

La venta de prensa en España: los inicios del asociacionismo

VÍCTOR RODRÍGUEZ INFIESTA

rodriguezvictor@uniovi.es

Universidad de Oviedo

Recibido: 2 de septiembre de 2008

Aceptado: 13 de enero de 2009

RESUMEN

Vender periódicos en las calles fue durante mucho tiempo una ocupación ligada a situaciones de desamparo. En España, sólo a principios del siglo XX, cuando comenzaron a consolidarse algunas asociaciones de vendedores de reciente creación, se pusieron en marcha con eficacia los mecanismos de socorro mutuo que en otros oficios venían funcionando desde tiempo atrás. La posibilidad de dirigirse a las empresas periodísticas y las instituciones con una voz común representaba entre otras cosas una fuerza poco conocida, aunque limitada, permitiendo al mismo tiempo que los vendedores percibieran la verdadera importancia de su trabajo.

Palabras clave: prensa, distribución y venta, asociacionismo, España, primer tercio del siglo XX

Newspaper sales in Spain: the start of association cooperation

ABSTRACT

For a long time, selling newspapers in the streets was a job for the destitute. In Spain, it wasn't until the beginning of the 20th century when recently-created vendor associations began to grow in strength. They effectively implemented the mutual assistance mechanisms that had been operating in other trades for quite some time. The possibility of being able to address the newspaper companies and institutions with a common voice represented an unknown force, amongst other things, and although limited, also allowed the vendors to realize the true importance of their job.

Keywords: press, distribution and sale, association cooperation, Spain, first third of the 20th century

SUMARIO: 1. Un oficio para marginados. 2. Por el mejoramiento moral y material de todos los asociados. 3. Empresas informativas y conflictos laborales. 4. Conclusiones. 5. Referencias bibliográficas.

1. Un oficio para marginados.

“Vigorosa y floreciente”, nació en el Madrid de 1902 la *Sociedad benéfica de vendedores de periódicos e impresos* para asombro de quienes veían en ella la posibilidad de convertir aquella ocupación en una industria bien organizada. “La vieja leyenda –podía leerse en *Nuevo Mundo*, 7-11-1902- que pinta al vendedor como un golfo trashumante y desarrapado sin casa ni hogar, desaparecerá muy pronto hasta de los cerebros más apegados a la tradición”. Sin duda el autor de aquellas palabras se dejaba llevar por el vértigo de la modernidad, persuadido de que los tiempos estaban cambiando a un ritmo acelerado incluso en los más insignificantes e insospechados detalles. Realmente ni la imagen que describía era legendaria ni desaparecería tan fácilmente de la circulación; tampoco aquella iniciativa era, al parecer, completamente novedosa en Madrid¹. Pero se trataba sin duda de un paso importante, tanto porque implicaba cierto grado de madurez como porque las relativas mejoras alcanzadas en el futuro no podrían explicarse sin una actividad asociativa consolidada.

El punto de partida respecto a la consideración social de los voceadores de prensa y sus condiciones generales de vida no podía ser más desolador. El oficio se nutrió durante mucho tiempo de marginados de todo tipo, que coincidían en el desamparo económico derivado de distintas circunstancias. Abundaban los niños desatendidos o huérfanos, los ancianos y los ciegos e impedidos de distinto género, superponiéndose a menudo distintas circunstancias desfavorables. Por ejemplo, la condición femenina no hacía sino agravar un arrinconamiento social que ya era de por sí acentuado, pesando a menudo sobre la voceadora algún tipo de sospecha de ejercer la prostitución, en una labor que no podía sustraerse al roce con distintas personas y el tránsito callejero. Si además aquélla comerciaba con revistas subidas de tono, aun cuando desconociera por completo su contenido, el campo parecía abonado para recibir las más atrevidas proposiciones². Y en todo caso, la discriminación de género lejos de acabar aquí podía volcarse también en la propia actividad asociativa. La sociedad de vendedores de Madrid, que sumaba en sus inicios una minoría de 23 mujeres de un total de 160 asociados, recogía en su reglamento la admisión de vendedoras, pero negándoles el derecho a voz y voto (SVPM, 1903: 18-19; SVPM, 1902: 8-9).

