

Propiedad, modelos de negocio y poder en los albores del periodismo: Centro y periferia en la prensa en lengua(s) española(s) del siglo XVII

Ownership, business models and power in the beginning of journalism: Centre and periphery in the Spanish-language press of the seventeenth century

Javier Díaz Noci

Universidad Pompeu-Fabra (España)
javier.diaz@upf.edu

Carmen Espejo Cala

Departamento de Periodismo 1;
Facultad de Comunicación;
Universidad de Sevilla (España)
carmenes@us.es

Resumen

Este trabajo pretende explicar qué modelos de negocio se perfilaron en los inicios del periodismo europeo y español (siglos XVI-XVII). Recogemos en él los resultados de investigación de nuestros trabajos previos sobre escenarios locales y casos particulares para intentar, a partir de ellos, diseñar un marco común de interpretación sobre la estructura de la propiedad y producción de los medios impresos en la Edad Moderna. El artículo se estructura en dos partes: en la primera, hacemos una tipología de los oficios y funciones relacionadas con la recopilación, producción y difusión de noticias, y su relación con el poder civil y eclesiástico. En la segunda nos referimos a un caso que podemos destacar como paradigmático, pues da idea de la notable complejidad que alcanza el periodismo como objeto de comercio ya en sus primeros siglos de existencia: el caso de Sevilla.

Palabras clave

Historia del Periodismo; gacetas; Edad Moderna; impresores; editores; gaceteros; poderes locales.

Abstract

This paper aims to explain what business models were outlined at the beginning of European and Spanish journalism (XVI-XVII centuries). We gather in it the research results of our previous works on local scenarios and particular cases to try, from them, to design a common framework of interpretation on the structure of property and production of print media in the Modern Age. The article is structured in two parts: in the first one, we make a typology of the jobs and functions related to the collection, production and dissemination of news, and its relationship with the civil and ecclesiastical power. In the second we refer

to a case that we can highlight as paradigmatic, because it gives an idea of the remarkable complexity of journalism as an object of trade already in its first centuries of existence: the case of Seville journalism.

Keywords

History of Journalism; gazettes; Early Modern Europe; printers; editors; local powers.

Introducción

Recientes estudios sobre las diferentes publicaciones seriadas o periódicas en el siglo XVII, tanto en ámbitos nacionales como internacionales, han ampliado el conocimiento que tenemos de determinados aspectos de la prensa informativa en Europa y en el mundo occidental en los inicios del periodismo (Haffemayer, 2002; Infelise, 2005; Sousa, Pinto & Silva, 2007; Chartier&Espejo-Cala, 2012; Brownlees, 2011; Díaz Noci, 2016b; Ettinghausen, 2015). Uno de los aspectos centrales de la investigación contemporánea es el de la estructura comercial y de propiedad de esos medios, en la que aparecen, junto con figuras relativamente bien conocidas —los impresores— otras poco estudiadas aún, como los editores o incluso los autores materiales de las noticias —los, por decirlo con terminología moderna, trabajadores—. Disponemos ya de indicios suficientes para ofrecer un panorama más rico de la interacción entre estas diferentes figuras, y de cómo se establecían relaciones comerciales y de competencia entre ellos.

Por otro lado, los historiadores de la Edad Moderna han ofrecido a menudo una explicación excesivamente simplista de la relación entre el poder político y los orígenes de la actividad periodística. Han asumido acríticamente la existencia de dos Europas, la del centro y Norte —en la que el periodismo se desarrolla al mismo ritmo que se desenvuelve una opinión pública crítica—, y la Europa del Sur —en la que se limita a ser cauce de expresión de la propaganda de las monarquías absolutas—; esta visión historiográfica reedita por tanto el modelo clásico *centro/periferia* para explicar las diferentes velocidades con las que el periodismo se desarrolla en Europa (Espejo-Cala, 2011).

En las últimas décadas, sin embargo, se descubre la utilidad historiográfica del concepto de *poderes*, en plural, para explicar las tensiones políticas, sociales y económicas de la era moderna. Aplicado al ámbito específico de la historia del periodismo, este cambio de paradigma está en el origen de los numerosos trabajos y proyectos dedicados al estudio de las redes de noticias (Dooley, 2010; Davies & Fletcher, 2014; Raymond & Moxham, 2016); se postula en ellos que las noticias circularon en un mercado transnacional —centrado en Europa pero con ramificaciones ultramarinas— que desafiaba las fronteras estatales que empezaban a consolidarse. En este nuevo escenario histórico cabe hablar por tanto de modelos locales diversos, en los que la relación de los periodistas con el poder y el mercado se articula a través de lógicas propias, pero conectados a su vez con otros modelos locales en un entramado pan-europeo y transnacional.

