El Pueblo.

Diario republicano de Valencia

Suplemento extraordinario 1.° de Enero de 1930

Facsímil del glorioso primer ejemplar de EL PUEBLO publicado el día 12 de Noviembre de 1894

A nuestros lectores

De propagandista de la política a propagador de la cultura. Vicente Blasco Ibáñez, un comunicador de éxito

Antonio Laguna Platero

Antonio Laguna es profesor de la Facultad de Ciencias de la Información del CEU San Pablo de Valencia

La riqueza del personaje nos abruma. Vicente Blasco Ibáñez, según los diccionarios, es presentado fundamentalmente como novelista o escritor, no importa el orden, lo que identifica una de sus facetas más relevantes. Para los que buceamos en la historia de la prensa, añadimos que periodista también, al menos en el sentido decimonónico del término. Para los amantes de las biografías con una ciertas gotas de pasión, el personaje es tildado de romántico, aventurero, capaz de ser y no ser en la riqueza cuantas veces despierte del sueño que lo impulsa. Y no podemos dejar de completar tan polícromo repertorio sin añadir un nuevo registro: republicano desde siempre, con acta de diputado entre 1898 y 1907.

Hasta aquí no hay novedad. Del cuadro de actividades que desarrolla, se podrá en todo caso argüir el mayor o menor grado de conocimiento que de cada una de ellas poseemos. Pero difícilmente se advertirá la existencia de una nueva. Sin embargo, nuestro objetivo es precisamente proponer una

"Y un día en Montecarlo (el único hombre que ha ganado en Montecarlo he sido yo) un representante de empresas cinematográficas me ofrecía así, de buenas a primeras, doscientos mil pesos por el "escenario". A mi me pareció que soñaba. Me pellizqué. Le dije... que lo pensaría. Al día siguiente, trato hecho. Y ahora...¡psh... que quiere usted!... vivo bien... Estoy rico. He capitalizado un milloncejo para cada uno de mis tres hijos, y lo que gané en lo sucesivo, a gastarlo. Sí hombre, cualquier beata lo sabe: el fin de la vida es la muerte... Lo demás no vale la pena.

Blasco debió de adivinar entre los circunstantes alguna mirada socialista. Varios insinuábamos como una sonrisilla de pudor herido, como un escrúpulo de envidiosa pobreza; y no se quien traicionó el pensamiento común con un protector:

-Claro hombre, tiene razón en explotar su talento, digan lo que digan...

Vivamente el rico hombre de letras, repuso:

-Pero ésto es ahora, ¿sabe? Yo no empecé a ganar dinero hasta después de los cuarenta. Toda mi juventud fui un pobre diablo, que no tenía donde caerme muerto. ¡Las pasé muy duras! Fui periodista por... cuarenta duros al mes, nominales, que no siempre los pagaban... Por defender la independencia de Cuba, siguiendo a mi maestro Pi y Margall, estuve en presidio, muy rapado, con mi trochana de rayadillo... ¡ah, amigos, no fue agua de rosas!... Y ahora, cuando vuelva a España, después de mi vuelta al mundo, constituiré un fondo de dos millones de pesetas para premiar todos los años la mejor novela por un escritor joven de habla española"[1].

nueva lectura de Blasco, ligándola a la imagen del comunicador que idea, diseña y escribe pensando en un mercado y en un beneficio. Nuestro objetivo es constatar la dimensión empresarial que presenta la biografía de este singular valenciano, sobre todo, una vez que el profesor Miguel Herráez ha tenido el acierto de recuperar una parte de la correspondencia mantenida por Blasco con su casa editorial.[3]
La propuesta parte de un hecho incontestable: la enorme capacidad de comunicación que a lo largo de su vida tuvo Blasco. No hay duda: ya fuese con el periódico en aras a conseguir el triunfo político; ya con su voz, encantando a auditorios variopintos en mítines, conferencias y cuantos actos públicos protagonizó a lo largo de su vida; ya fuese con sus novelas y su enorme facilidad para conseguir conectar con un público masivo; ya con sus guiones cinematográficos, tocando el halo de la galaxia hollywoodiense; ya fuese, en definitiva, utilizando su fama, su nombre, su historia y todos los elementos que, a mitad de su vida, le habían llevado a ser reconocido como un símbolo de un partido, de una ideología, de una ciudad. Fuese uno u otro, fuesen todos al tiempo, el resultado es soberbio: nunca nadie, desde el foro más reconocido o la tribuna más elevada, había conseguido tal grado de comunicación social. Y esta capacidad, no sólo se explicará en términos de votos, seguidores, lectores o compradores de sus novelas. Tendrá, a pesar de los vaivenes propios de una vida intensa y una época agitada, una lógica traducción en el terreno de la economía. Blasco asumió desde bien temprano crear su propio periódico (1889) y su propia editorial (1892). Forzosamente, por tanto, tuvo que asumir una mentalidad empresarial, esto es, filtrar por el tamiz del mercado el producto cultural que crea y pretende vender. Sin embargo, podemos aseverar que esta mentalidad no se detecta con cierta nitidez hasta que apuesta decididamente por el negocio editorial, cuando en 1905 impulsa un nuevo diario, *La Novela Ilustrada*. Entre ambas experiencias, vale decir entre 1889 y 1905, nuestro personaje pasará de ser un propagandista político, con diario y partido propio, a un propagador de la cultura, con editorial y negocio propio. Serán dos apuestas empresariales radicalmente distintas en sus planteamientos y en sus fines, pero equiparables en cuanto al resultado que presentan: la conquista de un público, que él identifica como pueblo, al que ofrece la cultura como tabla de salvación.
Blasco pensó siempre en clave de pueblo. Lo hizo cuando, todavía muy joven, se dedica a propagar el republicanismo desde *La Bandera Federal*; siguió en su etapa al frente de *El Pueblo*; y finalmente, ya como escritor, lo que hizo fue elevar la dimensión de pueblo valenciano por la de pueblo universal. Sucederá a partir de 1906. Para entonces, fuera ya de Valencia a la que sólo volvería ocasionalmente, Blasco sigue poniendo como norte de su obra a un pueblo que ha pasado a convertirse, sencillamente, en público.
Con todo, en esta primera etapa, el saldo será ingente: no sólo habrá publicado sus novelas más paradigmáticas, sino que habrá revolucionado los modos, grados y hábitos de lectura de buena parte de la clase obrera. Los instrumentos fueron los formalmente identificados como columnas vertebrales de las industrias culturales: el medio de comunicación y el libro. En el primer caso, Blasco revolucionó la prensa valenciana con un diario que editó a la mitad de precio que la competencia; en el segundo, conmocionó las conciencias de una gran parte de Valencia, así como los bolsillos de todos los libreros con tienda en la misma, al crear una biblioteca popular que en un mes, en este caso de 1898, llegaba a prestar 5.000 volúmenes.[4] Por último, para completar el círculo, crea y fomenta una Universidad Popular, cuyo primer curso fue inaugurado en la noche del 8 de febrero de 1903 por Gumersindo de Azcárate, bajo el tema "Neutralidad de la ciencia". Según un testigo presencial, "los cursillistas, llamémosles así, eran en su mayoría obreros de blusa y manta por todo abrigo. Asistían a las lecciones durante una hora que duraba la clase, y las escuchaban en pie".[5]
En 1905 Blasco inicia una aventura editorial en forma de diario de novela de entregas, llamado *La Novela Ilustrada*, que pretende ser el negocio más importante de los efectuados hasta la fecha. El objetivo es el beneficio, sin duda, pero también se advierten otros, tales como: "contribuir a la cultura literaria del país, popularizando las obras más famosas del arte novelesco, para lo cual las publicará en condiciones de baratura extraordinaria." La base del pretendido éxito radicará en el tipo de público al que se espera conquistar: el pueblo. Arturo Barea, lo destacaba en el primer tomo de *La forja de un rebelde...* "Hay un escritor valenciano, que se llama Blasco Ibáñez, que ha hecho todos estos libros... Un día dijo que en España no se leía porque la gente no tenía bastante dinero

para comprar libros. Entonces dijo: yo voy a dar a leer a los españoles, y en la calle de Mesoneros Romanos puso una tienda y empezó a hacer libros. Pero no los libros de él, sino los libros mejores que se encuentran en el mundo. Y todos valen, nuevos, treinta y cinco céntimos. La gente los compra a millares, y cuando los ha leído los vende a los puestos de libros viejos y allí los compramos los chicos y los pobres. Así, yo he leído a Dickens y a Tolstoy, a Dostoievski, a Dumas, a Víctor Hugo, a muchos otros".

1. LA POLÍTICA COMO FIN, LA EMPRESA PERIODÍSTICA COMO MEDIO

El fin no fue el dinero, sino la política. Pero sin dinero no cabía la política, al menos en su vertiente propagandística. Y Blasco, entre los 18 y los 24 años, afirma haber ganado mucho dinero "escribiendo obras por entregas para los editores de Barcelona. Una historia de la Revolución española y varios novelones (entre ellos *La araña negra,* que fue un gran éxito... editorial) son los pecados de mi adolescencia literaria, cuyo recuerdo me avergüenza, a pesar de que me valían 50 pesetas por pliego".[6] Con todo, existen prioridades. Y en estos comienzos de su vida, cuando la república resume sus aspiraciones, el objetivo de comunicar y propagar su visión del mundo parece justificarlo todo. El planteamiento no ofrece duda: "Si somos periodistas no es por industria ni por lucro, sino porque consideramos la prensa como un medio para decir la verdad, dedicando nuestros esfuerzos a combatir la injusticia, la arbitrariedad, la explotación; y a defender al débil, al desheredado, al oprimido..." [7] Desde esta convicción, y cuando apenas cuenta con veintidós años, Blasco pone en marcha su primera empresa publicística: *La Bandera Federal,* un semanario de partido editado entre 1889 y 1894. Lo subrayamos: la política define la publicación. Y el resultado político el objetivo. Sin embargo, cuando finalice su edición, Blasco no ha conseguido el acta de diputado, aunque sí liderar el partido republicano federal. Es un resultado en parte justificable por las enormes dificultades que implica ser político republicano en esa etapa histórica, pero que evidencia también la limitación con que ha funcionado el medio de propaganda.