El desempeño del oficio era, en todo caso, extremadamente duro, sobre todo para los vendedores que carecían de puesto fijo. Lógicamente existían categorías y situaciones muy distintas, desde el trabajador que tenía un quiosco en propiedad hasta el que no contaba más que con unas monedas para hacerse con unas “manos” (suma de 25 ejemplares) que debía tratar de vender antes de que perdieran actualidad. La pobreza e inestabilidad de los ingresos constituían, salvo excepción, la nota dominante de unas jornadas laborales que se prolongaban con los más variados recursos sin otra esperanza que la de sobrevivir.

¹ Véase: SVPM, 1903: 8. En el mismo lugar pueden seguirse algunas de las dificultades sufridas inicialmente por la sociedad.

² Véase un ejemplo en DÍAZ CAÑABATE, 1968: 14-15.

2. Por el mejoramiento moral y material de todos los asociados.

Durante las primeras décadas del siglo surgieron sociedades de vendedores de periódicos en distintos puntos de España, agrupándose bajo esta denominación los trabajadores dedicados a la venta en quioscos y los ambulantes, además, en algunos casos, de los repartidores de suscripciones a domicilio. Se trató a menudo de iniciativas cercanas al socialismo, aunque la organización anarcosindicalista también adquirió especial relieve en este campo ya bien entrado el siglo, encuadrándose aquí los voceadores en el “Sindicato Único de las Artes Gráficas”, una organización común a las distintas ocupaciones relacionadas con la producción impresa.

Conscientes de lo humilde de su oficio y la invisibilidad individual que ello comportaba, el fin de aquellas iniciativas puede cifrarse en el sencillo desiderátum que encabezaba el reglamento de “La Tenaz”, sociedad de resistencia organizada por los vendedores de periódicos de Gijón: “Conseguir por todos los medios posibles el mejoramiento moral y material de todos los asociados, hasta ponerse al nivel de llenar las necesidades de la vida moderna”³. Las fórmulas para lograrlo no tenían mucho de original, comenzando por el modo de sumar algunos fondos. Además de las cuotas de los afiliados, escasas y percibidas casi siempre con retraso, fue frecuente seguir el ejemplo de las asociaciones de periodistas, que ya comenzaban a tener alguna experiencia en la organización de distintos espectáculos públicos destinados a recaudar fondos. Así es que, siguiendo con el mismo ejemplo de Gijón, años antes de que la citada sociedad se inscribiera en el registro del Gobierno Civil, los vendedores y repartidores organizaban ya una modesta función teatral amateur en el centro obrero socialista de la ciudad, donde habían celebrado anteriormente distintas reuniones⁴. Se trataba en aquella ocasión de dotarse de algunos medios materiales para poner en marcha una organización todavía poco definida.

De todos modos, aquellas prácticas serían frecuentes por parte de otras sociedades de vendedores, una vez consolidadas, al organizar corridas de toros y espectáculos benéficos de distinto tipo⁵.

³ Asociación de vendedores de periódicos “La Tenaz”, Acta de constitución y Reglamento (1919). Archivo Histórico de Asturias, sección Gobierno Civil, Asociaciones, C. 20063/08. Con una declaración bastante parecida se abre el reglamento de la sociedad de vendedores de Madrid (SVPM, 1902: 3), aunque pronto surgen las diferencias: los vendedores madrileños se inclinan decididamente por los socorros mutuos, en tanto que la sociedad gijonesa, de resistencia, no menciona nada en este sentido y destaca la necesidad de “lograr por todos los medios posibles que las empresas reconozcan la sociedad” (artículo 3º) o justifica la cuota semanal de los asociados por los gastos “interiores” y la posibilidad de hacer frente “a los casos de huelga u otros” (art. 7º).

