

# La distribución de la prensa diaria en los inicios del siglo XX: el espacio asturiano

Eguneroko prentsaren banaketa XX. Mendearen hasieran: esparru asturiarra

The Distribution of the Daily Press at the Beginning of the XX Century: the Asturian Region

*Víctor Rodríguez Infiesta*<sup>1</sup>

zer

Vol. 13 – Núm. 25

ISSN: 1137-1102

pp. 269-286

2008

*Recibido el 20 de septiembre de 2007, aprobado el 20 de octubre de 2008.*

## Resumen

La distribución de la prensa en las primeras décadas del siglo XX presenta similitudes y diferencias con respecto al modelo actual, pero es ya uno de los factores más influyentes en el posible éxito de un producto tan singular como es un diario. Entre el momento del cierre de la edición y la salida de los primeros trenes se acotaba un espacio de tiempo que sólo comenzó a ser más flexible con el uso del automóvil. Los elementos que configuran un sistema de distribución fiable están empezando a hacerse visibles en Asturias, distinguiéndose funciones bien definidas y una profesionalización cada vez más acentuada.

**Palabras clave:** Distribución · Historia · Diario · Siglo XX · Asturias

---

<sup>1</sup> Universidad de Oviedo, rodriguezvictor@uniovi.es

## Laburpena

Prentsaren banaketan, ezberdintasunak eta analogiak daude XX. mendeko lehenengo hamarkadetako eta gaur egungo erduen artean, baina garai hartan banaketarena bazen jadanik egunkari baten arrakasta ulertzeko faktore garrantzitsuenetariko bat. Edizioa ixtearen eta lehenengo trenak ateratzearen arteko denbora-tarte zehatz bat zegoen, eta hori malguago egin zen automobilaren erabilerarekin batera. Garai horretan, banaketa-sistema fidagarria eratzen zuten elementuak erakusten ari ziren Asturiasen, eta aldi berean ondo zehazturiko funtzioak eta gero eta profesionalizazio handiagoa nabaritzen ere

**Gako-hitzak:** Banaketa · Historia · Egunkaria · XX. Mendea · Asturias

## Abstract

The distribution of the press in the first decades of the XX century shows similarities to and differences from the current model, but is already one of the most influential factors in the possible success of a product as singular as a daily newspaper. Between the time of going to press and the departure of the first trains a period of time was delineated which only began to be more flexible with the use of the motor vehicle. The elements which make up a reliable distribution system are beginning to appear in Asturias, with well-defined functions and an increasing degree of professionalism coming into view.

**Keywords:** Distribution · History · Newspaper · XX Century · Asturias

## 0. Introducción

Lamentablemente, la distribución de la prensa ha sido uno de los aspectos de la historia de la comunicación social que menor atención ha recibido en nuestro entorno académico. No existe hasta el momento un trabajo monográfico suficientemente amplio que trace los detalles de su desarrollo histórico en España<sup>2</sup>. Y sin embargo, está fuera de toda duda que la mayor o menor eficacia de la distribución informativa delimita las posibilidades de éxito de una empresa periodística y, en consecuencia, todo el proceso de la comunicación. Naturalmente, la puesta en práctica de nuevos medios de distribución es uno de los factores históricos necesarios para el fortalecimiento del periodismo como actividad empresarial y el nacimiento de una prensa popular, dirigida al gran público, ya en la primera mitad del siglo XIX (Iglesias, 1996; Timoteo Álvarez, 1985: 114-122). A partir de este momento, con diferente intensidad a medida que en distintos países fueron dándose otras condiciones imprescindibles para la consolidación de una prensa de masas, la posibilidad de desarrollar unos adecuados medios de distribución determinó éxitos y fracasos. Las grandes tiradas alcanzadas por un diario de enorme popularidad como *Le Petit Journal*, por ejemplo, no vendrían dadas tanto por su precio, contenido o rocambolescos folletones, como por el establecimiento de una eficaz y moderna red de distribución (Taveaux-Grandpierre, 2002).

### 1. Un factor clave.

Los métodos de distribución incidieron sobre todas las cuestiones relacionadas con la comunicación periodística, desde la organización empresarial hasta los contenidos o el aspecto exterior del diario. Si un determinado periódico se vende exclusivamente por suscripción y se reparte sólo por correo, la primera página importará poco, valorándose por el contrario mucho más el contenido global; si, en cambio, el mismo órgano informativo tiene que salir a la calle y ser voceado por las esquinas todo cambia, porque habrá que ganar al lector número a número, presentando un aspecto externo atractivo, con grandes titulares que

---

<sup>2</sup> Además del espacio reservado a la distribución en algunos tratados sobre la vertiente empresarial del periodismo, resulta imprescindible la tesis doctoral de Carlos Díaz Güell (1995) y la interesante síntesis de Valentín Alejandro Martínez (2000). Sucede, sin embargo, que los primeros trabajos o bien se ciñen a la situación del momento o, en el caso de atreverse con unos "apuntes históricos" como sucede con la investigación de Díaz Güell, sólo se aborda superficialmente el desarrollo del sistema de distribución antes de la segunda mitad del siglo XX. Mención aparte merece la obra de Valentín Alejandro Martínez, sin duda lo más parecido a una historia de la distribución de la prensa en España, aunque por la extensión del libro y la amplitud cronológica y geográfica de su enfoque se trate sobre todo de un buen trabajo bibliográfico y no de una investigación con fuentes de primera mano, algo que aún está por hacer.

atraigan las miradas y puedan ser repetidos por el vendedor logrando un efecto impactante.

