



Andalucía en el proceso de conformación de la sociedad/cultura de masas (primer tercio del siglo XX). Una perspectiva de la investigación desde la historia¹ de la comunicación social

JUAN ANTONIO GARCÍA GALINDO

Universidad de Málaga

1.- Sociedad y génesis de la prensa de masas en Andalucía. Una línea de investigación histórica

Algunos autores han puesto de relieve la importancia de los grandes diarios en el proceso de conformación de la sociedad de masas, y han establecido no sólo esas relaciones y sus características fundamentales sino que han establecido los mecanismos teóricos que han generado y han contribuido a aquella formación. Resulta evidente, en este

1 El presente artículo es modificación y ampliación de la ponencia que presenté al Congreso «Comunicación Social en la España Contemporánea», organizado por la Generalitat de Valencia, y celebrado en Castellón entre los días 24 y 26 de noviembre de 1994.



mismo sentido, que esa relación es de interdependencia y que la configuración de un modelo de sociedad de masas y, por tanto, de comunicación de masas tiene mucho que ver con los factores sociales, económicos, políticos, culturales y educativos que influyen sobre los medios de comunicación social y sobre todo el sistema informativo. Serían éstos los indicadores de dicho proceso. Pero, a su vez, resulta obvio que los medios son también factores de su propio contexto (cf. Timoteo, 1987; Moragas, 1981, 1985; Gómez Mompert, 1992)².

Para Mompert (1992: 37-38) son ocho los factores principales que hay que tener en cuenta para establecer los núcleos iniciales de los diarios de masas en España para el periodo 1913-1920. A saber: grado de urbanización e industrialización, número de diarios, tiradas superiores a 10.000 ejemplares, tendencia al crecimiento, alto consumo por habitante, disposición de rotativas, buenos coeficientes de ingresos por concepto del timbre, y localización de centros productores de papel prensa.³

¿Se daban estos factores en Andalucía a comienzos de siglo? ¿En qué medida? Analizar la relación entre el desarrollo andaluz de la época (ya sea económico, urbanístico, demográfico o cultural) y la implantación de un nuevo modelo informativo es, sin duda, uno de los retos principales de la investigación que nos ocupa. Relación, por otra parte, que se ha planteado para algunos ámbitos locales, pero que apenas está esbozada para el conjunto andaluz. Es precisamente esta carencia bibliográfica una de las limitaciones más importantes con las que nos encontramos, ya que apenas contamos con estudios de conjunto que aborden de un modo global la evolución del periodismo andaluz, y puedan ofrecernos, por tanto, las claves de la implantación de la comunicación de masas en Andalucía (con la excepción de: Checa, 1991; y Braojos, 1991).

Así pues, pretendo con este trabajo iniciar una línea de investigación que permita clarificar el proceso de configuración de la sociedad de masas en Andalucía, tratando de superar el descriptivismo de la mayor parte de la historiografía local, o los estudios de contenido como fuente para la historia general, para trazar algunas de las claves de aquel proceso, así como la geografía en que ese mismo proceso se produjo. El punto de partida lo han constituido los diarios de información, porque su mayor envergadura empresarial, tendente a dar respuesta a una demanda cotidiana, los convierten en los medios de mayor incidencia social, y van a proporcionar la pauta más importante de la comunicación de masas en el primer tercio del siglo XX. Desde esa óptica, las ciudades en las que

2 El profesor Jesús Timoteo habla de la «presencia generadora de los periódicos». TIMOTEO ÁLVAREZ, J. (1987): *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX*. Barcelona, Ariel, pág. 21.

3 La tesis defendida por este autor en su libro *La gènesi de la premsa de masses a Catalunya (1902-1923)*, constituye uno de los principales puntos de referencia del presente artículo, sobre todo en lo que concierne a las hipótesis de partida y al objeto central del estudio.

van a surgir esos órganos de información diarios, aunque sea en diferente medida, van a constituir los núcleos vertebradores de la comunicación de masas en Andalucía en aquel periodo de implantación del moderno periodismo español. No obstante, es ésta una primera aproximación, que no rehuye posteriores planteamientos que integren nuevos elementos de análisis. Por el contrario, sabemos que el estudio de la comunicación de masas no es ajeno al conjunto de flujos de mensajes que constituyen la comunicación pública y determinan la producción cultural. En cualquier caso, son los medios de comunicación de masas agentes principales del discurso general de la sociedad, en tanto que son emisores especializados en su producción y difusión (Gifreu, 1991: 62).