Propiedad, modelos de negocio y poder en los albores del periodismo: Centro y periferia en la prensa en lengua(s) española(s) del siglo XVII

La intención de esta propuesta es explicar qué modelos de negocio se perfilaron en los inicios de la actividad informativa. En un momento actual en que se discuten cuáles son esos modelos de negocio futuros con que hacer frente a la crisis del periodismo industrial, nos ha parecido pertinente referirnos a la formación primera de esos modelos en el siglo en que el periódico como institución se configura, precisamente: en el siglo de las gacetas.

El artículo se estructura en dos partes: en la primera, hacemos una tipología de los oficios y las funciones relacionadas con la recopilación, producción y difusión de noticias, y su relación con el poder civil y eclesiástico. Hemos identificado, y así lo dividimos en sendos epígrafes, al menos las figuras del compilador de noticias, en ocasiones denominado autor, y que andando los siglos se denominará periodista (las palabras coetáneas más comunes en castellano son *gacetero* o *relacionero*); la del impresor y librero (a veces reunidas en una misma persona, en ocasiones negocios separados y contrapuestos); y finalmente, la de editor de noticias. En la segunda parte, nos referimos a un caso paradigmático, que nos da idea de la notable complejidad que el periodismo alcanza ya en el siglo en que se establece la publicación periódica miscelánea informativa como objeto de comercio: el caso sevillano. Recogemos en este trabajo las conclusiones de nuestras investigaciones previas, desarrolladas sobre escenarios locales —particularmente, los inicios del periodismo en Barcelona, San Sebastián, Sevilla y Valencia— y sobre casos específicos —las relaciones de sucesos y primeras gacetas seriadas o periódicas publicadas en los siglos XVI y XVII en la Península Ibérica—¹. No es objeto de este trabajo, en cambio, proponer una tipología de impresos —y manuscritos— noticiosos, que ya hacíamos en otros trabajos (véase, por ejemplo, Díaz Noci, 2016b), y en cualquier caso nos centramos básicamente en las compilaciones misceláneas, periódicas, seriadas o semiperiódicas, que denominamos genéricamente *gacetas* (Espejo-Cala, 2011), más que en las noticias individuales, generalmente conocidas como *relaciones*, magistralmente estudiadas en Ettinghausen (2019), quien las ha denominado en realidad *prensa pre-periódica*.

Los oficios del periodismo

Compiladores de noticias

El primer oficio relacionado con lo que luego se llamará periodismo, y antes gaceterismo, fue el de *compilador de noticias*. De forma recurrente, a lo largo de toda la historia del periodismo hasta nuestros días este concepto aparecerá ligado al

¹ Este trabajo se ha realizado en el marco del proyecto IBEMNEWS (*Iberian Early Modern News*), un grupo de trabajo que asocia a académicos de varias universidades españolas y que pretende aplicar diferentes tecnologías y herramientas digitales al estudio de la historia del primer periodismo español. Por otro lado, parte del estudio se ha realizado en el marco del proyecto *Biblioteca Digital Siglo de Oro 5* (BIDISO 5), con referencia: FFI2015-65779-P, financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad del Gobierno de España y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) desde el 1-01-2016 hasta el 31-12-2019.

oficio de informador². El origen de la figura del compilador está en la Roma clásica. Marco Tulio Cicerón se vio obligado a abandonar Roma con rumbo a Cilicia, territorio de administración romana donde había sido nombrado procónsul, en el año 58 antes de Cristo. Por no desconectarse de los asuntos de Roma, solicitó a su editor, Tito Pomponio Ático, y a un amigo suyo, Marco Celio Rufo, que lo mantuviesen puntualmente informado por cartas de todo lo que acontecía, y de él se decía, en el foro romano. El segundo, especialmente, cumplió regularmente su cometido de enviar a su protector cuantas noticias consideraba de interés, y para ello contrató a quien es hoy el primer periodista de nombre conocido, un tal Cresto, quien es mencionado en la carta xxxiii *ad familiares*, 2.8. Su actividad la describe Rufo como "Chresti compilationem". Nada más se sabe del tal Cresto, ni siquiera si era un esclavo o un hombre libre. Desconocemos si recibía algún tipo de remuneración por su trabajo o no, aunque podemos aventurar que, en este esquema en que Marco Tulio Cicerón era el *patronus*, Ático y Celio Rufo eran *clientes y amici*, por definición estas artes liberales no eran remuneradas; pero el trabajador, Cresto, seguramente sí recibía una remuneración económica por sus servicios, puesto que la recopilación de noticias era considerada un trabajo manual. Seguramente hubo otros *operarii*, encargados de llevar a cabo las *compilationes* (Cic. *Fam.* ii, 8).

Ya durante la primera Edad Moderna, la rápida expansión económica de una nueva clase de comerciantes internacionales contribuyó decisivamente a la profesionalización del negocio de noticias, y eso causó no pocas fricciones en una sociedad que salía de los esquemas medievales, como pone de manifiesto la amarga crítica que Ben Jonson hizo de los nuevos gaceteros en su comedia *The Staple of News*³.

