

“DADME UN PERIÓDICO Y OS DARÉ UNA NACIÓN”: EL DIARIO *LA ACCIÓN* (1916-1924) COMO INSTRUMENTO DE PODER DEL MAURISMO Y EN EL MAURISMO

Carlos Gregorio Hernández Hernández

La frase que nos sirve de título fue el colofón de la conferencia que pronunció Manuel Delgado Barreto el 9 de febrero de 1915 ante un auditorio repleto de compañeros mauristas, que era como se conocía a los seguidores de Antonio Maura. El tema que expuso no era menos interesante: «La Prensa como elemento de cultura, como órgano de opinión y como instrumento de gobierno»¹. No era un recién llegado a la profesión. Atesoraba una larga trayectoria como periodista, que inició en 1897. También era diputado por su isla natal de Tenerife desde las elecciones de 1914². En abril de ese año dejó su empleo como redactor jefe de *La Correspondencia de España*, pero permaneció al frente del exitoso semanario satírico *El Mentidero*, donde comentó su intención de lanzar un gran diario³. El lugar escogido para su intervención fue el lujoso y recién inaugurado Hotel Ritz, a pocos pasos del Museo del Prado, de

la Bolsa de Madrid y de la casa de Antonio Maura, que le escuchaba atento en la sala. El público aplaudió sus palabras y el líder se acercó a felicitarle.

El periodista buscaba la financiación necesaria para crear un periódico con el que aupara a Maura a la presidencia del gobierno, de la que salió en 1909, a propósito de la crisis iniciada con la Semana Trágica. Para buena parte del Partido Conservador esa situación estaba íntimamente relacionada con la campaña de prensa que se realizó en su contra. Los periódicos habían sido una palanca fundamental para removerle de la presidencia. La fractura del su propio partido, ocurrida en 1913, y el resultado de las elecciones de 1914, hicieron aún más acuciante esta necesidad para sus seguidores, porque la línea que adoptaron la mayoría de los grandes diarios fue secundar al gobierno “idóneo” de Eduardo Dato y José Sánchez Guerra.

En la España de ese tiempo las relaciones entre medios y partidos eran notorias en uno y otro sentido. Las empresas y los propios periodistas participaban del clientelismo político, aunque se ha señalado en muchas ocasiones que la prensa avanzaba por la senda del periodismo informativo y en busca de su independencia⁴. De hecho, los periodistas eran una de las profesiones más frecuentes en las bancadas del Congreso. En la legislatura de 1914 podemos citar a los diputados-periodistas José Francos Rodríguez, Leopoldo Romeo, Roberto Castrovido, Rodrigo Soriano, Félix Azzati, “Azorín”, Julio Burell, Salvador Canals, “Ángel Guerra”, Delgado Barreto y otros vinculados a la propiedad de las empresas, como Emilio Riu y Pedro Milá y Camps. Se añadimos el Senado encontramos los nombres de Miguel Moya y Torcuato Luca de Tena⁵.

El proyecto de Delgado Barreto terminó por concretarse en *La Acción*, cuyo primer número no se presentó hasta el 28 de febrero de 1916. *La Acción* fue la voz más influyente del maurismo a nivel nacional y la referencia de otros periódicos regionales como *El Tiempo* (Barcelona), *La Tribuna* (Santa Cruz de Tenerife) *El Ideal Gallego* (La Coruña), *La Lealtad* (Alicante) y *La Razón* (Lérida) y medios efímeros o menos conocidos como *Luz y Taquígrafos* (Bilbao), *Ciudadanía*, *Acción Nueva*, *Lealtad*, *Derecha Social Democrática*, *El Chaberilero*, *¡Maura, sí!*, *La Verdad*, *La Voz de la Verdad*, *El látigo de Conjo* y *Maurismo*. Fue el ápice de una red de prensa que compartía editoriales y artículos y también las noticias que generaba la agencia de información de la que era propietario el propio Manuel Delgado Barreto. También tuvieron en común cierto respaldo publicitario.

Delgado Barreto escribió en mayo 1907, nada más celebrarse las elecciones que conformaron un Parlamento de neta mayoría conservadora: «Un artículo de un

periódico importante y serio, con cien mil lectores, tiene más fuerza cerca de los poderes públicos (aún gobernando Maura) que todas las gestiones colectivas e individuales de diputados y senadores [...]»⁶. Los jóvenes conservadores fueron consientes no sólo de esta realidad, sino de la necesidad de apostar por nuevas y diversas formas de comunicación política. La movilización de las masas comenzaba a ser determinante y era preciso tener herramientas para llegar a ellas si no se quería perder espacio frente a otras opciones políticas. El modelo de periódico que representaba *La Época* estaba siendo superado por propuestas nuevas, como la de *ABC* y *El Debate*, donde se veía la influencia de la prensa inglesa, y es ahí donde pretendía competir Delgado Barreto con un medio atractivo y accesible para las masas, pero que a diferencia de los citados fuese órgano de partido. Enfrente de todos ellos estaba la Sociedad Editorial de España, conocida peyorativamente como el «trust» periodístico, que controlaba *El Imparcial*, *El Liberal* y *Heraldo de Madrid*.

El trabajo de Delgado Barreto para lograr sacar adelante un periódico fue intenso y prolongado. La Juventud Conservadora madrileña, de la que él formaba parte, creó una comisión en febrero de 1913 con esa intención. Estaba integrada por “Azorín” (José Martínez Ruiz), Eduardo Gómez de Baquero, “Claudio Frollo” (Ernesto López Fernández), Salvador Canals y el propio periodista tinerfeño. Ese primer impulso no culminó en ninguna realización práctica.

El 12 de junio de 1914 el periodista tinerfeño volvió a la carga con una conferencia en el Círculo Maurista de Madrid sobre periodismo, prolegómeno de la que citamos en un comienzo⁷. A finales de 1914 comenzó un continuo trasiego de viajes dentro y fuera de Madrid para la organización del nuevo periódico⁸. Todo se aceleró en febrero de 1915. El mismo día de la conferencia del Ritz comenzó a publicarse el semanario *Ciudadanía*, que se confeccionaba en los talleres e imprenta de *El Mentidero*, que eran de su propiedad⁹. Su conferencia se editó como folleto nada más celebrarse. La gran diferencia entre ese acto y todos los anteriores fue que a su término una señora le ofreció una importante cantidad de dinero para lanzar su diario¹⁰. Este dinero fue decisivo. La citada dama era la marquesa de Argüelles, María Josefa Argüelles Díaz-Pimienta (1869-1927). Nacida en La Habana, era hija del conocido banquero y empresario asturiano Ramón Argüelles y contrajo matrimonio con Federico Bernaldo de Quirós y Mier (1858-1929), abogado, diputado conservador por Llanes y consejero del Banco Hispanoamericano. La marquesa de Argüelles era la dueña del palacio de La Huerta, situado entre el Paseo de la Castellana y la calle Serrano, que fue un lugar de encuentro semanal de personalidades como Antonio Maura,

Vázquez de Mella, el marqués de Cerralbo, José Echegaray y Ricardo León. Desde entonces no paró de ayudar a Delgado Barreto y al maurismo, hasta ser considerada la cabeza femenina del movimiento¹¹. Durante la Dictadura de Miguel Primo de Rivera y Orbaneja el marquesado de Argüelles recibió el tratamiento de grandeza de España.