2.- Centralidad y periferia en el proceso de implantación del moderno periodismo andaluz

A lo largo del primer tercio del siglo XX asistimos en todo el país a la consolidación de los grandes diarios de información general que, independientemente de una ideología política más o menos expresa, apostaban por una nueva manera de entender el periodismo. Este estaba representado a nivel nacional, principalmente por los diarios madrileños *El Sol*, *El Liberal*, *Heraldo de Madrid*, *El Debate*, *El Imparcial*, *ABC*, etc. Paralelamente, en el resto del país se desarrolla este mismo fenómeno, aunque lógicamente ajustado a cada realidad regional. Así, destacan en casi todas las regiones diarios importantes: en Galicia, *La Voz de Galicia* y *El Faro de Vigo*; en Castilla, *El Norte de Castilla*; en Aragón, *Heraldo de Aragón*; en el País Vasco, *La Voz de Guipúzcoa*, *La Gaceta del Norte* y *El Liberal*; en Valencia, *El Mercantil Valenciano*, *Las Provincias* y el *Diario de Valencia*; en Cataluña, *El Noticiero Universal*, *La Publicidad*, *Las Noticias* y *La Vanguardia*, etc. En esta última región, la burguesía catalana consiguió implantar, sobre todo en Barcelona, un periodismo de masas que, unido a una elevada conciencia regional, atrajo a numerosos ciudadanos hacia la prensa; la cual, por otra parte, ejerció una gran influencia sobre su entorno geográfico más próximo, evitando así la penetración regular del periodismo madrileño en el noreste español.

Frente a casos como el catalán o el madrileño, el andaluz se presenta, no obstante, caracterizado por un contexto económico de menor desarrollo, y socialmente menos evolucionado, con deficientes comunicaciones con el resto de España, pero también en su interior, debido a una orografía difícil que obligaba a desviar el tránsito hacia los valles fluviales y las depresiones interiores. Su situación, al sur de la península, más cerca de África que del resto de Europa, y lejos por tanto de los influjos más modernos procedentes de Madrid y de Barcelona podrían hacer pensar que iba a condicionar negativamente el desarrollo del periodismo. Pese a ser una región eminentemente rural a comienzos del siglo XX; otros factores, como su apertura al Atlántico y al Mediterráneo, la actividad económica de diversos centros urbanos (agrícolas, industriales o portua-

rios), algunos a pesar de todo en clara recesión a principios de siglo, etc., fraguaron la existencia de una clase empresarial, aunque no numerosa, sí bastante dinámica y emprendedora, lo suficiente para hacer realidad algunos proyectos periodísticos de gran relevancia durante el primer tercio del siglo XX.

Por otra parte, el poblamiento concentrado característico de la mayor parte de Andalucía dió lugar a la existencia de numerosos pueblos y ciudades de gran tamaño. El 8 % de los municipios andaluces contaba a comienzos de siglo con más de 10.000 habitantes, lo que representaba un total de 65 municipios con un potencial demográfico que podía favorecer la aparición de algún órgano estable de información, máxime cuando la mayor parte de esos municipios tuvieron una tendencia demográfica creciente (tabla 1). Razones de otra índole retardarían o imposibilitarían que el desarrollo periodístico fuera mayor de lo que fue en realidad, o al menos más homogéneo.

Como es sabido, el periodismo de masas es ante todo un producto urbano. Resulta obvio, por tanto, que sean los principales núcleos de población los ejes geográficos del nuevo sistema informativo andaluz: en primer lugar, las capitales de provincia, y, en segundo término, otros pueblos y ciudades que, en algunos casos, llegan a ser más importantes que las mismas capitales, en los que surge un periodismo propio y alternativo al de la capital⁴. En conjunto constituirán la red sobre la que se asiente el periodismo andaluz.

