citado texto de Weill.

² *Ibidem*, pag.138.

Sin embargo, la posibilidad de una difusión masiva de la prensa sólo se entiende del todo contemplando la transformación general técnica en el conjunto de la sociedad decimonónica. Es decir, atendiendo a un elenco de innovaciones en el ámbito general de la comunicación, que posibilitaron el desenvolvimiento de un nuevo tipo de periódico. Las más importantes: el ferrocarril, el telégrafo y el teléfono. Sólo tales medios hicieron posible la transmisión de noticias a la velocidad y al precio adecuados, particularmente en el ambiente expansivo y conflictivo de la Europa colonialista de la segunda mitad del siglo XIX, aunque fuera EE.UU. la nación que más impulsó las innovaciones técnicas necesarias para la conversión de la prensa en un producto de consumo masivo.

En consecuencia, puede afirmarse que, desde el punto de vista de la evolución tecnológica -y pese al secular atraso del Estado español-, “La Vanguardia” nació en el momento adecuado para aprovechar la irrupción de un conjunto de medios que permitían romper con un modelo de diario hasta entonces limitado a la gacetilla local o al periódico de opinión, incluso hegemónico.

Fue, sin embargo, en el orden social y económico donde aparecieron los factores que explican la demanda -y en consecuencia la utilidad de las innovaciones técnicas- de una prensa de difusión masiva. Económicamente, y tras los terremotos de la revolución de 1848 y de la Comuna de París, Europa atravesó una ola de prosperidad, y lo mismo cabe decir de los Estados Unidos de América tras la guerra civil. La expansión colonialista europea y la colonización interior americana intensificaron la necesidad de tener noticias sobre lo que ocurría en esas nuevas fronteras. Necesidad práctica para quienes tomaban decisiones políticas o comerciales desde las metrópolis, y curiosidad espiritual para un público creciente, interesado en conocer detalles sobre la fantástica aventura que perfilaba la intervención en ultramar de su respectivo país.

En el orden económico, un problema había entorpecido hasta entonces el acceso masivo al diario: su elevado precio. Pero en el contexto de prosperidad que caracterizó el fin de siglo, la publicidad -para vender, comprar o establecer relaciones comerciales- vino a jugar un papel importante, decisivo más tarde, en el alivio de los problemas financieros que sufrían los periódicos. Ahora bien, el papel de la publicidad y su inserción en el concepto de diario como “mercancía de producción masiva” -rentable para el fabricante y asequible para el comprador-, se asentó sobre un cambio decisivo y de largo alcance: el incremento sustancial de la instrucción pública, ámbito en el que los propios gobiernos tomaron medidas encaminadas a la educación de las capas más pobres, generando así un potencial de futuros lectores. De ese modo, el mercado de la prensa se encontró con una demanda desconocida hasta entonces, consecuencia de la alfabetización de amplios sectores sociales.

Esa alfabetización resultó decisiva, aunque en un contexto condicionado por un importante elemento político: el avance de la democracia, entendida ésta como el avance del sufragio y, por lo tanto, de la integración de más y más ciudadanos en los asuntos políticos. De ese modo, el avance de las libertades democráticas -y, en concreto, de la libertad de prensa, una reivindicación de la revolución europea de 1848³ que no se debilitó en su pugna con los gérmenes de reacción del antiguo régimen-, junto a las guerras exteriores y el colonialismo, suscitó una polémica lo suficientemente viva para ser apreciada e interesar a las decenas de miles de personas con la instrucción suficiente para utilizar el diario como un medio de información.

Esta masificación iba a entrecruzarse con la publicidad, dispuesta a actuar allí donde pudiera encontrar difusiones masivas a sus reclamos. Y así, a partir de unas circunstancias ventajosas y con el acicate de unos anuncios que al propio tiempo que sostenían en grado creciente al periódico, le obligaban a hacerse más accesible al público -para disponer de más publicidad en la medida que la audiencia se incrementase-, la prensa se fue transformando y creciendo de día en día.

El crecimiento, sin embargo, dio lugar a una diversificación -en base a una fuerte competencia y a la incidencia sobre un mercado de lectores en aumento- de la prensa y de los modelos de diario. Esa es otra particularidad del contexto en el que nació “La Vanguardia” y que conviene señalar para saber cuáles fueron las identidades de referencia en el momento de su nacimiento. En definitiva: el diario barcelonés surgió en un tiempo favorable desde el punto de vista de la tecnología para la prensa, pero encontró también un campo abonado de experiencias diversas que pudieron ayudarle en la elección de un determinado modelo de referencia (y la vocación de imitar a “The Times”, expresada por uno de los directores clave de “La Vanguardia”, Modesto Sánchez Ortiz, va en esa dirección, según se señala en el capítulo 2.1.).

1.2. Los nuevos modelos surgidos de la masificación de la prensa

Tal como se señalaba en el punto anterior, en la segunda mitad del siglo XIX los diarios decidieron dirigirse no ya a una clase poco numerosa de “electores censatarios”, sino a todos los que sabían leer, que eran cada vez más. En ese contexto, el papel de la publicidad como recurso creció en importancia al posibilitar el abaratamiento de los precios y el avance hacia el diario como mercancía que, producida masivamente, ofrecía beneficios. A la sombra de esos afanes expansionistas, las tendencias y evoluciones que conducían al éxito de público descartaron rápidamente los modelos de diario que no ofrecían posibilidades de crecimiento. Y es que hasta la segunda mitad del siglo XIX, abundaron -particularmente en la Europa continental- los diarios de

³ *Ibidem*, pag.154.

opinión y de partido. Una circunstancia que no resulta extraña, si se tiene en cuenta que no existían otros medios de comunicación -exceptuando la oratoria en los mitines- para el conocimiento por el público de las posiciones e ideas de los diferentes grupos políticos.

Sin embargo, no tardó en advertirse que el éxito de ventas pasaba por ofrecer más información, reduciendo las noticias a breves y a numerosas notas, y redimensionando los hasta entonces exhaustivos editoriales. En resumen, buena, amplia y variada información, muchas páginas, independencia política y un planteamiento interclasista. La evidencia, entonces, de que los diarios podían dar dinero a partir de un planteamiento comercial -de “servicios”-, dejando la política de lado, llevó a ofrecer un contenido noticioso completo e interdisciplinar (incluyendo información comercial y financiera, deportiva, de interés humano, etc.). Las exigencias básicas consistían en transformarse, adecuar los contenidos y aplicar las innovaciones técnicas⁴.

Pero esa ambición de ganar más público -particularmente en una nación marcada por un desproporcionado vacío histórico: Estados Unidos- condujo también a diversificaciones e innovaciones importantes en el contenido de los diarios; innovaciones que, sin embargo, venían gestándose desde bastantes años antes. Prueba de ello es que ya en 1833, había aparecido en Estados Unidos el primer periódico que informaba sobre “temas humanos”⁵. Y muy pronto se comprobó que la ampliación de público exigía avanzar por esos derroteros: es decir, sacrificar los caracteres propios de un cierto “puritanismo informativo” y ofrecer noticias inscritas dentro del más banal e intrascendente concepto de “interés humano”. Incluso los diarios más serios hubieron de rendirse en muchos casos al atractivo que sobre la gran masa de lectores provocaban los llamados folletines por entregas. Y es que el nuevo público crecía en número a partir de esos contenidos informativos, más que sobre la información política.

En consecuencia, muchos periódicos incluyeron información de diversos ámbitos no estrictamente políticos, al tiempo que incentivaban las ventas mediante concursos, regalos, sorteos, etc. Alrededor de 1880, los modelos sensacionalistas -con grandes titulares y noticias sobre crímenes, actos delictivos y problemas humanos que desplazaban la esencia básica y profunda de un acontecimiento- se encontraban lo suficientemente definidos como para experimentar un crecimiento espectacular. Pulitzer y Hearst, en USA, fueron los más conocidos líderes en la búsqueda de nuevos procedimientos encaminados a incrementar el número de lectores. Y ese periodismo popular, sensacionalista o amarillo que contribuyeron a crear, encontró su formato idóneo -para personas apresuradas, sin tiempo de una lectura sosegada- en el tabloide, que apareció entrado ya el siglo XX.

⁴ *Ibidem*, pag.187.

⁵ *Ibidem*, pags.149 y 203

La expansión del modelo “frívolo” de diario vino a coincidir, de forma simultánea, con una transitoria crisis de los periódicos serios, reflexivos y depuradamente políticos que experimentaron ciertas dificultades económicas (como el propio “Times”, que fue vendido⁶ a Northcliffe, propietario de diversos diarios sensacionalistas que, sin embargo, mantuvo su carácter). Es decir, la ola de cambios mostró, incluso en las más prestigiosas instituciones de la prensa, la necesidad de proceder a una renovación.

“La Vanguardia”, al principio como diario de partido, pero muy pronto como mercancía informativa capaz de generar beneficios, nació en ese contexto de modificaciones revolucionarias para el conjunto de la prensa. De ese modo, se encontró con un abánico mucho más amplio de modelos definidos que si su aparición hubiese tenido lugar décadas antes.

2. La evolución del modelo

2.1. “La Vanguardia”, diario de partido

“La Vanguardia” que nació el 2 de febrero de 1881 mostraba una cabecera con el logotipo compuesto en Egipcia condensada -una letra muy típica de la época, ya que ejemplificaba la transición que se vivió en la segunda mitad del siglo XIX desde la romana hacia los tipos de palo seco, en aras de la mayor legibilidad que exigía una prensa de masas⁷-, y que se acompañaba de una explícita definición: “Diario político de avisos y noticias”, a lo que se añadía un dato inequívoco: “órgano del partido constitucional de la provincia de Barcelona”.

Esta fisonomía había cambiado ligeramente hacia 1885, cuando el logotipo aparecía compuesto ya en caracteres en palo seco (de rasgos muy semejantes a la Microgramma condensada) y el diario se presentaba como “órgano del partido liberal de la provincia de Barcelona”, del que los fundadores eran dirigentes locales. El periódico, de régimen diario, contaba (hasta 1890 en que se fusionaron en una sola, matinal) con dos ediciones: una de mañana y otra de tarde (y como muchos otros diarios de la época, la portada matutina se destinaba enteramente a publicidad, en tanto la vespertina contenía casi exclusivamente información). Por su estructura y apariencia, “La Vanguardia” de esos primeros años era un cuadernillo de mano, con una paginación que no iba más

⁶ Weill, *ob.cit.*, pag. 182.

⁷ La identificación de las tipografías a lo largo de este anexo debe gran parte de su mérito al asesoramiento del profesor Josep Rovirosa, jefe de estudios de los Estudios de Periodisme de la UPF y con un larga trayectoria profesional vinculada a la maquetación de diarios. Por el contrario, los errores son únicamente imputables al autor de la investigación.

allá de las 8 páginas -aunque el primer número contaba con 24-, un formato reducido (203 cm por 131) y una difusión limitada al ámbito local de Barcelona. El contenido se ajustaba a los géneros redaccionales propios de la época (el comentario y la crítica), aunque también a los incipientes, como la crónica (ver fig.1).

Parece evidente, a tenor de esta primera y apresurada definición, que “La Vanguardia” se inscribió en sus orígenes en la llamada prensa de opinión y -si nos atenemos a las tipificaciones del profesor De Gregorio⁸- fue inspirada a partir de la “tesis aristocrática” (que contempla los periódicos como órganos de ideas encaminados a ganar la voluntad de sus lectores a la causa de las élites que los editan). Dicho de otro modo, “La Vanguardia” nació como un instrumento del poder espiritual (si atendemos a una clasificación de los poderes formulada por Raymond Aron⁹), instrumento explícitamente destinado a influir políticamente en sus lectores.

Un periódico de ese carácter, y a esas alturas del siglo, tenía necesariamente que perder dinero¹⁰. En cuanto a las razones que, pese a ello, llevaban a mantener la cabecera es algo que responde a otras incógnitas sobre el nacimiento y posterior evolución del diario, en un contexto -el de la estabilidad política que propició la Constitución de 1876- que favoreció¹¹ la aparición de numerosos diarios catalanes: “El Correo Catalán”, en 1876; “El Noticiero Universal”, en 1888, o “La Veu de Catalunya”, en 1899. Y es que, en realidad, “La Vanguardia” nació como una necesidad política en el contexto barcelonés de la Restauración. En España, en 1880, el bipartidismo era la realidad política impuesta tras el torbellino de las guerras carlistas y la república confederal; un bipartidismo que tenía dos polos: uno dominante, los conservadores de Cánovas del Castillo -verdadero inspirador del sistema, que quería ser una lejana adaptación del británico-, y otro, menos poderoso, en torno a los liberales de Sagasta. Ambos grupos se alternaban, no obstante, en el poder, que excluía a las fuerzas políticas ajenas al planteamiento monárquico-dinástico.

En Barcelona, los jefes conservadores disponían de un órgano de prensa poderoso e influyente: el veterano “Diario de Barcelona”¹², nacido en el siglo XVIII y decano de la prensa española. Paralelamente, otro diario barcelonés fundado poco antes que “La Vanguardia”, “El Correo Catalán”, constituía la expresión de los partidarios de don Carlos de Borbón¹³. Por contra, los liberales de Sagasta carecían de un diario propio, y además estaban divididos con respecto a Rius y Taulet, promotor de la Exposición Universal de 1888. Fue, por lo tanto, esa necesidad la que llevó

⁸ Domenico de Gregorio, *Metodología del periodismo*, pags.46 y ss.

⁹ Citado por Manuel Parés i Maicas en “Cultura política y comunicación de masa”, curso de doctorado 1987-88, Facultad de Ciencias de la Información, UAB

¹⁰ Así se reconoce en la *Història de La Vanguardia (1884-1936)*, de Agustí Calvet, pag.29.

¹¹ Según la interpretación de Josep Maria Casasús en su artículo “La Vanguardia i Catalunya”, *Debat Nacionalista*, nº 19, otoño de 1992, pags.70-73.

¹² Agustí Calvet, *Història de La Vanguardia (1884-1936)*, pag.27.

¹³ *Revista de la AEDE*, número de julio de 1981, pag.110

a una facción del partido liberal, la encabezada por los industriales igualadinos del textil Carlos (1835-1897) y Bartolomé Godó, a fundar un diario¹⁴. El nombre, en consecuencia, de “La Vanguardia” -por lo general un diario conservador y de trayectoria moderada-, se explica en base a este origen: la respuesta liberal frente al “oscurantismo e inmovilismo conservador” (como rezaba la declaración política, “Nuestro pensamiento”, que incluía el diario en su primer número).

Esta polarización melodramática del arco político (“la reacción avanza”, se llegará a afirmar desde el propio periódico) pudo responder al doble intento de apropiarse del legado radical y republicano en materia de derechos y libertades (con vagas referencias a la “revolución gloriosa” de 1868 en “Nuestro pensamiento”), y de legitimarse como alternativa política incluso de los desafectos al sistema, personificando los defectos de aquél en el polo opuesto: los conservadores de Cánovas del Castillo. Junto a ello, la publicación respondía a un principio de interés, que el periódico se guardaba muy bien de ocultar por cuanto representaba un objetivo grupalmente asumido por buena parte de la burguesía industrial catalana: la defensa a ultranza del proteccionismo, único capítulo en el que –a diferencia de Sagasta- los conservadores mostraban, a juicio de “La Vanguardia”, un celo verdaderamente liberal.

Aun así, el periódico defendía valores específicamente liberales -de hecho, en 1890, de nuevo con los liberales en el poder, se aprueba la ley de sufragio universal- y se manifestó, por ejemplo, contrario a la pena de muerte (“nos causa horror”, se afirmaba en febrero de 1886, antes de añadir que “no es con sangre con lo que se ahogan las revoluciones”) o a cualquier género de violencia (“Ni terror rojo, ni terror blanco”, se afirma en el número del 2 de agosto de 1909). Al mismo tiempo, y pese a la agresividad hacia los conservadores de Cánovas, “La Vanguardia” mantuvo desde su nacimiento una actitud “respetuosa” hacia la Monarquía, lo que constituyó una postura especialmente “valorada” por tratarse de una “cabecera liberal y progresista”¹⁵.

Pese a ese carácter marcadamente político y propagandístico, el diario insertaba en sus páginas una abundante proporción de publicidad y ofrecía ventajas y obsequios a sus suscriptores (incorporando así una política de promoción propia de los diarios con vocación empresarial, aun cuando la tirada inicial no superó los 1.000 ejemplares, la mayoría a través de suscripciones). Esos esfuerzos no impidieron que el diario sufriera pérdidas, en un contexto político de crisis del sistema

¹⁴ Carlos Godó (1834-1897) y Bartolomé Godó (1837-1894) nacieron en Igualada, aunque se establecieron en Barcelona. Posteriormente, se trasladaron a Bilbao donde instalaron una casa de comisión (y otra en Oviedo). En la capital vizcaína, Carlos Godó contrajo matrimonio y tuvo a su hijo Ramón Godó y Lallana, primer conde de Godó. De vuelta a Barcelona, prosiguieron con las casas de comisión y adquirieron una fábrica de hilados de yute, y posteriormente instalaron una de tejidos de yute. En 1881 militaban en el Partido Liberal y decidieron presentarse a las elecciones a Cortes por el distrito de Igualada. Con ese objetivo crearon “La Vanguardia”, que debía de servirles como instrumento de apoyo (Joaquín Ibarz Melet, *La Vanguardia*, tesina de fin de carrera, pags.61 a 63).

¹⁵ Los entrecomillados proceden de un texto elaborado por Pedro Voltes –historiador y catedrático de Economía de la UAB-, sobre la historia de “La Vanguardia” desde 1881, que no llegó a publicarse.

“caciquil” de la Restauración, que reducía cada vez más su valor como órgano de opinión¹⁶. En semejantes condiciones, lo más probable es que el periódico hubiese desaparecido como tantos otros efímeros portavoces de organizaciones políticas. Sin embargo, el 1 de enero de 1888 -año de la Exposición Universal de Barcelona- “La Vanguardia” apareció con un nuevo formato y una declaración de intenciones que suponía un cambio radical de planteamiento¹⁷.

¹⁶ El historiador Miguel Martínez Cuadrado señala en *La burguesía conservadora*, pags.66 y 67, que “a partir de 1883 (...), la prensa de partido alcanzó cierta importancia y estabilidad”, aunque admite que sólo la “prensa independiente, de información y de calidad alcanza difusiones sorprendentes”.

¹⁷ En 1887, Carlos Godó logró la propiedad exclusiva del periódico, ya que inicialmente la compartía con quien era, además, director del rotativo: Jaime Andreu. Según Voltes –texto citado-, “la decisión de romper con la etapa partidista” tuvo que ver con “el hastío” y “el desencanto político” de la sociedad barcelonesa, mientras que la determinación de lanzarse a una aventura empresarial respondía al hecho de contar con “la adhesión de un número mayor de lectores”.

2.2. Del diario de partido al diario de empresa

El nuevo periódico contaba con 8 páginas, un formato de 33 cm por 48,6 -es decir, una medida a medio camino entre el sábana y el futuro tabloide- y estaba compuesto a cuatro columnas de 16 picas, separadas por sendos filetes de doble hilo. La cabecera siguió componiéndose en palo seco -aunque empleando tipos menos alargados- y el texto en Excelsior. El estilo, en disposición vertical, era un calco a cuatro columnas del modelo conservador que ofrecían, a seis, los “Times” londinense y neoyorquino de la segunda mitad del siglo pasado. El resultado era marcadamente fúnebre, rasgo que la progresiva incorporación de las necrológicas a la portada acentuó, aun cuando ésta incluía algunas ilustraciones (como se aprecia, por ejemplo, en el número del 7 de octubre de 1888). La titulación, siempre a una columna y en cuerpos no superiores al treinta, se componía en Univers, empleando versales y minúsculas indistintamente, y en American Typewriter. Para encabezar las incipientes y escasas secciones, se empleaban la ya citada Univers y también Garamond.

En un principio, la portada presentó un sumario bastante detallado que se ubicaba siempre en la columna de entrada, hacia la mitad superior de la página. Posteriormente, el sumario desapareció, algo que vino a coincidir con la creciente invasión de la primera página por los anuncios y las necrológicas, que completaron su ocupación total de la portada a comienzos de siglo. La identidad del periódico figuraba de forma invariable en la cabecera de todas las páginas, junto a su numeración, caracteres que se mantuvieron estables y consolidados a partir de entonces (lo mismo que la fecha, desde 1898).