Delgado Barreto sabía que la rentabilidad económica de una empresa periodística era muy limitada y también que alcanzar esa rentabilidad era un límite que comprometía la difusión, por lo que apeló a las fortunas vinculadas al maurismo para superar este hándicap y poder hacer un periódico que llegase a más gente¹². El ejemplo de la marquesa fue fundamental para que otros mauristas terminasen contribuyendo. El socialista Andrés Saborit le acusó en el Parlamento de financiar *La Acción* a base de “sablazos” y, con cierta ironía, le replicó diciendo:

«Los periódicos, señor Saborit, no son como las minas, que se escarba en el suelo y sale el mineral, cuando lo hay. Los periódicos se fundan, como todas las empresas del mundo, formando una Sociedad o un grupo de amigos, a los cuales se les pide dinero. Eso es indudable. Si S.S. llama “dar sablazos” a recurrir a los amigos, a los afines para que den dinero con que sostener una Empresa periodística, cosa que continúo haciendo y espero seguir haciendo con gran éxito (Risas), aplique S.S. el cuento a *El Socialista*, que los dará en menor cantidad, pero que los da, porque todos los días aparecen en él listas del dinero que se pide a los afiliados al socialismo para mantener el periódico»¹³.

La directiva de la Juventud Maurista, que presidía Antonio Goicoechea, se reunió con Delgado Barreto para darle mayor soporte¹⁴. Gabriel Maura y Ángel Osorio y Gallardo fueron sus principales valedores, aunque el proyecto quería sumar el máximo posible de apoyos. Detrás del maurismo había poderosas entidades y personalidades. Por este mismo motivo se marchó a finales de febrero a Barcelona, aunque no hemos podido localizar con qué personas contactó¹⁵. Su viaje pudo guardar relación con el intento de arrendar *La Tribuna*. Su propietario, Pedro Milá y Camps, la trasladó a Madrid en 1912 y desde entonces estuvo cerca de los mauristas. En cualquier caso las expectativas del periodista tinerfeño se fueron frustrando. Esa operación no cuajó¹⁶. *La Tribuna* se terminó alejando del maurismo, probablemente por el fracaso de esta compra. La adquisición de máquinas para los talleres con las que sacar un diario propio también se complicó por el contexto de la guerra. Tampoco

llegaron todas las pesetas esperadas.

El conducto principal para recaudar fondos fue el propio Antonio Maura. El líder conservador creó una comisión integrada por Celedonio Leyún, Juan Vitórica, Luis Harguindey y Honorio Riesgo para ello¹⁷. Gracias a un balance de las cuentas de *La Acción* que se conserva en la Fundación Maura hemos tenido acceso a la lista de los que terminaron siendo sus protectores. Sin ellos ni la fundación ni la continuidad de la empresa habría sido posible. Entre los principales donantes se encuentra la citada marquesa de Argüelles, D. Juan Vitórica Casuco y Celedonio Leyún Villanueva, seguidos por Domingo de las Bárcenas, embajador de España en Londres, y una larga relación, donde figuran mauristas reconocidos como el conde de la Mortera (Gabriel Maura y Gamazo), Luis López Doriga, el ingeniero Luis Harguindey Pérez, el conde de Gamazo (José Antonio Gamazo y Abarca), el conde de los Andes (Francisco Moreno y Zuleta), el marqués de Ibarra (Enrique González de Careaga) y César de la Mora y Abarca, sobrino de Maura y amigo personal de Delgado Barreto¹⁸. La lista denota la endeblez financiera del diario. La suma total alcanza las 200.000 pesetas, muy lejos de lo esperado. Antonio Maura no aparece, pero son varios los testimonios que concuerdan en que intentó sufragar de su propio pecunio el sostenimiento del diario en sus años más difíciles¹⁹.

Según nuestros cálculos, el periódico estuvo lastrado en sus primeros tiempos por un déficit mensual medio de 15.355 ptas²⁰. Cuando el diario inició su declinar, Delgado Barreto aclaró que el capital inicial fueron 400.000 pesetas: recibió 215.000 aportadas por varias personas a las que sumó 150.000 más que tenía ahorradas, aunque el presupuesto anual se aproximaba al millón:

«Porque *La Acción* se fundó —aunque les parezca mentira a los entendidos en estas materias— con cuarenta y tres mil duros, y en el transcurso de ocho años las aportaciones de capital no han pasado de cien mil pesetas. Yo había presupuestado dos millones de pesetas para popularizar un periódico de esta índole. Luca de Tena, Godó, Urgoiti —aunque los periódicos de éste son de tendencias más fácilmente popularizables— dirán si exageré en el cálculo. Aquellos millones ofrecidos se redujeron a 300.000 pesetas, y con ellas he sostenido el periódico ocho años”, y añade “Con un poco de petulancia juvenil expresé en mi conferencia del Ritz —germen de *La Acción*—, para exteriorizar hiperbólicamente mi confianza en el poder de la Prensa, que de ser yo un gran maestro del periodismo, diría: «Dadme un periódico y yo os daré una nación». Claro que al decir

«dadme un periódico» me refería a un periódico de dos millones de pesetas. Me dieron uno de 300.000 pesetas y he contribuido a un comienzo de nación de 60.000 duros. ¡Señores: no he podido hacer más! Aquí el único defraudado he sido yo. Invertir 300.000 pesetas en hacer decorosamente 2.719 números de un rotativo madrileño no es para pasar de delgado, ni en el apellido ni en las carnes»²¹.

Esta situación no mejoró con el paso del tiempo. El director se lamentó de que el maurismo no fuese capaz de allegar más recursos para una empresa que debía ser estratégica de cara a proyectar las ideas del partido sobre la sociedad. Delgado Barreto, ante lo exiguo del capital, tuvo que endeudarse. Según su rival *La Tribuna* contó con el crédito de empresas como Linotype & Machinery Limited, de Londres, dedicada a la venta de maquinaria de composición tipográfica, y los señores Ribed, Miranda y Compañía y Richard aGns, de Madrid, con los que estaba en relación desde la fundación de *El Mentidero*²². La colaboración económica de estas empresas llama la atención si tenemos en cuenta que la línea editorial del diario era proclive a Alemania y los créditos suceden en 1916. Se ha señalado repetidamente que *La Acción* se benefició del apoyo económico alemán durante la Gran Guerra, en consonancia con su toma de posición ante el conflicto, pero no hemos podido verificarlo en el estado de cuentas y en la correspondencia de su director²³. Esta fuente de financiación no fue ajena a otras publicaciones de la época, entre las que fue una excepción el *ABC*. De existir, no causó un grave perjuicio al diario al agotarse en las postrimerías del conflicto.