Esta red se configuró, pues, a grosso modo de la siguiente manera (fig. 1):

- A) En torno a las ocho capitales andaluzas, que absorbían la mayor parte del periodismo regional, y a las ciudades más activas económicamente y más pobladas, que desarrollaron un periodismo fundamentalmente localista.
- B) En las provincias de Cádiz y Jaén surgirá particularmente un periodismo provincial (Jerez, Algeciras, Linares, Ubeda, etc.) que compitió con el de la capital, creando ámbitos de influencia propios.
- C) Dado el mayor grado de desarrollo socioeconómico y demográfico de las ciudades de Sevilla y de Málaga, éstas se convirtieron en los nudos regionales de información. Contaron con la infraestructura más moderna: las primeras rotativas se instalaron en estas dos ciudades; y con mayores recursos a su alcance. Aunque al parecer no hubo fábricas de papel prensa en Andalucía, sí que existieron depósitos de papel en Sevilla y Málaga, pertenecientes a la Papelera Española (Desvois, 1993: 273).

⁴ En el sentido de que podían satisfacer autónomamente la demanda local de información.

Se dió, por tanto, una doble centralidad: por un lado, la que se derivaba de la actividad de los centros provinciales y de los núcleos alternativos; y, por otra, la de Sevilla y Málaga, algunos de cuyos medios de información llegaron a tener difusión regional e incluso nacional. En estas dos ciudades existieron los diarios más importantes de Andalucía de todo el primer tercio del siglo, *El Noticiero Sevillano* y *El Liberal*, en Sevilla, y *La Unión Mercantil*, en Málaga. En definitiva, el caso andaluz es policentrista, pero dicho policentrismo no se circunscribe a las capitales de provincia, sino que se ha de ampliar a otras ciudades andaluzas. En cualquier caso, Sevilla y Málaga van a ser los principales núcleos del moderno periodismo andaluz en el primer tercio del siglo XX, y van a constituir uno de los núcleos iniciales de la prensa de masas en España (Mompert, 1992: 38-41); ambas eran las únicas ciudades andaluzas que en 1900 superaban los 100.000 habitantes.

Conviene resaltar en este punto la aparente contradicción que parece darse entre la evolución seguida por las ciudades más representativas de Andalucía en este periodo y la implantación de un modelo de sociedad de masas. Así puede desprenderse del crecimiento demográfico que experimentan las ciudades de Sevilla y Málaga en el siglo XX, especialmente de aquella (Braojos, 1992: 13-15), junto a procesos de urbanización poco ordenados, y a otros factores de inestabilidad política y económica, de crisis general en el caso de Málaga al comenzar el siglo (Lacomba, 1987: 139 y ss.). En cualquier caso, ésta no es sino otra interrogante a despejar en ulteriores investigaciones.

Aunque por razones distintas, los casos de Jaén y de Cádiz merecen mención aparte. Por un lado, la capital jiennense, más deprimida económicamente que su entorno, y con unas comunicaciones también deficitarias, no pudo competir con la prensa más moderna de Linares, ciudad mayor que aquella durante todo el primer tercio del siglo. En el caso gaditano, por el contrario, y sin que la capital tuviera un menor desarrollo periodístico que su entorno, van a surgir diversos focos importantes debido a la pujanza económica de las ciudades portuarias de la Bahía de Cádiz, o de ciudades, como Jerez de la Frontera, de gran actividad mercantil, e importante centro vitícola, etc. Esta descentralización de la vida económica de la provincia gaditana, hizo posible que Cádiz se convirtiera durante estos años en la provincia andaluza de mayor densidad periodística. También dentro de la provincia gaditana, hay que mencionar de manera diferenciada el periodismo que ve la luz en el Campo de Gibraltar (especialmente en Algeciras y La Línea), que constituye, sin duda, un ecosistema informativo propio, que, lejos de la capital de la provincia, tiene su mirada puesta en los pueblos de la comarca, pero también en el Estrecho y en las posesiones españolas del Norte de Africa, por lo que esta zona tiene unas peculiaridades específicas de modernidad, de conciencia regional, y de interculturalismo, que merecerían un estudio monográfico.