La Bandera Federal es una aventura editorial sin más planteamiento empresarial que poder reunir el dinero que permita adquirir el papel o sufragar las sanciones gubernativas. Esta función la asumirá Remigio Herrero, "republicà de molt bones qualitats, periodista regular i orador de paraula fogosa", conjuntamente con el "coixo Senent, petit industrial –sabater– que admirant el talent de Blasco estaba resolt a ajudar-lo amb els seus diners".[8]

Precisamente, tres años después de la salida de este periódico, el 21 de septiembre de 1892, Miguel Senent se asociaría con Blasco para poner en marcha su primera iniciativa editorial: La Propa-

ganda Democrática. El primero sería el administrador; el segundo, todo lo demás. De esta divisoria de roles se entiende que la finalidad del nuevo negocio, al igual que en el caso del periódico, fuese más allá de lo económico, aspirase a "difundir la cultura y la idea de progreso entre sus conciudadanos".[9] El fin es absolutamente normal para quien, como Blasco, entiende que todo el problema social se resume en una simple cuestión educativa. Es el Iluminismo utópico del republicanismo español, que aspira a conseguir la armonía social a base de casinos instructivos, de escuelas nocturnas y de obreros alfabetos.[10] Desde esta convicción, se justificará su obsesión por dotar al obrero de instrumentos de lectura al menor precio posible. Sucederá primero con el periódico y será la filosofía que presida la política de ventas de sus libros o los de su editorial. Incluso irá más lejos, desarrollando lo que sus mayores habían iniciado en las jornadas intensas del Sexenio: una escuela nocturna de adultos que él llamará Universidad Popular.

La editorial quedó ubicada en un bajo de la calle Cadirers, en pleno centro menestral de la ciudad. Su primer objetivo lo decía todo respecto a cuál era su filosofía, ya que se plantearon empezar editando las obras completas de Voltaire, lo que incluía un prólogo de Víctor Hugo, una biografía del personaje a cargo de Condorcet, sus novelas, obras históricas, las filosóficas y hasta las tragedias y poemas.[11] El sistema de venta sería mediante la entrega semanal de un cuaderno, al precio de dos reales cada uno. La suerte del negocio fue pareja a la de Blasco. Y los tiempos no la pintaban buena. La política lo inundaba todo. También el ánimo y la mente de Blasco. Es 1894 y en su vivir acumulado, tanto en lo político como en lo literario, no pintan triunfos. Denuncias en *La Bandera*, derrota electoral suya y de los suyos, el fracaso de su obra de teatro *El Juez* y hasta la muerte de su madre, constituyen el cúmulo de adversidades que, en cualquier otra personalidad hubiesen sido suficientes para pensarse un cambio drástico de vida, y sin embargo en Blasco le llevan a crecerse. De la adversidad nacerá *El Pueblo*, su diario. La conclusión, en definitiva, parece ser una: si su objetivo es la política y hasta la fecha el resultado electoral no le ha sido nada favorable, debía apostar por un medio de propaganda potente y masivo, que fuese a la vez medio para conseguir un gran partido.

El primer testimonio de esta decisión se hace público el 3 de noviembre. *La Bandera Federal* aparece publicada desde un nuevo establecimiento tipográfico, situado en la calle D. Juan de Austria. Y en ese mismo número, expone al mundo republicano la buena nueva: "Nuestros amigos y correligionarios, el conocido editor D. Miguel Senent y D. Vicente Blasco Ibáñez, acaban de montar en la calle D. Juan de Austria de esta ciudad, un establecimiento tipográfico con arreglo a los últimos adelantos de tan importante arte. La imprenta ha inaugurado sus trabajos con la publicación del presente número de este semanario y en breve se confeccionará en ella, a más de varios periódicos e importantes obras literarias, un diario republicano de la mañana, titulado EL PUEBLO..."

Se apuesta, por tanto, por la realización de un diario que cuente con su propia imprenta, que sea autosuficiente en todo el proceso de elaboración, evitando con ello que, en el caso siempre probable de ser secuestrados por el fiscal, no tuvieran que seguir pagando a un tercero. El capital para la adquisición de esta maquinaria, al parecer, proviene de la herencia materna que Blasco acaba de recibir.[12] El resto lo avala Miguel Senent, el director de La Propaganda Democrática. "Con el dinero recogido –nos concreta León Roca– alquiló un gran local en la calle de Don Juan de Austria –local que había sido ocupado por el Gremio de sastres durante las Germanías, más tarde convertido en convento de frailes y, no hacía muchos años, transformado en café cantante–, y que estaba enclavado en el linde del mal afamado barrio de Pescadores. De Barcelona hizo traer una vieja máquina de imprimir, que descargaron una tarde".[13] Tanto Blasco como Senent, uno al frente de la escritura, el otro de la contabilidad[14], tienen claro que la apuesta se debe a un objetivo no económico, sino filantrópico: difundir la idea de progreso y de cultura. El periódico así concebido, no es un fin en sí, un producto que se pretenda rentabilizar en un mercado, sino un medio para conseguir el éxito político, un medio para conseguir competir en la defensa de unas ideas. Estamos, una vez más, ante el típico ejemplo de periódico de partido, al menos en los planteamientos, aunque no en lo organizativo, donde la voluntad, el compromiso y la relación familiar lo acaparan todo. Así, su primo, Angel Cuadau Ibáñez, se encarga de la publicidad y del listado de suscriptores; su padre

asume la administración de los bienes y de la caja; sus amigos y correligionarios, la parte periodística; y hasta su mujer, María, asume cuestiones de intendencia. Veamos el cuadro al completo:

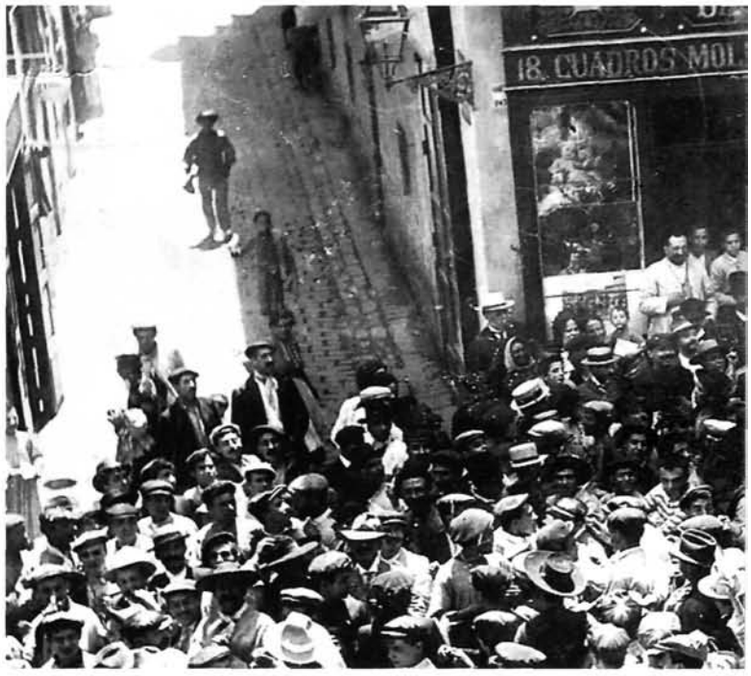
> "El escritor, al frente de su nueva empresa, vive como un soldado en campaña. Abandona la habitación en la que vivía en plaza del Horno de San Nicolás y se establece con su familia en el primer piso del edificio de la calle D. Juan de Austria. Se rodea de tipógrafos y obreros, que trabajan más por lealtad que por jornal. Los colaboradores no cobran. Angel Cuadau Ibáñez, su primo, es el encargado de repartir los anuncios, promover suscripciones y trabajar en los talleres sin muchas posibilidades de cobrar. Don Gaspar, su padre, es el cajero y administrador de los escasos bienes de que se dispone. Vicente Marco, tipógrafo, es el regente de la imprenta, al que, luego, más tarde, habría de suceder José Baixauli. Antonio Matarredona es el ayudante del maquinista. Salvador Botella es el repartidor y Francisco Ferrer, el cobrador. Muy próxima a la fundación de *El Pueblo* entraron a trabajar en los talleres Mariano Moreno, José Laguarda, Froilán Castillo, Enrique R. Vidal, José Termens, Rafael Torrijos, José Ramón Borja y Salvador Zaragozá.
> Entre los redactores y colaboradores de esta primerísima época del periódico hay que mencionar a Tomás Ortega, encargado de las noticias municipales; Antonio Sotillo, que dirigió la página literaria, y Fernando Llorca. Azzati compartió el duro aprendizaje de periodista con su profesión de músico en el Teatro Apolo.
> El periódico pronto atrae a los más audaces. En el espacio de escasos meses se congregaron en torno a la figura de Blasco Ibáñez, Venancio Serrano Clavero, el poeta; Santoncha, Pérez Carrasco, Muñoz, César Calvo, Cucarella, Zembrana, Vinaixa, Gimeno, Monfort y Payá." [15]

Este modelo familiar, que siempre será el que acompañe a Blasco en sus empresas, no impide dotar al nuevo producto periodístico de una estrategia, tan arriesgada como competitiva.