Los compiladores son una figura, y una función, que se mantendrá a lo largo de toda la historia del periodismo. La encontramos también cuando comienzan las primeras publicaciones misceláneas, periódicas o seriadas, al principio del siglo XVII. Conocemos al menos un caso en España, el de un estudiante italiano en Salamanca, Girolamo di Sommaia, quien en el diario que mantuvo entre 1603 y 1607 hace no menos de setenta referencias al préstamo, copia y traducción entre el español y el italiano de gacetas y noticias, algunas hoy desconocidas, como la *Gaceta de Roma*, *Gaceta de Italia*, *Gazzetta*, *et Relatione*, *Gazeta Spagnuola* y *Nuoue di Valladolid e di Salamanca*. Mario Infelise ha documentado exhaustivamente esta actividad para el caso veneciano (Infelise, 2005). Y, desde luego, conocemos bastante bien la

² Una de las *Fuggerzeitungen* o cartas de aviso que la familia de banqueros Fugger recibió en Hamburgo se refería a los terribles castigos que los santos pontífices infligían a los compiladores o gaceteros que publicaban noticias que no eran de su agrado. La carta informa de la ejecución en Roma de un tal Lupertio y de las torturas infligidas a otro, un tal Pelliccia, en Friuli. En 1587, Annibale Cappello, *menante* en Roma, fue condenado a perder su mano derecha, la que usaba para escribir, y su lengua antes de ser colgado. No le salvó del suplicio su condición de sacerdote.

³ Existe traducción castellana de la obra, Jonson (2002), accesible a través del enlace <https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGCI4141.pdf>. Una interesante reflexión y una comparación del naciente oficio retratado por Jonson y el actual ejercicio del periodismo se halla en el documental del director brasileño Jorge Furtado (dir.) (2014). *O mercado de notícias*. Porto Alegre: Casa de Cultura, <https://www.imdb.com/title/tt3661594/>.

Propiedad, modelos de negocio y poder en los albores del periodismo: Centro y periferia en la prensa en lengua(s) española(s) del siglo XVII

producción de otros recopiladores de noticias, gaceteros del siglo XVII español como Jerónimo de Pellicer y, sobre todo, Andrés de Almansa (Ettinghausen y Borrego, 2001), a quienes también se denomina con el nombre de *avisadores*.

Más allá de estos pocos nombres, es todavía muy desconocido, aunque crucial, el papel que desempeñaban los periodistas propiamente dichos, es decir, los encargados de redactar esas gacetas en las empresas informativas. No disponemos de nombres, pero sí de una mención a ese, literalmente, *autor* de las noticias, en un periódico en lengua española publicado en Bruselas. La referencia es tardía, de 1691, pero sin duda existieron otros muchos como él: “Por el grave accidente que sobrevino al Autor el día 11 de Junio, no se dieron las Noticias de 15. días el correo pasado, que agora se resumen brevemente...” (Díaz Noci, 2012b). Se trata de un campo de investigación casi inédito pero que ofrece resultados promisorios, y para el que serán de gran ayuda —junto a la investigación de archivo— las técnicas de análisis crítico del discurso, con o sin soporte informático. Ha de tenerse en cuenta, por otra parte, que el término *autor* no indica necesariamente un alto grado de originalidad, porque formaba parte del oficio de compilador de noticias elaboradas a partir de otras noticias, traducidas, adaptadas, segregadas o, eventualmente, redactadas a partir de material recogido de primera mano.

Impresores (y librerías)

La profesión se fue desarrollando, pasando de ser un empeño individual a un negocio coordinado y colectivo. La figura jurídica del *privilegio* apareció cuando la actividad del impresor comenzó a requerir una considerable inversión económica y la asunción de riesgos, por lo que los impresores, y subsidiariamente los autores, empezaron a necesitar algún medio que les protegiese contra reproducciones no deseadas de sus obras. Durante todo el siglo XVII, el *privilegio* fue el mejor instrumento para asegurar un monopolio, aunque fuese temporal, sobre la diseminación de noticias en un espacio geográfico determinado, fuese un reino o simplemente una ciudad. En términos jurídicos, resulta claro que quien más interesado estaba en disponer de un derecho oponible *erga omnes* eran el impresor y/o el editor (ambas figuras no siempre coincidían), que disponía de los medios de producción para dar a conocer informaciones de actualidad y que quería que se le asegurase una posibilidad de beneficio económico. El sistema de privilegios garantizaba una cierta regulación del mercado (Díaz Noci, 2016a).

La importancia de los impresores es innegable. Son, por una parte, los nombres que, por razones legales, más aparecen en los impresos noticiosos. Muchos de ellos pertenecían a familias con una cierta tradición, y se aseguraban mediante la impresión y —cuando se podía— venta de impresos de pocas páginas y reducido precio, un complemento a la más laboriosa y cara actividad de impresión. Ambas actividades eran desempeñadas por la misma persona, aunque no siempre.

