

# **Prensa y mentalidad republicana durante el Sexenio Democrático. Una reflexión metodológica**

*JUAN SANCHEZ GONZALEZ*  
*Universidad de Extremadura*

*RESUMEN.*—Se pretende contribuir al análisis de las mentalidades colectivas a partir de nuevos planteamientos metodológicos. La topología del discurso, método original del profesor Antonio Rodríguez de las Heras, se aplica junto con la Teoría de la Información, al estudio de la prensa (un periódico federal extremeño durante el Sexenio Democrático) entendido como canal de comunicación de ideas y de acontecimientos y, por ello, generador de mentalidad.

**PALABRAS CLAVE:** Edad Contemporánea; siglo XIX; Sexenio democrático; Metodología; Ideología; Mentalidad; Republicanismo; Prensa; España; Extremadura.

*ABSTRACT.*—We pretend to contribute to the study of the collective mentalities starting from new methodical expositions. The Topology of the speech, method created by the teacher A. Rodríguez de las Heras, it's use joined the theory of the information, to study the press (a federal diary from Extremadura during the Sexenio Democrático) understood as canal of communication of ideas and events, before that, generator of mentality.

**KEY WORDS:** Contemporary Age, XIX thC., «Sexenio democrático», Methodology, Ideology, Mentality, Republicanism, Press, Spain, Extremadura.

*Anales de Historia Contemporánea*, 9 (1993)

Una de las parcelas historiográficas más atractivas, pero a la vez más difíciles de cultivar, es la correspondiente a las mentalidades colectivas. A nuestro modo de ver, los estudios sobre mentalidades colectivas adolecen de una serie de carencias genéricas que no han sido superadas con el paso del tiempo, circunstancia que, junto a otras, quizás explique que en la actualidad haya remitido el afán investigador en este campo. Pese a ello, lo cierto es que los historiadores, por muy alejados que se encuentren de esta temática, no encuentran excesivas dificultades para explicar o reconstruir los parámetros ideológicos y mentales que condicionaron o pudieron condicionar la vida y la actitud de los diversos grupos sociales a lo largo de nuestra historia contemporánea.

Conocido el contexto político, las condiciones socioeconómicas y los contenidos fundamentales de las distintas corrientes ideológicas, los historiadores hemos sabido —o creído— sortear este tipo de dificultades. Con las habituales dosis de determinismo y lugares comunes, aderezadas con socorridas y salvíficas citas que con desigual pericia sabemos encajar en nuestros discursos, solemos salir airosos —o al menos eso es lo que preferimos pensar— del envite y del reto que nos lanza la historia de las mentalidades.

Sin embargo, si queremos ser consecuentes hemos de admitir la complejidad del problema y lo limitado de nuestros actuales conocimientos. A nuestro entender, y reconociendo que en las últimas décadas han aparecido interesantes aportaciones al conocimiento de las mentalidades colectivas, es necesario profundizar más en este campo, necesitado, como pocos, de explicaciones rigurosas y contrastadas. Aunque sólo sea para fundamentar con rigor y coherencia ciertas interpretaciones, la historia de las mentalidades necesita desarrollarse convenientemente. No se trata tanto de realizar descubrimientos espectaculares ni de cambiar radicalmente nuestra percepción de determinados fenómenos, sino más bien de dotar de rigor explicativo a este sector de la historiografía, plagado de juicios y valoraciones necesitadas de demostración.

En este sentido, cada vez se es más consciente —en contra de lo que parecían propugnar determinadas corrientes historiográficas y de la evolución reciente de la historiografía— que el avance científico en las distintas ramas de conocimiento se consigue más en intensidad que en extensión. Más que trocear nuestro objeto de estudio en interminables parcelas espacio-temporales, es necesaria una mayor profundización en el análisis de realidades que a veces por ser —o parecernos— tan evidentes, hemos asumido sin ningún tipo de cuestionamiento. No nos damos cuenta, o preferimos no darnos cuenta, de que las actitudes de individuos y grupos sociales a veces tienen menos que ver con su ubicación espacial que con percepciones y cosmovisiones unificadoras de criterios, actitudes y comportamientos.