La clave consiste en diseñar un producto al alcance de todos, esto es, un diario para el consumo masivo. Para ello, *El Pueblo* saldrá justo a la mitad de precio que el resto de diarios valencianos, que se vendían a 10 céntimos. La coherencia del planteamiento que realiza Blasco es evidente: hacer un periódico popular pasaba por tasarlo en una cantidad también popular. Es el principio que, de nuevo salvando las distancias, van a seguir los principales diarios de masas de Estados Unidos y Europa. En este caso, y según la filosofía planteada a mediados de siglo por Girardin, se trata de conseguir vender tiradas millonarias, a un precio incluso por debajo del umbral de rentabilidad del producto, para conseguir atraer publicidad y con ello un ingreso extra que, además de subsanar el posible déficit, eleva el ingreso a la categoría de beneficio.[16]

Sin embargo, preciso es insistir, el objetivo de abaratar el precio de venta se basa en la convicción política y no en la aspiración económica. Lo comentábamos anteriormente y lo reiteramos de nuevo: para un republicano, la educación constituía la razón de ser. No extraña, por tanto, que Blasco destinase su biblioteca, compuesta por unos 8.000 volúmenes, a los suscriptores del diario, "que con sólo una peseta mensual tenía el suscriptor el servicio de recibir el periódico diario y a retirar un libro de la biblioteca para su lectura".[17]

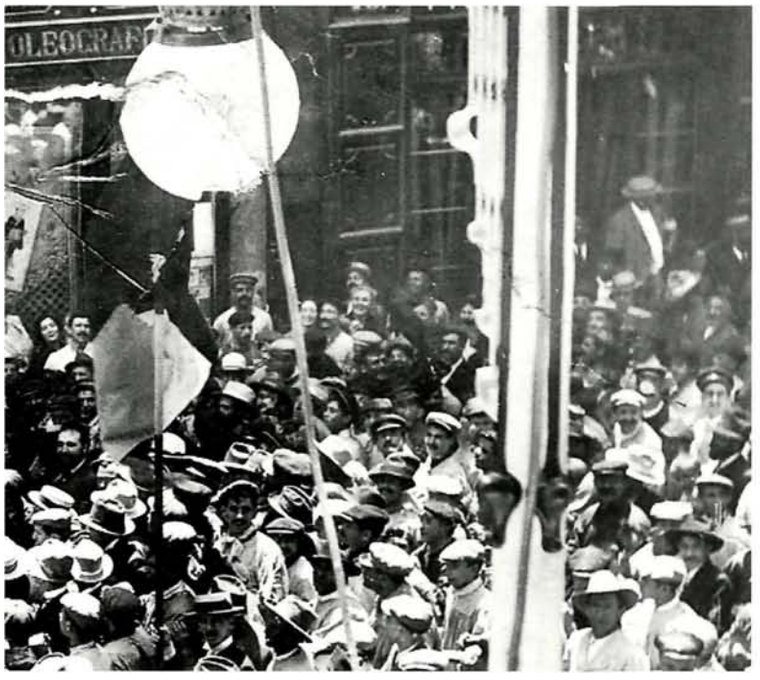
Otra de las claves importantes en la estrategia de venta es, sin duda, el suplemento literario o folletín.



Para Blasco, al menos en estos primeros compases del diario, el folletín es el epílogo de su trabajo, aquello que deja para el final cuando ya está todo el resto en máquinas. La novela nace a trozos y de madrugada, después de una intensa y extensa jornada de trabajo dedicada a la política, vale decir a la confección del diario y a la atención a sus correligionarios. La novela, incluso, nace como consecuencia de la política. El caso de *La Barraca*, tal y como señala Henri Mérimée, "fue esbozada desde un escondite" [18] cuando huía como consecuencia de su actuación política.

Pero no sólo el proceso, sino también el resultado se contagia del ritmo y formas del periódico. Queremos decir, que el objetivo de hacer un pe-

riódico popular, accesible para todo el que lo quisiera comprar y leer, influirá de forma evidente en el modelo de folletín que escribirá su director. Hasta la fecha, tanto los detractores del novelista como sus más preclaros panegiristas, olvidan que Blasco escribe para las capas populares y campesinas a quien destina su diario, lo que condiciona desde el estilo hasta la forma... "Cuanto más sencillo es un autor –dice Blasco– menos esfuerzo cuesta su lectura. Por lo mismo procuro siempre escribir sin oropeles retóricos, llanamente , con el propósito único de que el lector se olvide de que está leyendo, y al terminar la última página le parezca que sale de un sueño o que acaba de devanarse ante sus ojos una visión de cinematógrafo." [19]



Así, pues, por la política Blasco se hizo periodista, y como tal, novelista de prestigio internacional. No olvidemos que sus primeras novelas, *Arroz y Tartana* (1894) y *Flor de Mayo* (1895), aparecieron publicadas periódicamente como folletín del diario, lo que sin duda justifica que, una vez reeditadas como novela completa en tiradas de 1000, apenas si se vendiesen 500 ejemplares a 2 pesetas cada uno.

Igual suerte parecía que iba a correr su tercer folletín, *La Barraca* (1898), también reeditado como libro en volumen de 1.000 ejemplares. Sin embargo, no fue así, ya que al ser traducido y distribuido en Francia por G. Hérelle, que casualmente había comprado un ejemplar en San Sebastián en un día de toros, además de ser publicado en el folletín de *El Liberal*, la suerte de la venta cambió.[20] Y con ella, la popularidad del personaje. Surgió así la duda vital sobre qué hacer: periodismo político para los suyos o novelas para todos. Sobre todo si tenemos en cuenta el resultado económico que le estaba reportando su trabajo literario...

> "Hasta la fecha he percibido de *La barraca*, en francés, unos 23.000 francos. Lo mismo espero que me producirá *Flor de mayo* y las demás novelas que se irán publicando en París, pues tengo un contrato con Calmann-Levy para que esta casa editorial traduzca mis libros, uno por año. Todas mis novelas, a partir de *La barraca*, se han vendido bien, fluctuando su tiraje entre 8.000 ejemplares (*Sonnica la cortesana*) y 16.000 que ha alcanzado *La catedral*.
> ¿Quieren ustedes saber lo que me producen actualmente las novelas que publico?
> El precio de venta de cada volumen es de 3 pesetas. Una peseta se la queda el librero que lo vende; otra es para el gasto material del libro (papel, impresión, encuadernación, correo, administración, etc.) y la tercera peseta es para el autor, que aún da gracias a su buena suerte porque le permite disfrutar una tercera parte de lo que el público da por su obra... No me quejo de mi situación; el público me atiende más de lo que merezco; pero ay! El dinero de la literatura!" [21]

A partir de 1904, la duda había desaparecido y, aunque mantuvo el acta de diputado, era más un gesto que una realidad. El futuro, a partir de esos momentos, será el negocio editorial.

2. DEL DIARIO POLÍTICO AL DIARIO LITERARIO

El título también podría ser este otro: de La República de las Letras a la empresa de las letras. Así iba a suceder entre 1905 y 1906. En abril del primero, en una reunión a la que asisten "unos doscientos escritores, colosos del periodismo y la literatura", Blasco hace gala todavía de un voluntarismo que contrasta con el pragmatismo de otros colegas suyos. Se trata en pocas palabras, de crear un semanario que "renueve y engrandezca la vida literaria española, abriendo paso a la juventud, brindando sus páginas a las plumas valientes, trayendo firmas de fuera..." [22] Blasco resume el planteamiento diciendo que lo único que necesita es "papel, imprenta y colaboradores". Le contesta Galdós de forma lacónica: "total, dinero." [23] Aunque el novelista canario aceptó formar parte de la comisión encargada de preparar la salida de *La República de las Letras*, lo cierto

es que el semanario apenas se mantendrá unos meses. Ni el esfuerzo, ni la entrega de Blasco fueron suficientes.[24] Quizá por esta experiencia, amén de otras ligadas a personas como Pío Baroja o a entidades como la Academia, Blasco llegó un día a calificar a los escritores españoles como "muertos de hambre".

En este inestable año cinco, Blasco volverá a ser diputado de nuevo, lo que implicará protagonizar más de un mitin, aunque con la vista puesta en la corrección de su nueva novela, *La Horda*.[25] Y como empezaba a ser habitual desde 1903 también ha estado a punto de morir en el atentado que le han preparado los sorianistas, apostados en el Café Español.

Antes de concluir el año, Blasco habrá tomado la decisión firme de abandonar la política y la ciudad donde la ejerce con tanto riesgo. Su nueva residencia es Madrid; y su nuevo proyecto, sin dudarlo, ganar dinero haciendo lo que de verdad sabe hacer: escribir y divulgar la cultura. Va a nacer así una nueva apuesta editorial de Blasco, un diario que comenzará a publicarse el 1 de octubre de 1905 con el objeto declarado de "contribuir a la cultura literaria del país, popularizando las obras más famosas del arte novelesco, para lo cual las publicará en condiciones de baratura extraordinaria. Diariamente publicará cuatro novelas ilustradas con numerosos grabados, y regalará a fin de mes a sus suscriptores las cubiertas de dichas obras para su encuadernación."[26]

El nuevo diario, titulado *La Novela Ilustrada*, pretende combinar la fórmula de la prensa diaria en todo lo concerniente a producción y distribución, si bien su contenido sería únicamente literario, conformando 32 páginas coleccionables, además de dos láminas y las tapas al finalizar la entrega. De esta forma, tal y como rezaba la propaganda que se acuñó, "Todas las clases sociales podrán formarse una valiosa biblioteca de novelas sin gran esfuerzo. Por cinco céntimos diarios o por 1'50 pesetas al mes adquirirá el público cuatro novelas, encuadernadas y con numerosas láminas, resultando el coste de cada una de ellas a unos 35 céntimos. Estas suscripciones pueden hacerse en todos los puestos de periódicos de España o dirigiéndose a las oficinas de *La Novela Ilustrada*, Olmo, 4, Madrid."