Los ámbitos de cobertura informativa del diario incluían la realidad internacional, la nacional y la local, así como una información económica y comercial que ocupaba una sensible extensión de superficie impresa. Junto a ello, el diario incluía las colaboraciones, la información de sucesos y tribunales, unas notas religiosas y referencias a determinados espectáculos. Los números de esta época -finales de los 80, principios de los 90-, insertaban una creciente proporción de publicidad (que cubría la portada y las dos últimas páginas). El diario incluía también un folletín por entregas.

Pese a algunos elementos característicos propiamente híbridos -tales como el citado folletín-, no parece difícil situar esta 'Vanguardia' en el esquema de Josep Maria Casasús sobre la evolución del periodismo moderno¹⁸. Así, a finales del siglo XIX -y concretamente a partir de 1888-, “La Vanguardia” había dejado claramente de ser un diario de opinión (o de partido, o de clase)

¹⁸ Esquema sobre la evolución del periodismo moderno, Curso de doctorado 1986-1987: “La organización de una Redacción multimedia en función de las técnicas periodísticas modernas y de acuerdo con las nuevas tecnologías”. Facultad de Ciencias de la Información, U.A.B.).

-modelo hegemónico hasta mediados de siglo-, y se había inscrito sin reservas en el incipiente modelo informativo, “independiente, profesional, comercial y de servicios”¹⁹, una orientación que también se apreció en otros diarios barceloneses, adscritos inicialmente a posiciones de partido. Los géneros empleados (crónicas y abundantes informaciones) refuerzan esta afirmación.

Sin embargo, junto a los rasgos formales²⁰ y de contenido que situaban a “La Vanguardia” de la época en el ámbito de un determinado modelo, el propio diario, a través de una declaración de intenciones (bajo el título “A nuestros lectores”) inserta en la portada del 1 de enero de 1888²¹, realizó una útil y precisa autodefinición; una autopresentación que resumía con especial agudeza los rasgos básicos de la nueva prensa masiva: interclasismo, independencia, buena y abundante información e innovaciones técnicas. Véanse, como muestra, algunos significativos párrafos:

“Cualquiera que vea el ‘Times’, no necesita ver que está fechado en Londres para saber que es el periódico de una nación rica, poderosa y sabia. La vida de Inglaterra, tan vigorosa como se destaca en el cuadro de la historia contemporánea se refleja en el gran periódico, así en su texto escogido, variado y ameno, y siempre sesudo como en su parte material y tipográfica.

Un periódico es la bocina de todos los ecos armónicos, es la repetición de todos los intereses legítimos; en él ha de encontrar cada clase su nota, cada lector su frase, y en este concepto y por este medio el periódico vendrá a ser el retrato exacto de la sociedad en cuyo seno y para quien se hace.

No intentamos nosotros hacer un ‘Times’ (...), pero sí queremos que nuestro periódico (...) refleje en primer término y con la mayor exactitud posible la vida de Barcelona, luego la de Cataluña, y por último la de España entera, que constituyen las tres relaciones primordiales de nuestra existencia social”

Lo cierto es que el segundo y tercer párrafo del texto extractado configuran, como se podrá comprobar posteriormente, una concepción ideológica del periódico prácticamente inalterable hasta nuestros días. Sin embargo, resulta significativa la mención al “Times”, ya que además de establecer una referencia inequívoca, reconoce implícitamente una sensible influencia de ese modelo británico, que se prolongará durante mucho tiempo y que se extendió a los aspectos formales²².

¹⁹ Casasús, “La Vanguardia y Catalunya”, *Debat nacionalista*, nº19, otoño de 1992, pag.71.

²⁰ La nueva “Vanguardia” de 1888 estrenó un nuevo formato: 440x290.

²¹ Donde, además, desaparecieron los dos enunciados iniciales: “Diario político de avisos y noticias” y “órgano del partido constitucional de la provincia”

²² Tal como señalan Manuel Lamas y Carlos Pérez de Rozas (director adjunto de Arte desde 1988) en *La Vanguardia Magazine*, del 10 de febrero de 1991, pag.96

La declaración de intenciones abordó también otras cuestiones no menos importantes. En varios párrafos se anunciaban sucesivas reformas en la confección del periódico, del que ese número era ya una muestra, así como la inclusión de un plantel de colaboradores prestigiosos²³, servicios telegráficos para obtener informaciones rápidas de los distintos puntos de España (y posteriormente de Europa a través de una incipiente red de corresponsales) y creación de nuevas secciones y servicios. De hecho, el cuerpo de redactores estaba compuesto en 1890 por once personas, al margen de los numerosos colaboradores y varios corresponsales en el extranjero²⁴. No menos interesantes eran los apartados finales de la nota, donde se afirmaba la voluntad del diario - en un contexto de emergencia del catalanismo político- de ser un signo de la cultura catalana (y así lo atestigua el hecho de que contara entre sus colaboradores con personalidades tan representativas como Santiago Rusiñol, Víctor Balaguer, Josep Ixart, Joan Sardà, Frederic Rahola o Narcís Oller, o de que informara con moderada simpatía sobre los acontecimientos culturales, como se aprecia en “El Congreso de la lengua catalana y la Exposición bibliográfica”, de Miquel dels Sants Oliver, en “La Vanguardia” del 13 de octubre de 1906). Asimismo, en la mencionada nota se explicitaba otro duradero rasgo del diario: la voluntad de realizar una crítica severa pero siempre respetuosa.

Este proyecto se vio acompañado de una dotación técnica e infraestructural adecuada a sus aspiraciones, entre las que cabe incluir el nuevo formato ampliado. Así, en 1888 se produce un primer traslado desde la sede inicial (en la calle de Las Euras) a un local de la calle Barbarà, y, en 1892, de ahí a unos amplios locales en la Rambla, que permiten instalar -además del primer taller de grabado en 1894- “en el espacioso vestíbulo una sala de exposiciones de pintura y un curioso servicio de teléfonos para que los suscriptores del periódico pudieran escuchar en directo las óperas que se interpretaban en el vecino Gran Teatro del Liceo” (“La Vanguardia”, cuadernillo conmemorativo del centenario, 1 de febrero de 1981, pags. 3 y 4). Además, en 1900 se adquirieron las primeras linotipias y en 1903 se estableció “el servicio telegráfico exclusivo, el primero de carácter particular” en España²⁵ y que permitió la conexión directa, “en vísperas de la Primera Guerra Mundial con las agencias Havas y Reuter”, entre otras.

Sin embargo, la ambición de los rectores del rotativo y su creciente éxito y expansión le obligaron once años después (el 25 de octubre de 1903) a trasladarse al inmueble actual²⁶ (en la calle

²³ Según una relación elaborada por el historiador Pedro Voltes y que figura en un texto no publicado, los colaboradores fueron de renombre desde el primer momento y buena prueba de ello es que en la primera etapa del diario aparecieron artículos de firmas del relieve de José Echegaray, Mesonero Romanos, Gustavo Adolfo Becquer y Pedro Antonio de Alarcón, o del propio Victor Hugo, Alfonso Daudet y Octavio Mirabeau.

²⁴ Esta información procede de Voltes, texto citado.

²⁵ El entrecomillado es de Voltes (texto citado).

²⁶ El precio del nuevo edificio -encargado en 1901- se elevó a 280.000 pesetas de 1904, cantidad a la que hay que sumar 55.000 pesetas a cuenta de otra edificación en la calle Tallers. El Ayuntamiento de Barcelona concedió en 1904 una “mención honorífica especial al edificio de ‘La Vanguardia’ por sus méritos artísticos y arquitectónicos”. La información procede del mencionado texto de Pedro Voltes.

Pelai, de Barcelona) y a adquirir una rotativa Koenig Bauer²⁷, a la que a finales de 1911 se añadió otra, con objeto de alcanzar las 24 páginas²⁸. De esa misma época (1912) data la construcción en Poble Nou de una fábrica para el suministro de papel²⁹, que más adelante serviría de sede para los talleres de huecograbado y, a partir de 1989, para el conjunto de las instalaciones de impresión y manipulado.

El modelo de diario elegido entonces por la propiedad puede resultar paradójico, hoy, si se considera que el objetivo principal era convertir “La Vanguardia” en una empresa para ganar dinero. Si bien algunos de los rasgos adoptados estaban totalmente en línea con el signo de los tiempos, a primera vista lo más conveniente para un periódico enfocado como negocio parecía ser la adopción de los caracteres en alza en el nuevo mundo y también en ciertos países de Europa: aquéllos que configuraban los nuevos diarios populares, un vistoso mosaico donde la información desplazaba a la opinión y las noticias sensacionales a los editoriales, al tiempo que la preeminencia quedaba del lado de los relatos de interés humano o relatos “vividos”. Un modelo que se acompañaba, al calor de los nuevos progresos, de avances en la ilustración gráfica, particularmente útiles para un público -el masivo- que no contemplaba la lectura del periódico como un esfuerzo intelectual. Paralelamente, la evolución general mostraba que la política como eje informativo perdía terreno, particularmente si no se abordaba desde posiciones de creíble independencia.

El modelo escogido por “La Vanguardia” no dejó, sin embargo, de introducir, pese a la referencia respetuosa al severo “Times”, ciertas peculiaridades que lo hicieron más atractivo. Ahora bien, las razones por las que se desechó un modelo popular y se adoptó, en cambio, un modelo decididamente informativo sólo pueden suponerse. Una de ellas podría ser el propio origen del diario -un órgano de opinión-, claramente en conflicto con cualquier evolución hacia el amarillismo desaforado. La otra, si nos atenemos a la información suministrada por uno de sus directores decisivos, Agustí Calvet *Gaziel*³⁰, la crisis de su más importante competidor, “El Diario de Barcelona”, lo que dejaba un espacio vacío que “La Vanguardia” supo ocupar con habilidad y prontitud presentándose como un diario serio, pero abierto y dinámico, en línea con la modernidad. Por último, las peculiaridades del país, sus retrasos y diferencias, así como los particulares déficits de alfabetización que mostraba España a finales del siglo XIX, dejaban probablemente poco espacio a

²⁷ La nueva rotativa permitía editar un diario de ocho páginas a razón de 24.000 ejemplares/hora y costó alrededor de 30.000 marcos alemanes (Voltes, *text.cit.*).

²⁸ Esa nueva máquina costó 31.000 marcos, según los datos de Pedro Voltes (*texto citado*).

²⁹ Casasús, “La Vanguardia y Catalunya”, *Debat nacionalista*, nº19, otoño de 1992, pag.71. Por su parte, Voltes (*texto citado*) precisa que el diario consumía hacia 1920 más de 2.000 toneladas de papel, fabricado por la propia empresa en su fábrica de Poble Nou.

³⁰ *Història de La Vanguardia (1884-1936)*, Edicions Catalanes de París, 1970, pag.31.

una prensa de masas, sensacionalista e incisiva que, no por ese carácter, iba a acrecentar el número de lectores.

Se avanzó, en consecuencia, por una vía más acorde con el origen fundacional del diario, aunque asumiendo profundamente las exigencias crecientes de las clases medias lectoras, particularmente numerosas en Cataluña con respecto al resto de España: información abundante e independencia. Más adelante, la experiencia propia y la ajena permitieron clarificar todavía más los rasgos adecuados, lo que llevó a acentuar los elementos híbridos del diario.

En cualquier caso, parece evidente que “La Vanguardia” bebió de la experiencia de rotativos serios, como el “Times” (y su homólogo norteamericano, “The New York Times”, un ejemplo de independencia política y de distinción entre política y comercio o noticias y anuncios³¹), y es probable que lo hiciera también de la naciente experiencia de la prensa regional francesa (formada por grandes diarios de signo normalmente liberal, editados en provincias y que informaban con detalle microscópico de lo ocurrido en cada departamento³²), aunque sin hipotecarse a un modelo fijo (el del “Times”) que, como se ha señalado ya, atravesó serias dificultades en algún momento.

El mestizaje resultante, bajo la hegemonía de un modelo de diario informativo y serio (con sumario en portada, incipientes secciones temáticas, información política y presentación vertical, pero también con crónica de sucesos, folletines y abundante publicidad de todo tipo), ha de entenderse, sin embargo, como resultado, sobre todo, de una consideración básica en la definición del modelo: la existencia de un planteamiento decididamente empresarial, de diario de empresa con criterios de máxima rentabilidad, o, más explícitamente, de diario “como empresa”. Prácticamente todo lo ocurrido después con “La Vanguardia” (la fidelidad relativa a un modelo y la introducción de elementos propios de otros si servían para incrementar las ventas) puede entenderse a partir de ahí, sin olvidar, claro, los orígenes del diario y su matizada vocación liberal.

Una de las consecuencias de este planteamiento sobre la ideología de un rotativo, la describe con aguda precisión Georges Weill³³, al afirmar que “cuanto más se convierte un periódico en empresa industrial, menos capaz es de emprender campañas enérgicas en que corra el riesgo de enajenarse los grupos importantes de la población. Se limita, pues, a dar noticias; es prudente, ya que el desarrollo de la instrucción y de la vida política han hecho a los lectores menos dóciles y menos crédulos”. Aunque eso suponga, inevitablemente, ir a remolque de los acontecimientos.

³¹ Georges Weill, en *El Periódico*, pag.233. Por otra parte, Manuel Lamas y Carlos Pérez de Rozas señalan que “The Times” inspiró la renovada fisonomía de “La Vanguardia” (“La Vanguardia Magazine”, 10 de febrero de 1991, pag.96).

³² Weill, *op.cit.*, pags.188-189.

³³ George Weill, *op.cit.*, pags. 292 y 293.

Curiosamente, uno de los principales artífices de esa afortunada reorientación de “La Vanguardia” fue un periodista andaluz, nacido en Aljaraque (Huelva) y “procedente de las filas del sagastismo madrileño”³⁴: Modesto Sánchez Ortiz (1858-1937), auténtico motor del proyecto en sus primeras etapas (1888-1902), que tuvo además el acierto de abrir el diario a los sectores más prestigiosos de la intelectualidad catalanista a través de sus contactos con el Ateneo Barcelonés.

Sánchez Ortiz se hizo cargo del periódico el 28 de diciembre de 1887 “con plena autonomía redaccional”³⁵, después de que al frente del rotativo pasaran, en apenas cinco años, cinco directores: Pedro A. Torres, Alfredo Sánchez, José Guilbó, Roger Miguel y Emilio Sanz. En ese periodo, “La Vanguardia” padeció tres secuestros, mientras que el propio Sánchez Ortiz sufrió su primer procesamiento en 1892. Entre los sucesores de Sánchez Ortiz, hay que destacar dos directores que jugaron un papel igualmente clave: el primero, Miquel dels Sants Oliver (1864-1920), un catalanista moderado, monárquico y conservador, que formó parte del grupo de periodistas que abandonaron el “Diario de Barcelona” por discrepancias con su propietario³⁶ y que se incorporó a “La Vanguardia” en 1906 como codirector y se hizo cargo de la dirección a partir de 1911 (y cerró la década con tiradas superiores a los 80.000 ejemplares³⁷); y el segundo, Agustí Calvet *Gaziel* (1887-1964), quien –también como codirector entre 1920 y 1931³⁸ y luego en solitario hasta 1936- llevaría a “La Vanguardia” al primer puesto de la prensa española, con una difusión cercana a los 200.000 ejemplares³⁹.

Ahora bien, si el proceso de innovación fue viable, ello se debió también a un cambio generacional en la propiedad del diario a partir del fallecimiento de Bartolomé Godó (en 1894) y de Carlos Godó (en 1897). Ramón Godó Lallana (1864-1931), el hijo de uno de los fundadores (Carlos), fue quien concibió “La Vanguardia” desde una perspectiva esencialmente empresarial, con todas las sombras pero también todas las luces que ello suponía, ya que, por ejemplo, las pintorescas fórmulas de dirección tripartita o cuatripartita que se registraron en el diario durante su mandato (y concretamente entre 1906 y 1911, y entre 1920 y 1931) respondían a su voluntad de actuar como “editor”, aunque también al “deseo de neutralizar el poder y la influencia de un director único”⁴⁰. Eso sí, dada la debilidad inicial del proyecto, buena parte del impulso tecnológico

³⁴ Casasús, “La Vanguardia y Catalunya”, *Debat nacionalista*, nº19, otoño de 1992, pag. 71.

³⁵ El entrecomillado hace alusión al “contrato de prestación de servicios” que Sánchez Ortiz suscribió con la propiedad –“que se reservaba expresamente el derecho a marcar la línea de la publicación de acuerdo con sus ‘ideas políticas’- y cuya mención figura en el texto de Pedro Voltes. Ese contrato establecía un sueldo mensual de 625 pesetas y un 25% del beneficio líquido de la empresa.

³⁶ Josep Pla, *Homenots. Quarta sèrie. El senyor Godó i 'La Vanguardia'*, pag.290 a 295.

³⁷ Sánchez Ortiz había logrado situar la tirada hacia 1898 en torno a los 15.000 ejemplares (Josep María Casasús, *art.cit.*, pag.71)

³⁸ Voltes (*texto citado*) alude a 1931, aunque existe una cierta confusión, ya que es posible que la oficialización del nombramiento no se produjera hasta 1933.

³⁹ Josep Maria Casasús, *art.cit.*, pag.71.

⁴⁰ El entrecomillado es de Pedro Voltes, *texto citado*.

e infraestructural corrió a cargo de las aportaciones de su propietario, que heredó una cabecera cuya difusión rondaba los 10.000 ejemplares y la transformó en un producto que vendía más de 150.000 copias⁴¹. Y la mejor prueba de la extraordinaria metamorfosis que experimentó el rotativo barcelonés la ofrece la facturación anual por anuncios, que se elevó a 378.113 pesetas en 1911, se multiplicó por seis diez años después (al superar los dos millones de pesetas facturadas) y se había duplicado en 1931 –a la muerte de Ramón Godó- al alcanzar una cifra por encima de los cuatro millones y medio de pesetas.

El diario inició así un proceso gradual de transformación -formal, de contenido y de la base técnica sobre la que se sustentaba-, con la intención de adaptar a su ámbito los rasgos y características de aquella prensa que triunfaba en otras partes. Es decir, iba a asumir los rasgos más precisos de lo que en el esquema de Josep Maria Casasús⁴² se define como el modelo hegemónico hasta 1945: el “diario informativo, o de empresa, o industrial”.

En ese sentido, “La Vanguardia” observó una transformación de diversos de sus aspectos destinada a consolidar las características del modelo de referencia. Por ejemplo, la creciente paginación, que de las 8 páginas iniciales pasó a 10, los laborales, y a 12, los domingos, en la primera década del siglo, y que alcanzó las 22 páginas, los laborables, y las 32, los domingos -con puntas de 48-, ya en la década de los años 20. Este crecimiento era la respuesta a una exigencia general del público: más papel, más información; que en “La Vanguardia” fue posible satisfacer al ir acompañado de un crecimiento simultáneo de la publicidad. Sólo la publicidad permitió financiar el mayor gasto de papel y hacer frente a las limitaciones al precio de los diarios, vigentes durante la monarquía alfoncina, que los mantenían por debajo de su coste real⁴³.

Al mismo tiempo, el intenso esfuerzo tecnológico resultó clave; especialmente porque se produjo cuando el diario aún no había despegado y, en consecuencia, tuvo que sustentarse en las específicas aportaciones de la propiedad, que en los primeros años del siglo XX se convirtió en el principal acreedor de la empresa, hasta el extremo de que el edificio que alberga la sede histórica del

⁴¹ Pedro Voltes (*texto citado*) ofrece una relación evolutiva del promedio anual de las ventas y suscripciones que vale la pena reseñar:

TOTAL y suscripción:

1911: 35.422 (suscripciones: 29.414)	1925: 99.311 (suscripciones: 58.577)
1915: 57.294 (suscripciones: 41.382)	1930: 140.786 (suscripciones: 70.802)
1920: 76.093 (suscripciones: 55.420)	1935: 152.349 (suscripciones: 63.660)

La mayor difusión media durante ese periodo se produjo, no obstante, en 1934, cuando alcanzó los 177.785 ejemplares, que incluían 75.825 suscriptores.