Conscientes de estos problemas y con el deseo de contribuir cuando menos a amillarlos, hemos orientado nuestra investigación en varios frentes temáticos conectados entre sí por una única y común preocupación metodológica. En este sentido, y aunque somos conscientes de las reticencias existentes ante afirmaciones de esta naturaleza,

hemos de reconocer y proclamar que solemos considerar secundario el tema específico de investigación. Nos interesa el caso concreto en la medida que nos permita proyectar sobre él aplicaciones metodológicas orientadas al conocimiento de aspectos más generales del comportamiento humano. El centro de la investigación queda pues desplazado, hasta el punto de que las dimensiones temáticas y espacio-temporales concretas –por ejemplo, el federalismo en la zona de Plasencia durante el Sexenio democrático– en lugar de constituir el objetivo último de la investigación, se convierten en una especie de banco de pruebas sobre el que realizamos experimentos de laboratorio.

En otras palabras que nos aproximan al periodo cronológico que le corresponde a este artículo, nos interesó siempre más el fenómeno de transmisión de ideología en general que la ideología transmitida por un periódico federal de la zona de Plasencia durante el Sexenio democrático. El objetivo último de la investigación trascendía las coordenadas espacio-temporales concretas, pero para conseguirlo era necesario trabajar con un material específico al que aplicar una metodología adecuada. Al final, se podía llegar a un conocimiento satisfactorio en lo que se refiere al tema puntual de análisis –el federalismo placentino durante el Sexenio– pero nuestra verdadera preocupación era avanzar en la explicación de otro tipo de problemas.

Somos conscientes de que un planteamiento historiográfico de esta naturaleza necesita estar solidamente fundamentado, pues de lo contrario podríamos sucumbir ante esa especie de neopositivismo que amenaza con adueñarse de las nuevas orientaciones historiográficas. Conviene, pues, explicar desde el primer momento cuáles son nuestras premisas y cómo enfocamos la cuestión de las mentalidades colectivas. Aunque de lo que llevamos dicho, puede inferirse que evidentemente éste no es el primer trabajo que dedicamos a esta temática, queremos dejar constancia que sí es el primero en el que pretendemos plantear el problema en todas sus dimensiones.

En primer lugar, pensamos, como la mayoría de los historiadores, que el conocimiento de las mentalidades colectivas resulta imprescindible para explicar determinados comportamientos sociales, políticos y económicos en las distintas etapas históricas. Es decir, hay una relación más o menos directa entre acontecimiento y mentalidad, de tal manera que difícilmente podemos explicar determinados acontecimientos sin aludir a la mentalidad de las personas o grupos que los protagonizaron, con lo que la mentalidad se constituye en importante motor de la historia. Al lado de motivaciones sociales, económicas o políticas que explicarían determinados comportamientos y sucesos históricos, habría pues también que referirse a la influencia en el acontecer histórico de las cosmovisiones ideológicas y mentales presentes en los diversos grupos humanos.

Es decir, después de conocer con exhaustividad los acontecimientos y sucesos de las distintas etapas históricas, hemos de indagar sobre las concepciones mentales de los hombres que los protagonizaron, y ver la relación existente entre el acontecimiento y la mentalidad. Con ello, no pretendemos abonar los trillados y escurridizos terrenos de las

causalidades (y consecuencias) históricas, que en ocasiones, unas veces por exceso y otras por defecto, dificultan más que facilitan la comprensión de determinadas realidades. Así, no se trata tanto de jerarquizar causalidades como de sustantivar los fenómenos que puedan explicar las actuaciones individuales o colectivas.