El caso más claro es el de Barcelona, donde los gremios de impresores y de librerías pugnan por el control del mercado informativo local, con Rafael de Figueró al frente (Camprubí, 2016; Expósito, 2014). Figueró, y su hijo de igual nombre, acabarán

siendo nombrados como los únicos impresores autorizados a imprimir y vender noticias por el archiduque Carlos de Austria durante la Guerra de Sucesión española, monopolio que será revocado por Felipe IV en 1714. Figueró cimentó su oficio en el sector informativo republicando una gaceta, *Noticias Generales de Europa venidas a Barcelona por el correo de Flandes*, que en realidad no era sino la reimpresión de la de igual nombre que publicaban en Zaragoza —recopilando las noticias en su propio taller— Diego Dormer y Pedro Argayón, que a su vez dependían del suministro de noticias desde otros lugares de España, como por ejemplo San Sebastián.

En San Sebastián actuaban como impresores oficiales, y únicos, de la provincia de Guipúzcoa la familia Huarte (Díaz Noci, Espejo-Cala & Baena-Sánchez, 2018 a y b). Aquí empieza a verse cómo aparece la figura, anónima para el caso español, del editor de prensa, es decir, alguien que coordina todo el proceso de recepción de fuentes diversas, traducción, adaptación y escritura y, finalmente, impresión y venta, además de servir originales a otras empresas informativas situadas en otras ciudades.

Es poco lo que conocemos del funcionamiento de estos talleres. Un caso recientemente estudiado es el del editor de un periódico semanal en lengua española, la *Gazeta de Amsterdam*, publicado en la capital holandesa por un judío sefardí de origen portugués, David de Castro Tartás (y sus sucesores) entre 1672 y 1702, quien también publicó otra gaceta en italiano, *Gazzetta d'Amsterdam* y se acabó haciendo cargo de otro periódico en lengua yiddish, *Dinstagishe un Freytagishe Kuranten*. David de Castro Tartás era un impresor de iniciativa privada que operó en Ámsterdam entre 1663 y 1697, para acabar vendiendo su empresa y su taller de impresión a Moses Mendes Coutinho el 24 de enero de ese último año. Sabemos que Castro no estaba sólo en la empresa de traducir, completar, diseñar, imprimir y vender sus periódicos, ya que contrató a su yerno, Isaac Teixeira Tartas, por su excelente dominio del holandés y sus dotes como traductor. Es seguro que contrató a otros oficiales y empleados como el huérfano de origen sefardí Moses Colonel entre 1683 y 1686, y un buen número de holandeses en 1685 (Fuks-Mansfeld, 2001).

El análisis de la documentación de negocios jurídicos como este puede arrojar más luz sobre el origen y configuración de las empresas informativas. Los pocos documentos que se conservan nos hablan de cuestiones bien interesantes, como por ejemplo las relaciones familiares entre la viuda y sus hijos, para asegurar la continuidad del negocio y la propiedad familiar de la empresa informativa. Fueron habituales las prácticas de matrimonio entre impresores o aprendices y viudas de impresores: era frecuente que las viudas continuasen el negocio de sus maridos fallecidos. Es, por ejemplo, el caso de la viuda de Pedro, o Pierre, de Cleyn, impresor y gacetero bruselense que publicó en español las *Noticias Principales y Verdaderas*. Y está bien documentado el caso de los Huarte, es decir, de la viuda de Martín de Huarte, primer impresor de Guipúzcoa, María de Aculodi y el hijo común de ambos, Bernardo; así como las disputas y acuerdos con el hijo de Martín —pero no de

Propiedad, modelos de negocio y poder en los albores del periodismo: Centro y periferia en la prensa en lengua(s) española(s) del siglo XVII

María— Pedro de Huarte, a quien se debe la constitución de la primera oficina de noticias del norte de España (Díaz Noci, Espejo-Cala y Baena-Sánchez, 2018b)⁴.

Editores y empresas informativas: el caso de Bremundán y Juan José de Austria

Editor e impresor podían o no reunirse en una sola persona, pero no era usual mencionar al editor como aquella persona que había tenido la iniciativa de organizar la empresa de recolectar, hacer imprimir y diseminar noticias.

Hay algunas excepciones notables, por ejemplo la *Gazeta de Madrid* de 1661. Quien puso en marcha la empresa, y puede que incluso sea quien materialmente se encargaba en persona —o quizás comisionó a otros para hacer ese trabajo, pero no tenemos constancia de ello— de recopilar, trasladar, adaptar y finalmente redactar en español las noticias que componían la publicación fue Francisco Fabro Bremundán —nacido François Faivre Bremondans en Borgoña hacia 1621—, contratado por Juan José de Austria para que fuese su secretario, propagandista y periodista, aunque el término es anacrónico. Dos años antes de la muerte de su patrón, acaecida en 1679, Fabro Bremundán obtuvo el privilegio de ser el primer gacetero oficial del Reino.