⁴ Los detalles y objeto de la función en: *El Principado* (Gijón), 11-9-1910. La primera reunión para constituirse en sociedad de resistencia, en: *El Noroeste* (Gijón), 4-11-1909. Otras noticias posteriores en el mismo diario, el 23-8-1910, 23-9-1910 y 20-6-1914 (momento en que se pretende revitalizar la sociedad).

⁵ Más arriba se recoge un testimonio gráfico de la becerrada que organizaron los vendedores de periódicos asociados de Madrid en 1921. Por otra parte, sus compañeros de Barcelona tampoco perdieron de vista, en los primeros años veinte, los beneficios que podía reportarles la organización de funciones benéficas para socorrer a los suyos. Así lo refleja el Libro de Actas de la Asociación de Vendedores de Periódicos de Barcelona y su radio (1921-1925, fusionada durante algún tiempo con la Sociedad Comercial “La Protectora”), Archivo General de la Guerra Civil Española (Salamanca), PS-Barcelona C. 1352, exp. 2. Para una relación más detallada de ingresos y gastos pueden verse las cuentas de la sociedad de vendedores de Madrid entre el 1 de febrero y el 31 de julio de 1903, contenidas en: SVPM, 1903: 9-15.



Campúa. Vendedores de periódicos de Madrid durante una becerrada organizada a beneficio de su asociación, *Nuevo Mundo*, 1 de Julio de de 1921.

A menudo, con ello se pretendían cubrir algunos servicios asistenciales mínimos en un oficio caracterizado por la precariedad, tratando de paliar, llegado el caso, las consecuencias más duras de la ausencia de ingresos diarios por causas fortuitas. Así es que la asociación de vendedores de Barcelona -aunque se considerara de resistencia y sus acuerdos no desmintan tal inclinación- comenzó a entregar, a partir de abril de 1923, la reducida cantidad de cien pesetas a la familia de los socios fallecidos. Dos años más tarde acordaba socorrer con veinticinco pesetas a los socios que se encontraran en una situación económica verdaderamente difícil⁶. La asociación de Madrid, por su parte, establecía ya desde su fundación y una vez cumplidos determinados plazos desde que el socio se hubiera inscrito, el derecho a médico, botica y socorro diario en metálico (no menos de una peseta ni más de tres) en caso de enfermedad que no fuera de carácter crónico, entierro de tercera clase si se tratara de un fallecimiento y una reducida ayuda especial unida a la asistencia facultativa para las socias en caso de alumbramiento (SVPM, 1902: 9-11).

Pero el asociacionismo representó también una vía para organizar la venta o solventar diferencias; y sobre todo permitió que los vendedores hablaran con una sola voz como sujeto colectivo, permitiendo la existencia, cuando éste era uno de sus fines, de un interlocutor reconocido y capaz de negociar directamente con los poderes públicos o con las entidades empresariales del ramo. Las sociedades de vendedores de prensa se dirigieron a las distintas instancias del Estado no sólo cuando se producía algún conflicto inesperado; también menudearon las llamadas de atención sobre asuntos como el incumplimiento de la ley de descanso dominical, que provocó por ejemplo que en septiembre de 1921 la Asociación de Vendedores de Periódicos de Barcelona enviara una carta al ministro de la Gobernación para recabar su intervención, combinando la iniciativa con otro escrito dirigido “a los compañeros de Madrid” sobre el mismo asunto⁷. Tras las actuaciones concretas podían percibirse tanto los intereses personales de la mayoría de los asociados como el deseo de remontar las situaciones más tristes que habían hecho del oficio un símbolo de la vida miserable.

⁶ Libro de Actas..., sesiones del 9 y 16 de abril de 1923 y 6 de abril de 1925.

⁷ Libro de Actas..., sesión del 22 de septiembre de 1921. Posteriormente, en la sesión del 7 de noviembre del mismo año, se decide comunicar al Gobierno Civil el interés en que se cumpla la ley.