El diario publicaría obras ya conocidas y con un éxito asegurado, al tiempo que traduciría otras por primera vez al castellano. El plan inicial para el primer mes era: "*La Feria de las Vanidades* de Thackeray, y *El Barrio Latino* de Enrique Murger, el famoso autor de *La vida Bohemia* (las dos traducidas por primera vez al español), *El Amigo Fritz*, de Erckmann-Chatrian y *La Historia de un hombre contada por su esqueleto*, de M. Fernández y González..." Para el siguiente mes se preparó la obra de Dumas, *La Reina Topacio, Flor de Mayo* y La Cigarra, de José Ortega Munilla el director de *El Imparcial*.

El Pueblo a la cabeza, pero también otros diarios españoles, recogieron el anuncio del nuevo diario el día 30 de septiembre. Se insistía en el objetivo social y cultural del proyecto, así como en las condiciones de suscripción. En Valencia, por ejemplo, el único punto de suscripción era la librería de Francisco Sempere, sita Pintor Sorolla, núms. 30 y 32, si bien se podía comprar en cualquier quiosco de la ciudad.

Como se deduce, la esencia del proyecto vendría a ser algo así como extraer el habitual folletín de la prensa diaria y convertirlo exclusivamente en el contenido del periódico. La fórmula –vender fracciones de novelas a precios tan bajos que aseguren su venta masiva– no ofrece novedad ya que se trata del principio seguido por la prensa de masas en Francia, Estados Unidos o Gran Bretaña, lo que sin duda nos daría pie a catalogar a Blasco como fautor de la "novela de masas", si bien preferimos el más apropiado de "promotor de la industria cultural española". Una novela que, al igual que la prensa de masas, se identificaría por sus niveles de consumo, pero también por su lenguaje y sus contenidos. Lo que vende pasa a convertirse en el rasero que selecciona el título a editar; y lo que vende es aquello que por su argumento, estilo, registros lingüísticos y hasta por sus ilustraciones, atrae a un lector colectivo masivo, vale decir, popular. El objetivo es el mercado de habla castellana, por tanto, Hispanoamérica.

Inicialmente, el planteamiento empresarial del proyecto consistía en fraccionar diariamente la entrega de la novela hasta completar un mes, consiguiendo por la vía de la suscripción una demanda segura. Y todo ello, lógicamente, sin pasar por los porcentajes del librero. Para ello, Blasco y sobre todo Llorca, ponen en marcha una red de distribución que, a la postre, les hipotecará el negocio. La distribución, ahora y después, se mostrará siempre como su verdadero talón de Aquiles.

Sin embargo, resulta sorprendente relacionar el diseño de este negocio con la coyuntura política en la que se está moviendo su creador. Fíjense:
– desde agosto de 1905, Blasco se encuentra preferentemente en las calles y casinos de Valencia haciendo propaganda electoral a favor del partido que él preside, la Unión Republicana;
– el 20 de ese mismo mes publicaba en *El Pueblo* un llamamiento a sus electores argumentando las razones por las que de nuevo vuelve a optar a ser diputado;
– a partir de ese día va y viene, compaginando los actos propagandísticos con la organización de su nuevo proyecto electoral;
– y por si faltara poco, como una escena repetida cuyo argumento ya no soporta, el ataque feroz del sorianismo, en esta ocasión atentando directamente contra su propia vida. El día después de las elecciones, el 11 de septiembre, los disparos que surgen del café Español, situado en los inicios de D. Juan de Austria, paralizan la manifestación de júbilo por el éxito de Blasco y Pallarés, electos diputados con 10.587 y 10.465 votos respectivamente. El saldo es estremecedor: nueve heridos de bala, tres de ellos muy graves. Blasco sale para Madrid o lo que es lo mismo, se va de Valencia; abandona una ciudad y una forma de hacer política que él, como nadie, ha contribuido a crear;
–completemos el cuadro con el día después del atentado y de las elecciones. Blasco parte para Madrid para concentrarse en los preparativos de su nuevo proyecto, mitad periódico, mitad novela. La inversión que ha realizado está a la altura de lo que pretende: "lo más serio y más importante y más definitivo para mi fortuna y mi nombre".[27] Blasco está jugando a todo o nada. La parte impresora la ha contratado con un reconocido librero de Madrid, Fernando Fe, desde cuyas instalaciones se lleva a cabo buena parte de la propaganda que marcará la campaña de lanzamiento, desde carteles, pasando por prospectos, hasta el número de muestra.
Como se deduce de lo expuesto, la actividad es frenética. Blasco le confiesa a Sempere que trabaja 17 horas diarias y que llega a redactar hasta 40 cuartillas diarias. Escribe novela, repasa minuciosamente todas las operaciones de publicidad, negocia con unos y otros las condiciones de producción, y por supuesto sigue cultivando sus relaciones en los ambientes literarios del Madrid cosmopolita. En la empresa cuenta con la ayuda de su yerno, Fernando Llorca, que ejerce múltiples funciones, desde la dirección artística hasta la administración del negocio. También tiene contratados desde agosto a 7 hombres, a los que confiesa en carta de fines de septiembre no haberles pagado todavía. Incluso hay que apuntar la colaboración de Carmen de Burgos, "Colombine", la gran periodista de reportajes y entrevistas, declarada admiradora de Blasco y, al parecer, algo más.[28] Finalmente, Blasco cuenta ahora y siempre con Francisco Sempere, destinatario de buena parte de las cartas que escribe Blasco en estos meses.
El papel de Sempere, de Paco como él lo llama, va mucho más allá que la de un simple editor. Sempere había sido un librero de lance, que a partir de 1896 se asociará con Blasco para poner en marcha la editorial F. Sempere y Cía. "Blasco publicaría en ella sus novelas y seleccionaría las demás obras que debían figurar en el catálogo, Sempere se encargaría de la administración general y la máquina que hacía el tiraje de *El Pueblo* (una vieja y venerable Alauzet que, años después, veía yo descansar de sus fatigas, siempre cuidadosamente engrasada, en el vasto taller de Prometeo), imprimiría los libros en los ratos perdidos".[29] De esta manera y hasta el final de sus días, Francisco Sempere ejercerá el papel de administrador de los derechos de autor de Blasco, lo que en ocasiones provocará más de un conflicto, si bien no de la suficiente entidad como para romper la relación. De hecho, Sempere será para Blasco algo así como su confesor, sobre todo cuando le endose la responsabilidad de pasarles una manutención a su familia, además del hombre de los recados, su distribuidor de artículos en la prensa, hasta su representante legal en tribunales y negocios. El trío Blasco-Llorca-Sempere, con los papeles respectivos de responsable literario, director artístico y administrador, mantendrán las sedes valenciana y madrileña desde 1906 hasta 1913, fecha en que definitivamente se constituya la editorial Prometeo de Valencia.
El resultado de tanto trabajo y esfuerzo será una campaña de lanzamiento que, en palabras del propio Blasco, "es tan grande como la de *ABC*".[30] Habían remitido propaganda a todos los países americanos de habla castellana, seleccionando al mismo tiempo los agentes que debían ejercer la representación. En España, se habían remitido prospectos hasta un total de 180.000, a todas las provincias, siendo Valencia curiosamente la única

que va a fallar el envío. El agente seleccionado inicialmente, un tal Pastor, se volverá atrás en el último momento, lo que llevará finalmente a Sempere a ocupar este papel. También será problemática la campaña en Barcelona, donde el representante elegido tampoco actuará conforme a lo previsto. Por último, en Madrid adoptará el sistema de vendedores a domicilio, a razón de dos pesetas de jornal diario y una comisión de un real por suscripción conseguida.

La dimensión de la campaña efectuada comportará diversos efectos, algunos ciertamente preocupantes. En primer lugar, el rumor de que algunos editores se aprestaban a copiar la idea, en este caso Saturnino Calleja, uno de los editores más importantes de la ciudad. A continuación, la enorme cantidad de dinero que requiere la inversión inicial. Blasco agota todo su dinero antes de finalizar el mes de septiembre, lo que le lleva a escribir una carta a Sempere en estos términos:

> "Necesito dinero antes del 1.° de Octubre o todo se va a la mierda, el trabajo de medio año y una idea que es una fortuna.
> Necesito dos o tres mil duros enseguida; y este dinero será el mejor empleado en toda mi vida. Los necesito de ahí, sin que se trasluzca aquí, pues el negocio ha avivado el apetito de todos. El mismo Noguera es un ventajista cuyos tratos no me convienen, pues viviría sometido a una servidumbre, como si mi destino fuera vivir eternamente esclavo.
> Necesito dinero enseguida: aunque sea tomándolo a interés con la garantía de la casa editorial o de la casa de la Malvarrosa. Cuando venga eso que espera Ud. servirá para desempeñarnos.
> Pero lo necesito enseguida, sin historias ni esperas, o todo se va abajo con la agravante de que el negocio lo conocen todos los editores de Madrid y todos lo harían al notar el más leve desfallecimiento mío.
> Dinero... aunque sea empeñando el alma".

La respuesta de Sempere será un primer envío de 5.000 pesetas, lo que mitiga sólo en parte el problema. La ansiedad de la situación le lleva a plantear una huida hacia delante: hipotecar su casa de La Malvarrosa y vender el diario *El Pueblo*. La primera posibilidad no tiene más problemas que el largo tiempo necesario para formalizar la hipoteca y conseguir el préstamo. Sin embargo, la venta del diario se mostrará mucho más compleja. En primer lugar, porque la propiedad del mismo no parece estar exenta de cargas, apareciendo dos acreedores que reclaman su parte.