Por su parte, en las provincias de Málaga, Sevilla, Huelva, Almería, Córdoba, o Granada, aunque existan otros núcleos importantes ninguno de ellos va a ser alternativo a la capital. Mencionar si acaso, el periodismo antequerano en la provincia de Málaga, que no acabó de consolidar ningún periódico diario, pese a diversos intentos que sólo cuajaron durante breves periodos de tiempo, pero que propició un activo periodismo semanal de información general que, desempeñando una función sustitutoria del periodismo diario, ha llegado hasta nuestros días (*El Sol de Antequera* se publica desde 1918). Esta circunstancia, de sustitución del periodismo diario de información general por semanarios de igual índole para atender a un mercado de lectores más exigüo e inestable puede extrapolarse sin duda a otras ciudades de tamaño intermedio y a las cabeceras de las comarcas andaluzas que contaron con algún órgano de información. El caso cordobés merece también algún comentario por la abundancia de focos importantes, aunque como hemos dicho no alternativos, tales son los casos de Baena, Cabra, Peñarroya, etc., donde surgió un periodismo diario o semanal que tampoco pudo, sin embargo, trascender por razones estructurales del propio ámbito local y estuvo limitado, por tanto, en su desarrollo (cf. Checa, 1991).

3.- Nuevas cuestiones, nuevos enfoques

A) Desde el punto de vista metodológico parece necesario un plan de actuación coordinado que sistematice las investigaciones sobre la historia del periodismo andaluz, potenciado los estudios locales y los de conjunto, sin perder de vista los marcos explicativos en los que se insertan, y propiciando una metodología común.

B) Desde el punto de vista del contenido, algunas de las posibles líneas de investigación en las que seguir profundizando pueden ser las siguientes:

a) El estudio de la infraestructura de la sociedad andaluza: vías y medios de comunicación y de transporte. Resulta imprescindible conocer con detalle el estado de las comunicaciones entre los pueblos y ciudades andaluzas, y su evolución a lo largo de los siglos XIX y XX, para comprender mejor el surgimiento de la prensa de masas en Andalucía. En este sentido, resulta de gran utilidad el estudio dirigido recientemente por el profesor Bahamonde Magro (1993) sobre las comunicaciones en la España Contemporánea, centrado más concretamente en el correo, el telégrafo y el teléfono. Este trabajo es, sin duda, un buen ejemplo a seguir. En cuanto al ferrocarril, que ha sido estudiado para el caso andaluz por los historiadores de la economía, habría que plantear su relación con el surgimiento de la sociedad/cultura de masas en Andalucía a partir de la articulación del territorio.

b) Las principales empresas periodísticas andaluzas: Los casos de *El Liberal* de Sevilla, y *El Defensor de Granada*, diarios que pertenecieron al trust de *El Liberal* de

Madrid; o la empresa independiente de *La Unión Mercantil* de Málaga. Las actividades económicas y financieras de los empresarios periodísticos. El progreso técnico y material de las empresas. Etc. Sobre estos últimos aspectos una buena referencia la podemos encontrar en los estudios de Jean-Michel Desvois sobre el progreso técnico y la vida económica de la prensa española (1984), o sobre la cuestión del papel (1993).