Haciendo balance de lo que había sido la vida económica del diario Manuel Delgado Barreto escribió:

«Cerca de nueve millones de pesetas, cuya procedencia lícita está consignada en los libros, porque es fruto del trabajo, de la constancia y del sacrificio, han entrado y salido en caja de este periódico. De ellos tres millones y medio han ido a parar legítimamente a manos obreras. Los otros seis millones y medio se han invertido en las restantes atenciones que un diario requiere. De la remuneración personal que yo he recibido por esa obra, no se me ocurre buscar justificación. Digo como los muchachos: «¡A mí, que me registren!»²⁴.

El maurismo está detrás de *La Acción*, con todas sus limitaciones. Es decir, la

financiación a través de donaciones fue importante en el lanzamiento y en el primer año de vida del periódico, pero no fue relevante si miramos su devenir a lo largo de nueve años. Los agobios económicos minaron las expectativas del proyecto y también limitaron su influencia.

Uno de los principales gastos, como era la partida destinada a la redacción, se resintió con esta situación y obligó a constituir un grupo marcado por la modestia y la inexperiencia²⁵. La redacción se estableció en la Carrera de San Francisco, 13, frente al templo de San Francisco el Grande, en el distrito de La Latina. Manuel Delgado Barreto contó con varios familiares en la primera hora, algunos compañeros de profesión con los que tenía relación, canarios y muchos periodistas noveles y afines ideológicamente. Alberto Marín Alcalde, que fue uno de esos jóvenes y que llegó a ser redactor jefe de *Ahora* durante la Segunda República, lo resumió del siguiente modo:

«Delgado Barreto se encontró con un cuerpo de redacción formado de aluvión bajo el triste imperativo de las recomendaciones políticas. Cuatro quintas partes de cuantos hubimos de ingresar en el periódico estábamos allí a petición de alguna personalidad del partido. [...] Otros muchachos todavía habíamos dirigido periódicos en provincias. [...] Los únicos elementos bisoños eran aportación del propio director»²⁶.

En noviembre de 1916 el periódico declaraba tener 42 redactores en plantilla. En agosto de 1921 se redujo a 35 —aproximadamente el 30% del total de empleados—, aunque faltaban algunos por vacaciones²⁷. Bastantes llegaron a tener una trayectoria notable. Para ilustrar el talento que se juntó en aquella casa de la Carrera de San Francisco citamos a Luis Martínez de Galinsoga, Enrique Jardiel Poncela, Manuel Chaves Nogales, Mariano Daranas Romero, Juan Bautista Acevedo, Víctor de la Serna y Espina, Julio Casares Sánchez, José de las Casas Pérez, José San Germán de Ocaña, Ángel Díez de las Heras, Domingo Tejera Quesada, Francisco Goñi Soler, Manuel Cervera, Francisco López Rubio y Adolfo Febles Mora. Subrayamos la idea del compromiso político del grupo. Los que evolucionaron en estos años hacia el conservadurismo idóneo o hacia el Partido Social Popular (Febles Mora, Acevedo, Daranas, Las Casas, Galinsoga, etc.) fueron abandonando la redacción, aunque siempre mantuvieron una relación exquisita con Delgado Barreto.

Los soportes económicos fundamentales fueron la publicidad y las ventas directas y por suscripción, que en el fondo también entroncaban con el maurismo. La

publicidad evidencia esta relación, pero no en una proporción dominante. En la primera época de *La Acción* se anunciaron con frecuencia el Banco Hispano-Austro-Húngaro y el Banco de Madrid, en cuyo consejo de administración estaban mauristas tan significados como el conde de los Andes (Francisco Moreno y Zuleta), César Silió y Honorio, Gabriel y Miguel Maura Gamazo. De ambas empresas tenía suscritas Alfonso XIII un buen número de acciones²⁸. Estos años fueron los del apogeo de un verdadero capitalismo español. La mayor empresa del país, la Sociedad de Altos Hornos de Vizcaya, del conde de Zubiría (Tomás de Zubiría Ybarra), que tenía una gran relación con Maura, ocupó un espacio fijo, pero modesto, en la última página. No obstante, los intereses vinculados reiteradamente con los Maura o aquellas empresas con las que el político tenía una relación directa (Hidroeléctrica Santillana, Compañía Urbanizadora Metropolitana, etc.) no llegaron a publicitarse²⁹. Ocurre lo mismo con las empresas de Ramón Bergé. Hidroeléctrica Española tuvo una presencia mínima, y menor aún la Cooperativa Electra Madrid, de la que Germán de la Mora era su gerente y con la que guardaba una gran relación toda la familia De la Mora Abarca y otros mauristas, como José Luis Oriol y Urigüen³⁰. Ello contrasta con las donaciones particulares de esta familia para el sostenimiento del periódico. Son una multitud de pequeños anuncios los que llenaron las últimas páginas del diario. En el primer número hemos podido contar hasta 49 anuncios diferentes distribuidos generalmente en las páginas 5 y 6. Los anuncios de las páginas interiores —reclamos, en la nomenclatura del periódico—, sin alardes tipográficos, se diferencian escasamente del contenido. Con el paso del tiempo se fueron extendiendo a la página cuatro, dejando espacio en la última para informaciones. A mediados de 1917 se produjo una interesante innovación en este sentido, al abrirse una sección de publicidad preferente en la primera plana, que ocupó una columna completa, aunque no tuvo continuidad.

Destacan por su persistencia posterior el medicamento Yer, el tónico Pnaveral, Digestónico, Conservas Trevijano, Agua mineral de Cabañal, Pastillas del Dr. Andreu, Gofio Canario El Molino, Aguas Lanjarón, El Corte Inglés, Licor del Polo, la fábrica de relojes Carlos Coppel y las esquelas, que continuaron apareciendo hasta la desaparición del rotativo. Los que tuvieron más superficie fueron la Compañía Transatlántica, Sociedad de Navegación e Industria, la Compañía Madrileña de Teléfonos, Osram, Philips, Casa Apolinar, Tintas Martz, Aguas de Carabaña, los chocolates Matías López, las compañías de seguros La Unión y El Fénix Español y La Ibérica y los espectáculos y estrenos ocasionales. Los anuncios breves también ocupaban un

gran margen de la página —entre un 25% y un 50% de la página 5—, aunque cambiaban tras unos pocos números. Los anuncios fueron convencionales, si bien incluían algunas llamadas humorísticas, como era costumbre de Delgado Barreto, e ideológicas, casi siempre mencionando a Maura.