Por un lado, aparece Faustino Valentín, correligionario y amigo que se había hecho cargo de la dirección de *El Pueblo* en noviembre de 1904, mediante un contrato de arrendamiento en el que Blasco aparece como garante ante los proveedores de papel. En septiembre de 1905, Blasco otorga plenos poderes a Sempere para que negocie un nuevo contrato de arrendamiento, incluso para que establezca la cifra que considere oportuna, aunque en esta ocasión pide que Garrido y Algarra aparezcan como garantes de la operación... "pues siendo yo después de esto el responsable para los proveedores del periódico (papel, etc.) tendría triste gracia que pudiesen los arrendatarios contraer deudas, y resultara yo responsable". La advertencia se debe a la experiencia que acaba de vivir con Valentín, donde las letras impagadas del papel suministrado al diario, provoca una confusa situación. Blasco ni siquiera recuerda la cantidad que le adeuda, aunque en carta fechada el 20 de julio de 1905 reconoce que puede estar en torno a las once mil y pico. Ahora, en esta coyuntura de venta, Valentín reclama a Sempere el abono de lo adelantado, a lo que Blasco contesta en una carta que demuestra hasta qué punto el genial escritor tenía razones más que sobradas para delegar en su editor todas las cuestiones pecuniarias...

> "Lo de Valentín, debe usted decirle que no nos acose. Eso no está bien. Tomó el periódico cuando quiso, lo dejó cuando le dio la gana, dejándome a mí en peor situación que antes, y yo nada le he dicho. Ya que le pagamos, que tenga la consideración de dejárnoslo hacerlo, sin prisas ni complicaciones que nos ahogan. Dígale esto en nombre mío: hago este llamamiento a su consideración.
> Yo sigo no acordándome de si la segunda entrega fueron 5.000 ó 3.000. ¿Cómo fue que yo pagué ahí una letra de 2.000 pesetas y pico de papel que había dejado descubierta Valentín? ¿Con qué dinero la pagué yo? Tal vez, si me dio 5.000, fue que yo destiné 2.000 a la letra y por esto sólo recuerdo haber recibido 3.000. No sé. No recuerdo. Se me va la memoria."

Ante esta tesitura, Blasco toca fondo. La desesperación le lleva a remitir una nueva carta a Sempere en la que afirma estar "a punto de caramelo para hacer una barbaridad". Se queja de que no puede vender el diario porque no le dejan sus antiguos compañeros, ni tampoco puede vender la casa de La Malvarrosa porque se opone su mujer. Y Blasco no consigue el dinero que precisa para abonar deudas y seguir adelante con su nuevo proyecto editorial.

En la intensidad de estos días finales de septiembre, Blasco recibe la visita de Adolfo Beltrán, a la sazón alcalde accidental de Valencia por el partido de la Unión Republicana y presidente de la Junta

Municipal de Valencia, quién inicialmente llega al acuerdo de comprarle el diario por la cantidad de 8.000 duros, si bien Blasco sólo recibiría 6.000 "pues quiere que yo figure con algo de propiedad". Inmediatamente le escribe a Sempere solicitándole que se entreviste con Beltrán para "empujarle a que acepte, pintándole la cosa bonita". Sin embargo, con empujón o sin empujón, Beltrán no compró, notificándoselo por escrito a un Blasco que respondió airadamente a Sempere calificando el asunto como de "tomadura de pelo".

Fuese lo acuciante de la situación, fuese el deseo de poner punto final al problema que significaba el lío de deudas del diario, lo cierto es que Blasco acaba resignándose a quitarse *El Pueblo* de encima por lo que sea... "Querido Paco: Recibo hoy la adjunta carta de Valentín. Como Vd. no me escribe nada no se que pensar. Arregle Vd. el asunto como mejor le parezca y pueda ser. Yo creo que convendría el que Vd. llamase a Azzati, Jiménez y los demás que tengan interés en *El Pueblo* y les expusiera lo que pasa con lo de Valentín, y que se quedaran en propiedad absoluta y definitiva el periódico por el débito que hay con el citado Valentín, o sea por lo que resulte de las cuentas. Me parece que más barato ya no se les puede dar. De este modo, me libraría del compromiso, sin gasto alguno y ellos saldrían beneficiados." [31]

Y es que a esas alturas, un nuevo reclamante aparecía en el horizontes de esta operación, nada más y nada menos que Rodrigo Soriano, quien reclama derechos de propiedad al no habérsele devuelto –según su versión– la cantidad aportada en 1901 a Blasco para modernizar el diario. El asunto, que fue una de las cuestiones más polémicas durante la batalla de 1903, parecía haber quedado resuelto en el acto de liquidación que se hizo. [32] Sin embargo, en esta coyuntura de venta, Soriano vuelve a la carga. Reclama una deuda de 12.000 pesetas y aporta como prueba el recibo firmado por el administrador del diario en aquel entonces, Gaspar Blasco. *El Pueblo* le contesta que esa deuda quedó finiquitada en su día y apela a los libros contables para demostrarlo. Blasco, por su parte, ratifica lo afirmado por su diario, y añade:

> "El Chato no tiene ningún documento, absolutamente ninguno de la propiedad de *El Pueblo*. Se los entregó todos a Villarroya al recibir la última cantidad de 7.000 pesetas y Villarroya me los entregó a mí.
> El contrato original de cuando entró en El Pueblo ese canalla lo rompì al pagarle; los dos ejemplares (...) Queda en poder del escribano Cortina del Juzgado del Mar una copia certificada del contrato en que confiesa haber recibido 5.000 duros y quedan mil por pagar. Después yo tengo en mi poder el recibo que le arrancó Villarroya de pago definitivo en el cual renuncia a toda reclamación y derecho referente a *El Pueblo*" [33]

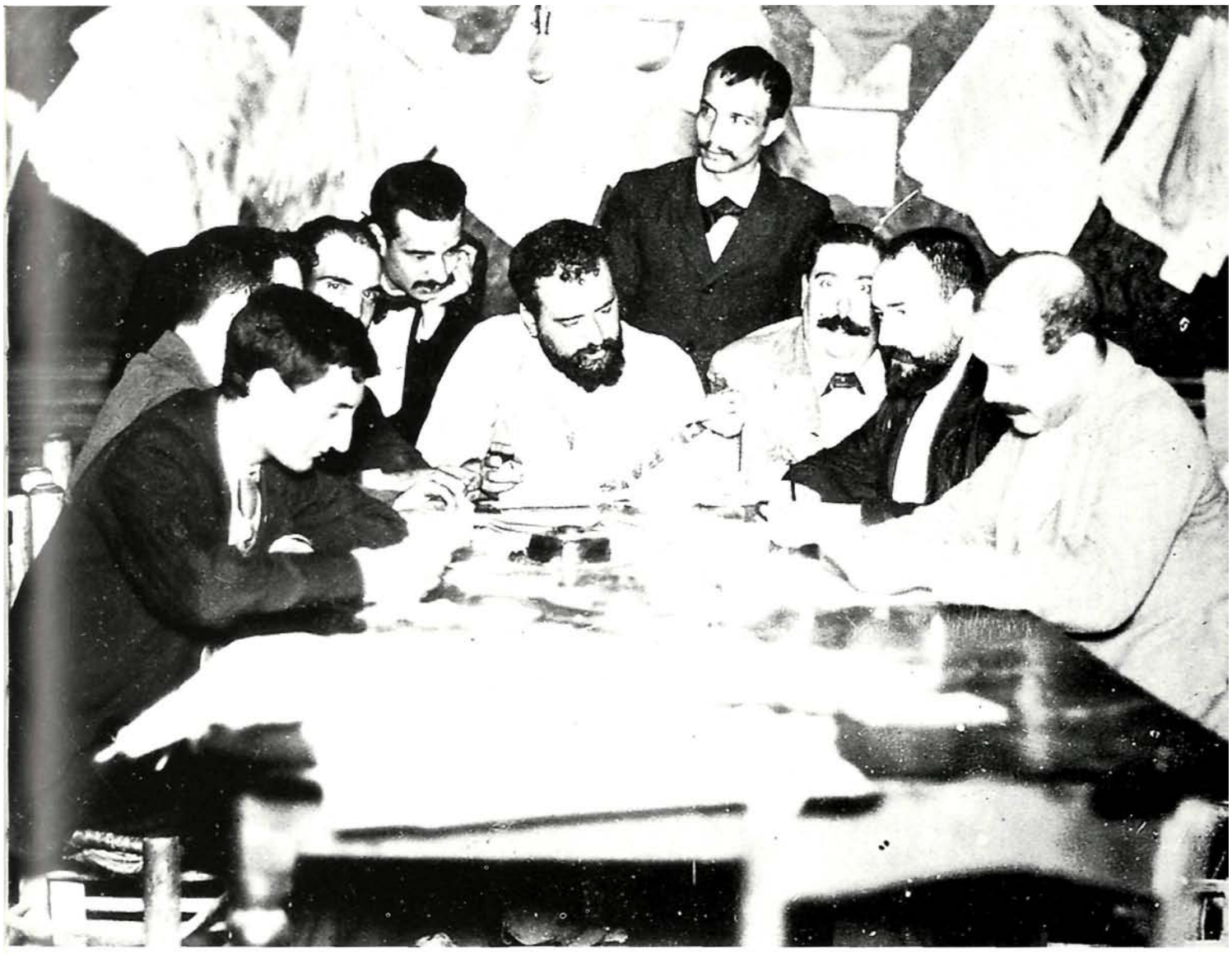
En esta situación, Blasco no pudo confiar en exceso en conseguir aporte de capital alguno de su diario. De tal forma, según León Roca, que a la altura de noviembre de 1905 ya se lo había vendido a Azzati por la cantidad de 17.000 pesetas. Alós Ferrando, por su parte, afirma que fue en abril de 1906 cuando "Blasco llama a Azzati a su presencia" y poco menos que le regaló el diario, si bien confirma que la suegra de Azzati abonó finalmente entre 10.500 y 12.000 pesetas a Faustino Valentín, con lo que se ponía fin a la única deuda que arrastraba el diario. [34]

De todo lo expuesto, cabe deducir que Blasco ha puesto en marcha un negocio cuyo futuro depende de los resultados inmediatos que pueda generar. Y la perspectiva tras la salida del primer número no parece demasiado mala. Comienzan vendiendo 18.000 ejemplares, con un crecimiento durante el primer mes cercano a los 1.000 diarios. Esta aceleración de las ventas llevará a Blasco a la euforia. En una carta dirigida a Sempere y que podemos situar en torno a mediados de octubre de 1906, Blasco afirma que...