Vale la pena destacar que la suscripción llegó a suponer el 82% de la difusión, hasta estabilizarse en torno a un 40%, una proporción que se mantuvo al alza hasta finales de la década de los 70.

⁴² Esquema sobre la evolución del periodismo moderno, Curso de doctorado 1986-1987: “La organización de una Redacción multimedia en función de las técnicas periodísticas modernas y de acuerdo con las nuevas tecnologías”. Facultad de Ciencias de la Información, U.A.B.

⁴³ *Gaziel*, *op.cit.* pags. 47 a 52.

diario desde 1903 lo pagó Ramón Godó de su propio “peculio”⁴⁴. En concreto –y junto a las rotativas adquiridas en 1903 y 1911-, la propiedad compró otras dos más en 1913 (dos Koenig Bauer, con capacidad para 18 y 32 páginas respectivamente y que costaron un total de 126.000 francos oro)⁴⁵, así como una quinta en 1919 (un modelo de dos bobinas que costó 175.000 marcos) y que podía imprimir hasta 32 páginas, con fotograbados en la primera) y, finalmente, una sexta máquina –idéntica a la anterior- en 1920.

Finalmente, las ampliaciones en la nómina de la Redacción también jugaron un papel destacado en el crecimiento del diario. Así, en 1906, el cuerpo de redactores se elevaba a una veintena –incluyendo las cinco personas que configuraban la sección de Madrid-, a lo que había que añadir los corresponsales en Londres, París, Berlín y Lisboa, así como una extensa y cualificada relación de colaboradores (entre los que figuraron el propio Miguel de Unamuno).

En cuanto a la disposición y ordenación de la información, el proceso hacia cotas mayores de orden y proporcionalidad fue lento y todavía muy alejado de los criterios que actualmente rigen el modelo de diario informativo-interpretativo o de prestigio y calidad. Resulta evidente, a través de la observación hemerográfica del periódico de esas primeras décadas, un gradual incremento de la ordenación y de la clasificación de las noticias –e incluso de la valoración espacial y tipográfica-, pero lo cierto es que este avance fue siempre muy gradual y cauteloso.

En este sentido, cabe señalar que los criterios de disposición y titulación de las noticias observaron durante algún tiempo una notable distancia con respecto a otros diarios europeos y americanos que habían descubierto ya la importancia de la primera página para valorar la actualidad –y, simultáneamente, tirar de las ventas mediante su presentación múltiple- o la pertinencia de una cierta escala de prioridades en la disposición y titulación, encaminada a reflejar distintas gradaciones en la importancia del hecho noticiado. Por contra, en “La Vanguardia” persistió una notable insensibilidad respecto a las más audaces lógicas de la puesta en página, originarias en su mayor parte del otro lado del Atlántico. Al propio tiempo, el carácter mismo del diario –deudor de una prensa de prestigio que tenía en el “Times” a su más preclaro exponente- podría explicar también la actitud generalmente reacia a las modificaciones formales, aun cuando, como consecuencia de ello, la importancia de los hechos noticiados no guardara una mínima relación con el orden y la disposición dentro del número.

En resumen, hecha excepción del sumario –cuya vida fue breve-, el conjunto de la primera página de “La Vanguardia” estuvo sometido durante décadas a consideraciones más comerciales que informativas; y, en concreto, al arbitrio de la publicidad necrológica (ver fig. 2), cuyo inserto en esa primera página resultaba muy rentable –tanto para el anunciante como para el propietario-, ya

⁴⁴ La afirmación es de Pedro Voltes (*texto citado*)

que pudo comprobarse muy pronto su correlato con una mayor afluencia de público a las exequias de quien tenía el privilegio de notificar su muerte desde tan respetable y leída tribuna. Sin embargo, aún con independencia de la humana debilidad por los ingresos de la publicidad escatológica, lo cierto es que en esa época tampoco existía en el diario una conciencia nítida de la inevitable relación entre la ubicación de una nota y la importancia del hecho al que se refería.

Como consecuencia de ello, el diario de fechas tan señaladas como las que coincidieron con el conflicto hispano-norteamericano en Cuba y Filipinas, o con importantes decisiones en el ámbito legislativo español (como la aprobación de la ley del sufragio universal), se desarrolló según el esquema fijo habitual; y ello mientras los diarios de EE.UU. se referían a los mismos hechos -claro que desde la óptica del vencedor- con un despliegue tipográfico (un titular a cuatro columnas) que en “La Vanguardia” no hizo su aparición hasta la caída de Primo de Rivera, treinta años después.

En términos generales, el esquema de desarrollo del diario arrancaba con uno o varios artículos de opinión en la primera -no siempre sobre el tema de mayor actualidad, y entendiendo por primera página el primer espacio libre, en la uno o en la tres, tras la publicidad-, y seguía con diversos bloques de noticias dispuestas verticalmente a una columna, a partir de la página 4.

A ello se añadía una disposición aún desordenada -es decir, una entremezcla de notas locales, estatales o extranjeras-, sin secciones definidas ni valoración de los acontecimientos, lo que daba lugar a resultados como los que refleja la figura 3: la implícita declaración de la Primera Guerra Mundial aparecía, nada menos, en la página 12 del ejemplar del 2 de agosto de 1914, bajo un titular en ménsula a dos columnas -lo que no dejó de ser una notable audacia- y un texto que abordaba primero las preocupaciones que ocasionaba en Barcelona el inexorable conflicto, para mencionar, en una nota posterior, la consecuente movilización militar de determinados países implicados.

Cuando al fin aparecieron, los primeros criterios de agrupamiento dieron pie a secciones tan peculiares como “La Vanguardia por TELEGRAFO Y TELEFONO/ INFORMACION POLITICA Y GENERAL DE SUS CORRESPONSALES PARTICULARES”. En este apartado, y bajo una cabecera a cuatro columnas con ese pomposo título, podía encontrarse un variado elenco de notas informativas: desde el registro exacto de un discurso del Rey a una reproducción textual de artículos publicados en la prensa extranjera, siempre con absoluta independencia de que abordaran el mismo o diferente tema. Los domingos, “La Vanguardia” publicaba además, en la primera página interior, un resumen de lo ocurrido durante la semana, a modo de crónica que cubría diversos y dispares aspectos de la actualidad. Esta entremezcla de información se mantuvo no sólo durante los últimos años del siglo XIX sino también más allá de la primera década del XX.

⁴⁵ Voltes (*texto citado*)

Mientras no existió un esquema claro de distribución de la información por secciones -al menos estable-, la mejora en la ordenación y clasificación de las notas se concretó a menudo a través de criterios temáticos. Es decir, en relación a un tema (p.ej. la guerra europea), se articulaban verticalmente y de modo sucesivo el conjunto de notas relacionadas, si bien atendiendo a cualquiera de los distintos ámbitos afectados -local, nacional o extranjero-, y sin un orden ni coherencia particularmente señalados.

De esa disposición vertical y sucesiva de las notas informativas, una tras otra y muchas veces sin ninguna relación contextual, sirva como ejemplo clamoroso la publicación en la página 15 de “La Vanguardia” del 2 de agosto de 1914 -tras un conjunto de informaciones relativas a sucesos provinciales y comarcales de ámbito catalán- de la nota que informaba sobre la declaración de guerra entre Alemania y Rusia; nota a una columna, titulada a cuerpo 24 y con texto compuesto en negrita. Una disposición que se prolongó durante años y no desapareció del todo aun cuando se produjeron avances en la identificación y clasificación de determinados ámbitos informativos: Movimiento electoral, Tribunales, Noticias religiosas -en 1907- o Información Comercial, ésta última aparecida mucho antes, con cabecera de sección a cuerpo 42 y una significativa ordenación interna.

La convivencia desordenada e indiscriminada de texto y publicidad fue también otro de los rasgos de 'La Vanguardia' de principios de siglo, un rasgo crecientemente impropio de los mejores diarios informativos de la época (como en el caso del ya citado “New York Times”). Esa convivencia promiscua persistió durante mucho tiempo, tanto en el ámbito espacial como en el tipográfico, por cuanto en este último la distinción entre texto comercial y texto informativo resultaba inexistente.

Las innovaciones tipográficas destinadas a introducir un mayor grado de distinción y ordenación comenzaron a producirse en la segunda década del siglo XX, aun cuando, “en busca de la perfección, es frecuente el variar el tipo de titular, que sucede en 1901, 1903, 1904, 1905 y 1907”⁴⁶. A partir de 1910, se generalizan al conjunto del diario los pequeños titulares en negrita -muy parecidos a los actuales ladillos- que distinguían una noticia de la anterior, aun cuando persistiese la mezcolanza temática. Por otra parte, la necesidad de atender a más acontecimientos, algunos tan volcánicos como el conflicto bélico de 1914, introdujo otras novedades tipográficas, aunque tímidas. La instauración de la Mancomunidad catalana dio pie a un inusual titular en cuerpo 30, en abril de 1914; y lo mismo respecto a la Guerra Mundial, hecho cuyo tratamiento provocó la introducción de una incipiente y levísima horizontalidad que, sin embargo, no iba en principio más allá de las dos columnas.

⁴⁶ “La Vanguardia”, cuadernillo conmemorativo del centenario, 1 de febrero de 1981, pags. 3 y 4.

La existencia, por fin, de secciones separadas se produjo durante la década de los años veinte⁴⁷. En 1923, el diario presentaba ya secciones con su respectiva cabecera. Esa cabecera estaba compuesta a cuatro columnas en Garamond a cuerpo 42 y encajada sobre un filete de 1 punto (p.ej. INFORMACION EXTRANJERA). También en esta década, cristalizó un nuevo modelo de disposición fija que contemplaba antetítulos y subtítulos (en cuerpos 20 y 16 respectivamente) acompañando a un titular principal (de dos líneas máximo y en cuerpo superior al 42), todo ello compuesto a dos columnas y ubicado en la entrada de página. El texto, no obstante, continuó disponiéndose, de forma invariable, verticalmente y en sucesión.

De mediados de la misma década (concretamente de 1924) data el cambio de familia más emblemático en la composición del logotipo del diario. El inexpressivo y primitivo palo seco fue sustituido por una cabecera en romana antigua, compuesta a todo el ancho de página, y cuya elegancia y personalidad le han permitido sobrevivir con plena vigencia hasta hoy. El diseño, según *Gaziel*⁴⁸, lo realizó un desertor francés (Franz Schuwer) que trabajaba en la editorial Seix y Barral.

Por último, aun cuando se avanzó hacia una notable unidad y estabilidad en la composición tipográfica (trabajando con Times para antetítulos y subtítulos; con Romana fina y condensada para el titular principal, y con Excelsior para el texto), no era difícil encontrar -la muestra es de octubre de 1929- importantes signos de discontinuidad en el criterio de empleo de los tipos. Así, por ejemplo, los titulos a una columna de las noticias dispuestas en sucesión vertical, se componían hoy en Univers negra, en versales, mientras que al día siguiente lo hacían en Times negra, en minúsculas. Se trataba de variaciones inscritas en la confusión vigente entre lo que, en ocasiones, eran titulares de una noticia separada y distinta de la inmediatamente anterior, y lo que, en otras, eran simples ladillos.

La posterior consolidación de la Times en cuerpo 15, para titular este tipo de notas dejó, no obstante, sin resolver la diferencia entre noticias distintas y apartados de una misma noticia. Al propio tiempo, incluso cuando se observó la mayor unidad tipográfica, persistieron distintas disposiciones para este género de títulos: centrados, bandera a la izquierda y bandera a la derecha.

Por el contrario, hay que destacar un afortunado criterio en relación al uso de la itálica o cursiva. Este género, corriente en muchos otros diarios que prescindían de su carácter poco legible y que la empleaban sin ningún criterio estable, apenas aparecía en “La Vanguardia” de la época que ahora se contempla. Es más, en las ocasiones en que el diario la empleó (ya en la década de los

⁴⁷ Hasta entonces, las embrionarias secciones (“Notas Locales”, “Notas Regionales”, “Comercio y Bolsa”, “Deportes y Turismo”, “Música y Teatro”, etc.) habían carecido de continuidad y estabilidad, pese a su anticipación tanto en lo que respecta a su encaje en el modelo informativo al que se adscribía “La Vanguardia”, como a su vocación de diario comercial y de servicios, interesado en llegar a un público amplio (comenzando por los distintos miembros de una misma familia).

⁴⁸ *Història de La Vanguardia (1884-1936)*, Edicions Catalanes de París, 1970, pag.110.

treinta), lo hizo con un claro criterio distintivo: expresar a través de esa diferenciación tipográfica la opinión del periódico (como se aprecia en “La Vanguardia”, del 16 de abril de 1931, al hilo de la proclamación de la II República), en contraste con la estricta información, compuesta siempre en Excelsior.

Con respecto a los contenidos de 'La Vanguardia' durante la época comprendida entre 1888 y la década 1920-1930, es necesario subrayar la escasa precisión que, con frecuencia, ofrecía la información del diario. Las notas informativas no siempre aparecían fechadas, y la ausencia de un esquema expositivo preciso y homologado conducía a un desarrollo de la información carente de orden. Esta ausencia de orden se manifestaba, por un lado, en la falta de jerarquía de los elementos que componían la información (dispuestos sin atender a su respectivo valor) y, por otro, en la propia confusión expositiva. Asimismo, era común la reiteración de contenidos informativos, de modo que varias veces, en una misma página, se repetían los prolegómenos de un mismo suceso (como se observa en “La Vanguardia” del 8 de octubre de 1929, en relación con el fallecimiento de Gustav Stresemann, ministro alemán de Exteriores y premio Nobel de la Paz en 1926), entremezclándose distintos aspectos de desigual valor.

Junto a ello, y pese al palpable esfuerzo por confeccionar un diario aséptico, no era raro encontrar intrusiones de carácter subjetivo y valorativo en la información (que adquiriría de ese modo un aire de narración personal). Del mismo modo, muchas notas informativas padecían visiblemente las consecuencias de una aceptación servil de las fuentes oficiales como únicas fuentes informativas. El unilateralismo resultante de ello y el carácter plano de la descripción de los hechos que se publicaba, afectaron, no obstante, menos de lo previsible a la credibilidad y al prestigio del periódico. Esta situación convivía, no obstante, con el mantenimiento de la vocación de informar, como lo demuestra la publicación, el 10 de julio de 1924, de un escrito firmado por un grupo de sindicalistas que se dirigieron a Primo de Rivera para reivindicar ciertos derechos, o con la defensa de ciertos valores, como un abierto alegato en favor de la lengua catalana publicado el 10 de abril de 1924.

Por otra parte, en los primeros tiempos de “La Vanguardia” constituyó una práctica común reproducir lo publicado por periódicos extranjeros, como una forma de suplir la impericia propia o la falta de acceso a determinadas informaciones. Esta práctica fue disminuyendo paulatinamente a medida que el diario adquirió la envergadura suficiente para contratar servicios de agencias o enviar corresponsales propios a los puntos `calientes' de la actualidad internacional (lo que empezó a producirse en la segunda década del siglo). En este aspecto, hay que considerar que el retraso de los diarios de Barcelona y de muchos del resto de España en el establecimiento de canales fluidos de

recepción de la información internacional, era generalizado. “La Vanguardia” -cuyas primeras crónicas sobre la Gran Guerra, firmadas por su corresponsal en Berlín, Enrique Domínguez Rodiño, eran enviadas por correo⁴⁹- fue el primer diario que conectó su Redacción con teletipos y que estableció un contrato con una agencia de noticias extranjera⁵⁰, que mantuvo en exclusiva durante varios años. De hecho, en 1926 -cuando la Redacción se elevaba ya a 26 personas, con cuatro correctores y siete colaboradores- fue el primer periódico español que instaló un complejo gabinete telegráfico en comunicación con las principales capitales del mundo⁵¹ (aun cuando la conexión de esa naturaleza con las principales agencias internacionales y con algunos corresponsales ya existía desde más de una década antes).

Valga como muestra de ese aislamiento informativo con el exterior, el hecho de que el primer reconocimiento público de *Gaziel* le sobrevino a raíz de la publicación por “La Vanguardia” de unas crónicas que bajo el título ‘Diario de un estudiante en París’, narraban -fuera de toda actualidad estridente- el ambiente en esa capital pocos días antes de la ruptura de las hostilidades, en agosto de 1914. Tal era el ansia de información que vivían los lectores de la época, y tal, al propio tiempo, la falta de respuesta a esa necesidad que ofrecían el conjunto de diarios.

Para terminar este punto, resulta pertinente un breve comentario sobre la ilustración gráfica de “La Vanguardia” durante esta etapa. Antes hay que precisar, no obstante, que las ilustraciones comenzaron a ser relativamente frecuentes en la prensa a principios de siglo -especialmente en la popular, que ya las ofrecía con anterioridad, incluso antes del fotograbado- y se generalizaron en muchos diarios informativos -sobre todo, norteamericanos- a partir de la segunda década. Por supuesto, esa presencia “relativamente frecuente” jamás significó la sobreabundancia actual, pero sí un empleo sistemático.

En “La Vanguardia”, sin embargo, el vacío de ilustraciones se mantuvo durante un largo período, de forma que la publicidad acabó por imponer su mayor atractivo visual, por encima de las fúnebres columnas de texto gris. Excepcionalmente, aparecieron dibujos a dos columnas -siempre en páginas interiores-, bajo un epígrafe que refería el hecho reflejado⁵². Cabe destacar al respecto, una lograda reproducción de un acorazado español participante en la guerra de Cuba (1898), el

⁴⁹ *Crónica de un cambio histórico*, “La Vanguardia”, 3 de octubre de 1989, pag.33.

⁵⁰ United Press, 1914, según *Gaziel*, *op.cit.*, pag.111.

⁵¹ “La Vanguardia”, cuadernillo conmemorativo del centenario, 1 de febrero de 1981, pags. 3 y 4. La infraestructura de la instalación telegráfica constaba de seis telegrafistas y un mecánico, al servicio de cinco aparatos que permitían mantener conectado el diario de forma directa con Madrid y las capitales europeas de mayor peso (Joaquín Ibarz, “La Vanguardia”, tesina de fin de carrera, pags.239 y 240).

⁵² Los dibujos, creados “expresamente” para el periódico del día, respondían al objetivo de ofrecer “una ayuda amena y agradable a la información escrita”, según “Las reformas de ‘La Vanguardia’”, “La Vanguardia”, 21 de febrero de 1890, pags.1 y 2. Ese texto apuntaba a un uso sistemático del dibujo por parte del rotativo barcelonés, un rasgo de anticipación que debía distinguirlo de otros diarios de España.

apunte a lápiz de un accidente en Gràcia (1896) o un plano a página entera de las operaciones bélicas en los primeros días de la Gran Guerra. Sin embargo, en términos generales el balance gráfico del diario era modesto, pese a la publicación de fotografías a partir de 1910⁵³. Por ello, la publicidad, en la medida que se fue desmarcando de la tipografía propia del texto y adquiriendo una personalidad propia (mediante logotipos, dibujos a pluma y caracteres originales) llegó a constituir el único elemento visualmente llamativo frente a las restantes superficies grises del diario.

Esta aparente insensibilidad hacia un aspecto que se estaba demostrando exitoso en muchos periódicos extranjeros, quedó por fin resuelta mediante una incorporación espectacular: el huecograbado. Aquí, otra vez, la intervención de Ramón Godó⁵⁴, cuya preocupación empresarial iba pareja de un afán de renovación industrial y técnica, fue decisiva. Culminó de ese modo el esfuerzo por lograr un diario que, en base a sus contenidos y prestaciones, resultase imbatible en cualquier circunstancia por la competencia.

Como resultado de esa decisión, el 16 de octubre de 1929 se incorporaron por primera vez al pliego habitual del periódico, ocho páginas impresas en huecograbado. Mediante este sistema de impresión y un papel adecuado se consiguió reproducir e imprimir con una extraordinaria calidad un conjunto de fotografías a gran tamaño que revolucionaron la imagen del diario y le permitieron entrar anticipadamente -valga la redundancia- en la era de la imagen, cuando la televisión era aún un proyecto en pañales. Contando con la más moderna maquinaria del momento, “La Vanguardia” ofreció a través de sus páginas de huecograbado una auténtica ventana a la actualidad, en cualquiera de sus géneros.