Desde 1683 hasta su muerte en 1698, y una vez solo en su empeño al haber muerto Juan José de Austria, Bremundán decidió asociarse con diversos editores e impresores. Trabajar a modo de *joint ventures* o *syndicates* (corporaciones o empresas conjuntas) fue habitual en el negocio de la información de la época. Bremundán, que disponía del monopolio de publicar noticias, estableció una relación comercial preferente con Sebastián de Armendáriz, quien a su vez había estado previamente envuelto en la publicación de otros papeles noticiosos, serializados o periódicos. Armendáriz actuó como editor, y ambos a su vez se asociaron con diversos impresores de Madrid y Zaragoza, como por ejemplo Lucas Antonio de Bedmar y Valdivia en 1683, o Juan de las Hebas, un antiguo colaborador, y probablemente el auténtico autor de los textos, un sacerdote que había mantenido una estrecha relación con la monarquía, escrito algunos panegíricos para la regencia y dado el visto bueno a algunas aprobaciones para impresión de libros religiosos.

El privilegio que Juan José de Austria había conseguido para su colaborador Bremundán se extinguió en 1690, diez años después de la muerte del Austria. En ese momento, con el nuevo siglo a tocar, se obligó a Sebastián de Armendáriz a decaer en sus derechos al otorgar la monarquía un nuevo privilegio al Hospital General de la Corte que sustituía y anulaba el anterior (lo que, en realidad, encubría un monopolio concedido a Juan de Goyeneche, un banquero, que lo obtuvo a cambio de 400 ducados). Aun así, Armendáriz todavía publicó algunos impresos noticiosos

⁴ Véase el interesante documento: *Pedro de Huarte, Bernardo de Huarte y Francisca de Aculodi, curadora de Francisca de Huarte, cesionaria de Martín de Huarte, vecinos de Huarte-Araquil, contra María de Huarte, viuda de Juan de Irañeta, y Lorenzo de Irañeta y otros, vecinos de Huarte-Araquil, sobre cumplimiento de sentencias relativas al derecho y posesión de la herencia de Martín de Huarte, vecino de Huarte-Araquil*. Corte Mayor de Navarra, referencia ES/NA/AGN/F146/241069.

hasta 1694, adoptando la antigua forma de una carta dirigida a un principal y anónimo noble, en muchas ocasiones un subterfugio para dar a la luz ese tipo de contenidos⁵.

Es en ese momento cuando la profesión de periodista y de editor de noticias se consolida y adquiere las características que la van a definir hasta, por lo menos, la llegada de las redes digitales de información.

El modelo periodístico de la Edad Moderna en Sevilla: redes transnacionales, competitividad y poderes políticos

Tan importante como la identificación de los actores que intervenían en el mercado de las noticias es la descripción de las relaciones entre ellos y el resto de los agentes sociales que sirvieron al mantenimiento de los poderes políticos de la época. A tal fin, los enfoques microhistóricos pueden iluminar las complejas redes clientelares que unían a autores, impresores y editores con los promotores o mecenas que los protegían. En este trabajo proponemos el caso sevillano como ejemplo y modelo de la estructura comunicativa de comienzos de la Edad Moderna, en las ciudades europeas conectadas al comercio internacional.

Para explicar la pujanza del mercado periodístico sevillano a lo largo de los siglos XVI y XVII se acude habitualmente al argumento del desarrollo notable de su imprenta, conectado a su vez con el vigor de la economía, gracias a la posición central que ocupó su puerto en las redes comerciales con América. La “fiebre de noticias” que se desató en la ciudad —a juzgar por la posición que ostenta en la producción de relaciones de sucesos y otros formatos pre-periodicos hasta la primera mitad del siglo XVII (Redondo, 2001)— se ha conectado con una supuesta curiosidad por las noticias sobre América; ciertamente Sevilla monopolizó la entrada de los avisos manuscritos sobre los acontecimientos en las colonias (Pieper, 2016), pero estas noticias manuscritas rara vez llegaron a las prensas, a causa del efecto combinado de la censura monárquica y la dependencia de las redes de noticias europeas a las que aludíamos antes (González Cruz, 2009; Espejo-Cala, 2019b).

Aún así el modelo sevillano, en el siglo XVI y las primeras décadas del XVII, es un buen ejemplo de la importancia de la iniciativa privada —burguesa— en los orígenes del periodismo. A la ciudad acuden impresores extranjeros o de otras localidades de la península ibérica, que establecen importantes dinastías locales de tipógrafos. Ante la progresiva debilidad del mercado español del libro, estos impresores van derivando sus negocios hacia la publicación de relaciones de sucesos y gacetas (Álvarez, 2007).

El modelo de negocio de la imprenta sevillana comparte con el resto de los mercados de la península sus elementos básicos. Para surtir con noticias locales, nacionales o

⁵ Véase Armendáriz, S. de (1690). *Señor mío, novedad le causará a v. md. el vèr, que las gazetas no salen por mi mano...* [s.l.]: [s.e.], Biblioteca de la Universidad de Sevilla, A 109/025(30 bis).