Los vendedores de Gijón daban sus primeros pasos hacia la asociación dejando claro que los niños sólo debían vender si iban acompañados de su padre (*El Noroeste*, 4-11-1909)⁸; sus colegas de Barcelona hacían lo propio en 1921 dirigiéndose al Gobierno Civil para recabar que se cumpliera la ley y los menores de catorce años no pudieran vender en la calle. Con ello se reservaba el mercado, evitando el intrusismo espontáneo de los más jóvenes, y por otra parte se luchaba por dignificar el oficio, aunque sin demasiados resultados a tenor de lo que conocemos de la asociación catalana, que en 1922 seguía tratando de retirar de la venta a los menores de edad (proyectando ahora una visita al jefe superior de policía), volvía sobre el mismo asunto al año siguiente y lo intentaba de nuevo en 1924, aprovechando la llegada de un nuevo gobernador civil a Barcelona⁹.

Años más tarde, en septiembre de 1931, los profesionales madrileños dirigían una carta al director general de Seguridad con idénticas pretensiones¹⁰; y en mayo de 1936 eran los vendedores de La Coruña, a través de un sindicato de reciente creación, quienes trataban de fijar el límite en los 14 años junto a otras restricciones (ROMÁN PORTAS, 1997: 490)¹¹. Sucedió esto en las semanas previas a la Guerra Civil, cuyo final, con el triunfo de las tropas franquistas, cerraría durante mucho tiempo cualquier posibilidad de éxito a las reivindicaciones obreras.



Niños y jóvenes vendedores de periódicos. Mieres del Camino (Asturias), principios del siglo XX.
Fototeca del Museo del Pueblo de Asturias (Gijón).

⁸ En el mismo diario, años más tarde (3-12-1920), queda reflejado el rechazo del Sindicato de las Artes Gráficas (CNT) a admitir vendedores que no alcanzaran la edad indicada. En cuanto a la asociación de vendedores de Madrid, ésta señalaba en su reglamento de 1902 que podían ser admitidos como socios los “niños mayores de doce años”, aunque sin voz ni voto (SVPM, 1902: 8-9).

⁹ Libro de Actas..., sesiones del 15 y 25 de agosto y 22 de septiembre de 1921, 7 de agosto de 1922, 12 de noviembre de 1923 y 29 de septiembre de 1924 (aunque la cuestión reaparece también en algunas otras sesiones).

¹⁰ Archivo General de la Guerra Civil Española, PS-Madrid, C. 509, exp. 237. También se hacían peticiones relacionadas con el momento de la salida de los periódicos, la posibilidad de “vuelta” de los semanarios y el caso particular de *Blanco y Negro*.

¹¹ Entre otras cosas se exigía a *La Voz de Galicia* (habría que deducir que también a otros diarios y quizás a determinadas instancias públicas) que no se permitiese la venta en estancos. La competencia de plegadoras y repartidoras trataba de evitarse con la entrega de ejemplares solamente a los asociados.

Es significativo, de todos modos, que en julio de 1932 y a propuesta de la asociación de la capital de España, el Gobierno admitiera la creación de una sección de vendedores y empresas periodísticas dentro del Jurado Mixto de Prensa de Madrid (*Gaceta de Madrid*, 26-7-1932), organismo este último que jugó un destacado papel en la mejora de las condiciones de vida de los periodistas (DESVOIS, 1996: 42). Se establecía en aquellos momentos un importante precedente que cuatro años más tarde, de nuevo con la izquierda en el poder, sería tomado en consideración para autorizar la puesta en marcha de una entidad análoga en Murcia (*Gaceta de Madrid*, 4-7-1936)¹²; y sobre todo se creaban durante la Segunda República, por primera vez, mecanismos específicos para tratar los conflictos laborales que se presentaran en este campo, aunque los acontecimientos posteriores no permitieran sobrepasar unos estrechos límites temporales y territoriales.