> "*La Novela Ilustrada* es un éxito escandalosamente glorioso. Colocamos a estas horas en firme 25.000 ejemplares y aún nos falta conquistar media España. Cada día que pasa son 1.000 ejemplares más (...) Con la tirada actual me quedan limpios unos cuarenta y tantos duros diarios, y esto tirando por lo bajo (...) Al periódico le falta hacer aún más de la mitad del camino. Como asegura Ortega Munilla llegará (y no tardará más que nueve meses) a 40 ó 50 mil. El chorreo aún no a (sic) parado, ni lleva trazas de parar, pues todos los días llegan suscripciones a centenares, nuevos corresponsales y los antiguos doblan y triplican los pedidos. Si llegamos a 40.000 excuso decírselo que es una ganancia de más de 750 pesetas diarias y esto es segurísimo".

El resultado está siendo tan halagüeño que informa son varioas ya las proposiciones que distintos editores, entre los que cita a los Gasset, le han hecho para entrar a formar parte del negocio, entre otras razones, porque es pública la dificultad que el impresor Fernando Fe tiene para cubrir la demanda.

Blasco reacciona como es su costumbre. Se plantea comprar una rotativa, pero necesita 6.000 duros. Y ni su casa ni su diario son suficientes para



Reunión del Consejo de Redacción del periódico *El Pueblo.*

conseguirlo. A fines de octubre, llega el préstamo requerido. Blasco confirma por carta a Sempere que ha recibido 25.000 pesetas y que va a concurrir a una subasta para comprar una rotativa que no estará operativa hasta primeros de diciembre. Sin embargo, el 25 de noviembre, en nueva misiva a Sempere, le insta para que remita más dinero...

> "Me pregunta Ud. si necesito el dinero que resta del préstamo de las 30.000 pesetas. ¿Pues no lo he de necesitar, criatura?...¿Cree Ud. que yo acuño dinero? Lo necesito y con bastante urgencia. Y no sólo necesito eso, sino que para el próximo Diciembre en que comienzo a pagar las letras de papel (¡una enormidad!) cuento con las promesa que Ud. me hizo o más bien el pico de la promesa: pues Ud. me prometió 10.000 ptas. y como recordará sólo vinieron 5.000. En fin: que esto no va mal, pero que aún estamos en el período de los apuros; yo me callo por no importunar, pero aún necesito mucho para llegar a puerto de tranquilidad."

Las posibilidades de este tipo de negocio descansan en buena medida en la fiabilidad que ofrezcan los agentes comerciales, quienes participan del negocio con una comisión por cada novela de 50 céntimos. Así, la primera sorpresa negativa se da en el mismo mes de octubre cuando en Barcelona no consiguen más venta que 1.400 ejemplares. En Valencia, por ejemplo, el primer día se agotaban los 3.000 ejemplares puestos a la venta.[35] La solución para Barcelona la explicita Blasco en noviembre, al insistir a Sempere para que se desplace a esta ciudad y monte una sucursal. Él reconoce no poder hacerlo porque se encuentra montando la imprenta, y Llorca tampoco porque al ser principio de mes está en plena liquidación. Sempere, sin embargo, no conseguirá el resultado que propone Blasco.

La otra condición de futuro para este negocio está en conseguir mantener el impacto inicial que supone la novedad. La dificultad mayor de una novela por entregas está en el cansancio del suscriptor. Para evitarlo, Blasco confía en la selección de obras que lleva a cabo, no perdiendo de vista los posibles derechos de autor y los conflictos a que dieren lugar, así como en la publicidad. Desde la salida del nuevo diario, la prensa en general y en particular la valenciana, recogía casi a diario el anuncio de *La Novela Ilustrada*, donde se repetía insistentemente las condiciones de compra o suscripción, al tiempo que se mantenía el índice de lo publicado. Así, en diciembre el anuncio repetía: "Cuatro pliegos de novela todos los días por cinco céntimos. Cuatro novelas diferentes, 32 páginas diarias. Suscripción al mes de 1,50 ptas. Novelas publicadas: *Historia de un hombre contada por su esqueleto. El barrio latino. El amigo Fritz. La Feria de las Vanidades, Flor de Mayo, La reina topaci* Novelas que se están publicando: *La Cigarra, Sor Lucila, Venganza Africana, El año 2.000, La hijastra del amor.* Se sirven colecciones completas desde el primer número, en la librería de F. Sempere..."

En enero de 1906, la publicidad informa del inicio de la publicación de una novela de Blasco, *Sonnica la Cortesana*, además de "interesante novela de Octavio Fenillet, *El Conde de Camors*. Mañana aparecerán *La muerta viva* y *La mujer de los dos maridos*. Pero la apuesta mayor en este comienzo de 1906 será la edición de las novelas de A. Connan-Doyle a partir del mes de febrero.[36] El propio Blasco remitirá un artículo para su publicación en prensa, elogiando al autor de las peripecias del detective Holmes. En *El Pueblo* aparecería el 27 de enero, dos días antes del lanzamiento.

El mejor indicador de que la marcha de *La Novela Ilustrada* no es todo lo positiva que cabía esperar, es que Blasco diversifica sus actuaciones: mantiene el negocio madrileño de *La Novela*, programando la salida mensual de los nuevos títulos, que a partir de marzo de 1906 incluirá *La Maja Desnuda*, difundida por este sistema de entregas antes de salir definitivamente como tomo de a 3 pesetas, justo el doble; como responsable literario de la editorial Sempere, también preparará y lanzará una intensa y extensa serie de títulos. La relación habla por sí sola:

- A partir de marzo de 1906 la *Historia Socialista* de Jean Jaures,[37] justo en el momento en que hace pública su renuncia al acta de diputado.
- En abril y por primera vez, junto con la publicidad de La Novela aparece también el anuncio de una nueva oferta de la Editorial Sempere. Se trata del inicio de la serie, *La ciencia para todos*, "Manuales científicos, literarios y artísticos, ilustrados con numerosos grabados. Una peseta. Volumen encuadernado. De venta en la librería de Sempere (Sorolla, 30) y en todos los kioskos de periódicos de esta capital."
- A fines de mayo de 1906, lanza al mercado una voluminosa y compleja obra. Se trata de la *Novísima Geografía Universal*, de Onésimo y Eliseo

Reclus. La obra se presenta en cinco volúmenes en 4.º, de más de 500 páginas cada uno, e ilustrados con mil grabados de Gustavo Doré y otros. Blasco figura como traductor, además del autor del prólogo. La promoción consiste en vender cada volumen a 4 pesetas.

La actividad editorial seguirá sin descanso, sacando en agosto de 1906 las obras completas del poeta alemán E. Heine, a una peseta el volumen. Sin embargo, la novedad se ha producido en el inicio del mes de junio. El negocio de *La Novela Ilustrada* se transforma en la Editorial Española-Americana, con sede en la calle Olmo, 4 de Madrid y con sucursal en Valencia en la calle Gracia, 62. A partir de ese momento, *La Novela Ilustrada*, conjuntamente con la *Geografía* de Reclus y la colección de manuales *La ciencia para todos*, constituirán la oferta repetida por los anuncios de la editorial que aparecerán en *El Pueblo* hasta octubre de 1906. Valoremos, no obstante, las posibles razones de este cambio. A pesar de no poseer una argumentación segura, podemos intuir que el cambio de titularidad debe estar relacionado con la deficiente marcha del negocio y las posibles deudas contraídas. El único dato que tenemos es una carta de Blasco a Sempere en la que le informa que se encuentra en litigios con la casa Hachette de París por los derechos editoriales de la Geografía de Reclus, y que no tiene dinero para pasárselo a su familia, por lo que le pide que le transfiera algo a cuenta de *La Maja Desnuda*. A continuación describe su situación:

> "Yo no sé a qué puede obedecer esa baja en los libros. Culpa de aquí no es, pues ya ve Ud. que sólo publicamos novelas u obras grandes como el Reclus. Aquí tampoco vamos muy bien que digamos, Yo tengo tres máquinas y nunca las llevo a la vez. Esto no puede ser todo el año; así que si la cosa flojea, no lleve Ud. más que una, como hago yo. Ya pensaré algunas obras nuevas ahora en París (...) pues tengo agotada momentáneamente la inspiración"

La Novela Ilustrada se mantuvo durante algún tiempo más, encuadrada como hemos señalado en la oferta de conjunto que realizaba la editorial Española-Americana. En enero de 1907, *El Pueblo* publicaba el anuncio de una reforma para relanzar la venta de *La Novela*. Básicamente, el cambio consistía en el tipo de papel, que se pasa a utilizar el satinado, así como en las ilustraciones, anunciándose la entrega de 16 láminas cada mes –cuatro por cada novela– en fotograbado, y por lo tanto, "iguales a las que publicasen las mejores revistas ilustradas". Además, se anuncia la incorporación de una máquina modernísima y letras nuevas, lo que les permite augurar que el periódico aparecerá impreso "con excelentes condiciones tipográficas", consiguiendo con todo ello "tomos elegantísimos". La apuesta, por tanto, se centra en la parte material del producto, no así en la forma de distribución ni en la venta. Tampoco afecta al tipo de novela que se está seleccionando para su edición, tal y como confirma la selección prevista para el mes de febrero: *El batallón de los hombres de hierro; Jerónimo Paturot*, de Luis Reybaud; *El otro hogar*, de Abelardo Fernández Arias, premiada en el concurso de la *Novela Ilustrada*, y *El diamante del comendador*, de Ponson du Terrail." [39]

La reforma se hizo y la actividad editorial, tanto de la sede madrileña como la de la valenciana, continuaron por espacio de algunos meses más. En agosto, un nuevo cambio informa del resultado. Ahora, el producto pasa a ser vendido semanalmente, al tiempo que se cambia al distribuidor de Valencia.