Algunos de los anunciantes, especialmente los que hemos señalado entre los principales, aparecían indistintamente en sus publicaciones, aunque también los hemos localizado en otros diarios, como los del grupo Prensa Gráfica, la empresa editora de *Mundo Gráfico*, *Nuevo Mundo* y *La Esfera* y de forma esporádica en *La Correspondencia de España* y *La Época*. Es decir, su presencia en *La Acción* pudo responder a una afinidad política o al intento de llegar a una audiencia maurista —de clase media y media-alta, como señaló el diario al avanzar los años—, pero no implicó ningún tipo de exclusivismo, que hubiese sido contraproducente para las propias empresas. A partir de 1920 se dedicaron páginas completas —generalmente una hoja entera y en algunos casos dos— a anunciar a modo de reportaje las empresas de una zona de Madrid o del resto de España y también a las de un sector económico. Obviamente era una forma de financiarse y de socializar el maurismo de una manera informal en estas áreas o sectores. En este mismo sentido entendemos la serie de artículos de los presidentes de las Cámaras de Comercio y de representantes de la agricultura y la industria que publicó el rotativo a lo largo de su primer año³¹.

Se salen de este marco empresarial otros anuncios que tuvieron una notable continuidad como los del Tercio de Extranjeros, que denota la mutua afinidad entre el diario y el cuerpo militar fundado en 1920. Una parcela que tampoco es despreciable es la publicidad propia de *La Acción*, *El Mentidero* y *El Fenómeno*, recíproca entre los tres medios, los talleres de fotograbado donde se imprimían, en la Carrera de San Francisco, 13, que abría otro caudal de ingresos a la empresa, el taller del fotógrafo Díaz y los libros de los redactores y de personalidades afines, que también se vendían en la sede y sucursales del periódico. No hemos localizado entre los anunciantes a las otras empresas de las que Delgado Barreto tuvo participación accionarial.

Francisco Iglesias señaló que en 1909 el 70% de los ingresos de los periódicos españoles provenía de las ventas y sólo el 30% de la publicidad³². Esta es, sin lugar a dudas, una de las intimidades que los diarios se guardaban de dar a conocer y la más difícil de desentrañar en nuestra investigación. Según el desglose de ingresos de julio de 1916 que hemos citado supra, *La Acción* cumple casi a la perfección con este porcentaje, distribuidos en un 26% por publicidad y un 74% por las ventas, que se repartían de manera significativa en un 40,5% en Madrid y un 59,5% en provincias.

Curiosamente y frente a lo escrito, una carta de Delgado Barreto referida a 1921 nos permite recoger su afirmación: «de la publicidad honesta vive hoy únicamente *La Acción*», que coincide con uno de los años donde hemos constatado una repercusión más baja de la publicidad en relación a la superficie del periódico.

No es fácil aclarar cuál es la circulación de *La Acción*. El propio diario comentaba tras su primera quincena que se había consolidado en lectores al nivel de otros rotativos, aunque no aportó nunca una cifra redonda, ni siquiera para prestigiarse frente a la competencia, como sí hizo Delgado Barreto en *El Mentidero*³³. Seoane y Sáiz recogen que Sir John Walter le calculaba una difusión de 10.000 ejemplares en 1917, que le dejarían en un puesto menor entre los diarios madrileños. El documento del archivo de Nicolás Urgoiti, dueño de la Central Papelera, incrementa esta cifra para 1918 y le atribuye una tirada de 24.000 a 28.000, que lógicamente pudo superarse con posterioridad, aunque ambas cifras distan mucho de los 65.000 ejemplares que le imputan las estadísticas oficiales en 1920³⁴. La tensión política existente en España a partir de 1917 pudo contribuir a incrementar su distribución y explicar este salto, aunque como veremos no parece probable. Seguramente esta cifra de ventas servía para inflar el dinero que aportaba el Estado en concepto de anticipo reintegrable por el precio del papel, como denunció el socialista Indalecio Prieto.

Si dividimos los ingresos en ventas que declaraba el periódico en Madrid en julio de 1916 (9.000 ptas.), entre el precio del periódico en ese momento (0,05 céntimos), el dato resultante es de 180.000 lectores mensuales como tope y unos 7.000 ejemplares diarios en Madrid seis meses después de su lanzamiento. En esta cifra no estamos considerando a los suscriptores, porque no los conocemos. Éstos debían ser numerosos, y subirían los datos, porque tenían un precio menor, pero tampoco estamos contando a los compradores de provincias, que superaban ampliamente a los de la capital (13.500 ptas. en el mismo mes). Si realizamos la misma operación incluyendo la venta en provincias la cifra media diaria es 17.308 lectores³⁵. Como apuntamos con anterioridad, el diario no podía crecer demasiado en lectores —los umbrales de rentabilidad estaban en entre 40.000 y 150.000 ejemplares— si no aumentaban las contribuciones de sus partidarios.

Si atendemos al pago a Hacienda, *La Acción* se mantiene entre los principales periódicos de Madrid a lo largo de toda su historia (1916-1922), a excepción de dos años más flojos (1918-1919), donde pierde fuerza —coinciden con el final del gobierno Maura e irían en contra de la idea de un aumento lineal de la distribución a partir de 1917—, aunque se recupera, volviendo a crecer, pero en un entorno donde

la competencia cada vez es mayor³⁶. Precisamente esa segunda etapa de crecimiento de *La Acción* coincide con los mejores resultados del maurismo en el municipio de Madrid —obtuvo la victoria en seis de los diez distritos y duplicó sus votos—, que logró mantener en los años sucesivos, rompiendo el predominio habitual de los liberales.

En esos años, donde el número de diarios madrileños oscila en torno a treinta, nacieron proyectos tan interesantes como *España Nueva*, *La Nación*, *El Día*, *El Figaro*, *El Sol*, *La Voz*, *La Libertad* e *Informaciones*. Asimismo, las cabeceras de éxito y aquellas que lograron consolidarse son, por lo general, sociedades anónimas, que podían permitirse abordar estrategias empresariales de mayor alcance. No hay que olvidar que la prensa estaba sufriendo grandes cambios, aunque los diarios de mayor recorrido siguieron conservando la primacía³⁷. Entre los que más contribuyen a Hacienda hay una mayoría de éstos, con las excepciones de los históricos *La Época*, *El Siglo Futuro* y *El Diario Español*. Los periódicos informativos son todavía una minoría, aunque notablemente más influyente que los diarios abiertamente adscritos al ideario de un partido que, como en el caso de *La Acción*, favorecía y a la vez limitaba su propio desarrollo.

El propio contexto periodístico tampoco fue propicio para el crecimiento del diario, pues la competencia, incluso dentro del mismo espectro ideológico, también fue en aumento. Un lector conservador madrileño tenía a su disposición *La Acción*, *ABC*, *El Debate*, *La Época*, *El Parlamentario*, *Diario Universal*, *El Día*, *La Tribuna*, *La Nación* y *El Siglo Futuro*. A esta situación se sumó el alza del precio del papel durante toda la Primera Guerra Mundial y en los años inmediatos, que convirtió a los medios en dependientes de la Central Papelera y de los sucesivos gobiernos a través de las subvenciones a la compra del papel, que ya hemos mencionado.