Propiedad, modelos de negocio y poder en los albores del periodismo: Centro y periferia en la prensa en lengua(s) española(s) del siglo XVII

internacionales sus pliegos, los impresores desarrollan diversas estrategias: asociaciones informales con otros tipógrafos de la península —fundamentalmente de Madrid y Barcelona— gracias a las que comparten noticias que copian, reeditan o versionan con reconocimiento expreso o no en el pie de imprenta; y traducción de noticias extraídas de gacetas extranjeras (Espejo-Cala & Baena-Sánchez, 2016). Pero, al mismo tiempo, estos primeros editores de periódicos recurren a las fuentes oficiales u oficiosas —la administración política y eclesiástica, las órdenes religiosas, etc. — que les proporcionan noticias y les favorecen en algunos casos con contratos de privilegio y/o exclusividad. Un ejemplo paradigmático y bien estudiado es el impresor sevillano Juan Gómez de Blas (1633-1667), que en un memorial dirigido a las autoridades municipales en 1656 reclama el nombramiento como Impresor Mayor de la ciudad —también llegó a serlo de la Catedral, de la Inquisición y los tribunales—, y argumenta su petición explicando el coste elevado de hacer llegar hasta Sevilla y enviar a traducir las “gacetas que cada semana se imprimen en las ciudades más populosas de la Italia, Alemania, Flandes y Francia”, cuyo porte se paga “en moneda de plata”. Recuerda además al cabildo que a cambio del privilegio se compromete a hacer llegar a cada uno de sus miembros copias de sus gacetas para que disfruten “de lo que en los dichos papeles se refiere mucho antes de que lleguen a publicarse por las plazas y calles de esta dicha ciudad” (Espejo-Cala, 2008; Gónzález-Fandos, 2018).

El modelo de negocio periodístico en la Sevilla de la Edad Moderna, por tanto, está a medio camino entre la iniciativa privada —caracterizada ésta con rasgos propios de la era como la ambición internacional y la competitividad en el mercado— y el patronazgo de las autoridades, en una fórmula de compromiso que permitió al periodismo emerger y sobrevivir en medio de las coerciones políticas del Antiguo Régimen, en la ciudad andaluza como en el resto de Europa.

Un elemento idiosincrático de este modelo local —aunque quizás compartido con los modelos de negocio periodístico de otras ciudades peninsulares de similar importancia, como Valencia o Zaragoza— es la manera en que refleja las tensiones entre el poder estatal que intenta imponer la corona y los viejos poderes que se resisten a la centralización. En clave histórica general, estas tensiones han sido descritas en fechas recientes y desde múltiples perspectivas —enfrentamientos entre nobleza y Estado, entre Iglesia y Estado, entre poderes periféricos y primeros intentos centralistas de los Austria...—, revelando una estructura política mucho más inestable y plural de lo que dibujaba la historiografía clásica de la primera Edad Moderna en España: conceptos como “monarquía compuesta” o “imperio negociado” se abren paso como imagen de la resistencia activa a la que tuvieron que hacer frente las aspiraciones absolutistas de los monarcas (Gruzinski, 2010).

Puede recordarse a este respecto que, a diferencia de lo que ocurrió en otras naciones europeas como Inglaterra o Francia, en España no hubo una única imprenta en la que se concentrara la producción periodística: para el siglo XVII, por ejemplo, Barcelona y Sevilla son localidades en las que la producción de relaciones de sucesos es igual o incluso superior a la de Madrid (Fernández-Travieso y Pena-

Sueiro 2013). Tampoco es tan evidente como en otros entornos europeos —Francia de nuevo, Suecia, Dinamarca...— la condición estatal de la primeras empresas periodísticas: si la *Gazette* de París o el *Ordinary Post-Tijdender* de Estocolmo son promovidos directamente desde la corte, las primeras gacetas españolas se publican en varias ciudades portuarias o bien conectadas al correo terrestre —Valencia, Sevilla, Lisboa, Barcelona, Zaragoza...—; como hemos visto, hasta 1661 no se publica la *Gaceta Nueva* promovida por Juan José de Austria. La tensión o negociación entre centralismo y periferia explica por tanto que Sevilla conservara durante todo el siglo XVII un papel protagonista en la producción de periódicos, del que son hitos bien conocidos la *Gazeta romana* impresa por Juan Serrano de Vargas en 1618, la *Gazeta Nueva* de Juan Gómez de Blas y sus sucesores (1661-1675) —reedición parcial de la madrileña—, y las numerosas gacetas publicadas en las tres últimas décadas del siglo XVII.

Otro fenómeno que evidencia que el modelo de negocio sevillano se benefició de la dispersión de poderes es la vinculación de determinados periodistas e impresores con las grandes familias nobiliarias de la ciudad. La poderosa casa de Medina Sidonia utilizó las imprentas sevillanas —la de Juan de Cabrera, impresor de gacetas seriadas entre 1623 y 1631, por ejemplo— para difundir noticias favorables a sus intereses; el VIII Duque de Medina Sidonia y su hermano Alonso Pérez de Guzmán, Patriarca de las Indias, están muy probablemente tras la publicación de la primera gaceta seriada con autor conocido del periodismo español, las *Cartas* de Andrés de Almansa y Mendoza a quien aludíamos más arriba, que estuvo a sueldo de la casa nobiliaria andaluza al menos eventualmente. El significado profundo de esta relación de patronazgo se entiende si recordamos que los Medina Sidonia —cuyos dominios en tierras y gentes eran tan amplios como para que se les reconociera como “reyes de Andalucía”— protagonizaron un claro enfrentamiento con la corona a lo largo de todo el siglo XVII, que se visualizó en la llamada “conspiración de Andalucía” de 1641 (Espejo-Cala, 2019a).