Esta incorporación suponía además conectar el periódico con una variante cotidiana de la revista ilustrada, en la línea de algunos diarios populares anglosajones (como el británico “Daily Mirror” o el neoyorquino “Illustrated Daily News”) que explotaban las ilustraciones ocupando grandes espacios⁵⁵. Esos periódicos ofrecían un conjunto de páginas seleccionadas (portada y doble página central), en las que reflejaban, bien fotos testimonio sobre un mismo tema, bien diversos aspectos de la vida social, de interés para un público de clase media. Las restantes páginas interiores de esos rotativos se seguían componiendo según el más puro estilo tradicional.

Por su parte, “La Vanguardia” presentaba una primera de huecograbado en claro estilo *poster* -monotemática y con frecuencia destinada al retrato de personalidades y paisajes-, mientras que las restantes páginas impresas en ese sistema ofrecían ilustraciones fotográficas sobre diversos temas -no necesariamente relacionados entre sí-, dispuestas a modo de estampas y sin grandes contrastes en la intensidad de mancha o en el tamaño y la forma.

⁵³ Pepe Baeza, “La fotografía en ‘La Vanguardia’”, “La Vanguardia Magazine”, 10 de febrero de 1991, pag.82.

⁵⁴ *Història de La Vanguardia (1884-1936)*, Edicions Catalanes de París, 1970, pags.48-49, y 110-111.

⁵⁵ Evans, Harold, *Diseño y compaginación de la prensa diaria*, pags. 38-40.

Semejante incorporación a un periódico cuyo principal modelo de referencia era el informativo -en particular, porque el contenido de las páginas de huecograbado no abordaba sólo la actualidad política-, supuso un nuevo mestizaje para la tipología que caracterizaba a “La Vanguardia”. En las páginas de huecograbado de la época (de 1929 en adelante) pudieron encontrarse imágenes de la vida social, ilustraciones propias de las modernas revistas del corazón, curiosidades de todo tipo, paisajística local, retrato de personalidades... En definitiva, una auténtica ventana abierta al mundo -que, aunque estática, ofrecía un nítido reflejo de la vida real en sus distintas variantes- para una audiencia lectora que no disponía por aquel entonces de ningún tipo de alternativa audiovisual.

En consecuencia, el huecograbado y el mantenimiento del folletín, así como otros elementos de contenido y proporción temática (abundancia de información deportiva, crónicas de sucesos, espectáculos, vida religiosa, etc.) consolidaron, en su conjunto, el carácter levemente híbrido de “La Vanguardia” -aun cuando prevaleciera el rasgo hegemónico de periódico informativo, con abundantes notas sobre la realidad política y social en los ámbitos local, estatal e internacional-. Probablemente, este eclecticismo que afectaba al modelo de diario fue, no obstante, lo que permitió a “La Vanguardia” seguir triunfando en la sociedad catalana de la época, y ello sin abandonar una audiencia moderadamente interclasista y plural.

Por otra parte, este carácter híbrido de “La Vanguardia”, este mestizaje adecuado para cubrir un espectro amplio de audiencia, se realizaba sin abdicar en absoluto, bien el contrario, de los rasgos más significados del modelo de prestigio. Afirmación que se justifica por cuanto ese modelo no se cumplía únicamente sobre la base de ofrecer, por ejemplo, una creciente cobertura de la información internacional, sino también sobre otro claro signo de notoriedad: la presencia, a través de colaboraciones –contratadas directamente o a través de las agencias informativas-, de relevantes intelectuales catalanes (Eugenio D'Ors, Folch y Torres, Duran y Santpere), españoles (Azorín -que actuó incluso como corresponsal en París⁵⁶-, Menéndez Pelayo y el propio Antonio Machado) o extranjeros (entre los que se contaban políticos de la talla de Lloyd George y Poincare)⁵⁷. A estos nombres habría que añadir en el ámbito local los de Josep Coroleu, Bartomeu Robert, Miquel Opisso, Gabriel Miró, Concha Espina, Juan Alcover o Carlos Soldevila. Y con posterioridad a la Guerra Civil, José María de Sagarra, Melchor Fernández Almagro, Francisco de Cossío y Wenceslao Fernández Flórez

⁵⁶ Según relata Jaime Arias, subdirector del diario entre 1974 y 1995, en *Crónica de un cambio histórico*, “La Vanguardia”, 3 de octubre de 1989, pag.39.

⁵⁷ Según Voltes –*texto citado*-, entre los “colaboradores extranjeros” figuraron Churchill, Petain y Mussolini.

Por lo que se refiere a la filiación ideológica y conceptual del periódico -lejos ya de ciertas estridencias oportunistas de su primera etapa como órgano del partido liberal-, su consolidación como “diario de empresa” convivirá con un asentamiento de su identificación no doctrinaria con el liberalismo conservador; una identificación diluida en la definición de “La Vanguardia” como reflejo periodístico de la idiosincrasia social y cultural de una ciudad: Barcelona. Esa evolución quedará precisamente en evidencia en una segunda “autopresentación” -que enlaza con la que se registró en enero de 1888, cuando “La Vanguardia” dejaba de ser un diario de partido y brindaba un nuevo proyecto-, que apareció publicada en un número especial del 5 de septiembre de 1928⁵⁸. Ese texto -obra de Gaziél- definía “La Vanguardia” como un periódico “que lee el público de Barcelona sin distinción de clases ni de partidos políticos”, que es “independiente y serio, defensor del orden social, del trabajo fecundo, de los intereses generales y de la grandeza de la patria (...), así como de aquellos estados de opinión que responden (...) a los principios básicos de la religión, la cultura, el orden, el respeto a las leyes y la sociedad disciplinada”, y que “refleja exactamente el espíritu de la burguesía catalana y su posición característica ante los problemas locales, nacionales y del exterior”. En definitiva, un periódico que “no gusta a los extremistas de la derecha ni de la izquierda”, y que propició sin duda que, en 1916, Alfonso XIII otorgara un título nobiliario a su propietario, Ramón Godó, por su defensa de la Monarquía⁵⁹.

Finalmente, desde el punto de vista estrictamente conceptual, industrial y empresarial, “La Vanguardia” se presentaba como un periódico con una gran cobertura informativa, que “lleva cotidianamente las palpitaciones de la ciudad y del mundo entero” y que cuenta con los mejores y más modernos medios tecnológicos, al tiempo que con las firmas “de más alta categoría literaria y política”⁶⁰. Y la confirmación de este diagnóstico es que en 1920 “La Vanguardia” era el primer diario de Barcelona en cuanto a difusión⁶¹, con una circulación que superaba las 75.000 copias.

⁵⁸ Número extraordinario, el primero con un pliego de huecograbado, editado el 5 de septiembre de 1928 con motivo de la feria de Colonia.

⁵⁹ Jaime Arias, “La dinastía de los Godó”, “La Vanguardia Magazine”, 10 de febrero de 1991, pag.17. La concesión del título se produjo con el conde de Romanones en el Gobierno. Pedro Voltes (*texto citado*) perfila una evolución de Ramón Godó hacia el culto a “ideales metapolíticos” –aunque a través de donaciones e iniciativas altruistas-, como “la patria, la Monarquía y el Ejército”, que “abrirían un porvenir envidiable” para “La Vanguardia” y “honrarían” a su propietario. Entre los gestos de este último destaca la donación, en 1921 –tras el desastre de Annual- de un avión militar al Ejército.

⁶⁰ “La Vanguardia”, número especial del 5 de septiembre de 1928.

⁶¹ Según José Javier Sánchez Aranda y Carlos Barrera, *Historia del Periodismo Español*, pag.214, las cifras comparativas de difusión se elevaban a 100.000 copias, por encima de “La Publicitat” (85.000) o “El Noticiero Universal” 30.000, aun cuando Gaziél en su *Historia de La Vanguardia*, pag.111, reduce la difusión en esa década a entre 60.000 y 80.000 ejemplares. La relación que figura en el ya mencionado texto de Pedro Voltes –y que incluye la evolución en detalle de las suscripciones- fija la difusión en 76.000 ejemplares (de los que 55.000 –el 72,3%- son suscriptores)

2.3. La etapa de la gran expansión (1930-1936)

El proyecto de llevar “La Vanguardia” a unos niveles de prestación que consolidasen al diario como líder indiscutible y a gran distancia de sus restantes competidores culminó en buena parte con la edición del huecograbado y la adquisición de la mejor maquinaria del momento, ya que Ramón Godó importó, en 1928, cuatro rotativas Winckler de Alemania que permitían imprimir ejemplares dobles de 48 páginas, a un ritmo de 12.000 ejemplares/hora, una maquinaria que posibilitaba, asimismo, la impresión separada de la tipografía y el huecograbado, lo que aseguraba un resultado de mayor calidad en las reproducciones⁶². En estas condiciones, la afluencia de la publicidad alcanzó, además, niveles extraordinarios. Esta etapa de éxitos como diario informativo e industrial, aunque todavía clásico, coincidió con uno de los períodos más tumultuosos de la historia de Cataluña y España: el sexenio republicano. Curiosamente, bajo la República y con un régimen de amplia autonomía para Cataluña, “La Vanguardia”, un diario monárquico y poco afecto a ciertas estridencias del nacionalismo políticamente hegemónico durante ese período, llegó a su máxima expansión y alcanzó una solidez económica fuera de lo común.

Algunas de las causas de esa expansión se han señalado ya. Sin embargo, hay que añadir a ello que también la dirección del periódico experimentó un cambio sustancial con respecto a épocas anteriores. De hecho, aunque se mantuvo todavía durante un tiempo (concretamente hasta 1933), la ficción de una dirección tripartita o cuatripartita, desde finales de la década de los veinte *Gaziel* era ya el único y real director, con lo que ello suponía para la buena conducción del periódico. Además, la Redacción –que en 1926 contaba con casi una treintena de personas- aumentó sus efectivos a partir de 1930, con varios fichajes –entre ellos el de María Luz Morales, que llegaría a dirigir el periódico durante la Guerra Civil-, el reforzamiento de la delegación en Madrid y una red de al menos media docena de corresponsales, que extienden su presencia a Ginebra y Nueva York, además de París, Londres, Berlín y Lisboa.

De ahí que, justo en esos años difíciles, de profundas conmociones políticas y sociales, el periódico –merced a la acertada combinación de medios técnicos y una dirección unificada y dotada de criterios periodísticos mucho más dinámicos- consiguió no sólo sobrevivir a los frecuentes terremotos de la vida española y catalana sino alcanzar su máxima expansión. Ocho páginas de huecograbado impecablemente impresas; hasta 64 en tipografía (que ya eran más de 32 en 1925, y 48 en octubre de 1929 y desde 1926), y un conjunto de secciones de lo más versátil (colaboraciones;

⁶² Según explica *Gaziel* en un artículo publicado en “La Vanguardia”, en un número extraordinario –el primero con un pliego de huecograbado- editado el 5 de septiembre de 1928 con motivo de la feria de Colonia. De hecho, la renovación de los talleres arrancó en 1926, cuando la empresa decidió instalar la imprenta (con nuevas y más versátiles linotipias) y las rotativas en un nuevo edificio de la calle Tallers, con el objetivo de disponer de la base técnica que hiciera posible afrontar una mayor tirada y paginación (que hasta aquel momento se había visto constreñida a las 32 páginas).

exhaustiva información local y estatal, con buena cobertura de la actividad política en Madrid y de la vida regional; amplia e inigualable información extranjera, con conexiones exclusivas de agencias y corresponsales; abundante información comercial y de servicios -previsión meteorológica, avisos, objetos perdidos...-; vida religiosa; vida cinema-tográfica y espectáculos; vida deportiva, etc.), configuraron un producto sin apenas competencia en la menguada realidad del periodismo de empresa catalán y español de la época. Valga como muestra de ese despliegue de medios, la existencia, en el ámbito de la información internacional, de media docena de corresponsales en Europa (de entre los que destacó Augusto Assia, corresponsal del diario en Londres tras ser expulsado de Berlín en 1932) y de un servicio de noticias con materiales de las agencias Tass, Febus, Reuter, Central Press, Havas, Fabra, Wolf, Stefani, Pat, International News, Associated Press y United Press, así como (en el ámbito fotográfico) Keystone, Wide World y AP.

Todo ello tuvo su traducción en las cifras de venta. Cien mil suscriptores estables -un patrimonio que garantizaba la afluencia sin esfuerzo de la publicidad y que se explicaba por la necesidad de asegurarse el periódico en coyunturas de escasez de papel- y una tirada que se situó, durante esta década de los treinta, en los doscientos mil ejemplares los laborales -frente a 60.000 durante la década anterior- y trescientos mil los domingos -frente a los 80.000 del anterior decenio⁶³.

La repercusión sobre la publicidad -se ha señalado ya- fue inmensa. Por ejemplo, en 1931 -concretamente, el 15 de abril-, el diario contenía ya siete páginas completas de anuncios económicos (una incorporación, la de los clasificados, que cabe atribuir a Ramón Godó, en una iniciativa que resultó innovadora en el conjunto de la prensa española), sobre un total de 46 en tipografía, y tres páginas enteramente ocupadas por insertos publicitarios, de las ocho de huecograbado. Por su parte, Gaziel⁶⁴ asegura que hubo ocasiones en que de un total de 72 páginas, sólo ocho eran de estricta información (probablemente incluyó en ese cálculo la abundante publicidad que se insertaba en las páginas de las secciones menos relevantes del periódico). En cualquier caso, la preeminencia publicitaria era de tal indole que las páginas finales, la portada y las cuatro primeras no albergaban otra cosa que necrológicas y anuncios, no siendo hasta la página 5 donde comenzaba la información propiamente dicha⁶⁵.

⁶³ Gaziel, en su *Historia de La Vanguardia*, pag.111, ofrece esa información que, no obstante, no está fechada ni certificada, aunque las cifras no han sido refutadas (a la baja) por testimonios de la época. De hecho, en 1927 -según José Javier Sánchez Aranda y Carlos Barrera, *Historia del Periodismo Español*, pag.214- "La Vanguardia" sólo era superada en el ámbito español por "ABC" y "El Debate" -que editaban 150.000 copias-, mientras que en el ámbito catalán, y más concretamente en el barcelonés, el diario del conde de Godó se había distanciado de sus competidores, ya que difundía 140.000 ejemplares (frente a los 60.000 de "El Noticiero Universal", su inmediato seguidor).

⁶⁴ Gaziel, *op.cit.*, pag. 58.

⁶⁵ Del testimonio de Gaziel cabe concluir que la publicidad suponía más del 50% de la superficie de "La Vanguardia". Por otra parte, y en lo que respecta al auge de los anuncios económicos y clasificados, el contexto de

Pese a esta espectacular evolución cuantitativa, el modelo de “La Vanguardia” en lo que se refiere a criterios de presentación, ordenación y clasificación del pliego de tipografía, ofreció avances mucho más moderados. En general, la apariencia tradicional del periódico experimentó cambios discretos y de escasa repercusión sobre la imagen global de éste. Así, ya desde la segunda mitad de la década de los veinte el diario realizó algunos cambios tipográficos encaminados a realzar la elegancia de la presentación. Así, los filetes de media caña para separar las columnas de texto fueron sustituidos por finos corondeles de 1 punto. Igualmente, se avanzó en la unificación de tipos, de modo que el texto se generalizó en Excelsior (probablemente en cuerpo 8 y medio aunque sin señalados problemas de legibilidad) y los títulos y subtítulos en Times (seminegra o redonda), con cuerpos máximos del 36 -nada estridentes en una página de 48 cm de alto-, y cuerpo 15 para los titulitos a una columna.

El formato se mantuvo en 32 por 48, lo mismo que el ancho de columna, compuesta a 16,4 picas. La disposición vertical permaneció invariable, con títulos a dos columnas para abrir la información de las secciones, salvo acontecimientos inusuales -como la proclamación de la República- que propiciaron títulos y subtítulos a cuatro columnas, compuestos a cuerpo 48 (aunque sin afectar a la disposición del texto en página, separado del titular principal y colocado siempre en sucesión vertical).

El carácter conceptual de los títulos y subtítulos se aproximó, eso sí, cada vez más al modelo de asepsia y objetividad informativa propio de los diarios anglosajones de prestigio: títulos fríos y descriptivos. Persistieron, no obstante, heterodoxias tales como el empleo del mismo tipo de letra, tanto para componer el texto informativo, como para gran parte de los insertos publicitarios -con lo que ello suponía de descuidada confusión entre publicidad e información-, si bien se realizaron, ciertamente, avances en la separación y distinción espacial de aquella.

Por lo que respecta a los contenidos del diario, el modelo de información distanciada y objetiva que gradualmente se fue imponiendo en “La Vanguardia” -dentro de las limitaciones estilísticas de la época y de los hábitos del periodismo político español-, fue probablemente de gran ayuda frente a los cambios, con frecuencia rupturas, del sexenio republicano. “La Vanguardia” observó un mensaje de moderación y sin reticencias explícitas respecto al nuevo régimen (de hecho, la cobertura de la proclamación de la II República, con titular a cuatro columnas, en cuerpo 48, que rezaba “La Fiesta Nacional del 15 de Abril”, suponía la más evidente demostración tipográfica del acatamiento del diario a lo que Ramón Godó había definido como “instituciones triunfantes”, mientras que la cubierta de huecograbado registró con generoso despliegue el entusiasmo popular

crecimiento económico de Cataluña –y la paralela demanda de mano de obra- propició una gran audiencia potencial

que suscitaba el nuevo régimen), y no perdió, ni en los peores momentos -por ejemplo en octubre de 1934-, su imagen de publicación equilibrada e independiente. Ello explicaría su paradójico éxito en tan difíciles circunstancias políticas, aun cuando su cerrada defensa del orden y de la convivencia pacífica pudiera parecer retórica, interesada y hueca, y su voluntad de conciliación pueda ser interpretada como una muestra evidente de eclecticismo y ausencia de línea política informativa, aunque también una sagaz muestra de anticipación ante el vendaval fratricida que se avecinaba con el golpe de Estado de 1936 y la guerra civil que se prolongó hasta 1939.

Por otra parte, y dentro de lo que podría considerarse una interpretación psicosocial del éxito del diario en la sociedad catalana de la época, cabe añadir -aun reconociendo el carácter aleatorio de los fundamentos de esa interpretación- que el conjunto formal y temático que configuraba “La Vanguardia” ofrecía un catártico remanso de paz y orden a la gran mayoría de sus lectores -una clase media ideológicamente conservadora y políticamente moderada- en unos momentos en que la vida pública destilaba inseguridad y generaba constantes sobresaltos.

Esta función catártica encontró su mejor testimonio en el hábil manejo de las páginas de huecograbado que, pese a las constantes de la época, se mostraron versátiles e imaginativas. Esas ventanas estáticas, que ofrecían imágenes analógicas del mundo circundante, insertaron en los momentos más tensos de la vida política y social idílicas estampas mundanas o paisajísticas y estimulantes retratos de actividades lúdicas y deportivas. Junto a ello, y con la dosificación adecuada, el huecograbado no eludió el papel testimonial y certificador de la fotografía con respecto a los grandes acontecimientos políticos y sociales, y de ahí que cubriera adecuadamente la proclamación de la República, la revolución de 1934, etc.

La expansión gradual del diario, incluso más allá de su tradicional ámbito catalán (ya que, según Gaziel⁶⁶, poco antes de la Guerra Civil se proyectaba una delegación en Madrid de mayor envergadura que la existente, así como un conjunto de innovaciones radicales para alcanzar una rápida distribución del diario por el conjunto de la geografía española), parecía, durante la etapa republicana, un proceso creciente, lineal e inexorable. La habilidad y prudencia frente a los remolinos políticos se combinaban con una acentuación de los mejores rasgos del periodismo informativo y de empresa. Los cambios, reales tanto en el ámbito formal como en el de contenido, se caracterizaban por una notable fidelidad a los modelos clásicos encarnados por los periódicos de prestigio, todo lo cual confería al diario una imagen de continuidad y estabilidad. Sin embargo, resulta difícil y arriesgado construir ucronías respecto al futuro que aguardaba a “La Vanguardia” de haberse mantenido la legalidad republicana y el orden social. Las distintas opciones de referencia

para las secciones de oferta y demanda.

quedaron barridas por el sangriento vendaval de la rebelión militar de 1936, lo que convierte en inútil cualquier ejercicio de preteribles.