La relación con su público fue, en cualquier caso, mucho más intensa que la que podemos observar en otros medios, aunque ésta resulte poco fructífera en nuestra investigación. *La Acción* pretendió conectar con el público y quiso hacerlo mostrando la opinión de los lectores y realizando actividades para los mismos. Estas actividades fueron por añadidura un medio de incrementar su público. El rotativo realizó sorteos —el primero un billete de mil pesetas—, descuentos, regalos e incluso un juego que tuvo como premio un automóvil³⁸. Algunas de estas acciones fueron dirigidas a grupos concretos, como los obreros, que eran uno de los objetivos del maurismo. No obstante, las llamadas del periódico fueron genéricas, identificándose con «la voz de España» y apelando al «público», a los «españoles» y, más adelante,

a «los hombres de bien», las «masas» y «clases conservadoras», en las que terminó encontrando su identidad³⁹.

Las iniciativas de *La Acción* tuvieron una gran repercusión por abrir brecha en el terreno deportivo. Organizó un Rallye automovilista por España, una carrera ciclista y un campeonato de side-cars, que era copa de S. M. el Rey, copa de *La Acción* y copa del Moto Club de Madrid, en el verano de 1916⁴⁰. Este tipo de actividades deportivas y publicitarias se fueron generalizando a toda la prensa como un modo de atraer lectores y suscripciones y también cierto prestigio⁴¹. El gobierno intentó poner coto a estas campañas mediante un Real Decreto en septiembre de 1922 por el que prohibió hacer regalos junto a la venta de periódicos y revistas, ya que entendía que era una forma de incrementar los precios de venta del propio periódico saltándose la norma que establecía su cuantía, pero los medios (*La Voz*, *Informaciones*, *El Imparcial*, etc.) fueron retomando progresivamente una práctica que terminó por convertirse en una costumbre arraigada. La lucha entre los rotativos para atraer lectores era también una lucha por atraer anuncios, pues la audiencia propia repercutía en esa otra variable de su sostenimiento económico. *La Acción* llegó a denunciar en una fecha tan temprana como 1924 que algunos medios difundían las audiencias de los principales periódicos de Madrid para hacerse valer a la hora de captar anunciantes:

«Estos días se está recibiendo bajo sobre en todas las casas de Madrid, y especialmente, en los comercios, agencias, centros de información, etc., un gráfico en colores que se titula «Circulación comparada de los doce primeros diarios de Madrid», en el cual se representa a cada periódico por un espacio encuadrado, de mayor a menor, según la circulación que el autor de «la obra» le calcula. Los periódicos incluidos en el gráfico como los doce primeros de Madrid son —los citaremos por orden alfabético— *ABC*, *El Debate*, *El Imparcial*, *El Liberal*, *El Sol*, *Heraldo de Madrid*, *Informaciones*, *La Acción*, *La Correspondencia de España*, *La Libertad*, *La Opinión* y *La Voz*. Este gráfico, completamente arbitrario, está hecho en sus proporcionalidades con toda la intención que es de suponer, sabiendo que se destina principalmente a los anunciantes. [...] la muda argumentación se cimienta en el desprestigio y depreciación de unos diarios a favor de otros, y aun dentro de esa relatividad se exageran las proporciones en términos que necesariamente han de impresionar —y engañar, desde luego— al público y, sobre todo, al anunciante»⁴².

Como hemos escrito, llama la atención el peso que tuvo la opinión de los lectores en cada número en comparación con su competencia. Esta tendencia fue creciente en los años postreros de la Restauración. Consideramos que fue parte de la estrategia del maurismo a la hora de remarcar su conexión con las masas conservadoras y de reafirmar la identidad política de ese mismo sector, haciéndole ver a sus lectores la difusión y reiteración de sus opiniones. Esta búsqueda de identidad con su público probablemente guarda una intensa relación con la justificación que expresaron los líderes políticos del maurismo en el momento de su ruptura con el partido conservador. Gabriel Maura y Antonio Goicoechea destacaron que el maurismo no era una discordia más entre políticos de partido, «sino entre el partido y la masa socialmente conservadora»⁴³. El punto culminante de esta práctica fue la campaña de Delgado Barreto con su seudónimo “El Duque de G”, creado tras el desastre de Annual, con la formación del último gobierno Maura. “El Duque de G”, fue uno de los principales promotores y precursores de la Dictadura y de hecho fue una de las primeras voces en reclamarla, aunque precisando que con ello reivindicaba un gobierno efectivo del ejecutivo, del que carecía España.

Los lectores encontraron en Maura y en los políticos del partido un cauce indirecto para influir en la opinión del medio, aunque más en un sentido moral que de programa político. Hemos localizado cartas dirigidas al prócer balear donde le conminan a reconducir *La Acción* porque publicaba fotos de cupletistas. Esas cartas tuvieron una repercusión inmediata en los contenidos del diario⁴⁴.

La influencia de *La Acción* en los gobiernos fue menor, en comparación a la que representaron las grandes cabeceras del momento. El diario pudo disfrutar de una mayor accesibilidad al poder cuando lo detentó Maura, como muestran las reuniones de Delgado Barreto en los ministerios. En este sentido, no fue relevante a la hora de que recuperase el gobierno. Varios editoriales de 1918 denotan cierta influencia en las decisiones de los ministros, pero en general la línea fue la contraria, es decir, *La Acción* tendió a justificar sus decisiones, incluso cuando estas no encajaban bien entre los mauristas.

La relación de Maura con el poder fue determinante a la hora de marcar la deriva del partido. La trayectoria de sus seguidores se entiende también a la luz de sus prolongados silencios y de sus esporádicos pronunciamientos, que llevaron a los jóvenes que le idolatraban a incorporar sus juicios e ideas a su propio criterio, como reconoció Luis de Galinsoga, uno de los redactores de *La Acción*⁴⁵. El periódico respondía en último término ante Antonio Maura, aunque tampoco hemos podido localizar

indicaciones concretas del político balear para matizar sus informaciones y opiniones, ni tampoco de los citados patrocinadores económicos, que sí publicaron algunos artículos. La colección del periódico evidencia asimismo que los mauristas llegaron a construir mensajes propios y diferenciados de los de Maura.

Si analizamos a los autores de las opiniones que se mostraron en sus páginas nos encontramos con que fueron abrumadoramente miembros del propio partido, como Antonio Goicoechea, Ángel Ossorio y Gallardo, el marqués de Figueroa (Juan Armada Losada), Félix Llanos y Torriglia, Fernando Pérez Bueno, Miguel Colom Cardany, Elías Tormo, José de Elola (“El Coronel Ignotus”), Melchor Fernández Almagro, el conde de Torre-Vélez (Juan de Madariaga y Suárez), Eduardo Ibarra, José Gutiérrez Ravé, José Calvo Sotelo y el propio Antonio Maura, al igual que de otros hombres de reconocido prestigio del mundo de la cultura y cercanos al movimiento, como Jacinto Benavente, José Francés, Joaquín Calvo Sotelo, Armando Palacio Valdés, Federico García Sanchiz y Ricardo León, cuya obra *Los centauros* fue el primer folletín del periódico. No puede obviarse que el maurismo fue la escuela en la que se formaron buena parte de los líderes de las derechas españolas de la Segunda República (Ángel Ossorio y Gallardo, Miguel Maura, Antonio Goicoechea, José Calvo Sotelo, etc), y que durante este periodo comenzaron a adquirir experiencia política.