Puede hablarse entonces de una tendencia a la oficialización del periodismo en el modelo de negocio sevillano, en el que a partir de las primeras décadas del siglo XVII la iniciativa privada de los impresores parece perder protagonismo frente al mecenazgo y tutelaje creciente del poder político; pero siempre que insistamos en que ese poder político fue compartido o negociado, al menos, entre la corona y el todavía poderoso estamento nobiliario.

Conclusiones

En este trabajo hemos intentado poner de manifiesto la complejidad del negocio informativo y la división de funciones desde el origen del mismo, entre mediados del siglo XVI y todo el XVII, en España (y en otros lugares de Europa donde se publicaban periódicos en lengua española, como Bruselas y Ámsterdam). La recogida y remisión de información de actualidad desde centros informativos como Amberes, Colonia, Roma o Venecia —pero también Sevilla, Ámsterdam, Londres o

Propiedad, modelos de negocio y poder en los albores del periodismo: Centro y periferia en la prensa en lengua(s) española(s) del siglo XVII

París, y más tarde desde Lisboa, Barcelona o San Sebastián— condujo a una creciente unificación del estilo —por decirlo así— periodístico, y a la construcción de prácticas profesionales comunes; es decir, a la conformación de la profesión periodística.

Es indispensable, para continuar con esta investigación sobre la estructura empresarial, atender a dimensiones jurídicas, como el sistema de licencias y privilegios que más tarde dará lugar a la regulación del derecho de propiedad intelectual, ya en el siglo XVIII, y a la relación de los agentes informativos implicados en el comercio de noticias, como autores o gaceteros, avisadores particulares, impresores, editores, inversores y propietarios y mecenas políticos; también a las redes informativas o *syndicates* que se iban tejiendo alrededor de ese sector económico y social que andando el tiempo daría en llamarse periodismo. En estas pocas líneas hemos intentado arrojar algo de luz sobre la relación de todas esas figuras entre sí y con el poder y la manera en que actuaban para, en el fondo, procurarse un sustento. A través de la descripción de un caso paradigmático, el del mercado periodístico en Sevilla a comienzos de la Edad Moderna, hemos insistido en la necesidad de profundizar en la conexión del periodismo con las estructuras de poder entendidas estas en toda su complejidad histórica; así, por ejemplo, prestando atención a los poderes locales, tanto nobiliarios como burgueses, dispares y a menudo refractarios a las coerciones centralistas de los estados modernos.

Bibliografía

Álvarez Márquez, M. C. (2007). La impresión y el comercio de libros en la Sevilla del quinientos. Sevilla: Secretariado de Publicaciones de la Universidad de Sevilla.

Brownlees, N. (2011). The language of periodical news in seventeenth-century England. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.

Camprubí, X. (2016). La premsa a Catalunya durant la Guerra de Successió. València: Universitat de València.

Chartier, R. & Espejo-Cala, C. (2012). La aparición del periodismo en Europa. Comunicación y propaganda en el Barroco. Madrid: Marcial Pons.

Davies, S. & Fletcher, P. (2014). News in Early Modern Europe. Currents and Connections. Boston/Leiden: Brill.

Díaz Noci, J. (2012a). "Dissemination of news in the Spanish Baroque". Media History, v.18, n. 3-4, pp. 409-421. DOI: 10.1080/13688804.2012.721648

Díaz-Noci, J. (2012b). "La circulación de noticias en la España del Barroco". En R. Chartier & C. Espejo-Cala (eds.); La aparición del periodismo en Europa. Comunicación y propaganda en el Barroco. Madrid: Marcial Pons, pp. 207-243.

Díaz Noci, J. (2016a). Copyright and news reporting. A comparative research study on the authors' rights of media companies, journalists and audiences (Tesis Doctoral inédita). Universidad Pompeu-Fabra, Barcelona.

Díaz Noci, J. (2016b). "The Iberian Position in European News Networks: A Methodological Approach". En J. Raymond & N. Moxham (eds.). *News Networks in Early Modern Europe*. Boston/Leiden: Brill.

Díaz-Noci, J., Espejo-Cala, C. & Baena-Sánchez, F. (2018a). "Redes y empresas informativas en España: Conexiones de impresores y editores de prensa en el siglo XVII". *Barcelona Quaderns d'Història*, n. 25, pp. 75-85.