Con independencia de ello, la realidad de “La Vanguardia” como modelo de diario, poco antes de la Guerra Civil, ofrecía los siguientes rasgos:

-El formato permanecía prácticamente invariable (32 x 48) y el diario seguía componiéndose a cuatro columnas de 16,4 picas. La unificación tipográfica se había realizado en torno al Excelsior para el texto, mientras que los titulares -nunca a cuerpo superior al 36- se componían en diversas variantes de Times. La cursiva -también Times- se empleaba con mucha moderación; normalmente sólo para textos de opinión o análisis, así como para unos incipientes ladillos compuestos en versalitas.

La disposición seguía siendo vertical y las aperturas de página se circunscribían a un máximo de 2 columnas para los titulares principales, que podían ubicarse, bien en las dos columnas de entrada de página, bien en las dos centrales. La estructura invariable de esas aperturas era: antetítulo de contextualización en versales; titular en caja baja a dos líneas centradas de cuerpo 36; subtítulos en sucesión horizontal, en cuerpo 14 y ocupando hasta cuatro líneas centradas, y, a continuación, otro titular en versales del 14, de hasta tres líneas centradas. El resultado era un conjunto de títulos separados de su respectivo texto, que sintetizaban los enunciados noticiosos de la página.

Todas las primeras de sección llevaban en cabecera, a cuerpo 42 de Garamont, el logotipo de aquélla.

La portada continuó reservada a las inserciones publicitarias de carácter escatológico, lo mismo que un buen número de páginas interiores situadas al comienzo y final de cada número.

Las secciones, por su parte, sufrieron una metamorfosis significativa, aunque apenas perceptible, entre 1931 y 1936. Esa metamorfosis las adecuó, por un lado, a la pretensión de ofrecer más información -con criterios algo más estrictos de ordenación y clasificación- y, por otro, a las nuevas sensibilidades. Por ejemplo, “Información Catalana” fue el nombre definitivo de una sección que, en pocos años, había pasado por otras acepciones menos afirmativas (local, provincial, etc.)

La configuración de un número ejemplo a mediados de julio de 1936 era la siguiente: entre 4 y 8 páginas de huecograbado para una media de 36 páginas en tipografía; una portada interior con artículos de opinión -compuestos siempre a tres columnas falsas-; y, sucesivamente, las secciones

⁶⁶ Gaziol, *ob.cit.*, pags.111 a 113.

“Información Catalana” (política), “Las Comarcas”, “Radiodifusión”, “Los Deportes” (que presentaban un número significativo de páginas), “Cinematografía” (críticas y cartelera), “Vida Económica”, “Vida Religiosa”, “Información Nacional” (política española), “Las Regiones”, “Información Extranjera” (crónicas exclusivas de agencia y corresponsales, que ocupaban también un número importante de páginas) y una sección para informaciones de tipo vario, probablemente de última hora. La enumeración habla por sí sola de la amplitud y versatilidad de “La Vanguardia” de la época, un reflejo de las ambiciones expansivas del diario, más allá de su órbita catalana (y las secciones de información nacional y regional serían síntomas significativos al respecto).

El resultado ofrece un modelo de periódico informativo y comercial, aceptablemente confeccionado -aunque ajeno por el momento a los cambios en el diseño que se estaban produciendo ya en muchos e importantes diarios europeos de la época (ver figuras 3), si bien no en “The Times”, por supuesto- y cuyas ambiciones de expansión auguraban la incorporación constante de nuevas mejoras técnicas e informativas. De hecho, a mediados de los años treinta, “La Vanguardia” había logrado colocar en el mercado hasta 250.000 ejemplares⁶⁷.

Esta línea evolutiva quedó brutalmente cortada el 18 de julio de 1936. El alzamiento militar, la respuesta popular, la partición del país, la huida a la zona rebelde de buena parte del empresariado -entre el que se contaba Carlos de Godó, hijo del emprendedor Ramón Godó, fallecido en 1931- y, por último, la inevitable incautación del diario por el poder político de la nueva república revolucionaria, configuraron un panorama que enterraba de forma definitiva gran parte del proyecto de expansión que había inspirado a “La Vanguardia” en las últimas fases del sexenio republicano. En consecuencia, también el modelo de diario, aun cuando mantuviera algunos de sus criterios fundamentales -como la vocación de diario informativo y de empresa, moderado y de prestigio-, sufrió un conjunto de cambios que lo adaptaron a las peculiaridades de la situación, separándolo de la línea evolutiva de referencia en el ámbito internacional y adscribiéndolo, de hecho y por la fuerza, a un modelo igualmente peculiar. Esa fractura no tuvo consecuencias inmediatas desde el punto de vista de la viabilidad empresarial, pero el conjunto de la prensa del país padeció muchos años después los efectos de la “singularidad española” impuesta por el desenlace de la Guerra Civil.

Ahora bien, la traumática situación que produjo en la sociedad española y catalana el alzamiento militar y la Guerra Civil comportó otro efecto sobre el diario, éste de signo más positivo: la incorporación de importantes innovaciones al diseño. Y es que la necesidad de reflejar un crítico estado de cosas -como no se conocía en España pero tampoco en el resto del mundo comprendido globalmente-, llevó a romper con un conjunto de moldes en la presentación del diario

⁶⁷ Guillamet, Jaume, *La premsa a Catalunya*, pag.33.

que parecían no ajustarse al dinámico dramatismo de la realidad. En definitiva, se produjo una auténtica revolución en la maqueta de “La Vanguardia” -una revolución orientada hacia el horizontalismo y la explotación de la versatilidad tipográfica-, pese a que tales innovaciones reflejaban simplemente lo que ya venía produciéndose en toda Europa y Estados Unidos desde comienzos de la década (ver figuras 3).

2.4. La Guerra Civil: un modelo de excepción

Entre 1936 y 1939, “La Vanguardia” protagonizó una curiosa paradoja: la situación revolucionaria que se produjo a raíz del alzamiento militar conservador y de su fracaso en Cataluña no disminuyó la importancia del diario ni puso en peligro su continuidad, sino al contrario. Los cimientos sociales del periódico, pese a su carácter moderado y a que las elites económicas abandonaron en masa el país, continuaban siendo sólidos. Al propio tiempo, el prestigio e influencia de “La Vanguardia” eran lo suficientemente grandes como para que ningún poder político -por refractario que fuese al orden social anterior- despreciara su instrumentalización. Prueba de ello son, primero, la incautación del diario por la Generalitat -el 22 de julio de 1936- y los insertos obligatorios de boletines de la CNT y, posteriormente, la puesta de “La Vanguardia” al servicio del Gobierno republicano de Negrín, cuando éste se trasladó a Barcelona⁶⁸.

La estrategia de “La Vanguardia” como empresa periodística se había venido abajo a raíz del alzamiento militar y quedó igualmente modificada con la victoria final de éste. De la misma manera, determinados rasgos del diario -tales como su asepsia y su distanciamiento informativo- quedaron sumergidos, durante largo tiempo, por una dinámica político-social que no respetaba tales valores. Sin embargo, esas perversiones del modelo informativo tuvieron durante la Guerra Civil y bajo el poder republicano algunas contrapartidas positivas.

En primer lugar, se produjo algo que a otros diarios les costó tiempo, sudor y lágrimas: la eliminación de las necrológicas de la primera página (ya que, por ejemplo, “The Times” las mantuvo hasta 1966, como otros muchos rasgos clásicos cuya transformación resultó traumática y conflictiva para el rotativo londinense) y la valoración de esa primera como escaparate del periódico (al tiempo que de la actualidad informativa). Esta decisión fue, de hecho, un imperativo de las circunstancias, ya que la Barcelona revolucionaria de 1936 vivió una ola de anticlericalismo, extensivo a toda la iconografía católica, y, en consecuencia, la clase media consideró prudente prescindir de ciertos símbolos comprometidos -las cruces- y moderar la exhibición publicitaria de

las defunciones, aun cuando las circunstancias bélicas las pudieran incrementar de forma anormal. A ese hecho vino a sumarse un planteamiento no comercial de la gestión del periódico, ya que aunque éste -por una fuerza de inercia absolutamente irreductible- siguió insertando un elevado porcentaje de anuncios, las consideraciones financieras que hasta el 18 de julio habían sacrificado los mejores espacios del diario a las bien pagadas necrológicas, habían desaparecido. En cualquier caso, con la supresión de las esquelas, “La Vanguardia” no hacía más que homologarse a un buen número de periódicos europeos y norteamericanos, inmersos desde tiempo atrás en una profunda revolución de la maqueta. Del mismo modo, otras modificaciones formales en el ámbito tipográfico -aun cuando se mantuviera la composición a cuatro columnas de 16 picas- , no hicieron más que abundar en ese proceso de puesta al día.

La más importante de esas modificaciones fue la introducción de una cierta horizontalidad en la disposición de las noticias (ver fig.4) y en la concepción formal del diario -en particular de la primera página-, lo que supuso, al propio tiempo, acabar con la ruptura existente hasta entonces entre texto y título (aun cuando persistiesen continuaciones de columna por encima del titular).

Así pues, los cambios respondían en términos generales a la “revolución” en la maqueta que se produjo en muchos e importantes periódicos durante la década de los años treinta a partir de las modificaciones desarrolladas por el diario londinense “Daily Express”⁶⁹, pero confirmaban, al propio tiempo -al menos en “La Vanguardia”, que había representado un modelo sobrio, gris y estático durante décadas-, la influencia de los grandes hechos históricos y de las conmociones sociales sobre la puesta en página de los diarios.

Naturalmente, la convergencia de las innovaciones formales en la configuración de un nuevo modelo se fue degradando a medida que la situación se deterioraba en la Barcelona republicana. Un deterioro que afectó, tanto al suministro del papel y de otros elementos básicos para la confección del diario, como al contenido del periódico. Las cada vez más críticas circunstancias exigían al conjunto de la prensa un progresivo carácter panfletario (ver fig.5), del que el periódico tardó en recuperarse, ya que la victoria franquista no terminó, sino al contrario, con una era de excepcionalidad sobre los diarios, particularmente aguda en los primeros tiempos del totalitario.

Las conclusiones que ofrece la observación hemerográfica de las primeras páginas de 1936/1937 -correspondientes a una “Vanguardia” incautada por la Generalitat, que, sin embargo, gozaba de una significativa autonomía y fue el primer periódico dirigido por una mujer: María Luz

⁶⁸ Según confirma el historiador Rafael Abella en “*La Vanguardia*”, 1936-1981, borrador mecanografiado elaborado con motivo del centenario pero que, finalmente, no llegó a publicarse

⁶⁹ Harold Evans, *Diseño y compaginación de la prensa diaria*, pags.32 a 37.

Morales⁷⁰ (1898-1980), especialista en crítica de cine y teatro- y de 1937/1938 -una “Vanguardia” convertida ya en portavoz oficioso del Gobierno de la República y dirigida por Ramón Vázquez Ocaña-, son las que a continuación se detallan.

En primer lugar, destaca la ya mencionada desaparición de las necrológicas de la portada y la conversión de ésta en un escaparate de informaciones y comentarios. A ello se sumó un cambio radical en la titulación: letras en palo seco o lineales, de un efecto mucho más vivo y visible, que normalmente se componían en cuerpos moderados (no más del 30), si bien -sobre todo hacia el final de la guerra- los sucesos más dramáticos justificaron titulaciones por encima del cuerpo 60. Paralelamente, la puesta en página asumió una relativa horizontalidad, con titulares sobre texto y multiplicación de las notas informativas en portada. El texto siguió componiéndose en Excelsior, en torno a un cuerpo 8, y a cuatro columnas de 16 picas, separadas por filetes de un punto. De esta misma época data también la primera utilización del recuadro en el diario, aunque con poca continuidad.

La cabecera del periódico sufrió, asimismo, algunas modificaciones. Se mantuvo el logotipo en romana antigua y al mismo tamaño, pero desapareció la línea de crédito que hacía referencia a los fundadores, así como el rótulo “Barcelona”, en cursiva, que figuraba bajo el logotipo. En el lugar que ocupaban esos elementos, justo sobre las dos columnas centrales, figuró el epígrafe “Diario al servicio de la democracia”, compuesto en versales, y debajo de éste, una línea con la dirección y el teléfono del diario. Estas modificaciones, al margen de su valoración política, destacaron la cabecera del diario, ya que asentaban el logotipo sobre líneas compuestas a un cuerpo mucho menor que el rotulo anterior (“Barcelona”). El empleo de un nuevo filete, en sustitución del anterior de media caña, para separar la cabecera de la superficie propiamente informativa, confirió al conjunto un mayor relieve.

El formato del periódico no se modificó durante la Guerra Civil; la paginación, sin embargo, disminuyó sustancialmente. Las críticas circunstancias y las carencias de papel y energía que de ellas se derivaban, llevaron a una reducción drástica y progresiva del número de páginas. El caso del huecograbado resulta elocuente al respecto: apareció por última vez en noviembre de 1938, después de una primera etapa de cierta continuidad a la que siguió un período de apariciones esporádicas cada vez más distanciadas. En cualquier caso, de la treintena larga de páginas que ostentaba regularmente “La Vanguardia” durante la República, el diario sólo pudo recuperar dieciocho en la primera etapa de la Guerra Civil; se mantuvo en doce durante 1937/1938 -con

⁷⁰ María Luz Morales había trabajado también en el diario “El Sol”. Tras ella -y antes de que Vázquez Ocaña se hiciera con las riendas del diario- dirigieron “La Vanguardia” Paulino Masip y Arturo Pérez Foriscot. (Abella, *text.cit.*; Casasús, “La Vanguardia i Catalunya”, *Debat nacionalista*, nº 19, otoño de 1992, pags.70-73, y Voltes, *text.cit.*).

cuatro páginas de huecograbado, primero frecuentes y luego muy esporádicas-, y bajó a cuatro solitarias páginas de tipografía en las fases finales de la resistencia republicana.

Las secciones sufrieron también modificaciones, resultado de la situación. Por una parte, la penuria de papel y la reducción en la paginación obligaron a reajustar las superficies interiores; por otra, la transformación social menguó de por sí la importancia y el volumen informativo de ámbitos como la vida comercial y económica y suprimió, en su dimensión pública, la información sobre la vida social entendida como reflejo de los acontecimientos que afectaban a las actividades lúdicas de las elites. Por último, la ideología y el cuadro de valores resultantes de la conmoción revolucionaria de julio de 1936 aconsejaron prescindir de secciones “inconvenientes” como la llamada “Vida religiosa”.

Resulta, sin embargo, significativo el mantenimiento de una sensible cobertura de la actualidad internacional, un rasgo propio del modelo de diario en el que hasta entonces se había inscrito 'La Vanguardia'.

En relación con los cambios que se produjeron en el contenido del diario, resulta imprescindible referir algunos factores de decisiva influencia al respecto, para comprender lo ocurrido. El primero de ellos fue la fractura que produjo el alzamiento militar en la plantilla del periódico, con la huida a la zona rebelde de un buen número de colaboradores y corresponsales (sirva como ejemplo el que fuera corresponsal en Berlín durante el ascenso de Hitler al poder Augusto Assía). El segundo factor lo constituyó la obvia presión de las circunstancias políticas y sociales, de carácter revolucionario. Por último, el tercer y más importante factor que explica los cambios en el contenido de “La Vanguardia”, lo constituyó la apertura del periódico -cuando se convirtió en portavoz oficioso del Gobierno Negrín- a los más prestigiosos intelectuales y comentaristas de la España republicana, personalidades, por lo general, de una dimensión muy superior a la de quienes optaron por seguir a los vencedores de la contienda.

Antes de volver sobre este último punto -de importancia significativa para caracterizar el modelo correspondiente a esa etapa-, conviene señalar algunos aspectos de contenido ideológico, por lo que suponen de continuidad en la línea del diario. En este sentido, los valores de orden, respeto y convivencia que, aunque con un matiz conservador, había defendido “La Vanguardia” durante el período republicano, continuaron vigentes -por supuesto que al servicio del “orden triunfante”- tras el cambio social y político de julio de 1936. Es más: esos valores, tímidamente defendidos al principio, adquirieron abierta legitimidad con la elección de “La Vanguardia”, por su carácter de órgano informativo respetable, como portavoz del Gobierno Negrín para defender

ideas y conceptos de Estado imprescindibles para ganar la guerra⁷¹; es decir, orden, control, disciplina y respeto a la legalidad, frente al caos que se había instalado en la zona formalmente controlada por el Gobierno republicano tras el alzamiento militar y la consiguiente respuesta popular revolucionaria.

En consecuencia, la perversión de los valores defendidos tradicionalmente por “La Vanguardia” no fue de tanta envergadura como cabría suponer a partir de una mirada superficial a la insólita situación de la Barcelona de la Guerra Civil. Además, junto a esa defensa de la legalidad republicana -siempre a través de plumas de gran categoría-, la colaboración frecuente de un buen número de intelectuales de reconocida valía devolvió al diario su tradicional consideración de órgano informativo prestigioso, al servicio -ahora- de un respetable progresismo ilustrado y antifascista.

Ramón J. Sender, Fabián Vidal, Enrique Calvet, Antonio Machado, José Bergamín, Ramos Oliveira o María Zambrano⁷² publicaron artículos durante esa época (mientras que el humorista gráfico Luis Bagaría publicó viñetas satíricas). Es un dato que zanja cualquier duda respecto a si esa etapa de “La Vanguardia” puede considerarse o no una de las más brillantes de toda su historia. En consecuencia, si junto a ello se contempla la ideología política que ostentó el diario por su condición dependiente del Gobierno republicano, la proporción de noticias internacionales que mantuvo pese a las críticas circunstancias, y las importantes innovaciones formales ya señaladas, no parece un despropósito afirmar que “La Vanguardia - Diario al servicio de la Democracia” mantuvo también en muchos aspectos su fidelidad al modelo de referencia -informativo y de prestigio-, del que había bebido tradicionalmente.

Un último comentario, dedicado a las páginas de huecograbado, permite ratificar las anteriores afirmaciones. Por supuesto, no es ningún secreto que desaparecieron hermosas páginas paisajísticas y de vida social (un cosmopolitismo, por desgracia, poco apropiado para un pueblo envuelto en una furiosa contienda fratricida). Pero esa pérdida se compensó sobradamente con la publicación de valiosos reportajes de la Guerra Civil, estampas de la -aunque efímera- nueva vida social revolucionaria barcelonesa y testimonios fotográficos (el entierro de Durruti o los bombardeos rebeldes sobre Barcelona, por ejemplo), que forman un compendio digno de figurar en la mejor historia gráfica de ese período de la vida española y catalana.

Además de ello, y como muestra de la capacidad del diario de sobreponerse a las circunstancias y a las orientaciones propagandísticas del poder, la literatura -en las figuras de Dostoievski y Pushkin, a quienes se destinaron sendos monográficos- estuvo también presente en las páginas de huecograbado.

⁷¹ Rafael Abella, “*La Vanguardia*”, 1936-1981.

2.5. La posguerra: la prensa bajo un régimen totalitario y la teoría del desdoblamiento

Los últimos días de la República en Cataluña y Barcelona acentuaron, ante la gravedad de la situación, la instrumentalización propagandística de “La Vanguardia”. El periódico quedó reducido a cuatro páginas, y las noticias cedieron espacio a las arengas, partes y consignas; un contenido que se acompañó de recursos tipográficos (títulos a cuerpo superior, columnas falsas, diversidad caprichosa en las familias de letra, con entremezcla arbitraria de palo seco, elzevirianas, etc.) poco fieles al modelo tradicional.

Lejos de acabar con este estado de excepcionalidad, la entrada de las tropas rebeldes en la Ciudad Condal lo agudizó. Por supuesto, “La Vanguardia”, en tanto empresa, fue inmediatamente devuelta a su propietario, medida que la cabecera del diario refleja con esmerada fidelidad. Sin embargo, no hay más que ver las portadas (figuras 5 y 6) de los días 27 y 28 de enero de 1939 para comprobar que el control real de lo que publicaba el periódico había quedado nuevamente fuera de la órbita de la propiedad. Si el ejemplar del 25 de enero de 1939, aun siendo el último de la Barcelona republicana, se inscribía por su aspecto tipográfico y sus contenidos en el clásico portavoz de un partido (información orientada, títulos a gran cuerpo y de contenido no informativo, preeminencia de los géneros de opinión, etc.); el ejemplar del día 27, el primero de la Barcelona “nacional” y también el primer diario en ponerse en circulación bajo las nuevas circunstancias, fue aún más lejos: de las cuatro páginas que componían el número, la primera era un grotesco bando, encabezado por grandes titulares -en elzevirianas y a un cuerpo superior al 72- y compuesto a todo lo ancho de página en gruesos caracteres Didot. El resultado formal, sin necesidad de detenerse en el inflamado contenido, situaba a “La Vanguardia” en el sombrío ámbito de las publicaciones cuartelarias, también llamadas “órdenes del día”.

