

EL MARQUÉS DE SANTA ANA, VIDA Y OBRA DE UN GRAN PERIODISTA

GARCÍA RODRÍGUEZ, José Carlos. Edita: Universidad de Sevilla. Col. Ciencias de la Comunicación, nº. 19. Encuadernación rústica. Sevilla, 2023 [238 páginas]
ISBN: 978-84-472-2357-2. Depósito Legal: CA 9-2023.

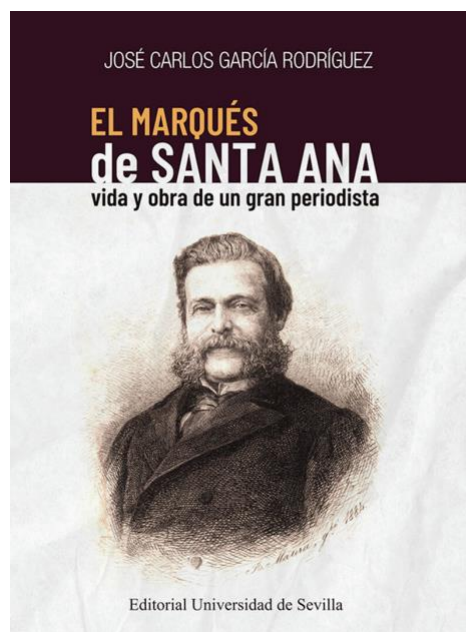
José Santiago Miranda
Historiador

Es una biografía sobre la trayectoria personal y profesional del marqués de Santa Ana (Sevilla, 1820-Madrid, 1894), como creador de la que desde orígenes muy modestos llegaría a ser -con diferencia- la publicación periódica más importante de España en su época: *La Correspondencia de España*. Nos muestra cómo Santa Ana fijó en España las bases informativas sobre las que se asentó el periodismo moderno. Introduciendo el reportero, la venta callejera del periódico, y la inclusión de la publicidad como elemento económico fundamental del negocio periodístico.

La biografía está imbricada en una amplia crónica histórica de la España de la segunda mitad del siglo XIX.

De entrada, quiero hacer constar que, leyendo el libro, he aprendido más sobre la prensa española del siglo XIX que con lo estudiado sobre el tema en mi oposición como profesor de Historia.

Rasgo fundamental de la obra es que está muy profusamente documentada, lo que confirma una vez más el rasgo esencial que caracteriza



al autor a la hora de escribir sus estudios: se documenta mucho siempre para apoyar sus consideraciones personales al respecto (y resalto esto porque hay muchos “estudios” por ahí con poco o muy poco fundamento documental). Dice nuestro autor en la introducción a su libro que hay pocas fuentes de información sobre el marqués de Santa Ana. Pocas le parecen a él, cuando de la lectura del libro se llega a la conclusión contraria: la relación de bibliografía y fuentes consultadas que figura en el libro lo desdican; ¡tan afanoso de buscar documentación es nuestro autor!

Copiosa es la relación, y trayectoria individual, que hace de personas y personajes del s. XIX contemporáneos de Santa Ana que aparecen en el libro, y que, habiendo sido personas significadas e influyentes en ese siglo, no figuran en muchos tratados de historia de España del s. XIX.

He conocido, y conocerán también los lectores del libro, un extenso vocabulario sobre objetos y técnicas de imprenta y periodismo, lo que es interesante para quienes nos gusta la lectura en soporte impreso, en papel que se dice.

La idea central que recoge el autor sobre el marqués de Santa Ana a lo largo de todo el libro: *...el propósito del periodista sevillano era que su periódico noticiero continuase la línea de independencia partidista que había mantenido siempre en sus anteriores publicaciones*¹.

Y sobre la manera de hacer su periodismo, lo recoge José Carlos de opiniones de personas contemporáneas de su, bien estudiado, personaje: *(...) si hallaba reservas (en la información que buscaba) en los ministros (...) y otros políticos (...), con la mayor sencillez y la sonrisa en los labios, les advertía que iría a buscar a sus adversarios políticos para ver si con ellos era más afortunado*

*en la adquisición de informes. Este procedimiento le daría excelentes resultados*².

El autor recoge un comentario de Enrique Prúgent sobre Santa Ana: *...el gran propagandista del periodismo en España, el que ha sabido poner en su verdadero punto de vista el periódico. Y añade el autor: ...cualquier persona podía estar al corriente de la vida nacional y extranjera, en síntesis y en líneas generales*³.