Los mauristas, no obstante, fueron un grupo complejo. Al nacer trataron de comportarse como un partido, aunque no como un partido tradicional sino como un partido moderno, actualizado a los tiempos, semejante a sus nuevos antagonistas, los republicanos y los socialistas, y en una permanente búsqueda de diferenciación con los conservadores. Las diferencias ideológicas que denotan las trayectorias de sus miembros saltaron a relucir ya en este periodo, aunque la fractura no se exteriorizó hasta 1922, con la segunda retirada de Maura. Las páginas de *La Acción* permiten ver las diversas corrientes —Ossorio y Gallardo las señaló en marzo de 1917—, pero el diario no tomó partido por Goicoechea hasta muy avanzado 1921⁴⁶. Tras esa fecha siguió dando cobertura a la actuación de Ossorio y a su Partido Social Popular.

Notas

¹ La conferencia se publicó como DELGADO BARRETO, Manuel: *La Prensa. Quinta conferencia, pronunciada el día 9 de febrero de 1915, por el diputado a Cortes Don Manuel Delgado Barreto*. Madrid: Imprenta de “El Mentidero”, 1915. Hay otra edición posterior en la que cambió el título: *La Prensa. Juventud Maurista de Madrid. Curso de Conferencias. (Quinta Conferencia pronunciada el día 9 de febrero de 1915)*. Madrid: s.e., 1919.

² Su biografía puede consultarse por extenso en HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Carlos Gregorio. *Manuel Delgado Barreto (1878-1936)* (Tesis Doctoral). Universidad CEU San Pablo, Madrid, 2016. Accesible en <http://dspace.ceu.es/handle/10637/8948>.

³ *El Mentidero*, 2 de mayo de 1914, p. 7.

⁴ Sobre el concepto «periodismo informativo» resulta interesante el trabajo BURGUEÑO, José Manuel: *La invención del periodismo informativo*. Barcelona: Advisory Board, 2008, aunque no trata de las historias del periodismo como elemento que han fijado esta idea.

⁵ Es preciso señalar que su condición de parlamentarios era un factor importante a la hora de defenderse mejor de cualquier problema jurídico que afectase a su empresa. El propio Pablo Iglesias, fundador del PSOE y diputado desde 1910, aún figuraba como director de *El Socialista*. Los pleitos contra este periódico y su director acumulan un buen número de expedientes —136, según nuestra cuenta— en el Archivo Histórico Nacional.

⁶ *La Opinión*, 20 de mayo de 1907, p. 1.

⁷ *ABC*, 13 de junio de 1914, p. 13.

⁸ DELGADO BARRETO, Manuel: “Carta de Manuel Delgado Barreto a Martín Rodríguez y Díaz Llanos” (Madrid, 4 de febrero de 1915). Archivo Martín Rodríguez y Díaz-Llanos.

⁹ *Ciudadanía* se publicó entre el 9 de febrero y el 25 de diciembre de 1915, pocas semanas antes de aparecer *La Acción*.

¹⁰ *El Debate*, 10 de febrero de 1915, p. 2; *ABC*, 10 de febrero de 1915, p. 18 y 11 de febrero de 1915, p. 3; *El Nuevo Mundo*, 6 de marzo de 1915, p. 22.

¹¹ El palacio de La Huerta perteneció a Antonio Cánovas del Castillo. La marquesa lo adquirió a sus herederos. Durante la Segunda República fue la residencia del presidente Manuel Azaña y en la guerra civil se estableció la embajada de Cuba por la relación de María Josefa Argüelles con la isla. En su solar se aloja actualmente la embajada de los Estados Unidos de América.

¹² Nicolás María Urgoiti, el director de la Papelera Española y fundador de *El Sol*, señaló en una conferencia pronunciada en 1915, que un periódico sólo podía ser rentable con una tirada entre 40.000 y 150.000 ejemplares. A partir de esa cifra la publicidad no podía compensar la elevación de los gastos que suponía la cantidad de papel consumida y el costo de los intermediarios. Es decir, los beneficios que trajo el aumento de las tiradas debido a la Gran Guerra no compensaron las consecuencias del aumento de los precios, particularmente el del papel para los periódicos. DESVOIS, Jean Michel: *La prensa en España (1900-1931)*. Madrid: Siglo XXI, 1977, p. 46; AUBERT, Paul: “Crisis del papel y consecuencias de la industrialización de la prensa (1912-1931)”, en DESVOIS, Jean Michel: *Prensa*,

impresos, lectura en el mundo hispánico contemporáneo. Homenaje a Jean-François Botrel. Bordeaux: Press. Univ. Bordeaux. 2005, pp. 73-96.

¹³ *Diario de Sesiones*, 7 de agosto de 1919, pp. 831 y ss.

¹⁴ *La Región*, 12 de febrero de 1915, p. 3.

¹⁵ Durante su intervención en un mitin en el Teatro de la Zarzuela comenta su viaje a Barcelona. *El Correo Español*, 28 de febrero de 1915, p. 2. *La Correspondencia de España*, 1 de febrero de 1915, p. 6.

¹⁶ HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Carlos Gregorio. Manuel Delgado..., pp. 332-333.

¹⁷ *El Siglo Futuro*, 31 de diciembre de 1916, p. 2. Delgado Barreto la menciona en una carta que dirigió a Antonio Maura. DELGADO BARRETO, Manuel: "Carta de Manuel Delgado Barreto a Antonio Maura" (Madrid, 2 de noviembre de 1916). Fundación Antonio Maura, Legajo 416, carpeta 20.

¹⁸ DELGADO BARRETO, Manuel: "Inventario de *La Acción*" (Madrid, julio de 1916), Fondo Gabriel Maura Gamazo. Fundación Antonio Maura, Legajo 113, carpeta 3. De los citados fue Juan Vitorica Casuco el que más estrechamente se relacionó con *La Acción*. Era agente de Cambio y Bolsa y financiero y fue diputado por Cáceres varias veces. Financió la construcción del autogiro de Juan de la Cierva. En los fondos del Museo del Prado figuran varias donaciones suyas. Recibió el título de conde de los Moriles, creado por Alfonso XIII en 1921 y con Grandeza de España desde 1924, igual que la marquesa de Argüelles. Delgado Barreto fue íntimo colaborador de Miguel Primo de Rivera y Orbaneja.

¹⁹ CASARIEGO, Jesús Evaristo: "La vida de Manuel Delgado Barreto", *Cursillo de Conferencias de Extensión Cultural, curso 1942-1943* (Separata). Barcelona: Asociación de la Prensa de Barcelona, 1944, p. 353.