El problema reside en que generalmente se ha entendido la mentalidad como la amalgama del resto de los condicionantes –sociales, económicos, políticos, culturales...– que operan sobre los individuos y los grupos sociales en cada momento histórico. Es decir, se ha tenido a nuestro modo de ver y aunque pueda resultar paradójico, una visión reduccionista –más adelante explicamos por qué– de la mentalidad colectiva. Se trataba de un reduccionismo hasta cierto punto determinista, ya que inconsciente y mecánicamente se equiparaba la mentalidad a los condicionantes sociales y económicos de los individuos o grupos sociales. No se diferenciaba bien entre una cosa y otra, y se hacía depender la mentalidad de las preocupaciones y condiciones materiales de los individuos, mientras que las circunstancias ideológicas o espirituales quedaban relegadas en su importancia. La mentalidad individual o social venía determinada o estaba condicionada por el grupo social al que se pertenecía, por las condiciones socio-económicas a que estaban sometidos los distintos grupos humanos, por la filiación y compromiso político de sus componentes, por el grado de cultura, etc, etc.

En este sentido, los análisis que se han hecho basándose en estos parámetros han explicado *satisfactoriamente* –¿*superficialmente*?– los comportamientos sociales en las distintas etapas históricas; eso sí, a costa de convertir la mentalidad en un comodín que de servir para todo, al final carecía en absoluto de especificidad. La mentalidad de los individuos o de los grupos sociales quedaba desdibujada en estas interpretaciones porque carecía de sustantividad y de contornos precisos. Sin embargo, y reconociendo la estrecha vinculación entre contexto histórico y mentalidad colectiva, los historiadores hemos ignorado algunos aspectos que, desde nuestro punto de vista, son fundamentales para adquirir un conocimiento adecuado en esta materia.

### **Mentalidad e ideología, mentalidad e información**

Además de los condicionamientos sociales y materiales, es evidente que la mentalidad individual y colectiva tiene que ver, por una parte, con las diferentes propuestas *Ideológicas* existentes en cada momento histórico, que engloban y a las que se adscriben los diferentes sectores de la población; y por otra, con la *Información* y el conocimiento que sobre diversos aspectos de la realidad histórica, de su realidad, poseían los individuos y los distintos colectivos sociales. A nuestro modo de ver, los historiadores no hemos tenido suficientemente en cuenta la capacidad movilizadora de la información ni la relación entre realidad histórica, realidad informativa e interiorización de las

distintas realidades por los diferentes grupos humanos, aspectos esenciales para comprender las actuaciones individuales y colectivas.

Que las actuaciones individuales y colectivas tienen que ver con el conocimiento, deformado o no, de las circunstancias, situaciones y realidades de cada momento histórico, es algo tan obvio que pensamos no necesita demostración. Las personas reaccionamos ante la realidad en función del conocimiento que sobre ella poseemos, con independencia de la objetividad de dicho conocimiento. Como ha escrito la profesora Amparo Moreno Sardá «la representación imaginaria de la realidad social que se nos ofrece a través de la realidad informativa, revierte así, en el comportamiento personal colectivo»<sup>1</sup>.

Así pues, al historiador se le plantea la necesidad de saber de qué manera captaron los individuos y los diferentes grupos sociales la realidad que les tocó vivir. Conocemos sus circunstancias sociales y materiales, pero si queremos huir del determinismo –sin que por ello dejemos de reconocer la vinculación entre condiciones materiales e ideológicas– también tendremos que indagar sobre cosmovisiones menos apegadas a la materialidad de la existencia. Para explicar los comportamientos humanos, y consiguientemente la mentalidad, hay que profundizar también en la percepción que poseían los distintos colectivos sociales del mundo en el que estaban inmersos. Desde esta perspectiva, importan menos las cualidades objetivas de Amadeo de Saboya que la visión que sobre este personaje histórico poseían los diferentes grupos sociales, aspecto en el que con toda seguridad existirían escasísimas diferencias entre un republicano extremeño, murciano o gallego.