La mejora del reparto de la prensa procedente de las grandes urbes, por otra parte, puede descoyuntar el mercado periodístico de una determinada provincia. El director de un periódico de Málaga se lamentaba en 1879 de que la prensa madrileña, conjurada con el ferrocarril y el correo, estaba causándole gran perjuicio a los diarios locales al lograr distribuirse en la ciudad a partir de las ocho y media de la tarde (Botrel, 1993: 280-281); y un fenómeno análogo alcanzaba a países como Gran Bretaña en torno a las mismas fechas (Timoteo Álvarez, 1985: 154-155). A principios del siglo XX, la prensa madrileña llegaba abundantemente a Asturias por medio del ferrocarril. A pesar de arrastrar un considerable retraso debido a la distancia recorrida, en invierno se vendían cotidianamente en las calles de Gijón por encima de los 3.000 ejemplares de diarios de la capital y algunos más en verano, a lo que habría que sumar las revistas ilustradas y las suscripciones<sup>3</sup>. La pugna entre la prensa local y la madrileña afectaba también a los contenidos, presentando batalla la primera en un punto en el que era por definición invencible, es decir, explotando el mayor interés generado por los hechos noticiados cuando estos se producen cerca del lector.

Pero, claro está, en el terreno de la distribución en Asturias –espacio geográfico tomado como punto de partida para estas reflexiones- no sólo competía la prensa regional con la madrileña; una lucha análoga se desarrollaba en el interior de la provincia, enfrentando a los núcleos de población más populosos, los únicos capaces de sostener publicaciones diarias. Por ejemplo, en febrero de 1904 la Compañía del Norte adelantó la hora del correo, eliminando por su escasa utilidad el tren mixto de la mañana entre Oviedo y Gijón con enlace para Avilés en Villabona. Pero “no convenía a la prensa de Oviedo sobre todo, perder la combinación de antaño por la cual podrían servir los periódicos algunas horas antes a sus lectores de Gijón y de Avilés. Pidióse desde Oviedo a la Compañía la modificación y lograronla al fin [...]”<sup>4</sup>. Los diarios ovetenses comenzaron a llegar desde entonces a Gijón a las diez de la mañana, ganando incluso cuarenta minutos sobre el horario señalado antes de febrero. La frustración de la prensa gijonesa no pudo disimularse: “Nos complace también porque como vivimos en el país de los precedentes, quién sabe si este podrá decidir a la compañía para satisfacer las pretensiones que de Gijón se han formulado en análogo sentido que las hechas por Oviedo. Y en fin, la capital de la provincia cuenta sin duda con valedores que Gijón

---

<sup>3</sup> K.K. Huet: “Crónicas locales. Imparcial, Liberal, Heraldo, País... Vida Galante, Piripitipi”, *El Noroeste*, 8-4-1904.

<sup>4</sup> “Preterición”, *El Noroeste*, 6-5-1904.

no tiene [...]”<sup>5</sup>. Ahora bien, con ser interesante el enfrentamiento permanente entre Gijón y Oviedo, lo es más aun la capacidad de la prensa diaria para hacer que una determinada población grave en la órbita asturiana en lugar de inclinarse hacia las provincias limítrofes.

Tanto en el extremo occidental como oriental de Asturias era frecuente (lo es en parte todavía hoy) que determinadas localidades mantuvieran unas relaciones más fluidas con los principales núcleos de población gallegos o cántabros que con Oviedo. El ejemplo de Llanes es quizás uno de los más ilustrativos. Allí se leían sobre todo publicaciones santanderinas como *La Atalaya* o *El Diario Montañés*, en tanto que la prensa diaria asturiana circulaba escasamente debido a las dificultades de las comunicaciones<sup>6</sup>. Efectivamente, era más fluido el contacto con Santander que con Oviedo, al menos hasta el momento en que Llanes estuvo igualmente bien comunicado con ambas ciudades por medio del ferrocarril. Con los medios necesarios para ello, fue el momento propicio para que la prensa ovetense planteara la necesidad de modificar aquel estado de cosas y evitar definitivamente que Llanes siguiera pivotando sobre Santander. Para ello sólo era necesario modificar la imprevisión de la Compañía de los ferrocarriles económicos, porque “al formar el itinerario no se ha evitado que el tren de aquella capital [Santander] llegue a Llanes antes que el de Oviedo y por consiguiente que sean los periódicos de Santander los primeros que lleguen a Llanes y los más leídos”<sup>7</sup>. La cuestión era de gran importancia; no sólo afectaba a los objetivos particulares de las empresas periodísticas, sino que podía ser planteada en términos de intereses económicos provinciales e incluso de patriotismo, puesto que al desgajamiento comercial podía acompañar el afectivo:

“Los periódicos de Santander anuncian los comercios y fábricas de allí, no las de Oviedo y demás pueblos de la provincia, dan cuenta de las manifestaciones de la actividad en todos los órdenes de la vida de Santander y de toda la provincia, no de Oviedo y Asturias, y es natural que esa comunicación distraiga el movimiento de la zona de Llanes hacia Santander. Esto no debe ocultarse al Sr. Gerente de los ferrocarriles económicos y por tanto que prestaría un servicio a la prensa asturiana y al comercio e industria de la provincia, haciendo que el primer tren de viajeros que sale de esta capital cruce con el del Cantábrico, sino en la línea divisoria de ambas provincias, en Unquera, por ejemplo, cuando menos que crucen en Llanes para que

---

<sup>5</sup> *Ibidem*.

<sup>6</sup> “A el «Heraldo de Llanes» y al Gerente de los ferrocarriles económicos en Asturias”, *El Carbayón*, 1-10-1906.

<sup>7</sup> *Ibidem*.

allí lleguen siquiera al mismo tiempo los periódicos de Oviedo y Santander y los pedidos de los comercios”<sup>8</sup>.