3. Empresas informativas y conflictos laborales.

Si por lo general la capacidad de presión y negociación frente a los poderes del Estado no fue excesiva por parte de los vendedores, otra cosa distinta sería el margen de maniobra frente a las empresas periodísticas o sus corresponsales. Ya en los primeros tiempos de la venta callejera a gran escala en Madrid surgieron respuestas coordinadas, abriéndose incluso vías para asegurar el éxito de una consigna que se hacía correr de boca en boca: “Esta noche no se va por papel”¹³. No parece, sin embargo, que tales acciones se extendieran por entonces más allá de una jornada. Andando el tiempo, cuando el asociacionismo cobró fuerza, el envío de delegaciones para tratar de los más diversos asuntos con los representantes de los periódicos se convirtió en una posibilidad abierta, presionando para que se modificara el día de salida de alguna cabecera, negociando comisiones y porcentajes de devolución o quizás amenazando a los editores de ciertas publicaciones *alegres* con el abandono de éstas si no se responsabilizaban de las multas que recibían los vendedores por hacer su trabajo¹⁴. Por supuesto los resultados fueron muy dispares, dándose casos tan emblemáticos como el de Torcuato Luca de Tena, artífice de *ABC* y *Blanco y Negro*, que hizo del veto a la afiliación sindical un principio rector de sus empresas. Era una postura que en principio no podía ser llevada más allá del círculo de sus propios asalariados; sin embargo la intransigencia sistemática ante cualquier conflicto laboral afectó también a los profesionales de la venta, especialmente en la negativa a negociar los porcentajes sobre el precio de portada que recibían los intermediarios. Por ello las protestas se unieron al escaso aprecio hacia aquellas cabeceras que venían mostrando algunos vendedores de distintas localidades (IGLESIAS, 1980: 68 ss.). Más tarde, en 1922, estalló el conflicto abierto entre las publicaciones de Luca de Tena y los

¹² Téngase en cuenta que antes de que transcurrieran los veinte días señalados para cumplir determinados trámites había estallado la Guerra Civil, de modo que es muy probable que la sección no llegara nunca a formarse.

¹³ Durante el Sexenio Democrático sufrió estas incipientes medidas de presión *La Correspondencia de España*, periódico considerado el principal iniciador de la venta callejera organizada en el país. Véase: *La Ilustración Española y Americana*, 10-5-1870, pp. 151-153.

¹⁴ Libro de Actas..., sesiones del 23 de marzo y 7 de abril de 1922, 16 de julio de 1923 y ss.

encargados de la venta en Madrid, lo que provocó que llegaran a establecerse retenes de la guardia civil en las inmediaciones de la empresa (IGLESIAS, 1980: 151; *El Noroeste*, 3-10-1922). Y tampoco parece que fuera demasiado fluida la relación con los vendedores barceloneses, que ya habían sostenido por entonces un boicot contra *ABC* y *Blanco y Negro*¹⁵.

No fueron, de todas maneras, ni los únicos conflictos sufridos por Prensa Española, ni aquellas las únicas publicaciones boicoteadas por los profesionales de la venta. En diciembre de 1910 recibía el mismo trato *La Correspondencia de España*, y todo parece indicar que los responsables de la empresa editora respondieron sin salirse de los límites habituales en aquellos casos; estacionando un día un coche de punto en la Puerta del Sol para que un capataz ayudado por otras dos personas vendiera el diario; enviando al día siguiente a los miembros de la redacción en carruajes para repartir por las calles ejemplares gratuitamente; todo lo cual derivó en los inevitables alborotos, intervenciones de la policía, detenciones de vendedores que se oponían a los esquiroleros... (*El Principado*, 27 y 28-12-1910).



Junta Directiva de la *Sociedad de Vendedores de Periódicos de Madrid*.
Nuevo Mundo, 7 de Noviembre de 1902.

Como en este caso, cuyo origen estuvo en el horario de salida del periódico, los conflictos nacieron a menudo del interés por mejorar algún aspecto profesional de la venta, aunque no hay que perder de vista que otras veces el rechazo a un periódico procedía de un llamamiento al boicot dirigido a toda la población obrera¹⁶, de la acción conjunta en el terreno de la comunicación social (como una “confabulación de los redactores con tipógrafos y vendedores” interpretó *ABC* la huelga de periodistas de 1919¹⁷) o de un movimiento de solidaridad con una acción iniciada en otros ámbitos.