Por todo ello, el historiador de las mentalidades además de considerar condicionamientos materiales y sociales, debe averiguar y valorar qué conocían y qué ignoraban los distintos sectores sociales que esté analizando. Pero tan importante como lo que conocían o lo que ignoraban es la visión «deformada» –es decir *ideologizada*– que poseían sobre personas y acontecimientos. Es en este aspecto donde confluyen las dos variables –ideología e información– a las que otorgamos tan decisiva importancia en la conformación de las mentalidades colectivas. Es obvio que nunca poseemos un conocimiento objetivo de la realidad, y mucho menos en etapas históricas como el siglo XIX, en el que los canales de información estaban consciente y profundamente ideologizados. El historiador ha de pasar, si quiere ser coherente con estos planteamientos, al estudio de los medios por los que circulan las noticias, y al análisis de las formas en que se transmiten los conocimientos y la información en una sociedad determinada. Las

---

1 Amparo MORENO SARDÁ, «Realidad histórica y Realidad informativa. La reproducción de la realidad social a través de la prensa» VV.AA., *La prensa de los siglos XIX y XX. Metodología, Ideología e Información. Aspectos económicos y tecnológicos*. I Encuentro de Historia de la Prensa (Servicio Editorial Universidad del País Vasco, 1986. p. 155.

personas captan la realidad a través del medio que transmite el acontecimiento, con lo que la realidad informativa adquiere la singularidad de un agente histórico de primera magnitud.

### **Prensa y mentalidad colectiva**

Aunque hay que reconocer que no hemos sabido aprovechar la potencialidad de esa excelente fuente de información, los contemporaneistas disponemos de un medio muy directo para conocer la información –ideologizada– y consiguientemente la mentalidad de los diferentes grupos sociales en los diversos momentos históricos. Nos estamos refiriendo, obviamente, a la prensa, que durante buena parte del periodo contemporáneo fue más un medio de opinión que de información, a pesar de lo difícil que resulta establecer diferenciaciones de esta naturaleza, pues como refiere el profesor Tuñón «... la prensa de opinión es ideología confesada y la prensa de información es ideología sin confesar»<sup>2</sup>. Llegados a este extremo, conviene puntualizar desde el primer momento que en ningún modo pretendemos decir que se haya minusvalorado el papel de la prensa como fuente histórica de primera magnitud, pues sabemos que en realidad ha ocurrido todo lo contrario; lo que deseamos indicar es que se han ignorado importantes virtualidades del medio periodístico para el estudio de la historia de las mentalidades.

Los historiadores estamos acostumbrados a considerar a la prensa como fuente complementaria, cuando no básica, de información y de contraste de información, y en numerosas ocasiones lamentamos la falta de objetividad del medio periodístico. Pocas veces hemos caído en la cuenta –y cuando lo hemos hecho, hemos sido muy poco consecuentes– de que precisamente esa subjetividad, analizada con criterios metodológicos adecuados, constituye el mejor basamento sobre el que apoyar el análisis de las mentalidades colectivas.

El problema radica, a nuestro modo de ver, en que no se han extraído todas las consecuencias que se derivan de la consideración de la prensa como motor y reflejo de la opinión pública y de los acontecimientos; dos características del medio periodístico, tanto la activa como la pasiva, que hasta el momento han sido insuficientemente explotadas. La prensa cuando transmite información genera y al mismo tiempo refleja la opinión de los individuos y grupos sociales a quienes va dirigida. Como ha puesto de manifiesto Clara E. Lida la afinidad entre emisarios y destinatarios del mensaje periodístico es incuestionable: «cuando un partido utiliza su propio periódico nos encontramos ante una comunicación directa y unívoca, que se dirige a un público cuya comunidad ideológica con el emisor es dada por descontado. Esto garantiza la descodificación

---

2 Manuel TUÑÓN DE LARA, *Ibid.*, p. 15.

del mensaje en el modo deseado por el emisor»<sup>3</sup>. Es decir, en coyunturas como la del Sexenio democrático cuando la prensa periódica era prácticamente el único canal masivo de información, el medio periodístico se revela como un potente espejo donde quedan reflejados cosmovisiones, conocimientos, actitudes y comportamientos de los diferentes colectivos sociales.

Considerar a la prensa como reflejo de la sociedad supone asumir positivamente la subjetividad del medio periodístico. La lectura de un periódico federal durante el Sexenio democrático es el mejor medio para captar la mentalidad de los sectores sociales afines al republicanismo, y no sólo de los lectores que consumían la información periodística. En primer lugar, porque la información que contiene y transmite el periódico posiblemente fuera la única que, exceptuando las circunstancias y vivencias personales, tuvieran muchas personas del mundo en que vivían. De tal manera que el periódico, al constituirse en el único medio que posibilita la conexión del individuo con los diferentes entornos en que se desarrolla su existencia, revela indirectamente una gran cantidad de información, insuficientemente aprovechada.