La distribución de la prensa podía, por lo tanto, convertirse en un factor fundamental para la integración espiritual y económica de una determinada localidad en la demarcación provincial correspondiente; era sin duda un elemento fundamental para reforzar el sentimiento de pertenencia a una comunidad, política o territorial; también cuando se trataba, no de reforzar la *asturianidad* de una población alejada de la capital, sino de un grupo de personas alejadas de la propia Asturias. Sucedió así con los emigrantes, aunque en aquel caso, por razón de la distancia, muchas de las publicaciones que contribuían a cohesionar al grupo se editasen en ultramar; y sucedía con los asturianos desperdigados por la península ibérica, quienes a partir de cierto momento pudieron adquirir en los quioscos mejor surtidos de algunas ciudades españolas su diario favorito<sup>9</sup>, o bien leerlo en un local hostelero identificado por su vinculación a Asturias. En Madrid era el café Colonial el lugar de encuentro de muchos asturianos, por el origen del propietario y del servicio, y por su clientela habitual, procedente “de casi todos los pueblos principales de nuestra provincia”. Al Colonial –explicaba un conocido periodista- “el cartero trae todas las tardes a eso de las dos los periódicos de Oviedo y Gijón, los cuales son devorados por la colonia [de estudiantes asturianos]. Corren los diarios de mesa en mesa, y durante una o dos o tres horas nos hacemos todos la idea de que estamos en el Campo de San Francisco o en la Calle Corrida”<sup>10</sup>.

## 2. Un producto singular

Por otra parte, es preciso tener en cuenta que la distribución de la prensa aparece estrechamente unida a las características ideológicas del producto que se comercializa. Esta evidencia es reconocida así hasta el día de hoy, habiéndose llegado a plantear la posibilidad de incluir en los contratos de distribución una especie de cláusula de conciencia para amparar la peculiar naturaleza del trabajo desempeñado (Nieto e Iglesias, 2000: 268). Los vendedores al número sufrieron a menudo, en carnes propias, las

---

<sup>8</sup> *Ibidem*.

<sup>9</sup> Durante los primeros años del siglo pudo adquirirse algún diario asturiano en determinados puntos de Madrid, y pronto en otras ciudades como Santander, Barcelona y Bilbao (ejemplos de entrefiletos publicitarios con indicaciones al respecto en *El Noroeste*, 28-2-1902 y 6-8-1910, *El Correo de Asturias*, 24-4-1910, *El Carbayón*, 17-10-1908 y 11-9-1909, *El Comercio*, 22-12-1909).

<sup>10</sup> *Adeflor*, “Crónica / La tertulia del Colonial”, *El Noroeste*, 6-1-1907.

consecuencias de ser el eslabón que unía directamente al periódico con el comprador, aun cuando no comprendieran el contenido de lo que vendían<sup>11</sup>. Todos los actores implicados en la difusión periodística colaboraban en la transmisión de unas ideas identificables y, de algún modo, se hacían partícipes de su potencial carga subversiva. En un plazo de tiempo no excesivo, se pensaba, la utilización de unos determinados canales de distribución por algunos periódicos podía llegar a trastocar hegemonías ideológicas bien asentadas.

En 1913 el párroco de Navia prohibía a sus feligreses la lectura del diario avanzado *El Noroeste* (Gijón, 1897-1936) en lugar de dirigir sus iras, como era más habitual, contra la “mala” prensa en términos generales. Navia era una pequeña población del extremo occidental de la provincia, tan alejada de las grandes ciudades del centro de Asturias como Llanes, de modo que la prensa regional se recibía por lo común con un día de retraso. Así fue hasta que una cabecera católica de éxito, *El Carbayón* (Oviedo, 1879-1936), comenzó a utilizar un novedoso medio de transporte, obteniendo una gran ventaja sobre los demás periódicos. Mientras el resto de los diarios asturianos llegaban a Navia por la noche utilizando el correo (transportado en diligencia) y eran repartidos en la mañana del día siguiente, *El Carbayón* alcanzaba aquella localidad en automóvil y era distribuido en la tarde del mismo día en que se publicaba<sup>12</sup>. Para ello era necesario combinar los servicios del ferrocarril Vasco-Asturiano desde Oviedo hasta San Esteban de Pravia y a partir de aquí confiar en la línea automovilística establecida por la pionera compañía “El Progreso de Asturias”, que unía San Esteban con Navia (Casariego, 1979: 139). Este procedimiento le garantizó al diario ovetense durante algún tiempo la supremacía en la villa de Campoamor; hasta que *El Noroeste* comenzó a utilizar el mismo sistema en 1913 y a disputarle el terreno al periódico clerical<sup>13</sup>. La tradicional sumisión del municipio a los poderes conservadores, amparados por la Iglesia, comenzaba a correr serio peligro, y de ahí el nerviosismo que cundió entre el clero local durante algún tiempo.

### 3. Entre el telégrafo y el ferrocarril

Debe señalarse, en otro orden de cosas, el riesgo constante al que se sometía el director o el redactor jefe en relación con las posibilidades de

---

<sup>11</sup> Ejemplos de cómo el vendedor de un periódico podía sufrir las iras de quienes se sentían ofendidos por el contenido del rotativo, en *El Noroeste*, 10-2-1912, 21-9-1919.

<sup>12</sup> Antonio L. Oliveros, “Desde Navia / Nuestros propagandistas / Clericalismo al uso”, *El Noroeste*, 17-6-1913.

<sup>13</sup> *Ibidem*.

reparto de su periódico. Ya se ha apuntado anteriormente que el desarrollo de los transportes favorecía la venta con éxito de la prensa madrileña en Asturias y otras regiones (también, naturalmente, la distribución de la prensa local dentro de la provincia). Por su parte la prensa regional se veía favorecida por el progreso de las comunicaciones, especialmente por el desenvolvimiento de un tendido telegráfico que teóricamente permitiría a los periódicos locales estar informados al mismo tiempo que sus colegas madrileños<sup>14</sup>. La ventaja era evidente, porque aunque los diarios de la Corte llegaran a Asturias mucho antes que en el pasado, sus noticias arrastraban como mínimo doce horas de retraso con respecto a la prensa regional más leída. Pese a estar fechada un día antes de su venta en Asturias, el desfase de la prensa madrileña podía ser de unas doce horas y no de veinticuatro, debido a que el número que ya había sido distribuido en Madrid y las provincias más cercanas se reimprimía, caso de *ABC*, añadiendo las noticias llegadas hasta las tres o las cuatro de la tarde para ser enviado a los puntos de la península más alejados y ponerse a la venta al día siguiente (cfr. García Venero, 1961: 130). Sin embargo, esta inicial ventaja de la prensa asturiana se veía contrapesada por los múltiples sinsabores ocasionados por la lucha entre distintos periódicos locales y el pésimo funcionamiento del hilo telegráfico.