¹⁵ Libro de Actas..., distintas sesiones.

¹⁶ Por ejemplo el diario *El Noroeste*, que siempre había contado entre sus lectores con numerosos obreros, sufrió una huelga y un boicot de más de diez meses a partir de finales de septiembre de 1916 a causa del despido de tres tipógrafos. En este contexto se produjeron pequeñas agresiones contra vendedores (véanse dos casos en *El Noroeste*, 20-11-1916).

¹⁷ *ABC*, 11-12-1919, cit. en: IGLESIAS, 1980: 169. Se aspiraba entonces a que las empresas aceptaran, entre otras cosas, que la sociedad de vendedores controlara las contrataciones.

Tal pareció ser el origen del acuerdo tomado por los vendedores de Málaga a mediados de septiembre de 1911 para rechazar los diarios locales, pero no así la prensa madrileña -antes de que pasaran dos meses se declaraba el boicot contra un diario malagueño en particular: *La Unión Mercantil- (La Independencia*, Almería, 4-11-1911; *El Eco de Galicia*, La Coruña, 4-11-1911; *El Noroeste*, 15-9-1911). Sin duda los profesionales de la venta comenzaron a ser muy conscientes del daño que podían causarle a las empresas periodísticas y manejaron con soltura la amenaza que cabía ligar a determinadas propuestas. Así quedaba reflejado en las actas de la Asociación de Vendedores de Periódicos de Barcelona poco tiempo después de que el desastre de Annual hiciera subir las tiradas:

“Acto seguido se pasa a tratar de ver la manera de recabar de la empresa del *Día Gráfico* para que incluya a la venta [sic] los mapas que dicha empresa anunció solamente para la suscripción, y se aprueba por unanimidad, de que [sic] en caso de que la empresa no lo incluya a la venta [sic] declararle el boicot”¹⁸.

Durante los combativos años de la Segunda República, sin que dejaran de desatarse conflictos de raíz económica¹⁹, incluso se llegó en algún caso a rechazar la venta de los periódicos que contuvieran un discurso del líder de la CEDA José María Gil Robles; de este modo se explicó al menos lo sucedido en Sevilla con motivo de la estancia en la ciudad del político salmantino en marzo de 1934, cuando el público que quiso hacerse con los diarios de la noche tuvo que acercarse por sí mismo a la imprenta correspondiente (*La Prensa*, Gijón, 6-2-1934)²⁰. Una vez más, con situaciones de este tipo, los vendedores de prensa demostraban conocer perfectamente las peculiaridades de la mercancía con la que comerciaban, así como su propia importancia en el proceso de la comunicación cotidiana. Otros obreros muchísimo más preparados y organizados, los tipógrafos, habían llegado a un convencimiento similar tiempo atrás, lo que les había permitido dar muestras de disciplina, solidaridad y conocimiento de su función social tan impresionantes como las desplegadas para imponer la denominada “censura roja”, es decir la negativa a componer cualquier texto considerado atentatorio contra los intereses del movimiento obrero²¹. Claro está que los tipógrafos eran obreros cualificados (*cuna de un gigante*, por añadidura), y un vendedor callejero podía improvisarse con mucha mayor facilidad.

4. Conclusiones.

Partiendo de unas condiciones de vida lamentables en la mayoría de los casos, los vendedores de prensa se contaron entre los últimos implicados en el proceso de la comunicación periodística en asociarse de forma estable. Poco tiempo antes lo habían

¹⁸ Libro de actas..., sesión del 22 de septiembre de 1921.

¹⁹ Un ejemplo de la capacidad de maniobra desplegada durante la etapa del Frente Popular por algunos sindicatos puede verse en la actuación de los vendedores de La Coruña en torno a junio de 1936, en: ROMÁN PORTAS, 1997: 490-492.