Por otra parte, consideramos que la prensa es el mejor medio para analizar la mentalidad colectiva porque, además de su carácter propagandístico y masivo, ofrece la posibilidad de observar la influencia de la coyuntura en la elaboración y transmisión del mensaje ideológico. Las noticias sobre acontecimientos transmitidas por la prensa están sometidas indefectiblemente a un proceso de ideologización, que supone la adaptabilidad de la ideología al análisis de la dinámica cotidiana. Las cambiantes circunstancias sociales y políticas modulan y condicionan la información que transmite el periódico, que a lo largo del siglo XIX se convierte en el único canal de información que nos ofrece la posibilidad de observar la interrelación entre medio de comunicación (periódico), contexto (coyuntura) y mensaje (ideología). Y es que, como apunta Extramiana el corpus doctrinario de una ideología «se matiza considerablemente en contacto con una realidad cambiante y movediza»<sup>4</sup>, con lo que la ideología alcanza el dinamismo que le corresponde. Es en el análisis de la coyuntura donde se manifiesta con todo rigor el rol asignado a los órganos de prensa.

Se impone, pues, el análisis de la forma en que el medio da a leer el acontecimiento, porque la interpretación que de ellos se hace en el periódico ha de estar en consonancia con los principios doctrinales que defiende la publicación, pues hay que tener en cuenta que en esos momentos la importancia de la noticia radica más en su función como generadora de un discurso ideológico que en sí misma. Muchos acontecimientos se utilizan como pretexto para proyectar sobre ellos un conjunto de reflexiones de carácter

---

3 Clara E LIDA, «Notas sobre la prensa anarquista» en *La Revolución de 1868. Historia, Pensamiento y Literatura*. Madrid, Las Américas, 1970, p. 3.

4 AUTORES VARIOS: *Metodología de la Historia de la Prensa Española*. Madrid, 1982, p. 326.



doctrinal en torno a la política y gobierno republicano. Los acontecimientos contribuyen a matizar y perfilar el corpus doctrinario de una determinada ideología.

A todo lo que llevamos dicho, algunos podrían objetar que amplios sectores del republicanismo ni fueron ni tenían por qué ser lectores asiduos de prensa, que el periódico en realidad llegaba a muy pocos y que no se puede exagerar la importancia de la prensa en una sociedad con un elevado índice de analfabetismo y un bajísimo nivel cultural. A nuestro modo de ver, los que así opinan no tienen suficientemente en cuenta que la prensa además de generar mentalidad, de crear opinión pública, refleja la opinión, las aspiraciones y los conocimientos de los sectores concretos a quienes va dirigida: la identificación entre publicistas y destinatarios –y los receptores de la información no son solamente los potenciales lectores de una determinada publicación– hay que analizarla desde la reciprocidad.

Existe una afinidad muy grande entre redactores y lectores, hasta el punto de que muchos análisis e interpretaciones de la realidad están condicionados por las aspiraciones de los sectores afines a una publicación, es decir, por cosmovisiones de los destinatarios, que no son personas aisladas sino grupos de referencia. El periodista decimonónico en ocasiones se convierte en portavoz de los intereses, aspiraciones y opiniones –refleja la cosmovisión– de los diferentes grupos sociales afines a su publicación. El periodista por una parte adoctrina a sus interlocutores, les enseña la realidad que no conocen directamente; pero por otra, siempre tendrá en cuenta que las interpretaciones y conclusiones de sus escritos han de estar en consonancia con los objetivos perseguidos por los potenciales destinatarios de la información, correligionarios o no. El receptor también condiciona el mensaje y la propia codificación de la noticia. El periodista selecciona las noticias y las codifica de una determinada manera, pero tendrá muy en cuenta, tanto en la elaboración del mensaje como en su criterio selectivo, a los receptores de su información. Y este aspecto afecta tanto a la información como a la interpretación de los acontecimientos. Hemos de tener en cuenta que a la hora de codificar sus mensajes, los emisores buscan ante todo adoctrinar y crear opinión pública, pero también la afinidad y la mayor identificación posible con su auditorio.