c) Las tiradas de los periódicos. Este es un problema recurrente de los investigadores, al no contar con fuentes del todo fidedignas. Aunque las tiradas de la prensa andaluza no son altas (tabla 2), creemos que éstas han de ser consideradas cualitativamente. Por encima de los 5.000 ejemplares, cifra por encima de la cual Mompert sitúa el grupo de los *diarios destacados* españoles (1989: 31), se encuentran los siguientes diarios andaluces, siempre según las estadísticas de la prensa periódica para el primer tercio de siglo: *La Información*, *La Voz*, *El Defensor de Granada*, *La Publicidad*, *Noticiero Granadino*, *El Noticiero*, *La Unión Mercantil*, *El Cronista*, *Diario Malagueño*, *El Popular*, *El Faro*, *El Regional*, *El Liberal*, *El Noticiero Sevillano*, *El Correo de Andalucía*, *Fíguro*, y *La Unión*. En total 17 diarios, que se distribuyen de la siguiente manera: Cádiz (1), Córdoba (1), Granada (3), Linares (1), Málaga (6), y Sevilla (5). Esta distribución da idea del equilibrio entre Sevilla y Málaga, así como de la ausencia de diarios destacados en las ciudades de Jaén, Huelva, y Almería, y de la presencia en este grupo de un diario no perteneciente a capital de provincia. Tiradas superiores a 10.000 ejemplares se registraron en Málaga, Sevilla, Córdoba y Granada.

d) La coexistencia de los grandes diarios de información con el nacimiento de la radio en Andalucía ha de ser otra variable más de la investigación. Para el caso de la radio sirvan de ejemplo los libros de R. Franquet (1986) para Cataluña, y de C. Garaito-naindía (1988) y L. Díaz (1992) para todo el estado español.

e) La difusión real de los diarios, así como la influencia y efectos sociales que produjeron, a partir de estudios de recepción y audiencia. Un interesante ejemplo de recepción de la radio, por la incorporación de fuentes y métodos de investigación novedosos, es el reciente estudio de F. Espinet (1994) sobre la recepción de este medio de comunicación en Cataluña.

f) En relación a las tiradas y a la difusión real de los medios, es preciso analizar la estructura social y el mercado de lectores/consumidores. El estudio de los niveles de lectura de prensa, y su relación con las clases sociales y con el analfabetismo. La relación entre las condiciones económicas y la alfabetización y la capacidad de comunicación ha sido puesta de relieve en mayor o menor medida por diversos autores (Vilanova, 1992: 38; Tortella, 1994: 13); respecto a la difusión de la prensa parece necesario que conozcamos mejor las relaciones entre ésta y la opinión pública. En particular, en una región

como la andaluza cuyo porcentaje de población analfabeta estuvo casi siempre por encima de la media nacional (tabla 3).

g) La penetración del periodismo de la capital de España en Andalucía, que es bastante importante, y que habría de ser evaluada en comparación con la difusión de los periódicos andaluces.

h) La cultura de masas en Andalucía se asentará al igual que en otras regiones sobre una importante cultura tradicional. Saber, pues, el modo en que esta fusión se va a llevar a cabo, y conocer los elementos que van a caracterizar la cultura de masas en Andalucía y, por tanto, sus rasgos diferenciadores de los del resto del país, es asimismo una tarea a tener en cuenta, que nos ha de llevar a un terreno interdisciplinar en la investigación. En esta línea se sitúan algunas de las últimas investigaciones de los profesores J. M. Tresserras, J. LL. Gómez Mompart y F. Espinet, para el caso catalán.⁵

Referencias bibliográficas

- BAHAMONTE MAGRO, A. (dir.) (1993): *Las comunicaciones en la construcción del Estado contemporáneo en España: 1700-1936*, Madrid, Ministerio de Obras Públicas, Transportes y Medio Ambiente.
- BRAJOS GARRIDO, A. (1991): *Prensa y opinión pública política en la Andalucía contemporánea*, Sevilla, Cuadernos de Comunicación, Facultad de Ciencias de la Información-Alfar.
- BRAJOS GARRIDO, A. (1992): "La Sevilla contemporánea. Discusión y análisis de un proceso histórico", en BRAJOS GARRIDO, A., y otros (1992): *Historia de Sevilla. Volumen tercero: El siglo XX*, Sevilla, C.M.I.D.E.
- CHECA GODOY, Antonio (1991): *Historia de la prensa andaluza*, Sevilla, Fundación Blas Infante.
- DESVOIS, Jean-Michel (1984): "El progreso técnico y la vida económica de la prensa en España de 1898 a 1936", en GARCÍA DELGADO, J.L. (Edit.) (1984): *España, 1898-1936: estructuras y cambio*, Madrid, Ed. Universidad Complutense.
- DESVOIS, Jean-Michel (1993): "L'industrie papetière et le prix du papier journal en Espagne de 1898 à 1936", en *Bulletin Hispanique*, tome 95, nº 1, janvier-juin 1993.
- ESPINET, F. (1994): "La recepció de la ràdio a Catalunya des dels seus inicis fins a la Guerra Civil, segons els egodocuments", en *Anàlisi*, nº 16.
- FRANQUET, R. (1986): *Història de la radiodifusió a Catalunya (Del naixement al franquisme)*, Barcelona, Edicions 62.