²⁰ Cfr. IGLESIAS, 1980: 264.

²¹ Sucedió esto durante su etapa más importante en 1919, provocando un importante conflicto. Puede verse un resumen de lo sucedido en: DEL VALLE, 1981.

hecho en Madrid los repartidores (MORATO, 1925: 592-597). La propia naturaleza de una ocupación individualista, sin demasiadas normas y en la que algunos recalaban sólo temporalmente, explica en gran medida esta tardanza. Faltaban, además, precedentes asociativos en el pasado, a no ser que nos remontemos a la venta de impresos por parte de las antiguas hermandades de ciegos, estudiadas por J. F. BOTREL (1993).

Sin duda muchas de las características del oficio eran comunes a otros pequeños comerciantes, pero en este caso se acentuaba la sensación de desamparo, sobre todo cuando el vendedor era un ambulante carente de todo patrimonio, ubicado por buena parte de la sociedad en los aledaños de la delincuencia y que, a fin de cuentas, desempeñaba una actividad todavía muy desestructurada en la que no cabía más disciplina que la que uno mismo se impusiera. Ciertamente, aun podían encontrarse entre los voceadores de carne y hueso personajes tan libres de ataduras como el creado por Benito PÉREZ GALDÓS para protagonizar uno de sus cuentos, un niño de apenas siete años, desarrapado, sin familia ni domicilio fijo y que “comía, como los pájaros, lo que encontraba” (PÉREZ GALDÓS, 1889: 280-281).

El impulso fundacional de las primeras asociaciones no partió, evidentemente, de este tipo de vendedores de periódicos, pero sin duda sus condiciones de vida fueron tenidas en cuenta, aun cuando fuera para apartarlos de la venta por razones aparentemente humanitarias. Por otra parte, atendiendo a las formulaciones recogidas en algunos estatutos, se dieron iniciativas de finalidad bien definida, ya fuera mutualista o sindical, lo que no excluye que con el tiempo ambas opciones tendieran a acercarse en un terreno en el que, sin necesidad de llegar a la denominada *base múltiple*, se combinara el socorro mutuo con las prácticas reivindicativas en el ámbito laboral.

De todos modos, la casi nula atención que hasta la fecha han recibido entre los historiadores los protagonistas de la distribución de prensa impone todo tipo de reservas, en este y otros aspectos, hasta que sea posible ampliar el horizonte que aquí se esboza. Los componentes asistenciales apuntados, por ejemplo, merecen un análisis caso por caso, teniendo en cuenta su polivalencia y el contexto en el que se desenvuelven. El marco general, de cualquier manera, se estructura a partir de la *Ley de Asociaciones del 30 de junio de 1887* y con ello se establece un orden normativo muy preciso. No hay que olvidar, en relación con ello, que el de voceador de periódicos era un oficio que junto a algunos otros simbolizaba la extrema marginación de una parte de la sociedad²². Una marginación que no se limitaba a las condiciones materiales de vida, sino que se extendía al orden de la capacidad para tomar decisiones y autogestionarse.

El propio tono humorístico empleado por algunos diarios para dar noticia de las

²² La vieja fórmula “de vendedor de periódicos a millonario” refleja de forma gráfica la visión más generalizada del oficio, una expresión que sin duda fue usada en España, donde la editorial Juventud tradujo con las palabras indicadas en 1928 el título de una popular novela de Hans Dominik: *John Workmann, der Zeitungsboy*.

reuniones en las que comenzaron a gestarse las asociaciones de vendedores refleja esta postura, subrayando con tintes jocosos la incapacidad para llegar a acuerdos, la tendencia individualista de los participantes o el temor a que el tesorero saqueara la caja de la sociedad²³. Por ello precisamente éste es uno de los ámbitos en los que con mayor razón puede afirmarse la capacidad transformadora del asociacionismo durante esta época y, con la ley de 1887 en la mano, su potencial actuación como escuela de ciudadanía y participación democrática en unos sectores generalmente y por diversos medios excluidos de los mecanismos para la toma de decisiones (URÍA, 2008: 314-315).