Una iniciativa de Santa Ana sobre cómo sacar adelante una publicación periodística rentable, que hoy, y desde hace tiempo pueden parecer de lo más normal y que entonces lo convirtieron en un pionero, fue el hecho de insertar publicidad y esquelas en su periódico: *Su diario será el primer periódico español en considerar la publicidad, igual que ya hiciera Èmile de Girardin en "La Presse", como un ingreso serio y regular, comerciando de modo sistemático los espacios destinados a los anunciantes. Con "La correspondencia de España" se introducirá por primera vez en la prensa española la inserción de esquelas*⁴.

Otra iniciativa suya con el mismo objetivo de rentabilidad fue el de dar mucha más importancia a la distribución y venta pública del periódico que a la suscripción fija al

¹ *El marqués de Santa Ana...*, pg. 62.

² De *La Ilustración de Madrid*, 30 de abril de 1972, pg. 130; cit. en *El Marqués de Santa Ana...*, pg. 66.

³ *Op. cit.*, pg. 66.

⁴ *Op. cit.*, pg. 77.

mismo, imperante hasta entonces. Así amplió enormemente las tiradas y las expectativas de su negocio. En el éxito de la venta pública del periódico fue fundamental la labor de los vendedores callejeros del periódico, al grito de *¡La Corres..., ha salido la Corres!*.

Otras facetas que nos muestra nuestro autor sobre Santa Ana: magnate gracias a *La Correspondencia...: Santa Ana poseía un complejo industrial que abarcaba todo lo relativo a imprenta, en el paseo de Yeserías, barrio de Peñuelas. Santa Ana posee igualmente una fundición de tipos de imprenta y una fábrica de papel. Poseía también una fábrica de tinta en el mismo complejo*⁵. Y Santa Ana, siempre practicando su compromiso social. Citando a Enrique Prugent: *(...) en una época en que la legislación en materia socio-laboral era impensable, Santa Ana respetaba el sueldo de sus trabajadores cuando caían enfermos y les asistía económicamente hasta sus últimos días si la pérdida de la salud les imposibilitaba el regreso a su actividad en el periódico*⁶.

Santa Ana, senador comprometido socialmente, tanto en el Senado como en la calle: *desde el mismo momento de su toma de posesión como senador, Santa Ana empieza a presentar en la Cámara Alta sus propuestas de contenido social, no*

*siempre acogidas con el suficiente respaldo*⁷.

*El periodista sevillano, muy cercano a las ideas de Concepción Arenal, mezcla justicia social, compasión, beneficencia y caridad cristiana en su intento por aliviar la situación de miseria de los trabajadores que él tan bien conoce. Hace propuestas sobre un hospital nacional de inválidos del trabajo; sobre higiene y salubridad pública en Madrid; funda un asilo que sirva de refugio nocturno a músicos callejeros y vendedores callejeros de su periódico; funda "La Hospitalidad de la Noche" para cualquier menesteroso, hombre, mujer o niño. En aquellos albergues nocturnos se siguieron los modos que caracterizaban al paternalismo de la beneficencia privada decimonónica: un plato de comida caliente, cama y oraciones por el benefactor; aboga por la construcción de barriadas para obreros*⁸.

Por Real Decreto de 27 de febrero de 1887 la Reina Regente doña María Cristina, a propuesta del Consejo de ministros que preside Sagasta, nombra a Santa Ana senador vitalicio. Y por Real Orden el 16 de octubre de 1889, la Reina Regente concede al fundador y propietario de "La Correspondencia de España" el título de Marqués de Santa Ana⁹.

⁵ De una escritura de Sociedad Civil, de 13 abril de 1883. Citado en *El Marqués de Santa Ana...*, pg. 109.

⁶ *Op. cit.*, pg. 159.

⁷ *Op. cit.*, pg. 161.

⁸ *Op. cit.*, pp. 162 y ss.

⁹ *Op. cit.*, Pg. 173.

Destaca en el libro que nuestro autor, aparte de menciones puntuales a lo largo del libro, dedica un capítulo entero a la relación de sincera, profunda y constante amistad entre Anta Ana y el Infante D. Antonio de Orleans, duque de Montpensier: *A tenor de lo que leemos en "El Globo", Santa Ana y Montpensier, a quienes unía el liberalismo moderado que ambos profesaban, habían llegado a establecer con los años una relación afectiva de tono muy cercano a la familiaridad*¹⁰.