Así, como hemos escrito en otro lugar, el historiador de las mentalidades que utilice la prensa como medio de análisis ha de procurar conocer a los destinatarios del mensaje periodístico, saber cómo eran, qué pensaban, qué sabían, qué información les llegaba y cómo les era transmitida, y lo que supuso la publicación de que se trate en la mentalidad y aspiraciones de las personas a quienes iba dirigida. Para ello ha de observar la selección que de los acontecimientos realiza el periódico, los hechos que resalta, anuncia o silencia, el grado de deformación a que es sometida la noticia, los ámbitos espacial y temático de interés informativo, el criterio de actualidad de las noticias, la forma en que se codifican los mensajes, y el nivel de coherencia ideológica en el análisis de la dinámica cotidiana.



## **La topología del discurso y la teoría de la información**

Lo dicho hasta aquí puede resumirse en que para estudiar la mentalidad debe conocerse la información que los individuos poseen sobre la realidad que les ha tocado vivir, información que se presenta y transmite siempre ideologizada a través de los diversos canales de comunicación existentes en cada momento. Como la prensa es el medio de comunicación por excelencia de los diversos grupos sociales durante el Sexenio democrático, se impone un estudio del contenido de la prensa que tenga en cuenta los aspectos anteriormente aludidos: la mentalidad como resultado de una información ideologizada. Hay pues que analizar con métodos adecuados la relación entre ideología y mentalidad, por una parte, y entre mentalidad e información, por otra. El problema es eminentemente metodológico. Sin metodología adecuada estaríamos propugnando nuevas vías para el desarrollo de la erudición, y nada más lejos de nuestra intención.

Que la mentalidad está estrechamente relacionada con la ideología, resulta evidente. Cada ideología al ser transmitida genera un proceso de conformación de mentalidad. Los artículos y noticias que incluyen los diversos órganos de prensa responden a un referente ideológico preciso pero hay que concebirlos como mensajes de mentalidad, con mayor o menor contenido ideológico. Existe un determinado referente conceptual, de relaciones conceptuales correspondientes a la ideología de que se trate, al que se adaptan las interpretaciones de los acontecimientos, los artículos de fondo, e incluso los chistes y poemillas que incluyen los órganos de prensa. Es pues necesario observar de manera rigurosa la vinculación entre ideología y mentalidad contenida en el mensaje periodístico, y referida a un determinado entramado conceptual —cada ideología tiene el suyo—. Para ello, hemos realizado algunos estudios aplicando una propuesta metodológica original del profesor Antonio R. de las Heras, cuyos trabajos sobre teoría y método en historia contemporánea han constituido siempre el referente de nuestra tarea investigadora. No es nuestra intención ni tampoco disponemos de suficiente espacio para referir la potencialidad del método denominado *Topología del discurso*, que hemos aplicado en diversos contextos ideológicos<sup>4</sup> (bis), entre ellos al federalismo pimargalliano<sup>5</sup> y a

---

4(bis) Próximamente aparecerán publicados tres trabajos, realizados en colaboración con mi compañero el profesor DIAZ BARRADO, sobre los idearios andalucista (Blas INFANTE) y extremeño (Domingo DIAZ AMBRONA), y sobre el tránsito del Antiguo Régimen al Estado Liberal («Filósofo Rancio» y MUÑOZ TORRERO). Los dos primeros fueron presentados en el 2º Congreso de Historia de Andalucía celebrado en Córdoba en 1991, y el último en el Congreso-Homenaje al profesor Miguel ARTOLA organizado por la Universidad Autónoma de Madrid en 1993.

5 Juan SANCHEZ GONZALEZ, *La topología del discurso y su aplicación al estudio de «Las Nacionalidades» de Francisco Pi y Margall*, en *Norba. Revista de Historia*. Nº 10. Cáceres, Universidad de Extremadura, 1991, pp. 199-214.

los mensajes de mentalidad transmitidos por un periódico federal de la zona norte de Extremadura durante el Sexenio Democrático<sup>6</sup>.