Los números sucesivos, al menos mientras la agónica contienda ofreció motivos de orgullo para los ejércitos victoriosos, transcurrieron por similares derroteros: partes oficiales de guerra, reproducción impresa de las arengas pronunciadas por los jefes militares, y notas de advertencia. A ello se añadirían, más tarde, los avisos oficiales y los textos de inserción obligatoria a cargo de los servicios de propaganda del nuevo régimen.

La voluntad de aniquilar cualquier residuo del período republicano, y en particular del “trienio rojo”, explica algunas de las modificaciones formales que sufrió inmediatamente el diario. La cabecera, en concreto, experimentó algunos cambios radicales, el más visible de los cuales fue la sustitución del rotulo “Diario al servicio de la Democracia” por el provisional “Diario al servicio de España y del Generalísimo Franco”, que inmediatamente cedió paso a un término añadido que

⁷² Rafael Abella, *“La Vanguardia”, 1936-1981*.

modificó de hecho el nombre tradicional del diario: “Española”. Es decir, con el nuevo régimen el periódico cambiaba incluso de nombre: “La Vanguardia Española” (28 de enero de 1939).

Sin embargo, el ansia de extirpación de un pasado reciente que quería ser visto tan solo como una pesadilla, llevó a modificaciones aún más grotescas. La numeración del diario, que hasta entonces había seguido su curso normal, retrocedió al 19 de julio de 1936, como si los más de 700 números publicados desde entonces, jamás hubiesen existido.

Es fácil, no obstante, reconocer algunas razones -más allá de las peculiares circunstancias- que explican perfectamente la conducta del diario durante los primeros tiempos de la posguerra. Entre ellas, las reservas que la trayectoria de “La Vanguardia” a lo largo de la República -sin mencionar la Guerra Civil- había creado entre los jefes del nuevo régimen⁷³. Esta situación, que puso incluso en peligro la devolución del periódico a su propietario legal, obligó -al menos durante los primeros y más difíciles momentos- a evidenciar una indiscutible lealtad al régimen triunfante; lealtad rayana con la más servil exaltación y que, por supuesto, incluyó el ingreso en la redacción de personas adictas al régimen.

En este sentido, existe un dato que demuestra el carácter instrumental y transitorio de la desafortunada postura del periódico en ese período (aunque la adulación al régimen, sino obligatoria sí aconsejable, se prodigó desde sus páginas durante décadas). Así, Manuel Aznar (1894-1975) -un hombre con un pasado republicano pero que había sabido ganarse muy oportunamente la confianza del Gobierno de Burgos- y Josep Pla (1897-1981) -un modelo de catalán aceptable para el nuevo régimen- se hicieron cargo de “La Vanguardia”, por expreso deseo del propietario tan pronto el diario volvió a manos de aquél. Y, aunque de pensamiento nítidamente conservador, parece evidente que aquellos dos hombres -en particular el segundo- difícilmente encajaban en el prototipo del extremista totalitario, grato a los sectores más “ideologizados” del régimen (germanófilos, autárquicos y corporativos), capitaneados por Serrano Súñer.

El dato resulta significativo por cuanto, de haber prosperado esa fórmula con Aznar y Pla al frente -y aun en permanente connivencia con un periódico de contenidos que repugnarían a cualquier liberal sincero-, el modelo de diario se habría inscrito más rápidamente en la tradición de moderación e independencia propias de “La Vanguardia”. La presencia del propio Pla habría supuesto, además, el engarce automático con los sectores del catalanismo conservador que aceptaban a Franco como un remedio necesario frente a los riesgos del catalanismo de izquierda.

Sin embargo, este plan -que marca una cierta distancia entre el conservadurismo de Carlos Godó y las estridencias reaccionarias del régimen encabezado por el general Franco- fracasó por el nombramiento de Aznar como Jefe de los Servicios de Prensa del régimen y por la oposición del

propio Serrano Suárez⁷⁴. El entonces número dos del régimen y ministro de AA.EE. impuso finalmente a un hombre de su agrado, Luis de Galinsoga (1891-1967). El nombramiento se produjo merced a la incautación de facto que sufrió durante un buen trecho del franquismo la prensa española y que dejaba al propietario sin potestad -por Ley, en manos del ministro de Información- de designar al director del diario.

Galinsoga, recibido sin entusiasmo en “La Vanguardia” por su mal carácter y su hostilidad primaria hacia cualquier formulación de lo catalán⁷⁵, era además -a tenor de sus escritos y de su ejecutoria periodística- un profesional mediano, aupado al reconocimiento oficial por su capacidad para la adulación y su lealtad sin reservas al alzamiento militar. En definitiva, un charlatán de retórica vacía y fraseología recargada, que pudo llegar a director de un diario importante a través de la imposición política y gracias a la atmósfera de mediocridad, propia de una posguerra marcada por la depuración sistemática y un furioso sectarismo.

La observación hemerográfica de “La Vanguardia” de esa época nos muestra, sin embargo, y pese a los contratiempos señalados, un intento de retorno gradual a las esencias del diario. Una vez aposentadas la euforia y la exaltación del triunfo militar, el modelo panfletario y propagandístico dejó progresivamente paso -aun cuando la transgresión ideológica fuera casi imperceptible al principio- a un pálido, por incipiente, modelo propio de la tradición de “La Vanguardia”: es decir, el diario informativo y comercial, basado en una creciente cobertura noticiosa -en particular en el ámbito internacional, ya que la información del Estado resultaba anodina- y en unas colaboraciones prestigiosas.

Ahora bien, por imperativo lógico de las circunstancias, este modelo más fiel a las esencias históricas de “La Vanguardia” tuvo un desarrollo muy peculiar. No sólo se gestó trabajosamente -entre otras razones por la estricta penuria material de la posguerra-, sino que hubo de cohabitar, durante décadas, con el modelo propagandístico -vocero del régimen- que se impuso tras la Guerra Civil. Un modelo, este último, que persistió, en mayor o menor grado, gracias a la naturaleza totalitaria, primero, y densamente autoritaria, después, del sistema de gobierno del general Franco. De ese modo se explica un resultado híbrido e incluso contradictorio en el periódico como modelo, aun cuando su contenido cotidiano pudiese estar dictado por la más exquisita prudencia.

Ejemplos de ello fueron, poco tiempo después, la gradual aliadofilia y el soterrado promonarquismo -que convivieron, eso sí, con editoriales, notas o informaciones de signo bien opuesto- y, más adelante, la presencia en las páginas del periódico -a través de colaboraciones o de

⁷³ Citado por Carlos Sentis en su artículo “Los tiempos difíciles”, publicado en “La Vanguardia” del 24 de diciembre de 1987. Asimismo, Rafael Abella, en “*La Vanguardia*”: 1936-1981, desarrolla este condicionante.

⁷⁴ Rafael Abella desarrolla los detalles formales de este asunto en “*La Vanguardia*”: 1936-1981.

la reproducción de memorias e incluso de entrevistas- de personalidades extranjeras de inequívoca filiación democrática.

A esta cohabitación de dos modelos “ideológico-conceptuales” bien distintos en el seno de un mismo diario parece oportuno definirla como “desdoblamiento”. Es decir, por un lado, la cesión incondicional de una parte del periódico (de una superficie cuantitativa y cualitativa del mismo) al régimen triunfante, para que éste insertara en ella -con el concurso de sus agentes en la Redacción del diario- sus mensajes informativos, políticos e ideológicos. Cesión que, por otro lado, tenía como contrapartida la conservación, tímida y prudente, de unas áreas configuradas sobre la fidelidad al modelo informativo y empresarial de siempre: colaboraciones de prestigio no necesariamente cacofónicas con respecto a los valores oficiales; amplia y plural -al menos dentro de un conservadurismo civilizado- cobertura de la información internacional (convertida con el tiempo “en una sección, liberal, abierta y analítica”, según Lluís Foix, luego director de “La Vanguardia”)⁷⁶ y extensión hacia ámbitos sectoriales, de servicio y comerciales, de la superficie del periódico, a medida que las existencias de papel lo permitieron.

Comentario aparte merece el huecograbado. En medio de una lenta recuperación material a tenor de lo precario de las circunstancias, aquel escaparate que ofrecía los únicos reflejos analógicos de la realidad al alcance de la tecnología española de la época, vivió con más rigor las condiciones de excepcionalidad informativa. Las páginas interiores y, en particular, los discretos rincones del laberinto de la letra impresa, pudieron llevar una existencia más anónima. El huecograbado, sin embargo, en su doble condición de portada del diario y de ventana gráfica del mismo, sufrió un rígido control y rindió innumerables servicios a las elites gobernantes.

Sirva como muestra señalar que las primeras páginas en huecograbado -de esporádica aparición a partir de febrero de 1939- se destinaron a sendas fotografías del general Franco. El tributo a la vanidad del poder, que “La Vanguardia” inauguró con inteligencia dedicando su primera portada en huecograbado, en 1929, al rey Alfonso XIII, fue explotado de común acuerdo por quienes gestionaban el diario tras la Guerra Civil. Estampas eclesiásticas, reproducción de la iconografía del régimen o fotografías de la primera dama -una imposición de Galinsoga para mantener buenas relaciones con el entorno familiar del general⁷⁷- son ejemplos del empleo que frecuentemente se daba a estas llamativas páginas (De hecho, la revisión hemerográfica de esa etapa permite comprobar que, cada año, coincidiendo con la festividad de Nuestra señora del Carmen, el retrato de la esposa de “el Generalísimo” aparecía en la portada de “La Vanguardia”).

⁷⁵ Abella, *text.cit.*

⁷⁶ *Crónica de un cambio histórico*, “La Vanguardia”, 3 de octubre de 1989, pag.33.

⁷⁷ Rafael Abella, *text. cit.*

La figura 7, reproducción de una portada dedicada a glosar el panorama internacional en 1944, ofrece, pese a lo avanzado de la contienda mundial, una muestra del forzado equilibrio de perspectivas que las circunstancias políticas internas imponían y cuya resultante llevaba la información a los lindes de la irrealidad.

La caracterización del periódico de esa época confirma y amplía algunas de sus líneas definitorias. Un repaso hemerográfico a los meses que contemplaron el final de la Guerra Civil permite consignar los rasgos propios del diario de propaganda que impusieron las circunstancias: titulaciones a página entera -sin el menor empacho en ocupar hasta dos y tres líneas-; diversidad de familias -con empleo sistemático de Didot ultracondensada, muy propia de los carteles y pasquines-; contenido enunciativo y declamatorio de los titulares -sospechosamente densos en adjetivos-, y, en general, un aire de descuido en la composición.

En esos primeros tiempos se mantuvo la maqueta a cuatro columnas de 16 picas, pero se modificó la cabecera para acomodar con la dignidad adecuada el nuevo nombre del diario. El rótulo “Española”, compuesto en romana antigua -aunque con un diseño distinto al de la cabecera original, que se mantuvo-, ocupó el espacio central situado inmediatamente debajo del logotipo. Por otra parte, la leyenda “Barcelona”, el año y el número del ejemplar se situaron sobre la columna de entrada, mientras que la fecha y el domicilio del periódico lo hacían sobre la columna de salida. El conjunto de la cabecera quedó ahora separado del texto por dos filetes que, a su vez, enmarcaban una línea de crédito con el precio del ejemplar. Posteriormente, una vez normalizada la edición del pliego de huecograbado, ese diseño se mantuvo en la portada gráfica, mientras que la primera de tipografía adoptó una forma distinta. En ella, el precio del ejemplar quedó sobre la columna de entrada, la fecha sobre la de salida, y a cada lado del logotipo “La Vanguardia” se situaron sendas manchetas que especificaban el precio de la suscripción y el domicilio social del periódico. El conjunto quedaba separado de la superficie propiamente informativa por un único filete, inicialmente de media caña.

La paginación, en esta primera etapa, se mantuvo incluso por debajo de los niveles del período inicial de la Guerra Civil (entre 6 y 8 páginas, con huecograbado intermitente y sólo los domingos), y se redujo aún más en los momentos más duros del colapso autárquico.

Sin embargo, estos rasgos formales no tardaron en modificarse y lo hicieron en la dirección propia de un diario sobrio, sin estridencias tipográficas y deseoso de ofrecer una imagen de orden y pulcritud. La figura 8, una reproducción de la primera página del 14 de febrero de 1940, ilustra de manera óptima la nueva puesta en página. Como puede observarse, la cabecera de la portada exterior -todavía la primera de tipografía- volvió a sufrir pequeñas modificaciones, aunque en

beneficio de la claridad. La fecha se situó en la columna de entrada, compuesta en negrita -si bien con poco blanco por estar muy asentada sobre el filete-, mientras que el precio -también compuesto en negrita- lo hacía en la columna de salida, sobre el domicilio social del periódico. La mención a los fundadores de la publicación y al director se situó, respectivamente, sobre las columnas de entrada y salida, aunque entre los dos filetes que separaban la cabecera del texto. En ese mismo espacio, pero sobre la columna central, figuraban el año y el número del ejemplar. Por último, un detalle nada insignificante cuando se conoce la forzada génesis que afectó a la adquisición del nuevo nombre del periódico: en medio de toda esta remoción, el rótulo “Española” redujo imperceptiblemente su blanco entre caracteres, lo que le supuso una sensible disminución de mancha. De modo idéntico, el nuevo diseño de la primera en tipografía -una vez el huecograbado se consolidó como habitual portada exterior- contempló también una notable disminución en la mancha del rótulo “Española”. Este hecho no hizo más que iniciar una tendencia, probablemente involuntaria, que se mantuvo hasta el retorno de la cabecera a su acepción de origen, casi cuarenta años después.

La puesta en página de ese ejemplar de febrero de 1940 ofrecía, no obstante, una novedad de mayor envergadura y con un valor semejante al de las modificaciones introducidas durante la Guerra Civil: el cambio a seis columnas de 13 picas en la composición, lo que permitía un aprovechamiento más dinámico de la página. Este cambio no habría supuesto merma en la legibilidad, de no ser porque, en cierto modo, algunas de las medidas adoptadas obedecían a la necesidad de aprovechar al máximo el escaso papel de que se disponía. En consecuencia, hubo al propio tiempo una pérdida notable de blancos (con una caprichosa distribución al respecto) y un empequeñecimiento de los cuerpos (hasta el 7 en texto y no más del 24 en los titulares de portada), todo lo cual reforzó la impresión grisácea de la página.

En cuanto a las familias empleadas para titular, se prescindió de los eficaces y elegantes caracteres en palo seco utilizados durante la primera etapa de la guerra (ver figura 4) y se volvió a una cierta uniformidad tipográfica, aunque nunca del calibre anterior a 1936. Los títulos se componían en Rockwell, subrayados y con despliegues modestos (a dos o tres columnas), conjunto de rasgos que les restaba viveza y legibilidad. Los subtítulos, por su parte, se confeccionaban, bien en egipcias (Rockwell y también subrayados), bien en palo seco negra (aunque en este caso, con un más amplio interlineado). El texto continuó componiéndose en Excelsior.

El empleo de egipcias -una familia especialmente apta para conferir legibilidad a los carteles y que nace con el desarrollo del maquinismo en el siglo XIX- sugiere un llamativo interrogante sobre el origen de las matrices que configuraron esa renovación, dadas las precariedades materiales y técnicas propias del momento. Además, se trata de una familia poco utilizada -salvo en el logotipo

de la cabecera inicial, en 1881- en el elenco tipográfico de “La Vanguardia”. Por otra parte, la utilización de Didot -letra de la Revolución Francesa, según la clasificación Vox- precisamente en la composición del bando que exalta la entrada de las fuerzas del *Ancien Régime* en Barcelona, compone una divertida paradoja.

El recurso a caracteres en negrita, sin serif, para la composición de algunas colaboraciones (por ejemplo la de Francisco de Cossío, presente en la portada que reproduce la figura 8), es toda una muestra de fidelidad a la tradición de distinguir información de opinión. Este criterio se tambaleaba, no obstante, en las páginas interiores, por el uso indiscriminado de la cursiva, y mereció posteriormente un menor respeto.

En otro orden de cosas, el empleo frecuente de una disposición simétrica para las portadas en tipografía (ver de nuevo la figura 8) dio como resultado una imagen poco adecuada para la distinción de las prioridades informativas. Las notas se encajaban sin relieve, unas junto a otras, aun cuando la horizontalidad fuese en aumento. Asimismo, la absoluta carencia de fotografías -al menos en la primera etapa- acentuó esa imagen gris y uniforme.

El contenido habitual de la primera página, dedicado a anodinas crónicas de no menos anodinos actos oficiales, y relegando la mucho más interesante información internacional a las páginas siguientes, se correspondía perfectamente con semejante estoicismo en la puesta en página. Las noticias, eso sí, aparecían casi todas ya correctamente datadas, con una invariable línea de crédito referida a la fecha y lugar de origen.

La carestía energética y de materias primas característica del período de posguerra no dejó de repercutir sobre los rasgos estructurales de “La Vanguardia”. Por ejemplo, el formato del periódico menguó sensiblemente. A su vez, la paginación llegó a reducirse a página y media en los momentos más difíciles, aunque se mantuvo habitualmente en torno a las ocho páginas. En estas condiciones, la ordenación por secciones, y la existencia de las propias secciones, se vio constreñida por las disponibilidades de papel, a lo que se añadieron las consideraciones ideológicas. Persistió, sin embargo, como privilegio irrenunciable que respondía, al mismo tiempo, a un interés real de la audiencia, una proporción abundante de información internacional. Paralelamente, un buen reflejo de los nuevos aires fue la reaparición, con carácter inmediato a la instauración del nuevo orden en Barcelona, de la sección “Vida religiosa”, mientras que la inserción de las crónicas de los corresponsales regionales quedó subordinada a los incrementos en el suministro de papel. Asimismo, la información sobre Cataluña (antes “Información catalana”, “Comarcas”, etc.) se redujo a un menguado espacio bajo el epígrafe: “Vida en Barcelona”. Vale la pena señalar, por último, como una muestra del control al que estaba sometida la información, que, hasta 1950, los abonados a la agencia Efe (como era el caso de “La Vanguardia”) recibían los teletipos en unos

sobres remitidos desde la propia sede de la agencia⁷⁸. De hecho, desde 1939, había quedado suprimido oficialmente el uso de los servicios que antes prestaban las diversas agencias -de forma que la única fuente era la agencia Efe y, durante la II Guerra Mundial, la alemana Transocean-, lo que obligó a “La Vanguardia” a ampliar su red de corresponsales propios para disponer de una gama más amplia de noticias y puntos de vista (y cuyas crónicas llegaban al diario por teléfono, telégrafo, correo o cable, y más adelante por medio de los servicios de United Press en Londres).

En ese marco de información nacional rutinaria y oficialista, de información extranjera un tanto crítica, y de un conjunto recargado de ideología y arengas, no dejaba de destacar la información sobre sucesos o “crónica negra”. En particular, cuando los descuidos de la censura o las cambiantes orientaciones gubernativas permitían profundizar en fenómenos como el extraperlo o la pobreza radical de algunos lugares de la “nueva España”⁷⁹. El modelo de diario que surgió de tan peculiar entremezcla no podía ser menos que un producto de rasgos muy *sui generis*. El forzado “desdoblamiento” contemplaba, por un lado, los intentos de hacer un periódico informativo trufado por nada sutiles evidencias propagandísticas, pero implicaba, por otro, la pérdida del imprescindible contacto con la prensa más dinámica e innovadora de Europa y Estados Unidos. Pérdida de contacto que se produjo incluso a un nivel estrictamente empresarial, a causa de las carencias propias de la autarquía y de la escasa competitividad que aquélla impuso en ése y otros sectores de la vida española. Esta circunstancia, al menos en lo que se refiere a la evolución fisonómica del periódico, es confirmada por Sáenz Guerrero⁸⁰ -quien precisamente ingresó en “La Vanguardia” en 1943-, que admite, por ejemplo, que en el diseño formal “no se seguía ningún modelo exterior de referencia” y el resultado se “inspiraba en la propia experiencia”.