Sin embargo, más allá de cualquier consideración económica, el conjunto de títulos finalmente editados por este sistema deducimos que debió superar el centenar, llegando a una suscripción que osciló entre los 20 y los 40.000 en sus mejores momentos. Aunque en una oferta de estas características, más que el suscriptor –de cuya fidelidad cabe esperar un cierto cansancio al cabo de unos meses–, el consumidor mayoritario debió de ser aquel que tomaba la decisión de coleccionar algún titulo sólo, sin la rémora de estar sujeto a la obligación de ir al quiosco continuamente, o estar pagando los cinco céntimos diariamente.

Por tanto, más allá del fracaso económico, al menos en los términos de gran negocio en los que se los había planteado, a estas alturas de su vida y de su producción cultural, el resultado es ya abrumador, no sólo por el éxito de sus novelas y los derechos que le siguen devengando, sino porque está consiguiendo llevar a cabo una tarea de socialización de la literatura que tiene muy difícil parangón en toda España. Las palabras de Barea en su clásico *La forja de un rebelde*, resultan muy apropiadas para apuntar que el rebelde valenciano se había convertido en capitán de una naciente industria cuyos resultados, todavía hoy en día, son visibles en las estanterías de muchas casas valencianas.

3. UN COMUNICADOR DE ÉXITO

Blasco Ibáñez, posiblemente como ningún otro personaje de esta etapa tan singular que vino a ser el fin de un siglo y la vida de otro, fue uno de los pocos seres que consiguió vivir de su imaginación, con las oscilaciones propias de quien convierte a los sueños en guía de sus empresas económicas. Blasco creció en la riqueza mientras noveló su propia creación, colaboró en la prensa o accedió a pronunciar conferencias. Pero fracasó y se dio de bruces con la ruina tantas veces como apostó por negocios editoriales que él consideraba redondos, o aventuras coloniales absolutamente desfasadas. En esta otra cara de su vida, constatamos cómo lo que ganaba por un sitio, lo perdía por otro. Sucedió desde un principio: lo que heredó de su madre se lo gastó en la creación de *El Pueblo*; lo que sacó de *El Pueblo* se lo gastó en la creación de *La República de la Letras* y *La Novela Ilustrada*; en su aventura americana, lo que sacó en apenas nueve meses de conferencias lo iba a perder en apenas dos años de sueños de grandeza territorial.

En todo este proceso biográfico, la tabla de salvación cada vez que la situación se tornaba gris fue la capacidad de comunicación, la virtud de quien crea literatura para todos, la genialidad de quien sabe cómo conquistar al público. Estos avales no sólo le mantenían en pie y le hacían concebir proyectos a cada instante. También fue su seguro de vida, y como tal uno de los factores que más influyeron en su personalidad. Blasco fue, sin dudarlo, un gran emprendedor.

Esta perspectiva de Blasco, no sólo nos muestra otra cara, hasta hora oculta, del astro valenciano, sino lo que es más importante: nos revela que nos encontramos ante uno de los capitanes de lo que Adorno calificó como "Industria Cultural", esto es, la supeditación del genio creativo a la producción de capital. Bien entendido que la búsqueda del beneficio no anula ni ennegrece la figura del genio. Un sólo ejemplo corrobora el aserto: *Los Cuatro Jinetes del Apocalipsis*, novela escrita por Blasco en 1916 y que le abrió de forma definitiva la riqueza y la universalidad, era concebida –tal y como revela su autor en carta dirigida a sus socios de Editorial– "para sacar dinero con qué vivir". Este objetivo demuestra cómo la vertiente literaria queda indisociablemente unida a la económica. De esta forma, el nuevo libro que proyecta Blasco, lo concibe, diseña y estructura para conseguir el mayor número de ventas, vale decir, de beneficio... "Les advierto que la escribo para sacar dinero con qué vivir (...) La voy ha (sic) hacer relativamente corta, 280 ó 300 páginas, y procuraré que cueste lo menos posible (...) Yo creo en el éxito".[41]

Como se descubre por señalado, Blasco cabalga a lomos de una industria que él mismo está empeñado en forjar; una industria de la cultura, dirigida a todos sin apenas limitación, que se saldará finalmente con la socialización del libro y de la cultura. Pero esta vertiente industrial, ligada como acabamos de señalar a al búsqueda del beneficio, provoca el cambio. Blasco, suponemos que sin ser consciente de ello, a partir de la segunda década de este siglo, se ha desmarcado definitivamente de lo que pudo ser su actividad literaria inicial. Ahora se aproxima al perfil del novelista de best-sellers, con productos que alcanzan tiradas muy importantes para la época y que proporcionan importantes ingresos a su autor. A partir de ese instante, si Blasco tuvo algo de autor del 98 ahora lo ha perdido. Sencillamente, tal y como el exclamaba: "Yo soy el escritor que gana más dinero de todos los del mundo".[42]

© Antonio Laguna Platero

[1] "Hablando con Blasco Ibáñez". *El Pueblo*. 3-I-1924.

[2] Sobre Blasco periodista hemos venido publicando algunos estudios, de los que destacamos: "Vicente Blasco Ibáñez, periodista del pueblo", en *José Altabella, libro homenaje*. Universidad Complutense, Madrid, 1997; y *Blasco Ibáñez: y el periodismo se hizo combativo*. Diputació de València, 1998.

[3] Una parte de esta correspondencia ha ido apareciendo ya, también por entregas, en los diferentes catálogos que han jalonado el "año Blasco Ibáñez", organizado por Diputación de Valencia. La entrega más completa, con el comentario preceptivo, aparece en el dedicado a *Vicente Blasco Ibáñez y el novelista universal*, pp. 85-116. Además, el profesor Herráez ha tenido la amabilidad de adelantarme el original de lo que pronto será la edición, al menos así lo esperamos.

[4] Sobre la vertiente instructiva del diario *El Pueblo*, ver los valiosos trabajos del profesor SANZ, C.: "Los folletines de *El Mercantil Valenciano* y el *El Pueblo*, 1890-1923", en *Dos-cents Anys de Premsa Valenciana*, Generalitat Valenciana, 1992, pp. 1.013-1026. "Las lecturas literarias en la Valencia de Blasco Ibáñez", en *La Valencia de Vicente Blasco Ibáñez*, Diputación de Valencia, 1998, pp. 59-66.

[5] PIGMALIÓN (Meliá, J.M.): *Blasco Ibáñez, novelista*. Vives Mora, Valencia, 1967, p. 106.

[6] *El Gráfico*. 8-VII-1904.

[7] LEÓN ROCA , J.L.: *Blasco Ibáñez. Política i periodisme*. Tres i Quatre, Valencia, 1970, p. 41.

[8] JUST, J., *Op. cit.*, p. 122. Según LEÓN ROCA, J.L.: *Blasco Ibáñez, política i periodisme*. Tres i quatre, València, 1970, p. 19, el verdadero apoyo financiero proviene de Remigio Herrero, al que califica como: "un obscur home del qual no se sap res: només se sap que resta fidel a Blasco Ibáñez fins al 1894, data en que s'extingeix el periòdic. Ell va ser qui féu possible la realització de *La Bandera Federal* amb el seu ajut econòmic, que si no degué ser molt gran, sí

que fou constant. En aquesta empresa, van rebre més disgusts que beneficis, tingueren més contrarietats que éxits."

[9] IGLESIAS, C.: *Blasco Ibáñez, un novelista para el mundo*. Silex, Madrid, 1985, p. 76

[10] Sobre esta cuestión, ver SEBASTIÀ DOMINGO, E.: "Estudio Preliminar" a la obra de J.A. Piqueras Arenas, *El taller y la escuela en la Valencia del siglo XIX*. Ayuntamiento de Valencia, 1983.

[11] LEÓN ROCA, J.L.: *Vicente Blasco Ibáñez*, Ajuntament de València, 1997, p. 108.

[12] "Me arriesgué en la empresa sin apoyo pecuniario alguno –ha dicho Blasco–. Para sostener mi diario gasté cuanto me había correspondido a la muerte de mi madre y otros bienes de familia. Ya se sabe lo que ocurre con los periódicos de partido, especialmente con los de ideas avanzadas. Los agentes de anuncios huyen de ellos como de la peste, sus suscriptores están desperdigados y, el más saneado de sus beneficios ha de provenir de la venta por ejemplares." GASCÓ CONTELL, E.: *Vicente Blasco Ibáñez, agitador, aventurero y novelista*. Murta, Valencia, 1986, p. 68-69

[13] LEÓN ROCA, J.L.: *Vicente Blasco..., Op. cit.*, p. 122

[14] Esta relación, no obstante, pronto se vino abajo, sin que fuese manifiesta la razón. Lo que sí es cierto es que el papel de Senent como responsable editorial lo sustituye Francisco Sempere, "librero de viejo, establecido en la calle de las Barcas, número 30". *Ibídem*, p. 156.