Hay una manifestación incuestionable del común sentimiento liberal y de lo inquebrantable de esa amistad, que recoge el autor en "Los por qué de Montpensier", publicado en *La Correspondencia de España*, donde el marqués relata una multitud de argumentos por los que su periódico, y él mismo, están a favor de la candidatura del duque de Orleans al trono español tras el destronamiento de la reina Isabel II sobrevenido con la Revolución septiembre de 1868: *Puede simbolizarse el reinado del Duque de Montpensier por el reinado de la abolición del suplicio y de la esclavitud, por el reinado del alza de los valores, el reinado de los canales de riego, el reinado de las obras públicas, el reinado del impulso industrial, el reinado de la protección al comercio, el reinado de la tracción de capitales extraños, el reinado de la tranquilidad de los caudales propios, el reinado de las letras, de las ciencias y de las artes; en una palabra, el reinado de la*

*libertad ordenada, que es el reinado del progreso y la consecuencia legítima del reinado imperecedero de la revolución*¹¹.

Nuestro autor describe con especial atención en su libro a los diferentes grupos sociales, con sus intereses y objetivos respectivos, que intervienen en el mundo de la prensa del s. XIX: empresarios, redactores, operarios, repartidores (a la labor de éstos especialmente dedica cinco páginas).

Recoge el libro episodios de la época que fueron de interés para el periódico, episodios que eran investigados y suscritos por afamados profesionales del periodismo especialistas en los respectivos asuntos: Campo y Navas, en juicios y ejecuciones legales; Peris Mencheta, en guerras, inundaciones, epidemias, terremotos...

Componente muy importante del libro son las oportunas ilustraciones que aporta: de páginas de periódicos y, especialmente, de retratos y fotografías -a veces caricaturas muy elocuentes- de personas significadas en el periodismo y la política de la segunda mitad del s. XIX.

Enmarcándolo en el ambiente de lógica competencia entre empresas periodísticas punteras, el autor dedica varias páginas a la competencia surgida entre *La Correspondencia* y *El*

¹⁰ *Op. cit.*, pp. 123-135.

¹¹ *Op. cit.*, pp. 207-213.

Imparcial, los dos más importantes. A veces se dedicaban fuertes descalificaciones y hasta publicaban cifras falsas sobre el número de ejemplares de las tiradas respectivas para autoproclamarse como el periódico español de más tirada del país

Sobre la muerte de Santa Ana, el 11 de octubre de 1894, muy extensa y documentadamente -como siempre que él aporta información- José Carlos recoge opiniones sobre la vida y la obra de su personaje, manifestadas por personas y periódicos contemporáneos de diversa tendencia: *consagró su fecundo trabajo periodístico a adquirir una gran fortuna para repartirla entre los necesitados y a fomentar las fuentes de la riqueza pública y el prestigio de la nación*¹².

Y sobre el final de *La Correspondencia...*, el periódico líder de la prensa española en la segunda mitad del s. XIX, y orgullo profesional y personal del marqués de Santa Ana, nos relata José Carlos García las circunstancias en que ocurre, en 1925, tras sobrevivir aún durante treinta años a su creador.

La selección de textos que el autor incluye al final del libro que aquí reseñamos, es una selección de textos en prosa y en verso, de entre la extensa producción literaria de Santa Ana, en los que se aprecia tanto la

capacidad oratoria como de versificación del protagonista de la obra, D. Manuel María de Santa Ana y Rodríguez.

Ejemplo paradigmático de la bonhomía, la modestia y la humildad del marqués de Santa Ana sería este soneto que, entre dichos textos de su biografiado, recoge el autor al final del libro¹³.

EL PAN DEL ALMA

*En pobre estancia y al rayar el
día,
de mí y de mis hermanos
rodeada,
la madre de mi alma
idolatrada,
pan solo y poco pan nos
repartía.*

*Y si alguno más pan, triste
pedía,
estando la alacena ya agotada,
ella, a la dura y seca rebanada,
dulces y blandos besos añadía.*

*Devorado hasta el último
mendrugo,
gracias a Dios, le dábamos de
hijos.
Rico hacerme después a Dios le
plugo;*

*y si el alma ha de hallar bien
que le cuadre,
he de volver la mente con los
ojos,*

¹² *El Día*, 12 octubre 1894. Y otros medios: *La Ilustración Española y Americana*, 15 octubre 1894; *El Liberal*, 12 octubre 1894; *El imparcial*,

12 octubre 1894; *La Vanguardia*, 12 octubre 1894; cfr. J.C. García, *op. cit.*, pp.186-ss.

¹³ *Op. cit.*, pg. 229.

*al pan con besos que me dio mi
madre.*