Que la mentalidad depende de la información que sobre la realidad, su realidad, poseen los individuos y los diferentes grupos sociales en un contexto histórico determinado, creemos que también ha quedado suficientemente argumentado. Si admitimos que los individuos perciben el mundo que les rodea por la información que reciben a través de los diversos canales de comunicación existentes en cada momento, tendremos que otorgar una importancia singular al proceso de comunicación, de transmisión de información, y convertirlo en objeto específico de estudio. Para ello, y si queremos huir de estériles ejercicios eruditos, nada mejor que servirnos del utillaje conceptual que proporciona la *Teoría de la Información*<sup>7</sup>, que pese a su original carácter técnico y a que fue concebida fundamentalmente para receptores tecnológicos o para un receptor humano estandarizado, permite extraer con valor intuitivo una serie de conclusiones extremadamente interesantes para el caso que nos ocupa.

Como carecemos de una metodología suficientemente elaborada capaz de adaptar dicha teoría —diseñada para el análisis y estudio de otras realidades— al estudio de las mentalidades colectivas, tan sólo nos podemos mover, en sentido estricto, en los límites del ensayo, pero aún así la experiencia resulta intelectualmente gratificante. Hasta que dicha metodología acabe de ponerse a punto, resulta muy útil aplicar e integrar los conceptos esenciales creados por la ciencia de la comunicación al campo de las ideologías: Emisor, Mensaje, Canal, Receptor, Codificación, Descodificación, Ruido y Redundancia. También en este sentido, hemos realizado algunos trabajos aplicados al Sexenio democrático, a cuyos resultados y nuevas valoraciones nos referimos a continuación.

### **El mensaje y la mentalidad republicana durante el Sexenio democrático**

Uno de los aspectos que siempre nos interesó del Sexenio democrático, perceptible también en otras etapas históricas, fue explicar la desilusión de amplios sectores sociales a medida que transcurría la experiencia revolucionaria. La historiografía ha puesto énfasis, lógicamente, en vincular dicha desilusión a la inestabilidad y desorden existente y a la escasa operatividad de los sucesivos gobiernos que ni estuvieron a la altura que las circunstancias requerían, ni supieron acometer las reformas prometidas. Sin embar-

6 Juan SANCHEZ GONZALEZ, *El Cantón Extremeño (1869-1874). Estructura ideológica y Mensajes de Mentalidad*. Memoria de Licenciatura inédita dirigida por el Dr. Antonio R. de las Heras. Cáceres, Facultad de Filosofía y Letras, 1986.

7 Partimos de la base de que dicha teoría «se presenta con una rigidez dogmática que manifiesta su inadecuación cuando intentamos aplicarla al receptor humano, es decir, a los problemas de la percepción». Cfr. Abrahan. MOLES, *Teoría de la Información y Percepción estética*. París. Júcar 1976. P. 95.

go, y pese a lo certero de esta explicación tan generalizada, consideramos necesario profundizar más en esta cuestión, dados los numerosos interrogantes que aún no han sido resueltos.

Para avanzar en este terreno sería necesario demostrar –y no sólo describir o narrar– cómo se generó ilusión en la sociedad española con motivo de la revolución de septiembre, para luego poder explicar cómo se fue generalizando en la opinión pública ese creciente grado de insatisfacción a medida que transcurría el Sexenio democrático. Con el paso del tiempo, y en la medida en que no se alcanzaban los logros previstos, la mayoría de los colectivos sociales se sintieron defraudados y se fue generalizando la idea de que el pueblo había sido engañado y traicionado. Así, por poner tan sólo dos de los muchos ejemplos que podemos aducir, la llegada de Amadeo a España fue interpretada por muchos republicanos como la constatación de que la revolución había quedado definitivamente postergada; y a lo largo de 1873 a las ilusiones primeras por ver consolidada la República seguirá la más profunda y desairada desolación. Estado de ánimo, este, que fue acompañado de consideraciones despectivas e irónicas acerca de los sucesivos gobiernos y de las personalidades políticas más relevantes del momento. Incluso creció el desencanto y la desconfianza hacia la mítica potencialidad del sufragio universal. Periódicos de provincias, como *El Cantón Extremeño*, lamentaron frecuentemente el desvirtuamiento del sufragio por las incalificables arbitrariedades e injerencias de los gobiernos, e incluso porque el pueblo se había convertido en víctima de los embaucadores políticos y de su ignorancia.