⁵ Vid. Actas del II Congrés Internacional de Comunicació Social, «La Comunicació Social en l'Espanya Contemporànea», celebrado en Castellón del 24 al 26 de noviembre de 1994 (en prensa).

- GARAITONA INDIA, C. (1988): *La radio en España (1923-1929)*, Bilbao, Siglo XXI-Universidad del País Vasco.
- GIFREU, Josep (1991): *Estructura general de la comunicació pública*, Barcelona, Ed. Pòrtic.
- GÓMEZ MOMPART, J.LL (1989): “¿Existió en España prensa de masas? La prensa en torno a 1900”, en TIMOTEO ALVAREZ, J. y otros (1989): *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*, Barcelona, Ed. Ariel.
- GÓMEZ MOMPART, J.LL. (1992): *La génesi de la premsa de masses a Catalunya (1902-1923)*, Barcelona, Ed. Pòrtic.
- DÍAZ, L. (1992): *La radio en España, 1923-1993*, Madrid, Alianza editorial.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (1992): *Evolución de la población en Andalucía (1900-1991)*, Sevilla.
- INSTITUTO GEOGRÁFICO Y ESTADÍSTICO (1914 y 1921): *Estadísticas de la Prensa Periódica de España*, Madrid.
- LACOMBA, Juan A. (1987): *Crecimiento y crisis de la economía malagueña*, Málaga, Diputación Provincial.
- MORAGAS, M. (1981): *Teorías de la comunicación*, Barcelona, G. Gili.
- MORAGAS, M. (ed.) (1985): *Sociología de la comunicación de masas*, Barcelona, G. Gili.
- SERVICIO GENERAL DE ESTADÍSTICA (1930): *Estadística de la Prensa Periódica de España*, Madrid.
- TIMOTEO ÁLVAREZ, J. (1987): *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX*, Barcelona, Ed. Ariel.
- TIMOTEO ÁLVAREZ, J. (1989): “Los frustrados intentos de regeneración informativa”, en TIMOTEO ÁLVAREZ, J. y otros (1989): *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*, Barcelona, Ed. Ariel.
- TIMOTEO ÁLVAREZ, J., y otros (1989): *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*, Barcelona, Ed. Ariel.
- TORTELLA, G. (1994): *El desarrollo de la España contemporánea. Historia económica de los siglos XIX y XX*, Madrid, Ed. Alianza.
- VILANOVA, M. y MORENO, X. (1992): *Atlas de la evolución del analfabetismo en España de 1887 a 1981*, Madrid, C.I.D.E.

Tabla 1.