La evolución del diario se mantuvo al ralentí durante la sombría década de los años cuarenta. La precariedad material y política de ese período no permitió grandes innovaciones ni mejoras. Aun así, la paginación, por ejemplo, subió a 18 páginas en 1944 (20 los domingos), si bien volvería a descender de nuevo hasta que en 1950 desaparecieron los cíclicos problemas de papel⁸¹. A su vez, las páginas de huecograbado dejaron de ser, a mediados de la década, el tradicional anexo cosido al principio del número, para convertirse en un pliego exterior que lo envolvía totalmente.

La tendencia a insertar una cifra modesta de titulares en las portadas -todavía absorbidas por la reseña de la actividad oficial en materia de inauguraciones y discursos- se mantuvo, pero desaparecieron los insólitos subrayados de la titulación (aunque no las particiones de palabra). Asi-

⁷⁸ Información facilitada por Horacio Sáenz Guerrero, director del diario entre 1969 y 1982. Entrevista realizada el 1 de julio de 1988.

⁷⁹ Rafael Abella, *text. cit.*

⁸⁰ Sáenz Guerrero, entrevista citada.

⁸¹ Rafael Abella, *text. cit.*

mismo, aun cuando las egipcias conservaron una importante presencia (aliviada por una relativa diversidad: incisas, palo seco, etc.), la disposición de titulares a tres y cuatro columnas, centrados, confirió más vivacidad a las primeras páginas. Del mismo modo, la aparición de ladillos, compuestos en negra -primero Univers, luego Times- a cuerpo 10, proporcionó un oportuno respiro a las, en ocasiones, largas columnas de texto.

Asimismo, merece la pena destacar la incipiente inserción de fotografías, algo bastante fuera de lo común en las páginas de tipografía, en una portada: por ejemplo, la del periódico de fecha 19 de mayo de 1944 (aunque es posible encontrar inserciones fotográficas en alguna portada de tipografía hasta dos años antes). La puesta en página de esas ilustraciones, lo mismo que la del huecograbado habitual, estaba no obstante aún lejos de respetar unos criterios mínimos de orden y contraste. El ejemplo es elocuente al respecto: las fotos presentaban distintas proporciones -incluso de puesta en columna- e interferían la continuidad en la lectura del texto.

Por su parte, la selección y disposición que observaban las ilustraciones de las páginas de huecograbado ofreció en poco tiempo algunos cambios importantes; entre ellos, la pérdida del carácter monotématico de las portadas. La disposición de las fotos mostraba, sin embargo, un notorio sentido del desorden. Las páginas ofrecían una entremezcla de temas gráficos que no guardaban la menor relación entre sí, acompañados de títulos carentes de contraste visual u orientaciones de contenido. A su vez, los pies de foto -en cursiva- se limitaban a explicitar literariamente los contenidos gráficos.

Paralelamente, las portadas tipográficas de la década 1940-1950 experimentaron una evolución que conviene señalar. Caracterizadas al principio por la presencia de una sobreabundante información en torno a las actividades oficiales de la jerarquía gubernamental, introdujeron al poco tiempo la presencia sistemática de notas de autor (normalmente una colaboración fija en forma de semblanza, crónica o simples impresiones). Tales notas de autor, habitualmente de escasa relación con la más viva actualidad, presentaban además dos inconvenientes formales: estar compuestas a medida falsa (en bloques de columna y media) y aparecer separadas del texto informativo mediante filetes de fantasía. El resultado final de ello era, por un lado, una ampliación de las masas grisáceas de la portada, lo que acentuaba el aspecto descolorido del conjunto, y, por otro, la constricción visual y fáctica de la información (que normalmente ostentaba despliegues moderados: a una o dos columnas).

La presencia de este tipo de colaboraciones fijas no es ajena, sin embargo, a los géneros redaccionales (crónica, columna, semblanza) ni a los estilos periodísticos (periodismo de autor) que

Josep Maria Casasús⁸² asigna a la época. Ello no obsta para que se pueda afirmar que, en general, abundaban los productos plagados de grandilocuencia, expresiones tópicas, lugares comunes y meras simplezas: una suerte de charlatanería, soportable en el apagado contexto de una etapa histórica de escasos contrastes.

Junto a ese magma de mediocridad, cabe también significar la tímida irrupción en las páginas del diario de literatos de prestigio -incipiente o consagrado-, tales como Benavente, Cela o Clarasó. Presencia -merece la pena insistir- que se producía en un contexto de modelo de diario caracterizado por un número importante de secciones de autor.

La evolución de “La Vanguardia” a lo largo de la década 1940-1950, pese a las graves carencias de energía y materias primas, presentó otros rasgos, éstos aparentemente encaminados a conectar con la tradición de ofrecer “mucho papel”, típica de la etapa expansionista de Ramón Godó. Sin embargo, esa voluntad, si es que existió de forma consciente, se plasmó ahora de un modo más desordenado, lo que resultó evidente a medida que el diario fue creciendo. En este sentido se enmarcan las ya citadas colaboraciones de autor -cada vez más numerosas- pero también, sobre todo al término de la segunda Guerra Mundial, la publicación de largos folletones con extractos o fragmentos de las memorias de destacados personajes de la contienda -mayormente del bando aliado, es decir, vencedor-. Tales folletones introducían al periódico en el terreno de la competencia con el libro, aunque se trataba de una incursión que no parecía del todo ilógica en una sociedad sin alternativas audiovisuales de información y entretenimiento.

Ya hacia el final de la década, los elementos de prestigio del periódico -en el aspecto de las amplias coberturas informativas- se acentuaron. “La Vanguardia” fue el primer diario español⁸³ en disponer de corresponsal en la nueva Alemania federal, al tiempo que sus enviados especiales (en Buenos Aires, Nueva York, Londres, París, Ankara, Bogota o el sureste asiático) conformaban un cuerpo abundante y destacado frente al raquítico panorama de la prensa española.

Por último, la gradual incorporación de colaboradores del talante de Carmen Laforet o Ana María Matute -aun cuando su presencia fuese muy esporádica- confirmó, desde la perspectiva del “desdoblamiento”, el avance del segmento tradicional y más abierto del diario, por encima del rostro propagandístico que de forma generalizada envolvía a los diarios españoles de la época.

⁸² Josep Maria Casasús. Esquema sobre la evolución del periodismo moderno. Curso de doctorado 1986-1987: “La organización de una Redacción multimedia en función de las técnicas periodísticas modernas y de acuerdo con las nuevas tecnologías”. Facultad de Ciencias de la Información, U.A.B.1986.

⁸³ Rafael Abella, *text.cit.*

2.6. La primera etapa de la recuperación: 1950-1960

En 1950, el periódico parecía consolidado por encima de las 14 páginas (desde 14 un viernes, a 26 un domingo), paginación que a partir de entonces no hizo más que incrementarse. Paralelamente se produjo una mejora en la calidad del papel y de los medios técnicos, y se generalizó el uso de teletipos y la inclusión de radio o telefotografías. De hecho, a partir de 1950 entró en funcionamiento un teletipo -que luego fueron tres- conectado a la delegación de Barcelona de Efe para la recepción directa de noticias, algo para lo que la legislación entonces vigente exigía autorización, según relata el ex director Horacio Saénz Guerrero⁸⁴, quien explica también que los corresponsales enviaban sus crónicas a través del Hell, un sistema de “radio Morse” que reflejaba el mensaje en una cinta perforada. A comienzos de la década de los cincuenta, la difusión de “La Vanguardia” se estimaba en 180.000 ejemplares⁸⁵, después de que en la década anterior el diario hubiese caído por debajo de los cien mil⁸⁶.

El crecimiento sostenido de la paginación llevó al diario a superar las treinta páginas antes de 1955 y las cuarenta antes de 1960. La mayor superficie impresa permitió entonces abordar con más detalle diversos aspectos de la vida social y del mundo literario, vertientes que ayudaban a colmar el vacío de dinamismo que presentaba la información política.

En 1953, “La Vanguardia” comenzó a servirse en Madrid mediante avión, lo que en cierto modo -aunque en un contexto muy distinto y con perspectivas diferentes también- enlazaba con el viejo proyecto de la última etapa republicana, cuando Gaziell estaba al frente de la dirección del periódico.

Otra consecuencia de la mayor disponibilidad de papel a mediados de los cincuenta fue la aparición de nuevas secciones: “hobbies”, ciencia, filatelia, ajedrez, pesca, aviación, etc. (secciones a caballo entre el entretenimiento y un concepto un tanto rudimentario y caótico de la posterior “revolución de las secciones” al servicio del diario de servicios). Se trataba, sin embargo, de una evolución perfectamente encajada en la tradición ya mencionada de “dar mucho papel”, característica de la etapa más próspera del diario pero que se realizaba ahora con un cierto desorden y sin una idea global que redundase en una adecuada ordenación, presentación y clasificación. A ello se añadía un enfoque excesivamente retórico de los temas. Por fortuna, el tipo de lector y los hábitos sociales de la época no demandaban todavía planteamientos depurados y dinámicos al respecto.

⁸⁴ Entrevista realizada el 1 de julio de 1988.

⁸⁵ Rafael Abella, *ob. cit.*.

⁸⁶ En esa década, “La Vanguardia” se convirtió en el diario español más vendido y se colocó incluso por delante de “ABC”, aunque sólo si en la difusión de este último no se contemplaba la edición andaluza.

Este conjunto de incorporaciones reforzó otro rasgo muy propio de “La Vanguardia”: su carácter sutilmente híbrido, siempre ajustado a las peculiaridades del amplio espectro lector al que pretendía dirigirse. En esta línea se inscribiría, por ejemplo, la publicación de las entrevistas de Manuel Del Arco, entremezcla de agudeza periodística y moderado sensacionalismo castizo, que tuvieron una extraordinaria acogida⁸⁷. Pese a todo, tales incursiones en el ámbito del diario popular y ligero no afectaron el marcado retorno de “La Vanguardia” al modelo informativo y comercial de prestigio. Y es que, aun cuando la escasa expectativa política del país amputaba y constreñía la viveza de la información, la nómina de colaboradores del diario se encargó de recuperar el adecuado brillo para el periódico: firmas internacionales de la altura de Cocteau y Spaak, o nacionales de la pluralidad que auspiciaban Estapé, Fuentes Quintana o Jiménez de Parga, ejemplifican suficientemente esta tendencia.

En el ámbito de la presentación del diario se produjeron también un número importante de cambios. Para ello, resultó decisivo el fin de las restricciones en el suministro de papel, coincidente con una significativa mejora en la calidad del mismo. Esta mejora fue particularmente visible en las páginas de huecograbado que, aun manteniendo una compaginación poco brillante, mostraron una mayor calidad de impresión.

El alivio en las restricciones de papel tuvo también un efecto sobre la presentación de las páginas de tipografía. Si bien se mantuvo la composición a cinco columnas de 13 picas, separadas por un corondel de un punto, la observación hemerográfica confirma un sensible aumento de los blancos y una disposición más desahogada de las notas.

Las portadas experimentaron formalmente las consecuencias de ese desahogo, mostrando un mayor dinamismo en su maquetación, aunque los criterios de contenido no variaron gran cosa. El concepto de actualidad, distorsionado además por consideraciones de orden estrictamente político, seguía lejos del que imperaba en diarios coetáneos del mundo democrático. De ese modo, salvo cuando en la esfera internacional se producían sucesos de una resonancia ineludible, las portadas servían exclusivamente información nacional -entendida casi siempre como glosa de actividades oficiales (ver figura 9)-, mientras que la verdadera actualidad, o al menos la actualidad dinámica, quedaba reservada para la página siguiente o, con frecuencia, las interiores.

Los recursos tipográficos continuaron siendo los propios de un diario serio, con titulaciones a cuerpo moderado -en portada lo usual era no superar un cuerpo 24-, y el empleo de elzevirianas y egipcias para titular. Los ladillos se componían indistintamente en versales de la Times (negra o

⁸⁷ Las entrevistas de Del Arco comenzaron a publicarse a partir de 1953. Se trataba de entrevistas de actualidad, breves y planteadas con agudeza, que iban acompañadas de una caricatura del entrevistado, realizada por el propio Del Arco.

redonda), o en egipcias (en caja baja y negra cursiva), mientras que para el texto seguía empleándose Excelsior, todavía en cuerpos 7 y 8 (la muestra es de febrero de 1955).

El despliegue de las noticias siguió adoptando dimensiones prudentes, con máximos de tres columnas, títulos de dos líneas y subtítulos de tres (el diario no contemplaba, sino excepcionalmente, el uso de antetítulos). Por contra, los criterios de horizontalidad vigentes toleraban algunas disposiciones heterodoxas. Por ejemplo, la continuación del texto en la columna siguiente a la del título y por encima de éste. Asimismo, era frecuente el recurso a filetes de fantasía para separar notas dispuestas en sucesión vertical.

Las portadas, al menos hasta bien avanzada la década, destinaron una parte sustancial de su superficie a géneros de opinión, que se componían a medida falsa y ya no en cursiva. Todo ello en paralelo a una mayor diversificación de la información (cada vez más numerosa, hasta degenerar finalmente en un puzzle). La recuperación de la publicidad, a caballo de una mejora en la situación económica general, repercutió también en la primera página, que de nuevo, aunque por poco tiempo, se vio invadida por una significativa proporción de anuncios (figura 9 bis). Ahora bien, la irrupción de esa publicidad en las páginas interiores del diario se produjo con escaso orden.

Las secciones que componían un número de “La Vanguardia” a principios de la década -tomando como modelo un ejemplar de febrero de 1950, martes-, eran las siguientes: Nacional (portada); Religión; Extranjero (con 5 páginas, entre las que se incluía un visible folletón con las memorias de Winston Churchill); Barcelona (2 páginas); Deportes (4 páginas), y Música, Teatro y Cine (3). La paginación por secciones da una idea de cuál era el centro de mayor actualidad y novedad informativa, pero confirma también un rasgo típico de los grandes diarios informativos y de prestigio: la amplia cobertura internacional.

En 1955, la paginación había mejorado todavía más, con un mínimo de 22 páginas los viernes, y un máximo de 38 los domingos. Por su parte, la cubierta de hueco oscilaba entre las dos y las cuatro páginas respectivamente. En este marco de mayor disponibilidad de papel, las secciones mejoraron también respecto a sus funciones de ordenación y clasificación, mientras que tipográficamente ofrecían una mayor viveza y una identidad más precisa. Así, un ejemplar de febrero de 1955 (también martes) presentaba la siguiente distribución por secciones: Portada (en dos páginas: la primera y su inmediata, con los “pases”); Colaboración; Tiempo y varios; “La Vanguardia en Madrid” (información de diverso signo sobre la capital); Toros; Extranjero (con 4 páginas y titulares a tamaño destacado: más del 30); Barcelona (3 páginas); Economía; Música, Teatro y Cine; Deportes (4 páginas), y Cierre. La inclusión de una sección específica dedicada a la

“Fiesta Nacional” resulta cuando menos curiosa si se tiene en cuenta que “La Vanguardia” jamás -por importante que fuese la corrida- incluyó información taurina durante la etapa en que Ramón Godó estuvo al frente de la empresa (y que fue juzgada por Josep Pla⁸⁸ en estos brutales términos: “Tuvo que producirse una guerra para que ‘La Vanguardia’ se ocupara de la información taurina, de la fiesta nacional”).

2.7. La segunda época dorada del diario: 1960-1970

El forzado abandono como director de “La Vanguardia” de Luis de Galinsoga, a principios de 1960, tras el rechazo social que suscitaron sus singulares concepciones sobre Cataluña y la lengua catalana⁸⁹, dio pie a importantes remociones en el interior del diario. La designación (en una especie de retorno auspiciado por la propiedad)⁹⁰ de Manuel Aznar como nuevo director y, posteriormente, de Xavier de Echarri, abrió paso a un conjunto de cambios de forma y contenido, cuya repercusión más evidente fue el incremento gradual, pero constante, de la difusión del diario (que rebasó al poco tiempo la barrera de los 200.000 ejemplares).

La nueva dirección abordó una renovación en tres aspectos⁹¹. El primero correspondió a la reorganización de la Redacción; el segundo supuso un importante número de cambios en la composición del periódico -para dar cabida a más información-, así como en la paginación -que siguió creciendo hasta alcanzar las 80 páginas a mediados de la década-, y el tercero, y aun sin abandonar los estrictos márgenes políticos que trazaba el régimen, afectó a una evolución en los planteamientos ideológicos de “La Vanguardia” que permitió una presencia más explícita en el diario de los valores de la catalanidad de signo conservador.

⁸⁸ Rafael Abella, *ob.cit.*

⁸⁹ El episodio ha sido suficientemente narrado por diversos autores y medios, aunque puede encontrarse un relato muy completo en “El caso Galinsoga”, de Horacio Sáenz Guerrero, coleccionable de “La Vanguardia”, “Cataluña durante el franquismo”, pags.178 a 182. En síntesis, la caída de Galinsoga se precipitó en febrero de 1960 a raíz de un enfrentamiento con el párroco de la iglesia de San Ildefonso, Narcís Seguer, a quien reprochó haber celebrado la misa en catalán. A raíz de ese incidente, “lectores, anunciantes y vendedores, en distinta medida, pero de manera efectiva, hicieron un boicot al diario” (Sáenz Guerrero, *art.cit.*). La caída de las ventas y el clima adverso en la opinión pública llevaron al propietario a pedir la intervención del propio Franco, quien ordenó finalmente que Galinsoga dimitiese. Sin embargo, éste se negó a abandonar “La Vanguardia” -pese a que su nombre dejó de aparecer en la mancheta el 7 de febrero-, lo que obligó a la empresa a impedirle materialmente el acceso a su despacho, algo que se consiguió mediante el recurso de derribarlo.

⁹⁰ Aunque, por imperativo legal, el nombramiento fue acordado con la autoridad competente; en aquel caso, el ministro de Información y Turismo, Manuel Fraga, que dio el “placet” a finales de marzo de 1960 (Rafael Abella, *text.cit.*).

⁹¹ Rafael Abella, *text.cit.*

En síntesis, la directiva de Aznar -un posibilista con un extraordinario sentido de la oportunidad⁹²- supuso la definitiva entrada del diario en una suerte de “franquismo light”, en el que anticomunismo, conservadurismo y democracia orgánica eran sinónimos que componían un estado de confusión más flexible que la rígida y malhumorada actitud ideológica de Luis de Galinsoga.

La sensibilidad internacional de Aznar, que compaginaba el periodismo con la carrera diplomática, tuvo su influencia en el incremento de la información extranjera que se produjo paralelamente a los aumentos en la paginación total del diario (y al impulso a la red de corresponsales). Asimismo, se añadieron nuevas secciones (biología, medicina, circulación, etc.), mientras que otras adquirieron mayor continuidad (como las cartas de los lectores), todo ello aprovechando ese incremento de la superficie impresa. Finalmente, los acabados formales experimentaron algunos cambios, especialmente en el ámbito de la titulación de la portada tipográfica (cuya envergadura se amplió, lo que acentuó el rango en la disposición de las cada vez más numerosas noticias y aminoró la apariencia gris de la página), bajo la ejecución de Javier Comín (responsable de confección).

Junto a todo ello, el periódico vivió una importante incorporación de maquinaria, que, vista en perspectiva, supuso una de las inversiones técnicas más notables de toda la historia de “La Vanguardia” como empresa: la adquisición, a comienzos de los sesenta, de nuevas rotativas para la impresión de páginas de huecograbado en color y para lograr que la ampliación de la tirada no repercutiese en los tiempos de producción. El color apareció primero en ocasiones extraordinarias -ya que las máquinas imprimían básicamente revistas⁹³- (y el primer suplemento lo hizo en el verano de 1961)⁹⁴ pero, más tarde, cuando la disponibilidad técnica fue completa, lo hizo todos los domingos (desde 1971, si bien las instalaciones de Poblenou habían sido inauguradas oficialmente en 1968). De hecho -según explica el responsable de publicidad del diario ente 1971 y 1993, Angel García Latasa⁹⁵-, el color se afrontó sobre todo -y pese a tratarse de una opción impulsada por el propio Manuel Aznar- desde consideraciones comerciales (por el valor de los anuncios en cuatricromía), ya que desde un punto de vista informativo, las consideraciones industriales -es decir, los tiempos de preparado- pesaban decisivamente e impedían que tuviese virtualidad noticiosa y

⁹² Según Rafael Abella, *text.cit.*

⁹³ Esta circunstancia se debe a la voluntad de la empresa de constituir un verdadero grupo con múltiples cabeceras. De hecho, el primer paso se da tras la guerra civil, al participar en la empresa que editaba el “Diario de Barcelona”. Posteriormente, se editó “Gaceta Ilustrada” (fundada en 1955) y, ya en la década de los sesenta, se realizó la adquisición -parcial o total- de cabeceras como “El Mundo Deportivo” o “Tele Expres”, mientras que la envergadura industrial de los talleres de huecograbado instalados en la sede de Poblenou permitió imprimir otras revistas como “Destino”, “Fotogramas”, “Garbo”, etc.