Lo cierto es que los diarios asturianos vivieron durante años aprisionados entre el telégrafo y el ferrocarril. La sección telegráfica podía reflejar mejor que ninguna otra la fortaleza de un periódico moderno; era su “verdadero secreto”, lo más sustancial para un público ávido de “noticias y más noticias”, en palabras de un conocido periodista gijonés<sup>15</sup>. Si fallaba, es decir, si un día llegaba demasiado tarde a manos del redactor jefe y, por lo tanto, no se insertaba o resultaba exigua, el periódico perdía el dinero invertido y, lo peor de todo, se arriesgaba a enajenarse el favor de algunos de sus clientes, especialmente si otros diarios regionales no habían sufrido el mismo contratiempo. Cuando estos hechos se repetían a menudo la fidelidad del lector podía resentirse. Por su parte, la hora a la que salían los primeros trenes de la mañana determinaba el momento en el que el diario debía estar impreso y empaquetado<sup>16</sup>. Los márgenes de maniobra eran estrechos. Un diario como *El Noroeste* cerraba su edición a

---

<sup>14</sup> Se trataba, como puede deducirse fácilmente, de un proceso común a otros países europeos; véase, por ejemplo, la descripción de un desarrollo similar en Gran Bretaña, en: Timoteo Álvarez (1985: 154-155). En cuanto al desenvolvimiento del tendido telegráfico en España resulta de obligada referencia el capítulo que Luis Enrique Otero Carvajal le dedica a la cuestión en: Bahamonde *et al.* (1993) y la valiosa información gráfica complementaria contenida en: Bahamonde, Martínez Lorente y Otero (1998).

<sup>15</sup> *Adeflor*, “Crónica / El periódico del porvenir”, *El Noroeste*, 14-11-1905.

<sup>16</sup> La prensa asturiana de la época está llena de sueltos y artículos que reflejan la situación descrita. Algunos ejemplos, a los que puede añadirse la crónica citada en la nota anterior, en *El Noroeste*, 3-11-1904, 14-5-1906, 8-6-1906, 14-8-1906, 13-2-1907.



las cuatro de la mañana, a lo sumo a las cuatro y media, para salir a la venta, junto a los demás diarios de la ciudad, a las seis<sup>17</sup>; retrasarse en espera de determinada información telegráfica suponía arriesgarse a perder la venta de varios cientos o miles de ejemplares, los cuales acabarían siendo enviados con retraso a los corresponsales administrativos y sobrecargando lo que hoy denominaríamos “costes de oportunidad” (Iglesias, 2001: 146). La capacidad de esperar algunos minutos más que otras publicaciones para cerrar la edición podía significar, por lo tanto, un éxito informativo y como consecuencia un notable acrecentamiento del prestigio y de los lectores. Un diario que dispusiera de maquinaria moderna, capaz de tirar un mayor número de ejemplares en un espacio de tiempo más reducido, tenía entonces una notable ventaja, porque tenía más posibilidades de incluir alguna información exclusiva.

Los tiempos de impresión trataron de reducirse al mínimo, introduciéndose medidas que permitieran *cerrar* lo más tarde posible. A partir de determinado momento *El Noroeste* comenzó a tirar en primer lugar una edición de la provincia, lo que permitía alcanzar los primeros trenes de la mañana, y después una edición local, en la que podía insertarse la información telegráfica que había llegado demasiado tarde para la edición provincial<sup>18</sup>; era algo parcialmente similar a lo que venía practicando la prensa madrileña, aunque en este último caso entraban en juego algunos factores que hacían más compleja la situación. En cualquier caso, según el ejemplo estudiado, el espacio de tiempo que mediaba entre el inicio de la tirada y la puesta a la venta no era superior a las dos horas en un periódico dotado de maquinaria moderna.

#### 4. Paqueteros y corresponsales administrativos

A efectos prácticos, la distribución se organizaba a partir de dos tipos de lector: el que accedía al periódico por suscripción y el que lo compraba al número. El grupo de los suscriptores era atendido normalmente por los servicios del propio diario, valiéndose del correo para alcanzar los puntos alejados, y sirviéndose de una cuadrilla de repartidores para el área próxima al lugar de impresión<sup>19</sup>. La venta al número, en cambio, era más

---

<sup>17</sup> *El Noroeste*, 8-4-1904, 28-8-1906, 14-10-1906, 13-2-1907, 23-5-1910. Es probable, no obstante, que andando el tiempo y cuando el periódico contaba con una maquinaria más moderna, la venta se iniciara un poco antes (cfr. “Desbarajuste telegráfico”, *El Noroeste*, 29-8-1915).

<sup>18</sup> *El Noroeste*, 23 y 24-6-1904, 13-2-1907, 28-5-1909.