²⁰ DELGADO BARRETO, Manuel: "Inventario de *La Acción*" (Madrid, julio de 1916). Fondo Gabriel Maura Gamazo. Fundación Antonio Maura, Legajo 113, carpeta 3.

²¹ DELGADO BARRETO, Manuel: "Una declaración... no ministerial. Con las mismas convicciones", *La Acción*, 27 de marzo de 1923, p. 1 y "Con la sinceridad de siempre. Por qué suspendimos la publicación y por qué la reanudamos", *La Acción*, 11 de abril de 1924, p. 1.

²² *La Acción*, 7 de marzo de 1916, p. 2.

²³ Prudentemente María Cruz Seoane y María Dolores Sáiz señalan que *La Acción* "quizás" estaba entre los que recibían subvención alemana. SEOANE, María Cruz y SÁIZ, María Dolores: *Historia del periodismo en España. 3. El siglo XX: 1898-1936*. Madrid: Alianza Ed., 1998, p. 216. En *El Mentidero* hemos encontrado anuncios de casas alemanas, aunque muy escasos. Por ejemplo la Papelería Alemana de G. Koehller, cuyo anuncio venía inserto en las páginas dedicadas a la Gran Guerra. Curiosamente hemos detectado en los primeros números de *La Acción* algunos anuncios de procedencia británica, que también aparecieron en *La Correspondencia de España*, de la que sí se tiene constancia que fue financiada por los aliados. *El Mentidero*, 5 de febrero de 1916, p. 10. Entre ellos se encuentran los de las máquinas del periódico.

²⁴ DELGADO BARRETO, Manuel: "Con la sinceridad de siempre. Por qué suspendimos la publicación y por qué la reanudamos", *La Acción*, 11 de abril de 1924, p. 1.

²⁵ En la contabilidad de *La Acción* el papel era el gasto más cuantioso, muy por encima de los gastos salariales. Según recoge el balance de julio de 1916 las deudas del periódico por este concepto superaban las 30.000 ptas., siendo el promedio de gasto de unas 21.500 ptas./mes. Para paliarlo el gobierno subsidió a la prensa a través del llamado Anticipo Reintegrable, creado mediante Real Decreto de 26 de septiembre de 1916 —*El Socialista* se mantuvo al margen del sistema—, que se extendió a otros sectores de la economía. Mediante este decretó se comprometió a congelar los precios del papel a fecha de 1914, con el comienzo de la guerra, y a pagar directamente a las papeleras —la Central Papelera de Urgoiti tenía una situación de monopolio— la diferencia de valor, que sería devuelta por los diarios a plazos. *La Acción* dispuso de un crédito mensual del Estado a través del anticipo de casi 10.000 ptas./mes. Ante la presión de los diarios, que se reunieron en varias ocasiones bajo el apoyo de la Asociación de la Prensa, el Anticipo tuvo que ser ampliado y extendido periódicamente, más allá incluso de la finalización del conflicto, y reforzado con beneficios arancelarios para la importación de papel, como los que se concedieron en 1922. Los diarios devolvieron una mínima parte del dinero público. A la cuestión del papel se añadió la escasez y carestía de otras subsistencias durante la guerra. *La Acción* casi no pudo salir a comienzos de 1918 por la falta de gas, que permitía funcionar su maquinaria, y tuvo que recuperar procedimientos en desuso para sacar un periódico de sólo cuatro páginas. *La Acción*, 1 de enero de 1918 y ss.

²⁶ MARÍN ALCALDE, Alberto: “Un maestro olvidado”, *La Vanguardia Española*, 21 de diciembre de 1955, p. 9.

²⁷ *La Acción*, 6 de noviembre de 1916, p. 3. Delgado Barreto confesaba tener 125 empleados en 1921: *La Acción*, 25 de agosto de 1921, p. 5.

²⁸ GORTÁZAR, Guillermo: *Alfonso XIII, hombre de negocios. Persistencia del Antiguo Régimen, modernización económica y crisis política, 1902-1931*. Madrid: Alianza, 1986, p. 60.

²⁹ MUÑOZ GARCÍA, Juan; ALONSO HIERRO, Juan y MARTÍN FERNÁNDEZ, Juan: *Involución y autarquía. La economía española entre 1890 y 1914*. Madrid: Complutense, 2000, p. 49; RUEDA LAFFOND, Juan Carlos: “Antonio Maura: Las pautas inversionistas de un miembro de la élite política de la Restauración”, *Historia Social*, nº. 11, 1991, pp. 125-144.

³⁰ César de la Mora Abarca (Santander, 1873-1937) era pariente de Maura y del conde de Gamazo —su suegro era Juan Abarca— y era uno de los mayores capitalistas españoles del momento. TORRES VILLANUEVA, Eugenio: *Cien empresarios madrileños*. Madrid: Lid, 2017, pp. 82 y ss.

³¹ María Jesús González Hernández trató la proximidad entre Antonio Maura y estos representantes de la industria y el comercio. GONZÁLEZ HERNÁNDEZ, María Jesús: *El universo conservador de Antonio Maura: biografía política y proyecto de Estado*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1997, p. 76.

³² IGLESIAS, Francisco: “Reorganización periodística”, ÁLVAREZ, Jesús Timoteo (Ed.): *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Madrid: Ariel, 1989, p. 47.

³³ *La Acción*, 15 de marzo de 1916, p. 2.

³⁴ SEOANE, María Cruz y SÁIZ, María Dolores: *Historia del periodismo...*, p. 235. Desvois señala 6.500 ejemplares en 1920 (4 ediciones diarias), ocupando el décimo puesto de las cabeceras nacionales, a mucha distancia del primero, el *ABC*, que tiraba 150.000 y de los otros medios principales, que eran

El Debate, El Liberal, La Vanguardia y El Sol. DESVOIS, Jean Michel: *La prensa en España...*, p. 145.

³⁵ DELGADO BARRETO, Manuel: “Inventario de *La Acción*” (Madrid, 14 de julio de 1916). Fondo Gabriel Maura Gamazo. Fundación Antonio Maura, Legajo 113, carpeta 3. Juan del Sarto, que primero perteneció a la administración y luego a la redacción de *La Acción*, señala que tenía mucho predicamento en provincias. SARTO, Juan de: “Periódicos y periodistas de antaño. *La Acción*, el gran diario que se mantuvo a flote, zozobrando, durante mucho tiempo”, *Gaceta de la Prensa Española*, nº. 100, Madrid, junio de 1956, p. 36.

³⁶ El pago a Hacienda se mantuvo estable hasta 1921, cuando pasó de las 25.000 pesetas a 46.500, con un aumento del 80%, que tuvo que afectar notablemente a la viabilidad del diario. Si consideramos la suma total que cada periódico aportó a Hacienda durante el periodo de existencia de *La Acción* (1916-1922), el periódico de Delgado Barreto ocuparía el octavo lugar entre las cabeceras madrileñas. Véase PASCUAL, Pedro: *Escritores y editores en la Restauración canovista (1875-1923)*. Madrid: De la Torre, 1994, Tomo I, pp. 278 y ss.