Evolución de la población en los municipios andaluces de mayor implantación del periodismo diario y semanal.				
MUNICIPIO	1900	1910	1920	1930
ALMERIA	47202	47639	51034	52409
Cuevas de Almanzora	20603	26548	22127	14153
GRANADA	75570	79978	103505	117577
Baza	12749	15988	15933	17506
Guadix	12616	13792	16151	22008
Motril	18508	18609	16823	18797
MALAGA	131063	135292	150258	180105
Antequera	31665	32215	31654	32910
Ronda	20822	22692	30662	33123
CORDOBA	56097	64407	72641	101701
Lucena	21294	21020	22063	26933
Cabra	12308	12181	13925	15975
Montilla	12943	13264	15012	19508
Peñarroya-Pueblonuevo	3081	4492	7033	24691
JAEN	25566	28308	33402	39096
Linares	37672	36287	40479	41525
Ubeda	19395	22078	22868	27225
CADIZ	69191	67306	76137	74367
Algeciras	13131	15020	19249	20674
Jerez de la Frontera	60846	61250	65012	71549
El Puerto de Santa María	19373	17583	18951	19847
San Fernando	29802	25611	27316	29866
La Línea de la Concepción	27743	30005	61078	34782
Sanlúcar de Barrameda	23747	22331	27150	26926
Arcos de la Frontera	14393	14348	16088	17643
SEVILLA	147271	153258	205723	217788
Morón de la Frontera	14459	16591	18687	22526
HUELVA	20927	28357	34160	44238
Ayamonte	7600	9547	13214	13848
Isla Cristina	5991	6575	9000	10562

FUENTE.— INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE ANDALUCÍA (1992): *Evolución de la población. Andalucía (1900-1991)*, Sevilla.



Fig. 1.- Municipios andaluces de mayor implantación del periodismo diario y semanal (primer tercio del siglo XX)

Tabla 2.

Tiradas de los principales diarios andaluces (primer tercio del siglo XX)				
LOCALIDAD	TITULO	1913	1920	1927
Almería	<i>La Crónica Meridional</i>	3000	2500	3500
Almería	<i>La Independencia</i>	3000	3000	3000
Cádiz	<i>Diario de Cádiz</i>	3500	3000	6000
Cádiz	<i>La Información</i>	–	5000	–
Jerez de la Frontera	<i>El Guadalete</i>	–	–	4000
El Pto. de Sta. María	<i>Revista Portuense</i>	2000	1000	2000
Córdoba	<i>Diario de Córdoba</i>	2500	3000	3000
Córdoba	<i>La Voz</i>	–	3500	10500
Granada	<i>El Defensor de Granada</i>	7000	10000	11500
Granada	<i>La Publicidad</i>	6000	9000	9000
Granada	<i>Noticiero Granadino</i>	–	9000	10000
Huelva	<i>La Provincia</i>	2600	1000	2000
Jaén	<i>El Pueblo Católico</i>	1500	3000	3000
Jaén	<i>La Lealtad</i>	2500	–	–
Linares	<i>El Noticiero</i>	–	5000	5000
Málaga	<i>La Unión Mercantil</i>	15000	28000	35000
Málaga	<i>El Cronista</i>	3000	6000	10000
Málaga	<i>El Diario Malagueño</i>	5900	–	–
Málaga	<i>El Popular</i>	5200	–	–
Málaga	<i>El Faro</i>	–	10000	–
Sevilla	<i>El Liberal</i>	28000	35000	30000
Sevilla	<i>El Correo de Andalucía</i>	10000	8000	10000
Sevilla	<i>Fígaro</i>	25000	–	–
Sevilla	<i>La Unión</i>	–	12000	22000

FUENTE.– INSTITUTO GEOGRÁFICO Y ESTADÍSTICO (1914-1921): *Estadísticas de la Prensa Periódica*, Madrid; y SERVICIO GENERAL DE ESTADÍSTICA (1930): *Estadística de la Prensa Periódica de España*, Madrid.

Tabla 3.

**Evolución del porcentaje de población analfabeta en las provincias andaluzas
(primer tercio del siglo XX).**

Provincia	1900	1910	1920	1930
ALMERÍA	76	73	64	47
CÁDIZ	61	55*	54	39
CÓRDOBA	71	67	60	46
GRANADA	75	68	65	46
HUELVA	60	57	50	41
JAÉN	76	72	69	53
MÁLAGA	75	74	67	46
SEVILLA	59	59	47	36

FUENTE.— VILANOVA, M. y MORENO, X. (1992): *Atlas del analfabetismo en España de 1887 a 1981*, Madrid, C.I.D.E. La cifra con asterisco no sigue, según los autores, la tendencia general, por lo que puede ser defectuosa.