<sup>19</sup> Ejemplos de referencias al reparto por correo, en *El Carbayón*, 22-7-1901, 9-4-1907, y del reparto a domicilio en la ciudad de origen del diario en *El Noroeste*, 29-10-1904 y *El Carbayón*, 6-1-1916.

difícil de organizar. No entrañaba grandes problemas el llegar a un acuerdo con algunos puntos fijos de venta, aunque a veces no era fácil contar con los establecimientos adecuados en determinadas áreas de una ciudad<sup>20</sup>. Pero esto no era suficiente, se precisaba también organizar la venta mediante voceadores en la ciudad de origen y hacer que el periódico se comercializara una vez que llegaba a otras poblaciones por ferrocarril. De cubrir estas necesidades se ocupa el “paquetero” –intermediario generalmente encargado de distintos periódicos- y el corresponsal administrativo, más comprometido con la publicación a la que representa y no ajeno al campo de las suscripciones, aunque la categoría puede incluir situaciones diversas relacionadas ante todo con el tamaño del núcleo de población en el que se ejerce la corresponsalía. Es frecuente, por ejemplo, que una misma persona sea al mismo tiempo corresponsal administrativo y literario de un periódico, o que a los corresponsales administrativos de un órgano de opinión se les atribuyan responsabilidades inaceptables para un “paquetero”, como la de canjear cupones para sorteos y concursos, recoger donativos o gestionar la distribución de una publicación hermana a la principal<sup>21</sup>.

Los empleados de un determinado periódico hacían llegar al tren (en algunos casos y a partir de cierto momento al automóvil) dos tipos de paquetes: el remitido a los suscriptores, que el servicio de correos debía entregar a cada destinatario<sup>22</sup>, y el dirigido al corresponsal administrativo, quien se encargaba personalmente de la distribución final. Ni que decir tiene que cualquier retraso o extravío imputable al ferrocarril provocaba la alarma de los afectados y que éstos a menudo achacaban lo sucedido a persecuciones políticas.

*“Anteayer –se advertía en El Noroeste del 19 de noviembre de 1917- recibimos un telegrama de nuestro corresponsal en Luarca denunciándonos la falta de dos paquetes de EL NOROESTE: el de aquel día y el del anterior. Ayer nos participó el corresponsal de Trubia que no había recibido los paquetes del lunes 12 y del sábado 17. Y el corresponsal de Grado nos comunicó también que ese día tampoco llegó a su poder el paquete. ¿Qué quiere decir esto? Los paquetes de EL NOROESTE destinados a la provincia se entregan por nuestros empleados en la estación del Norte al conductor de Correos en el tren, y*

---

<sup>20</sup> Un ejemplo de la variedad de establecimientos en los que podía venderse un diario y de la necesidad de nuevos puntos de venta en la periferia de Gijón, en *El Noroeste*, 22-4-1904.

<sup>21</sup> Algunas de estas situaciones en *El Carbayón*, 30-11-1906, *El Noroeste*, 2-7-1914, 10-11-1921, 28-11-1911, 23-5-1913.

<sup>22</sup> El “paquete de fajas” (*El Carbayón*, 9-4-1907), con las direcciones ya escritas en la tradicional tira de papel.

*desde ese momento quedan bajo la responsabilidad de esos funcionarios”.*

No obstante, las quejas de este tipo referidas a los paquetes (cuestión aparte eran los ejemplares) no resultaban frecuentes y menos aún su acumulación, como en este caso; por ello puede pensarse que quizás el periódico no estuviera tan desacertado al imprimir el siguiente titular: “Las persecuciones contra *El Noroeste*”.

La corresponsalía administrativa, además, podía encubrir un cierto número de suscripciones contratadas directamente con el corresponsal y de las que el diario no llegaba a tener constancia. En realidad, desde el punto de vista económico de la empresa informativa, estas ventas no se diferenciaban de las demás. El párroco de Baldornón, Francisco Peláez Canelo, relataba del siguiente modo el mecanismo y las deficiencias de esta vía de suscripción informal:

*“En el mes de Mayo o Junio, que no estoy seguro de la fecha exacta, me suscribí a La Opinión por conducto del maestro de Ceares y éste dio encargo al corresponsal administrativo de aquel diario, en Gijón, de que me sirviera el periódico. De modo que llegaba éste en el paquete que viene consignado al corresponsal y el corresponsal me lo remitía por conducto de algún vecino. Como esto daba lugar a muchas deficiencias, pues unos días llegaba a mi poder el periódico con retraso, y otras veces no lo recibía, aproveché mi estancia en Oviedo, hizo el jueves quince días, para presentarme en la administración de La Opinión y suplicar que me enviasen el periódico directamente”<sup>23</sup>.*

Sólo a partir de este momento el sacerdote figuró en las listas de suscripción del que fue durante años órgano del partido conservador en Asturias. La comisión del corresponsal era en estos últimos casos la misma, si bien se ahorraba el porcentaje que le correspondía al vendedor. Por otra parte, en algunos lugares, a todas luces en los centros de población más reducidos, corresponsal y vendedor eran sin más una misma persona<sup>24</sup>.

A menudo la corresponsalía era una actividad estrictamente personal, de manera que quien se dedicaba al oficio hacía público su propio domicilio, al ser éste el lugar desde el que ejercía las distintas

---

<sup>23</sup> “El crimen de Baldornón / Ayudando a la justicia”, *El Carbayón*, 13-2-1909.

<sup>24</sup> En Trubia, por ejemplo, el corresponsal de *El Noroeste* vendía al mismo tiempo el periódico (*El Noroeste*, 11-10-1919).

operaciones comerciales. Así es que, a modo de ejemplo, Ramón Quirós (Calle de la Vega, nº 28 principal) fue corresponsal en Oviedo de un cierto número de periódicos y revistas francesas en torno al cambio de siglo. Representó en la capital asturiana a *Le Petit Journal*, *Journal Illustré*, *Suplemente Illustré*, *Mode du Petit Journal* y *Agriculture Moderne* y fue además corresponsal de *Le Cidre*, “periódico ilustrado que conviene a todos los taberneros y fabricantes de sidra”<sup>25</sup>. La utilización del domicilio particular para ejercer una corresponsalía siguió siendo común durante los siguientes años<sup>26</sup>. Algunos de estos corresponsales, de todas maneras, superaron la expectativa de agrupar un puñado de corresponsalías especializadas o la representación de un diario destacado, y llegaron a hacerse con la práctica totalidad del reparto en una ciudad, estableciendo una tupida red de distribución.