³⁷ Un cambio significativo para lo que aquí nos ocupa fue que en abril de 1916 finalizó el trato que había establecido el “trust”. No fue renovado por *El Imparcial* de Rafael Gasset, que se separó. De esa empresa, que era la principal del país, salió José Ortega y Gasset para fundar *El Sol* junto a Nicolás María Urgoiti en 1917 y *La Voz* en 1920. Sobre esta cuestión existen dos monografías fundamentales: SÁNCHEZ ILLÁN, Juan Carlos: *Prensa y política en la España de la Restauración: Rafael Gasset y «El Imparcial»*. Madrid. Biblioteca Nueva, 2008 y REDONDO, Gonzalo: *Las empresas políticas de Ortega y Gasset. «El Sol», «Crisol», «Luz» (1917-1934)*, Madrid: Rialp, 1970.

³⁸ Delgado Barreto realizó un artículo satirizando sobre un periódico sin información, lleno de cupones, que saciaría a los lectores en todas sus necesidades. TAF: “Orientaciones. Un nuevo periódico”, *La Correspondencia de España*, 2 de agosto de 1912, p. 1.

³⁹ *La Acción*, 28 de febrero de 1916, p. 1; 2 de enero de 1917, p. 1; 29 de marzo de 1922, p. 1; 3 de junio de 1922, p. 1.

⁴⁰ *La Acción*, 27 de junio de 1916, p. 3; 17 de julio de 1916, p. 4; 1 de agosto de 1916, p. 1 y ss.

⁴¹ Algunas de estas actividades promovidas por *La Acción* pueden ser consideradas como una forma de “nacionalismo banal”, tomando la expresión de Michael Billig, pues el maurismo intentó activar la conciencia de pertenencia a España. BILLIG, Michael: *Banal nationalism*. Thousand Oaks: SAGE, 1995, pp. 122 y ss.

⁴² *La Acción*, 4 de enero de 1924, p. 1.

⁴³ TUSELL, Javier y AVILÉS FARRÉ, Juan: *La derecha española contemporánea. Sus orígenes: el maurismo*. Madrid: Espasa-Calpe, 1986, p. 63.

⁴⁴ Delgado Barreto le transmitió a Prudencio Rovira, el secretario de Maura: “las señoras que protestan no tienen razón, porque si vio Vd. el recorte que acompañaba a la última carta advertiría que la artista de referencia aparece vestida con mayor recato que el que suelen mostrar, desgraciadamente, muchísimas damas hasta cuándo van a la Iglesia”. DELGADO BARRETO, Manuel: “Carta de Manuel Delgado Barreto a Prudencio Rovira” (Madrid, 4 de mayo de 1921). Fundación Antonio Maura.

⁴⁵ GALINSOGA, Luis de: “Los hombres y los días. Perfil de Bertrán y Musitu sobre fondo madrileño”, *La Vanguardia Española*, 13 de marzo de 1957, p. 3.

⁴⁶ OSSORIO Y GALLARDO, Ángel: “Opiniones. Concepto de maurismo”, *La Acción*, 13 de marzo de 1917, p. 1.

Bibliografía

- AUBERT, Paul: “Crisis del papel y consecuencias de la industrialización de la prensa (1912-1931)”, DESVOIS, Jean Michel: *Prensa, impresos, lectura en el mundo hispánico contemporáneo. Homenaje a Jean-François Botrel*. Burdeaux: Press. Univ. Bordeaux. 2005, pp. 73-96.
- BILLIG, Michael: *Banal nationalism*. Thousand Oaks: SAGE, 1995.
- BURGUENÑO, José Manuel: *La invención del periodismo informativo*. Barcelona: Advisory Board, 2008.
- CASARIEGO, Jesús Evaristo: “La vida de Manuel Delgado Barreto”, *Cursillo de Conferencias de Extensión Cultural, curso 1942-1943* (Separata). Barcelona: Asociación de la Prensa de Barcelona, 1944.
- DELGADO BARRETO, Manuel: *La Prensa. Quinta conferencia, pronunciada el día 9 de febrero de 1915, por el diputado a Cortes Don Manuel Delgado Barreto*. Madrid: Imprenta de “El Mentidero”, 1915.
- DESVOIS, Jean Michel: *La prensa en España (1900-1931)*. Madrid: Siglo XXI, 1977.
- GONZÁLEZ HERNÁNDEZ, María Jesús: *El universo conservador de Antonio Maura: biografía política y proyecto de Estado*. Madrid: Biblioteca Nueva, 1997.
- GORTÁZAR, Guillermo: *Alfonso XIII, hombre de negocios. Persistencia del Antiguo Régimen, modernización económica y crisis política, 1902-1931*. Madrid: Alianza, 1986.
- HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, Carlos Gregorio. *Manuel Delgado Barreto (1878-1936)* (Tesis doctoral) Madrid, Universidad CEU San Pablo, II Tomos, 2016.
- IGLESIAS, Francisco: “Reorganización periodística”, ÁLVAREZ, Jesús Timoteo (ed.): *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Madrid: Ariel, 1989, pp. 41-49.
- MUÑOZ GARCÍA, Juan; ALONSO HIERRO, Juan y MARTÍN FERNÁNDEZ, Juan: *Involución y autarquía. La economía española entre 1890 y 1914*. Madrid: Complutense, 2000.
- PASCUAL, Pedro: *Escritores y editores en la Restauración canovista (1875-1923)*. Madrid: De la Torre, II Tomos, 1994.
- REDONDO, Gonzalo: *Las empresas políticas de Ortega y Gasset. «El Sol», «Crisol», «Luz» (1917-1934)*, Madrid: Rialp, 1970.
- RUEDA LAFFOND, Juan Carlos: “Antonio Maura: Las pautas inversionistas de un miembro de la élite política de la Restauración”, *Historia Social*, nº. 11, 1991, pp. 125-144.
- SÁNCHEZ ILLÁN, Juan Carlos: *Prensa y política en la España de la Restauración: Rafael Gasset y «El Imparcial»*. Madrid: Biblioteca Nueva, 2008.
- SEOANE, María Cruz y SÁIZ, María Dolores: *Historia del periodismo en España. 3. El siglo XX: 1898-1936*. Madrid: Alianza, 1998.

“DADME UN PERIÓDICO Y OS DARÉ UNA NACIÓN”: EL DIARIO *LA ACCIÓN*...

TORRES VILLANUEVA, Eugenio: *Cien empresarios madrileños*. Madrid: Lid, 2017.

TUSELL, Javier y AVILÉS FARRÉ, Juan: *La derecha española contemporánea. Sus orígenes: el maurismo*. Madrid: Espasa-Calpe, 1986.