⁹⁴ La investigación hemerográfica de “La Vanguardia” revela, según el responsable de documentación del diario, Carles Salmurri, la utilización del color con anterioridad, aunque con carácter esporádico y puntual.

⁹⁵ Entrevista realizada el 5 de julio de 1988.

sentido de la actualidad (y de ahí que su contenido fuera más propio de la revista ilustrada que de un diario: reportajes, paisajística, temas monográficos, exposiciones, etc.).

En cuanto al impacto de la modernización técnica sobre la redacción, cabe señalar que se tradujo, sobre todo, en el capítulo de la recepción de noticias. Según Sáenz Guerrero⁹⁶, a principios de los 60 los corresponsales comenzaron a enviar sus crónicas a través del télex. Anteriormente, mediante el primer contrato con la agencia United Press International (Upi), los corresponsales de “La Vanguardia” tenían derecho a una oficina en la sede correspondiente de la agencia (primero Londres; luego Nueva York), y acceso a los teletipos, por lo que remitían -normalmente por teléfono- lo más interesante de la actualidad internacional a su cargo. En 1966 -añade Sáenz Guerrero-, la ley Fraga permitió comprar a la agencia Efe el derecho a la recepción directa de noticias en inglés (de Upi), una posibilidad excluida desde 1939.

La sustitución de Manuel Aznar por Xavier de Echarri, en 1963, confirmó los procesos de remoción del diario por cuanto el primero, a causa de sus múltiples ocupaciones, dirigía el periódico de forma delegada. Echarri, antiguo falangista evolucionado hacia un conservadurismo de matices liberales, acentuó los rasgos aperturistas en el perfil del diario, disminuyendo en lo posible el carácter propagandístico al que las condiciones políticas obligaban. Ahora bien, el impulso real corría a cargo -incluso durante la etapa de Aznar- de Horacio Sáenz Guerrero, un periodista que ingresó en “La Vanguardia” en 1943, que fue nombrado por el propio Manuel Aznar subdirector en 1961 y que posteriormente -entre 1969 y 1982- fue director del diario⁹⁷. El proceso de apertura se reflejó en aquel momento a través de la inclusión de colaboradores de claro signo opositor al régimen establecido (como Joan Fuster), pero también por la entrada de la lengua catalana en el periódico (a través de la crítica de libros, en 1966)⁹⁸ con todo lo que ello tenía de reinserción en la cultura de un país que comenzaba a despertar a sí mismo.

Paralelamente, esta década de expansión en los contenidos del diario vino acompañada de una expansión empresarial, cuyo máximo exponente fue la inauguración de los talleres de Poblenou en noviembre de 1968, destinados a la composición, reproducción e impresión en huecograbado (negro o color) de productos propios y ajenos. La política de expansión tuvo formulaciones simultáneas a través de la participación de la propiedad de “La Vanguardia” en otras empresas -dentro y fuera del sector de la prensa-. Paralelamente, las instalaciones de la redacción experimentaron una remodelación orientada a la utilización más eficaz del espacio disponible, con

⁹⁶ Entrevista realizada el 1 de julio de 1988.

⁹⁷ La redacción de la época constaba de alrededor de 25 periodistas, además de un dibujante y un fotógrafo. Sáenz Guerrero compartía la subdirección con otros profesionales, como Francisco Garrigó y Santiago Nadal (e inicialmente Eduardo Palacio Valdés, designado subdirector por Galinsoga) (Rafael Abella, *text.cit.*).

⁹⁸ Rafael Abella, *ob.cit.*

estancias más amplias y apropiadas para el trabajo en equipo (separadas por mamparas acristaladas –denominadas coloquialmente “peceras”- que respondían a la compartimentación del territorio por secciones).

Los buenos resultados de esa época –con una media de paginación situada en torno a las 80 páginas- no condujeron, sin embargo, a una racionalización organizativa y productiva⁹⁹, imprescindible en una empresa periodística centenaria y cuyo horizonte futuro anunciaba niveles de competencia y de mercado mucho más agudos que los vividos durante el *Aufdunkel* franquista. Es más, el liderazgo en el ámbito de la difusión¹⁰⁰ enmascaró la falta de dinamismo e innovación interna que, sin embargo, no tardó en evidenciarse en cuanto el mercado se liberalizó.

La magnitud de los cambios en la presentación y ordenación del diario durante esta etapa puede apreciarse a simple vista en las figuras 10 y 11 (que reproducen dos primeras páginas correspondientes, respectivamente, a 1960 y 1965). La portada tipográfica del ejemplar editado el 2 de febrero de 1965, contiene ya elementos propios de una estructura estable, parcialmente estática, que se mantendrá durante más de una década. Esa estructura contemplaba la ubicación invariable en la columna de entrada de una tira de opinión (compuesta en negrita, con titulación en Futura), separada por un corondel de 3 puntos de las cuatro columnas restantes, destinadas a información. Otro de los rasgos distintivos de esa primera página de 1965 lo constituía la titulación, compuesta en una variedad de familias muy propia aún de los diarios de la época (Times, Futura, etc.), con paralela diversidad en los cuerpos (hasta el 36) y gruesos empleados.

El contraste entre ambas portadas (1960/1965) ofrece dos elementos distintivos más. Por un lado, la desaparición de la publicidad en las primeras páginas; por otro, la inserción sistemática de fotografías en la superficie impresa tipográficamente, ámbito que “La Vanguardia” había mantenido hasta entonces en unos niveles muy pobres de expresión visual (al menos con respecto a los periódicos contemporáneos del resto del mundo occidental: ver figura 12). La portada reproducida en la figura 10 muestra hasta qué punto la ausencia de fotografías, pareja al incremento de la presencia publicitaria en página (segmento que sí echaba mano de los contrastes y las reproducciones gráficas), suponía el desplazamiento de la atracción visual hacia el pie de de página,

⁹⁹ Y la mejor prueba de ello fueron los problemas relacionados con el exceso de plantilla y la baja productividad que se suscitaron a mediados de la década siguiente, cuando la coyuntura económica y la transición política modificaron sustancialmente las condiciones del mercado en el que competía “La Vanguardia”.

¹⁰⁰ El punto 1.3. ofrece cifras sobre la difusión de los diarios más importantes a finales de esta época, hacia 1972. Un resumen a partir de las certificaciones de la OJD y de Guillamet, *La circulació de la premsa Catalunya-Espanya*, pags.28 a 31, sitúa a “La Vanguardia” en primer lugar, con más de 210.000 copias, aunque “ABC” (con alrededor de 200.000) quedaba por delante si se contabilizaban los alrededor de 70.000 de su edición andaluza. En Cataluña, el resto de periódicos –incluidos los deportivos- no sobrepasaban los 100.000 ejemplares, ya que “El Noticiero Universal” no iba mucho más allá de los 80.000 y “El Correo catalán” apenas rozaba los 60.000. En Madrid, en cambio, el diario

donde se disponían los anuncios (y ello pese a que esa página en concreto incluía un rudimentario gráfico -un antecedente de los actuales infográficos- que compensaba la poderosa mancha de la superficie publicitaria).

La portada de 1965 muestra, asimismo, los gérmenes de una evolución -que posteriormente se acentuaría- hacia un tipo de primera página algo ajena al modelo de diario serio que siempre ha pretendido encarnar “La Vanguardia”: una evolución hacia la portada en escaparate, repleta, hasta la saturación, de numerosas notas y titulares

La inclusión de una línea de crédito con el nombre del director del periódico fue otra de las modificaciones que sufrió la portada tipográfica, aunque ésta se produjo ya bien entrada la segunda mitad de la década. Esa referencia había desaparecido de la portada de huecograbado en 1960, en uno de los desesperados gestos que se llevaron a cabo para indicar a Luis de Galinsoga la conveniencia de marcharse, cosa que sólo ocurrió -como ya se ha señalado- cuando éste fue desposeído de su despacho mediante la curiosa medida de tapiarlo. En adelante, el espacio que había ocupado el rótulo con el nombre del director en la página de huecograbado quedó definitivamente en blanco (y más tarde lo invadió una línea de crédito con el número y año del ejemplar, antes ubicados sobre la columna central). En cualquier caso, el resultado fue que ninguna de las dos primeras páginas (ni la de huecograbado, ni la de tipografía) ofrecían referencia diaria alguna sobre quién dirigía la publicación. Finalmente, en la segunda mitad de la década de los 60, el nombre del director de “La Vanguardia” empezó a figurar bajo el logotipo, lugar en el que ha permanecido hasta la actualidad.

Con respecto a las primeras páginas en huecograbado, la observación hemerográfica confirma su evolución desigual, con avances y retrocesos hacia un modelo de portada en poster, de mayor impacto y más monotemática (pese a que en 1965 aún se puede encontrar portadas con hasta 6 notas gráficas distintas, dispuestas a modo de estampas de idéntico formato, en dos columnas).

Los cambios se extendieron al conjunto del diario entre 1960 y 1970 (año, este último, en que ya era director Horacio Saenz Guerrero, quien lo condujo durante la delicada etapa de la transición democrática española). Así, en febrero de 1960 el periódico tenía la siguiente fisonomía: seguía compuesto a 5 columnas de 13 picas (algo que ya se mantuvo casi invariable hasta 1983). Además, abundaban las portadas monotemáticas, en general grises y aún hipotecadas por la prioridad de la “información sobre actividades oficiales” de índole nacional. Los titulares eran moderados (en cuerpos no superiores al 30, salvo algunas colaboraciones juzgadas importantes,

“Pueblo” se acercaba a las 200.000 copias, mientras que el católico “Ya” sumaba una difusión cercana a los 140.000

cuyo epígrafe podía alcanzar caracteres del 48), y se componían generalmente en egipcias. Los subtítulos se confeccionaban en cursiva (empleando con frecuencia Cheltenham), y constituían el acompañamiento más común del titular principal, ya que predominaba el criterio de no emplear antetítulos. El texto seguía siendo compuesto en Excelsior.

Persistía, eso sí, la endémica falta de continuidad en la concepción y composición de los ladillos, cuyo contenido sugería a veces la introducción a una nota aparte, en tanto su confección era cambiante (cursiva unas veces, redonda otras, con líneas indistintamente en versales o en minúsculas). El conjunto correspondía, no obstante, a un modelo de diario informativo y serio.

La paginación, (todavía con febrero de 1960 como referencia), oscilaba entre un mínimo de 28 páginas los viernes, y un máximo de 40 los domingos. Con respecto a las secciones de información clasificada, el diario ofrecía el siguiente panorama: una portada en tipografía, que se extendía -en forma de “pase”- a las dos páginas inmediatas (aunque en esa misma década¹⁰¹ se restringió el “pase” únicamente a la contraportada, ya que el criterio de remitir a diversas páginas interiores comportaba confusión); Tiempo y varios; Colaboración; Extranjero (con 5 páginas); Barcelona (3 páginas); Religión y varios; “La Vanguardia en Madrid”; Economía (página y media); Música; Deportes (cinco páginas); “Crónica de las provincias catalanas”, y Cierre (con una página, como todas las secciones donde no se indica la paginación). El número de páginas enteramente dedicadas a la publicidad era, además de la contraportada, de seis.

La incorporación gradual de nuevas secciones, a medida que la superficie impresa lo fue permitiendo, da una idea de cuáles eran las prioridades informativas del diario, aspecto en el que no puede obviarse una lectura ideológica. Así, el crecimiento lento y trabajoso de los espacios destinados a la información local, en particular de la información de Cataluña en tanto conjunto unificado, reflejaba una extrapolación al ámbito informativo de las concepciones políticas imperantes, que negaban no sólo la especificidad sino incluso la propia entidad territorial de la comunidad catalana. No hay que olvidar tampoco que la falta de una vida política libre y democrática dejaba reducido el ámbito local a un escenario institucional y administrativamente anodino, más allá de las noticias de sucesos y gente (que tampoco ofrecían un paisaje excesivamente variado bajo el cielo gris de una dictadura “nacional-católica”).

A principios de 1965, la suma de cambios parciales que había experimentado “La Vanguardia” daba ya como resultado una nueva imagen global del periódico. Un nuevo estilo, más dinámico y que suponía incluir un número mayor de notas en página, había modificado radicalmente la fisonomía del diario. La presencia de fotografías, el mayor énfasis en la horizonta-

ejemplares diarios.

lidad o el recurso a la diversidad de titulares y a la composición en medida falsa para puntuar y valorar las informaciones -aun de manera a veces tosca e incipiente-, aparecieron entonces de forma consciente y sistemática e introdujeron una impresión de mayor orden con respecto a la etapa de Galinsoga al frente del periódico.

A mediados de la década, la diversidad de familias empleadas en la composición de titulares albergaba desde una Times a una Futura. Los títulos presentaban, por lo general, una mayor mancha y estaban envueltos por un más amplio contraste de blancos, todo lo cual rompía la grisácea monotonía del texto. Los cuerpos de titulación se incrementaron ligeramente en la portada -siempre refiriéndonos a situaciones no excepcionales-, llegando al cuerpo 36 (aunque dentro del periódico podían alcanzar un 42). Los subtítulos, abundantes y con una composición de hasta tres líneas, se confeccionaban mayoritariamente en cursiva, empleando, indistintamente, versales o minúsculas. En cuanto a los ladillos, lo mismo podían componerse en redonda gruesa y caja baja, que en versales finas, predominando los caracteres en palo seco. El texto se confeccionaba en Times, con líneas de crédito en negrita. Por último, la cabecera de las secciones pasó a componerse en blanco sobre gris, empleando versales de Times.

Para la separación horizontal y vertical de las notas informativas se emplearon filetes de un punto, salvo la columna editorial, compuesta en negra -también Times-, cuya separación se estableció mediante un corondel de tres puntos. Algunas notas informativas, normalmente a una columna, se distinguían y destacaban mediante el uso de recuadros. La maquetación continuó siendo irregular.

El incremento de la paginación (de más de cuarenta páginas los laborables, a más de 90 los domingos) obligó a desdoblar el periódico en dos pliegos, con entre 8 y 16 páginas de huecograbado como envoltorio de ambos. La publicidad había desaparecido de la portada e incluso dejó libres determinadas páginas, aunque su proporción y presencia fueron cada vez mayores, con especial incidencia en el ámbito de los anuncios económicos.

Por último, la clasificación por secciones ofrecía un resultado que, aunque formalmente más claro, introducía una cierta aleatoriedad en la definición de determinados ámbitos (por ejemplo, existía una sección de “Información nacional” seguida de otra llamada “Madrid 24 horas”, cuyo solapamiento resultaba inevitable). Merece la pena insistir en ello, ya que éste fenómeno -adoptando distintas formas- ha venido persistiendo en “La Vanguardia” hasta tiempos muy recientes. Las secciones, tomando como referencia el primer martes del mes de febrero de 1965, eran las siguientes: Información Nacional (3 páginas); “Madrid 24 horas”; Sucesos; Colaboración;

¹⁰¹ Sáenz Guerrero, *entrev. cit.*

Extranjero (7 páginas); Economía; Barcelona; Cataluña (2 páginas); Música, Teatro y Cine (3 páginas) y Deportes (7 páginas) [La paginación sólo se indica cuando va más allá de una página].

Las siete páginas de información internacional confirmaban no sólo la “debilidad” tradicional de 'La Vanguardia' por ese ámbito, sino también el renovado impulso que introdujo la dirección de Manuel Aznar. Un impulso lógico, por otra parte, si se considera que el público evolucionaba paralelamente hacia la adquisición de una cierta cultura política que no hallaba ningún *feedback* en el ámbito de la información nacional. Al propio tiempo, igualmente significativo resultó el reconocimiento, por fin, de una sección explícita y específicamente dedicada a la información catalana como conjunto: “Cataluña”, eco de un reconocimiento “regional” que ya no despertaba suspicacias ni peligros.

La evolución de “La Vanguardia” en los años siguientes confirmó algunas de las tendencias señaladas y contempló determinadas innovaciones. En 1969, los rasgos del diario ratificaban la disposición horizontal, mientras que la paginación ofrecía una muestra evidente de la continuidad del proceso de crecimiento del periódico (aunque en esa época empezó a aproximarse a los límites máximos deseables [al menos, desde el punto de vista de su manejo industrial], ya que el número de páginas los días laborables oscilaba entre 56 el jueves, y 80 el martes, con un máximo de 16 impresas en huecograbado). Los anuncios económicos y clasificados ocupaban con frecuencia hasta 20 y más páginas, con independencia de la publicidad a pie de página y los anuncios a página entera (en tipografía o huecograbado).

Las secciones del diario, pese al incremento en la paginación, tendieron momentáneamente a simplificarse. En 1969 eran: Colaboraciones; Nacional; Extranjero; Barcelona; Cataluña; Deportes, y una macroárea que englobaba “Música, Teatro, Cine, Espectáculos, Radio y Televisión”. Dentro de ese orden se incluían el conjunto de minisecciones dedicadas a aficiones o aspectos sectoriales (libros, ajedrez, etc.). Asimismo, persistió la sección específica de Religión (que desde siempre se había identificado con la religión católica), aunque ocupando espacios variables. No menos significativa resulta la existencia de un apartado dedicado a TV, reflejo, sin duda, del alcance que ese medio iba ganando en la sociedad española. Finalmente, y aunque no existía una sección regular de “cartas de los lectores”, cada vez se publicaban más -a partir de 1967 y principalmente de interés local, según relata Lorenzo Gomis¹⁰²-, hasta que, ya con Horacio Sáenz Guerrero como director, se decidió establecer una sección fija.

La maquetación del diario, aun manteniendo algunos rasgos básicos del formato, reforzó la tendencia al contraste y a la disposición dinámica de las notas. Se acentuó la mancha de los titulares

¹⁰² Lorenzo Gomis, “La Vanguardia”, suplemento extraordinario de 3 de octubre de 1989, pag.42.

y se incorporaron al catálogo de familias tipográficas la Helvética y la Univers. La negrita y la cursiva (en cualquiera de las familias citadas) fueron de nuevo utilizadas preferentemente para expresar la opinión del periódico. Los ladillos, aunque compuestos indistintamente en versales y minúsculas, parecían consolidados en caracteres de palo seco fino. El texto se componía en Excelsior, aunque por poco tiempo ya.

Pese al incremento en la mancha de los titulares, con empleo muy común de negra para realzar los contrastes, los parámetros esenciales de titulación típicos de un diario informativo apenas se modificaron, y los cuerpos empleados continuaron situándose dentro de una proporción moderada. Sirva como muestra evidente de ello el hecho de que sucesos como la designación de Juan Carlos de Borbón como futuro Rey de España, o las evoluciones de los astronautas de EE.UU. en su primer viaje a la Luna -acontecimientos que motivaron lógicamente una serie de portadas monotemáticas-, se ofrecieran en dos líneas de titulares a cinco columnas, en alto de página y empleando un cuerpo no superior al 60; titulación siempre subordinada a una predominancia real y absoluta del texto. Este resultado quedaba bien lejos del despliegue propio de los rotativos popular-sensacionalistas ante fenómenos de esa naturaleza. Por lo general, en “La Vanguardia” los despliegues no iban más allá de las cuatro columnas, con una titulación máxima del 48, que se reducía al cuerpo 42 en el interior.

Finalmente, hay que referirse a la innovación que supuso la existencia de un sumario de secciones por páginas, en la portada de tipografía. Por contra, la leve tendencia de las portadas en huecograbado hacia formulaciones monotemáticas continuó excluyendo una imprescindible referencia al contenido interior del diario o a informaciones de mayor actualidad.