El mejor exponente de la profesionalización de este tipo de trabajo en Asturias fue sin duda el periodista José Valdés Prida, que había sido durante años escritor, propietario y director de periódicos, de modo que conocía la profesión como pocos<sup>27</sup>. A principios de siglo, además de otras actividades como la organización del servicio de sillas en los paseos públicos de Gijón, desempeñaba la corresponsalía literaria y administrativa de *El Heraldo de Madrid*, lo que le hizo sufrir la formación de un consejo de guerra a raíz de la huelga general de 1901<sup>28</sup>. Poco tiempo antes, en 1899, dirigía una agencia de hospedajes en Gijón<sup>29</sup>. Demostraba con todo ello que las distintas actividades periodísticas, desarrolladas en paralelo a las demás ocupaciones, no le garantizaban unos ingresos fijos suficientes. En todo caso, algún tiempo más adelante, en 1904, ya tenía firmado un contrato para el reparto de *El Noroeste*; y sabemos que en el mismo año solicitaba mediante anuncios vendedores para el diario gijonés y el madrileño<sup>30</sup>. Poco tiempo después su campo de acción se había extendido notablemente. En 1906 su negocio estaba ya en plena expansión; al parecer había abandonado otras actividades, disponía de dependientes para recoger los paquetes de periódicos en el tren, y había ido absorbiendo una parte significativa del reparto de periódicos en Gijón, alimentando su fama de buen pagador y hombre serio (“como las administraciones de los periódicos de Madrid –escribía el propio Valdés

---

<sup>25</sup> *El Carbayón*, 6-3-1899 y 30-1-1900.

<sup>26</sup> Un caso muy posterior en *El Carbayón*, 27-7-1922.

<sup>27</sup> Fue director y propietario de *El Musel* (AHPA. Protocolos notariales de Gijón, caja 26.562: 536-537; Mesa, 1900; *El Musel*, 15-9-1900), y director de *La Temporada* en 1889 (Santullano, 2004: 511).

<sup>28</sup> *El Noroeste*, 27-5-1902, 16-4-1901, 14-7-1901.

<sup>29</sup> *El Carbayón*, 7-7-1899.

<sup>30</sup> *El Noroeste*, 8-4-1904, 6-6-04 y días siguientes (referencia al corresponsal de *El Heraldo*, cargo que ocupó durante años Valdés Prida).

Prida- saben que yo todos los meses liquido mis cuentas, en cuanto un corresponsal *no les conviene*, le suprimen el paquete y me lo envían a mí”); lógicamente, esta actitud le ganó algunos enemigos entre sus antiguos compañeros<sup>31</sup>. Pero en cualquier caso, el negocio de Valdés Prida seguía creciendo en 1906, hasta el extremo de llegar a establecer por primera vez en Gijón un plan para la venta de periódicos en puntos fijos, mediante quioscos, “a semejanza de las grandes capitales”<sup>32</sup>; regentaba además, por entonces, el Salón de Publicidad, moderno establecimiento que cumplió un importante papel en la difusión de la prensa en la ciudad (Adúriz, 1990: 225-226; Rodríguez Infiesta, 2005: 115-119).

## 5. Corresponsalía y punto de venta. Los costes de distribución

Aunque el sistema de corresponsales descrito fue habitual, no lo fue menos la concentración en el mismo punto de la corresponsalía y la venta fija al número, es decir, la existencia de un establecimiento en el que se vendían todos los periódicos y revistas posibles y cuyo propietario actuaba al mismo tiempo como corresponsal de una o más publicaciones. Este tipo de distribuidores tenían algunas ventajas para las empresas periodísticas; hay que pensar, por ejemplo, que ofrecerían mayores garantías para el pago que aquellos corresponsales que no estaban respaldados por un local abierto al público. En algunos casos –el corresponsal de *El Carbayón* en Trubia en 1908 o el popular Antonio Muñoz, corresponsal de *El Noroeste* en Langreo durante décadas-, a la venta de prensa en un quiosco se unía el desempeño de la corresponsalía administrativa e incluso, dando rienda suelta a las aficiones periodísticas del interesado, la actuación con todas sus consecuencias como corresponsal literario<sup>33</sup>. La atalaya de un quiosco, permanentemente abierta a lo que sucedía y se comentaba en la calle, no dejaba de ser un observatorio privilegiado para el ejercicio del periodismo. Por otra parte, también otro tipo de establecimientos más ambiciosos podían asumir la responsabilidad de una corresponsalía administrativa. En Oviedo, años antes de que actuara como corresponsal administrativo y literario de *El Noroeste* uno de los hombres más relevantes del socialismo asturiano, Teodomiro Menéndez (Oliveros, 1935: 149), la corresponsalía

---

<sup>31</sup> J. Valdés Prida: “Remitido”, *El Noroeste*, 14-5-1906. Las dificultades para cobrar envíos a los distribuidores fueron una constante del sistema de reparto. Muy avanzado el siglo, Francisco de Luis y Díaz (1966: 338) recordaba que “hace años que en España, para evitar fallidos en exceso, un acuerdo entre las Empresas periodísticas suprime el envío de todos los diarios de Madrid al paquetero moroso con cualquiera de ellos”.

<sup>32</sup> *Archivo Histórico de Gijón*, exp. 347/1906.

<sup>33</sup> “Ecos de Trubia (De nuestro corresponsal)”, *El Carbayón*, 20-10-1908. Por su parte las crónicas de Antonio Muñoz pueblan buena parte de la colección de *El Noroeste*, insertándose como mínimo desde 1909 hasta 1923; referencias a su quiosco, instalado en la plaza del Ayuntamiento de Sama, en *El Noroeste*, 23-11-1921 y 19-2-1922.

del periódico gijonés estuvo en manos de un céntrico local público, el Centro de Suscripciones de la calle Fruela, según se anunciaba en el mismo diario el 20 de julio de 1904. Otro establecimiento de características parcialmente similares, también muy bien situado en el núcleo de su ciudad (Corrida, 7), fue el ya citado Salón de Publicidad. Efectivamente, a las múltiples funciones de aquel moderno local se sumaron varias corresponsalías (*El Arte del Teatro, Sport Universal, Mundo Científico, Labores de la Mujer Ilustrada, El Nuevo Régimen, El Cuento Semanal...*), y además es posible que el mismo local público tuviera contratados voceadores para salir en busca del potencial cliente<sup>34</sup>.