[15] LEÓN ROCA, J.L.: *Vicente Blasco..., Op. cit.*, p. 129-130.

[16] BORDERÍA, E., LAGUNA, A. y MARTÍNEZ, F.A.: *Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencias*. Síntesis, Madrid, 1996, pp. 310-314.

[17] PIGMALIÓN (Meliá, J.M.): *Blasco Ibáñez, novelista*. Vives Mora, Valencia, 1967, p. 104.

[18] MÉRIMÉE, H.: "El novelista Blasco Ibáñez y la ciudad de Valencia", en *Vicente Blasco Ibáñez. La aventura del triunfo, 1867-1928*. Diputación de Valencia, 1986, p. 38.

[19] ZAMACOIS, E.: *Vicente Blasco Ibáñez*. Mundial, año III, Madrid, 1928, p. 21

[20] *La Barraca*, según reconoce el propio Blasco al diario madrileño *El Gráfico*, 8-VII-1904, se había vendido hasta entonces 15.000 ejemplares. En 1924, según una de las contracubiertas de la misma, estaba ya en 104.000 ejemplares, la tercera en el ranking tras *Los Cuatro Jinetes* (164.000) y *Sangre y Arena* (136.000). En la misma declaración al diario madrileño *El Gráfico*, revela que "Al traducirse *La barraca*, la publicó en la *Revue de París*, consiguiendo que me la pagaran a 25 francos la página. Después, al aparecer en volumen en la casa editorial de Calmann-Levy, estos editores me dieron medio franco por tomo, derecho de autor que no siempre consiguen en París los escritores extranjeros y que debo a la buena amistad de Herelle, el cual traduce mis obras en las mismas condiciones económicas que las de D'Anunzzio."

[21] *El Gráfico*. 8-VII-1904

[22] El texto pertenece a A. Insúa y aparece recogido en LEÓN ROCA, J.L.: *Op. cit.* p. 294.

[23] *El Pueblo*, 27-III-1905

[24] Tampoco el esfuerzo propagandístico de *El Pueblo*, que propagaba la salida de cada número, el modo de adquirirlo o de suscribirse. Así, el 7 de mayo anunciaba la venta del semanario, destacando el artículo sobre la novela social de V. Blasco.

[25] V. Blasco se dedicará a ir y venir de Valencia a Madrid a lo largo del mes de junio ya que se encontraba corrigiendo pruebas de su próxima novela, *La Horda*, cuya salida estaba prevista el 23 de junio. Vid. *El Pueblo*, 10-VI-1905.

[26] *El Pueblo*, 27-IX-1905.

[27] Carta de Blasco a Sempere. HERRÁEZ, M.: *Op. cit.*

[28] "El joven políglota tiene la imagen de mí que corre por Madrid: Colombine, la dama roja, la... bueno, la antigua de Blasco Ibáñez, que dispone, como de cosa propia, de la editorial Sempere." UTRERA, F.: *Memorias de Colombine, la primera periodista*. HMR hijos de Muley-Rubio, S.L., Madrid, 1998, p. 72. Colombine, seudónimo de Carmen Burgos, publicará sus colaboraciones políticas y literarias en *El Pueblo*, ahora bajo el seudónimo de Gabriel Luna, tomado de *La Catedral*. También llevará a cabo diversas publicaciones a través de la editorial Prometeo, destacando su amistad con Sempere.

[29] GASCÓ CONTELL, E.: *Op. cit.* p. 231.

[30] Recordemos que el primer número de *ABC* salió a la calle el 1 de junio de 1905, SEOANE, M.C. y SAIZ, M.D.: *Historia del periodismo en España. Vol 3, el siglo XX: 189-1936*. Alianza Editorial, Madrid, 1996, p. 81.

[31] Carta de V. Blasco a Sempere...

[32] Los redactores de *El Pueblo* (18-II-1903) manifiestan tener un documento acreditativo en el que Soriano renuncia a cobrar las 5.000 pesetas. *El Radical*, por su parte, las exige el 18 de marzo de 1903. El 9 de junio, en un artículo titulado "Para que se sepa", vuelve a insistir en la deuda pendiente: "El Sr. Blasco que en punto a vergüenza anda lo mismo que de dinero. Esto es, no la conoce, debe al Sr. Soriano la cantidad de 5.000 pesetas como resto de la suma que este le prestó para sacarle de apuros en una ocasión en que el periódico *El Pueblo* estaba a punto de irse a pique. Pues bien, requerido el pago se calló, comprometiéndose después a satisfacer dicha cantidad en acta solemne ante los Sres. Milego y Arenas por boca de sus testigos, cosa que hasta la fecha no ha hecho." El 19 de junio de 1903, después de que Soriano y unos cuantos seguidores suyos hayan entrado en la redacción de *El Pueblo*, lo harán afirmando que es de su propiedad... "Además hemos de hacer constar que D. Rodrigo Soriano y los cuatro o cinco amigos que fueron el sábado pasado a la redacción de *El Pueblo*, no allanaron ninguna morada puesto que iban a su casa desde el momento en que existió un contrato en el cual se especifica la participación y copropiedad que tiene el Sr. Soriano en El *Pueblo*." El asunto desembocó finalmente en una auditoria de cuentas por parte del hermano de Soriano, Manuel, quien vistos documentos contables planteará una liquidación "que se hará a satisfacción de todos" y "D. Manuel Soriano, hermano del gran embustero exdiputado, dio recibo de quedar reintegrado de cuanto pudiera corresponderle en la copropiedad de EL PUEBLO, y dando fin, por tanto, a las reclamaciones anteriormente formuladas" *El Pueblo*, 8-IX-1905.

[33] Carta de V. Blasco a F. Sempere. Recuérdese que "El Chato" es el seudónimo con el que identifican a Soriano.

[34] LEÓN ROCA, J.L.: *Op. cit.*, p. 305. ALOS FERRANDO, V.R.: *Felix Azzati*, Diputació de València, 1997, p. 70-71.

[35] "Ha sido tan grandioso el éxito obtenido en Valencia por el nuevo diario LA NOVELA ILUSTRADA que la casa encargada de la venta y reparto de suscripción se ha visto obligada a pedir nueva remesa de ejemplares, pues con los 3.000 remitidos en el primer envío no ha habido número suficiente para los pedidos." *El Pueblo*, 3-X-1905.

[36] *El Pueblo* de 22-I-1906 anuncia que a partir del 1 de febrero se publicarán *Un crimen extraño*, de A. Conan Doyle; *La batalla de los zánganos*, del escritor y sociólogo alemán, Max Nordau, *Confusión*, de Hugo Conway, *La esfinge de oro*, de Jorge Sand.

[37] *El Pueblo* de 7-III-906 recoge por primera vez el siguiente anuncio de esta obra, que dice así: "Historia Socialista, 1789-1900, bajo la dirección de Juan Jaures..." ¡Campesinos!, ¡obreros! Esta es la historia de los esfuerzos y de las luchas de vuestros padres. Buscad en ella nueva fuerza y nuevas luces para las luchas de mañana." Condiciones de la publicación: "La obra constará de cinco o seis tomos de regulares dimensiones, del mismo tamaño que este prospecto, estrenándose en ella hermosa y clara fundición. Además irá ilustrada con magníficos fotograbados, sacados de los documentos de cada época. Esta obra se servirá por cuadernos de 40 pp al precio de dos reales en toda España cada uno. Semanalmente se repartirá un cuaderno con la puntualidad que esta Casa tiene por costumbre. PUNTOS DE SUSCRIPCION: Se suscribe en Valencia en casa de sus editores F. Sempere y Cía, calle del Palomar, 10, en las principales librerías, y por medio de los repartidores. En provincias, en el domicilio de todos los corresponsales de esta Casa, y en las principales librerías".

[38] Según J.L. LEÓN ROCA, *Op. cit*, p. 316, "La Editorial Hispano-Americana estuvo, en un principio, en la calle de Mesoneros Romanos, 42. Después pasó a la calle del Olmo, 4". Sin embargo, PASCUAL MARTÍNEZ, P.: *Op. cit*, pp. 247 y ss, en las matrículas industriales municipales que ofrece, no aparece el nombre de esta Editorial en 1906. Será a partir de 1909 y bajo la titularidad de Fernando Llorca, cuando por fin se recoja la existencia de la editorial hasta 1914. Tanto las fechas de los títulos publicados, como las cartas de Blasco, avalan que la actividad editorial se llevó a cabo entre 1906 y 1908 básicamente.

[39] *El Pueblo*, 29-I-1907.

[40] Fue a partir de 1947 cuando Adorno y Horkheimer, en Dialecktik der Klärung Auf", utilizaban el término "Industria Cultural" como sustitución del de "cultura de masas". Venían a demostrar cómo la industria cultural significaba la integración deliberada de sus consumidores en su más alto nivel": y que "toda la praxis de la industria cultural aplicaba decididamente la motivación del beneficio. ADORNO, Th. W.: *Penetración cultural del imperialismo en América Latina*. Ediciones Los Comuneros, 1976, p. 1 09.

[41] Carta de V. Blasco a Sempere y Llorca, remitida desde París a fines de 1915. HERRÁEZ, M. (ed.): *Epistolario de Vicente Blasco Ibáñez*, 1904-1927. (en prensa).

[42] PIGMALIÓN (Meliá, J.M.): *Blasco Ibáñez, novelista*. Vives Mora, Valencia, 1967, p. 75.