Díaz-Noci, J., Espejo-Cala, C. & Baena-Sánchez, F. (2018b). "News from the border: San Sebastian as an information hub in Early Modern Europe". *Mediatika*, n. 16, pp. 51-72.

Dooley, B. (coord.) (2010). *The dissemination of news and the emergence of contemporaneity in Early Modern Europe*. Londres: Asghate.

Espejo-Cala, C. (2008). "El impresor sevillano Juan Gómez de Blas y los orígenes de la prensa periódica. *La Gazeta Nueva de Sevilla (1661-1667)*". *Zer*, v. 13, n. 25, pp. 243-267. <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/3592>

Espejo-Cala, C. (2011). "European communication networks in the Early Modern Age". *Media History*, vol. 17, n. 2, pp. 189-202. DOI: <https://doi.org/10.1080/13688804.2011.554730>

Espejo-Cala, C. (2019a). "Andrés de Almansa y Mendoza y el círculo de los duques de Medina Sidonia. La identidad del destinatario de las Cartas". *Memoria y Civilización*, n. 22 (en prensa).

Espejo-Cala, C. (2019b). "América en las relaciones de sucesos españolas, 1618-1635. El uso de los etnónimos en el discurso de las noticias", *Hipogrifo*, 7/2 (en prensa).

Espejo-Cala, C. & Baena-Sánchez, F. (2016). "The Seville printer Juan de Cabrera (1623-1631): the production of serial news pamphlets in 17th century Spain", *Communication & Society*, 29(4), pp. 203-218.

Ettinghausen, H. (2015). *How the Press Began. The Pre-Periodical Printed News in Early Modern Europe*. A Coruña: SIELAE.

Ettinghausen, H. & Borrego, M. (2001). *Andrés de Almansa y Mendoza, Obra periodística*. Madrid: Castalia.

Expósito, R. (2014). *Informació i persuasió: en els orígens de la premsa catalana (c. 1500-1720)* (Tesis Doctoral inédita). Universitat de Girona.

Fernández-Travieso, C. & Pena-Sueiro, N. (2013). "La edición de relaciones de sucesos en español durante la Edad Moderna: lugares de edición e impresores". En

Propiedad, modelos de negocio y poder en los albores del periodismo: Centro y periferia en la prensa en lengua(s) española(s) del siglo XVII

P. Cátedra-García & M.E. Díaz-Tena, María (eds.). Géneros editoriales y relaciones de sucesos en la Edad Moderna. Salamanca: SEMYR.

Fuks-Mansfeld, R. G. (2001). "Samuel b. Isaac Texeira Tartas. Um éditeur séfara de à Amsterdam et à Livourne". En H. Méchoulán and G. Nahon (eds), *Mémorial I.-S. Révah. Études sur le marranisme, l'hétérodoxie juive et Spinoza*. Paris: Louvain.

Furtado, J. (dir.) (2014). *O mercado de notícias*. Porto Alegre: Casa de Cultura (documental).

González Cruz, David (2009). *Propaganda e información en tiempos de guerra: España y América (1700-1714)*. Madrid: Sílex.

González-Fandos, Pilar. (2018). "Gómez de Blas, impresor en Sevilla. De su vida y testamento". *Revista internacional de Historia de la Comunicación*, n. 10. DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2018.i10.09>

Gruzinski, S. (2010). *Las cuatro partes del mundo. Historia de una mundialización*. México: FCE.

Haffemayer, S. (2002). *L'information dans la France du XVIIe siècle : la gazette Renaudot de 1647 à 1663*. Paris/Genève: H. Champion/Éditions Statkine.

Infelise, M. (2005). "Los orígenes de las gacetas. Sistemas y prácticas de la información entre los siglos XVI y XVII". *Manuscrits*, n. 23, pp. 31-44.

Jonson, Ben (2002). *El comercio de noticias y Noticias del Nuevo Mundo descubierto en la Luna*. Traducción, introducción y notas de Javier Díaz Noci. Bilbao: Servicio Editorial. Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.

Pieper, R. (2016). "News from the New World: Spain's Monopoly in the European Network of Handwritten Newsletters during the Sixteenth Century". En J. Raymond & N. Moxham (eds.). *News Networks in Early Modern Europe*. Leiden/Boston: Brill.

Raymond, J. & N. Moxham (eds.) (2016). *News Networks in Early Modern Europe*. Leiden/Boston: Brill.

Redondo, A. (2001). "Sevilla, centro de relaciones de sucesos en torno a 1600. Fiebre noticiera y narrativa". En P. Ruiz-Pérez & K. Wagner (coords.). *La cultura en Andalucía: vida, memoria y escritura en torno a 1600: II Coloquio Internacional La Cultura en Andalucía*. Estepa: Ayuntamiento de Estepa.

Sousa, J.P., Pinto, M. & Silva, G. (2007). *Génesis do Jornalismo Lusófono e as Relações de Manuel Severim de Faria (1626-1628)*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.

Recibido: 25/10/2019

Evaluado: 30/11/2019

Versión Final: 15/01/2020