En cuanto a los costes por distribución y venta en Asturias, se situaban en el 40% sobre el precio de portada para la venta al número de la prensa madrileña<sup>35</sup>, porcentaje superior a lo común en la actualidad, cuando las comisiones de un periódico madrileño distribuido en la Península ascienden a un 35% del precio de venta y (restando el 8% de la distribuidora nacional) a un 27% para la distribución en su provincia de un diario local (Iglesias, 2001: 151). El de principios de siglo era un coste excesivo para las empresas periodísticas, según Nicolás María de Urgoiti (1915: 350), quien insistía en la necesidad de disminuir los beneficios del intermediario a fin de solucionar los problemas económicos de la prensa española. De los cinco céntimos a los que se vendieron durante décadas todos los periódicos, el vendedor solía percibir uno y el corresponsal administrativo se quedaba con otro, siempre y cuando fuera necesario recurrir a sus servicios por distribuirse la publicación fuera de la ciudad de origen<sup>36</sup>. Después, en 1920, cuando el precio de los periódicos se fijó como mínimo en diez céntimos, quedó establecido por Real Orden que el máximo descuento que los corresponsales podían percibir en las publicaciones de dicho precio sería de tres céntimos, si bien de éstos tendrían que entregar dos al vendedor<sup>37</sup>.

## 6. Un sistema de distribución cada vez más trabado y eficaz

En cualquiera de los casos, puede decirse que ya durante la primera década del siglo quedaron establecidas claramente las bases de un sistema de distribución que después se mantendría en sus características

---

<sup>34</sup> *El Noroeste*, 12-7-1906, 7-4-1906, 5-1-1907, 10-2-1907.

<sup>35</sup> K.K. Huet: "Crónicas locales. Imparcial, Liberal, Heraldo, País... Vida Galante, Piripitipi", *El Noroeste*, 8-4-1904.

<sup>36</sup> *Ibidem*.

<sup>37</sup> *El Noroeste*, 8-4-1904, 14-6-1920. Poco tiempo después *El Carbayón* establecía que "El precio para los corresponsales y paqueteros será de siete céntimos cada ejemplar" (*El Carbayón*, 4-7-1920). Cfr.: Seoane y Sáiz (1996: 67-68).

fundamentales, dando lugar desde entonces a la jerarquización de distribuidores y vendedores, a la concentración de corresponsalías y lo que es más importante, a la posibilidad de que en todos los niveles del proceso se produjera una mayor aunque lenta profesionalización, determinada, en primer lugar, por la posibilidad de garantizarse unos ingresos mínimos mediante el negocio de la prensa. No en vano es en torno a 1914, según parece, cuando inician su larga vida las dos primeras empresas propiamente distribuidoras de prensa en España, SGEL (Sociedad General Española de Librería) y MIDESA (Marco Ibérica Distribución de Ediciones S. A.), fundadas con capital francés e italiano respectivamente (Díaz Güell, 1995: 95).

En lo tocante a Asturias, las vías empleadas para la distribución de la prensa se perfeccionaron de forma visible durante los años diez y veinte. Además del mejor aprovechamiento de los medios de transporte habituales, como el ferrocarril, y de los sucesivos adelantos de la hora en que se iniciaba el reparto, empezaron a ensayarse nuevas vías para la distribución al por mayor. En 1906 se mejoró el reparto de *El Noroeste* en Oviedo, comenzando a domicilio a las ocho de la mañana, lo que representaba un avance esencial; diez años más tarde, el mismo periódico anunciaba que gracias a un convenio con el garaje Astur comenzaría a venderse inmediatamente en la capital asturiana a las seis y media de la mañana. Esto representaba a todas luces un importante logro para el rotativo gijonés, porque desde ese momento podría competir en pie de igualdad con la prensa de Oviedo en su propio terreno y tratar de acceder a un sector ideológico escasamente representado entre los periódicos ovetenses. Además la posibilidad de poner un pie en la capital a hora tan temprana tenía consecuencias sobre la venta en otros puntos de Asturias, puesto que *El Noroeste* podría comenzar a repartirse mucho antes en Trubia (a las 8), en Grado (a las 9), en Pravia (a las 9,30) y en San Esteban (a las 9,45), aprovechando las privilegiadas redes de comunicación regionales desde su capital administrativa<sup>38</sup>. El mismo diario utilizaba por entonces distintos medios de transporte para llegar al lector, desde el tranvía para alcanzar los barrios más alejados de Gijón hasta el automóvil para acceder tempranamente a las poblaciones asturianas más apartadas<sup>39</sup>.

No obstante, y aunque también otros diarios utilizaron el transporte por carretera para la distribución en algunos puntos de difícil acceso, el ferrocarril siguió siendo el principal auxiliar de la prensa asturiana en este aspecto y su sustitución sólo comenzó a plantearse con seriedad con la

---

<sup>38</sup> *El Noroeste*, 26-3-1906, 29-6-1916.