Foguearse en el debate de distintos asuntos, ocupar un cargo de responsabilidad o actuar como comisionado ante, por ejemplo, una empresa periodística, facilitaba sin duda alguna la apertura de miras y la superación de los estrechos márgenes del interés personal. Si todo ello permitía que los vendedores percibieran con mayor nitidez la importantísima maquinaria de la que formaban parte, habrían dado un enorme paso. A partir de aquí, no sería tan difícil convertir la fragilidad en fuerza, en unos años en los que la comunicación de masas estaba en pleno desarrollo y las publicaciones periódicas eran el medio informativo por excelencia. Actuando sobre las instituciones unas veces y presionando a las empresas periodísticas otras, los vendedores mostraron con renovada intensidad que no estaban dispuestos a ser únicamente vehículos de unas ideas emancipadoras cuyos frutos materiales pasaron tantas veces de largo. A través de asociaciones o por cauces más informales los profesionales de la venta de periódicos fueron capaces, en definitiva, de hacerse oír y hasta de convertirse en protagonistas de las noticias del día.

5. Referencias bibliográficas.

BOTREL, Jean-François

1993: “Del ciego al lector”, en *Libros, prensa y lectura en la España del siglo XIX*. Madrid, Fundación Germán Sánchez Ruipérez / Pirámide, pp. 15-175.

DEL VALLE, José Antonio

1981: “La censura gubernativa de prensa en España (1914-1931)”, en *Revista de Estudios Políticos*, nº 21, pp. 73-126.

DESVOIS, Jean-Michel

1996: “El estatus de periodista en España de 1898 a 1936: Nacimiento y consolidación de una profesión”, en *Comunicación y Estudios Universitarios*, nº 6, Valencia.

DÍAZ CAÑABATE, Antonio

1968: “Memorias de un vendedor de periódicos”. Conferencia leída el día 2 de mayo con motivo del Cincuentenario de la Hemeroteca Municipal de Madrid, Madrid, Artes Gráficas Municipales.

²³ Un buen ejemplo en *El Noroeste*, 4-11-1909, donde aspectos como los motes de los vendedores o incluso las expresiones asturianas usadas por éstos sirven para componer una especie de cuadro costumbrista, contemplado desde la altura a través del relato de uno de los participantes.

IGLESIAS, Francisco

1980: *Historia de una empresa periodística. Prensa Española, editora de ABC y Blanco y Negro (1891-1978)*. Madrid, Prensa Española.

MORATO, Juan José

1925: *La cuna de un gigante. Historia de la Asociación General del Arte de Imprimir*. Madrid (reed. Madrid, 1983, estudio preliminar de Santiago Castillo).

PÉREZ GALDÓS, Benito

1889: “La princesa y el granuja” [1877], en PÉREZ GALDÓS, B.: *Torquemada en la hoguera; El artículo de fondo; La mula y el buey; La pluma en el viento; La conjuración de las palabras; Un tribunal literario; La princesa y el granuja; Junio*. Madrid, Administración de La Guirnalda y Episodios Nacionales, pp. 280-314 [digitalizado en: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes].

ROMÁN PORTAS, Mercedes

1997: *Historia de La Voz de Galicia (1882-1939)*. Vigo, Servicio de Publicacións da Universidade de Vigo.

SVPM -Sociedad de Vendedores de Periódicos de Madrid-

1902: *Sociedad Benéfica de Vendedores de Periódicos e Impresos. Aprobada en Junta general celebrada el día 29 de Julio de 1902*. Madrid, Antigua Imprenta Universal [reglamento impreso de la sociedad].

1903: *Sociedad Benéfica de Vendedores de Periódicos e Impresos Fundada en 1º de Agosto de 1902*. Madrid, Imprenta de Valero Díaz.

URÍA, Jorge

2008: *La España Liberal. Cultura y vida cotidiana*. Madrid, Editorial Síntesis.