<sup>39</sup> *El Noroeste*, 21-12-1917 (el diario se distribuía por medio del tranvía en El Musel y La Calzada), 17-6-13.

aparición de nuevos diarios. En 1914 *El Pueblo Astur* (1913-1919), diario gijonés cuya acusada vocación regional le lleva a abrir oficinas en Oviedo y Avilés, adquiere un automóvil para garantizar el transporte de ejemplares a estas dos ciudades sin contratiempos (Santullano, 1978: 146). En la siguiente década un moderno rotativo, *La Prensa* (Gijón, 1921-1936), organiza un servicio especial de automóviles regular para llegar a distintas correspondencias (Alonso Bonet, 1959: 293). Según puede leerse en la Memoria del cuarto ejercicio social de la “Sociedad Anónima La Prensa”, correspondiente a 1924 y conservada entre los papeles personales del que fuera director del diario, un segundo automóvil se unió al que ya venía usándose, de modo que fue posible llegar “a primera hora a Berrón, para alcanzar los primeros mercancías de Langreo y Económicos, que por facilidades de situación ya utilizaban los de Oviedo, cuyos periódicos nos desplazarían, de no ser por esta medida, de importantes mercados”<sup>40</sup>. Era, una vez más, la batalla entre los dos núcleos urbanos de Asturias con cierta capacidad de proyección periodística. Poco tiempo después aparecía otro nuevo y pujante periódico en Oviedo, *Región* (1923-1983), dispuesto a dar la batalla mientras utilizaba para el reparto una camioneta Citroën cuyos laterales y parte trasera fueron vistosamente decorados con fines promocionales (Campo Suárez, 2003: 50).

## Referencias

- ADÚRIZ, Patricio (1990). *La Calle Corrida*. Gijón: Silverio Cañada.
- ALONSO BONET, Joaquín (1959). *Proyección nacional de la villa de Jovellanos*. Gijón: Tipografía La Industria.
- BAHAMONDE MAGRO, Ángel *et al.* (1993). *Las comunicaciones en la construcción del Estado contemporáneo en España: 1700-1936. El Correo, el telégrafo y el teléfono*. Madrid, Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente. Secretaría General de Comunicaciones.
- BAHAMONDE MAGRO, Ángel; Martínez Lorente, Gaspar y OTERO CARVAJAL, Luis Enrique (1998). *Atlas histórico de las comunicaciones en España 1700-1998*. Madrid: Correos y Telégrafos.
- BOTREL, Jean François (1993). *Libros, prensa y lectura en la España del siglo XIX*. Madrid: Pirámide.
- CAMPO SUÁREZ, José Orlando (2003). *El diario Región: estructura empresarial y análisis de contenido (1923-1931)*. Trabajo de

---

<sup>40</sup> Museo del Pueblo de Asturias, Gijón, Archivo personal de Joaquín Alonso Bonet, documentos sin clasificar.



- Investigación de Doctorado, Facultad de Historia de la Universidad de Oviedo.
- CASARIEGO, Jesús Evaristo (1979, 2ª edic.). *Caminos y viajeros de Asturias*. Oviedo: ALSA/IDEA.
- DÍAZ GÜELL, Carlos (1995). *La distribución de la prensa en España*. Tesis doctoral, Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid.
- GARCÍA VENERO, Maximiano (1961). *Torcuato Luca de Tena y Álvarez-Ossorio*. Madrid: Prensa Española.
- IGLESIAS, Francisco (1996). “Factores históricos de la consolidación de la empresa periodística y las grandes tiradas”. **En:** *Comunicación y estudios universitarios*, nº 6. Valencia, p. 25-32.
- IGLESIAS, Francisco (2001). *Marketing periodístico*. Barcelona: Ariel.
- LÓPEZ OLIVEROS, Antonio (1935). *Asturias en el resurgimiento español (apuntes históricos y biográficos)*. Madrid: Imp. Juan Bravo.
- LUIS Y DÍAZ, Francisco de (1966, 4ª edic.). “Problemas de la prensa”. **En:** GONZÁLEZ RUIZ, Nicolás. *Enciclopedia del Periodismo*. Madrid: Noguer, p. 327-349.
- MARTÍNEZ FERNÁNDEZ, Valentín Alejandro (2000). *Historia de la distribución de la prensa*. A Coruña: Diputación Provincial de A Coruña.
- MESA, Emilio de (1900). *Directorio General de Gijón para 1901*. Gijón: Tipografía La Industria.
- NIETO, Alfonso e IGLESIAS, Francisco (2000, 2ª edic.). *La empresa informativa*. Barcelona: Ariel.
- RODRÍGUEZ INFIESTA, Víctor (2005). *Gijón y El Noroeste 1897-1910. Periodismo de empresa y publicidad periodística en los inicios del siglo XX*. Gijón: Ateneo Obrero.
- SANTULLANO, Gabriel (1978). “La prensa en Asturias desde 1898 hasta 1920”. **En:** *Historia de Asturias*, t. V. Gijón: Silverio Cañada, p. 145-160.
- SANTULLANO, Gabriel (2004). “Los protagonistas de la profesión periodística”. **En:** URÍA GONZÁLEZ, Jorge (coord.). *Historia de la prensa en Asturias. I Nace el cuarto poder. La prensa en Asturias hasta la Primera Guerra Mundial*. Oviedo: Asociación de la Prensa de Oviedo, p. 493-519.
- SEOANE, Mª Cruz y SÁIZ, Mª Dolores (1996). *Historia del periodismo en España 3. El siglo XX: 1898-1936*. Madrid: Alianza.

- TAVEAUX-GRANDPIERRE, Karine (2002). « De l'abonnement à la vente au numéro: le cas du *Petit Journal* (1863-1914) ». **En:** FEYEL, Gilles (dir.). *La distribution et la diffusion de la presse, du XVIII siècle au III millénaire*. Paris : Panthéon-Assas, p. 159-183.
- TIMOTEO ÁLVAREZ, Jesús (1985, 2ª edic.). *Del viejo orden informativo. Introducción a la Historia de la Comunicación, la Información y la Propaganda en Occidente, desde sus orígenes hasta 1880*. Madrid: Universidad Complutense.
- URGOITI, Nicolás María de (1915). *La prensa diaria española en su aspecto económico*. Madrid (reproducido en: *Estudios de Historia Social*, nº 24-25, p. 340-350).