Si somos consecuentes con reflexiones anteriores, hemos de conectar la ilusión –y la desilusión– existente en los diferentes grupos sociales con la ideología profesada por cada uno de ellos; es decir, las expectativas de los diversos colectivos debían, razonablemente, estar en consonancia con las aspiraciones programáticas contenidas en los respectivos idearios políticos: en la medida en que aspiraciones confesadas y objetivos perseguidos no se cumplieran crecería la desilusión de los distintos grupos sociales con el nuevo modelo político. Desde ese punto de vista, habría también que conectar la ideología con la realidad, y analizar en qué medida las diferentes propuestas ideológicas y los distintos modelos de sociedad podían alcanzar una viable materialización; es decir, hay que estudiar la capacidad de los distintos idearios y de sus principales impulsores para modificar el orden establecido. Esto último nos conduce al espinoso tema de si los distintos grupos sociales fueron plenamente conscientes de la ideología que profesaban, de si conocían el verdadero alcance de la misma, y de si sus dirigentes habían diseñado estrategias adecuadas para actuar sobre la realidad y modificarla para alcanzar los objetivos ideológicos programados. Cuestiones todas muy interesantes cuyo esclarecimiento resulta cada vez más problemático.

Así pues, intentar explicar desde el punto de vista ideológico por qué durante el Sexenio se incrementó el distanciamiento entre los distintos grupos sociales y los suce-

sivos gobiernos –tanto monárquicos como republicanos–, es mucho más complicado de lo que a primera vista pudiera parecer. Circunscribiéndonos al ámbito del republicanismo popular, deberíamos encontrar respuestas a preguntas como las siguientes: ¿las grandes expectativas que generó la revolución de septiembre en amplios colectivos sociales pueden atribuirse a la simplicidad con que se transmitieron determinadas ideologías, sólo atentas a la difusión de grandes principios y alejadas de las condiciones –y condicionantes– reales de la sociedad española? ¿supieron los políticos y publicistas republicanos transmitir la operatividad y viabilidad del mensaje que defendían y fueron conscientes de su verdadera capacidad para transformar la sociedad en función de dichos principios? ¿el radicalismo –por contraposición a posibilismo– de las manifestaciones ideológicas de los republicanos estaba fundamentado en un riguroso análisis de la realidad española y en la existencia de estrategias de cambio plenamente asumidas y compartidas? ¿estaban los políticos y publicistas republicanos preparados para hacer frente a las dificultades y para poner en marcha el programa de reformas que prometían y en el que confiaban los sectores sociales afines al republicanismo? ¿los políticos y publicistas republicanos se vieron desbordados por la realidad? ¿no prometieron más de lo que ellos mismos estaban dispuestos a realizar? ¿fue necesario actuar así para conquistar el poder? ¿qué grado de correspondencia existía entre la mentalidad de los grupos que eran o se sentían republicanos y las facultades o deseos de los líderes políticos por cambiar la realidad en consonancia con el ideario que predicaban? y, por último, ¿la progresiva insensibilidad de los diferentes colectivos sociales frente a los problemas con que se encontraron los sucesivos gobiernos republicanos tuvo que ver con la manera en que se codificó y descodificó el mensaje republicano?

Las apreciaciones de historiadores especialistas en este periodo son elocuentes, aunque, a nuestro modo de ver, algunas no están suficientemente fundamentadas. Hennessy, en su célebre y ya clásico trabajo, indica que la eficacia de los propangadistas federales «se debía más al manejo de las pasiones y prejuicios populares que a una política constructiva»<sup>8</sup>. Gumersindo Trujillo considera que «el movimiento federal español acusa una clara inmadurez de sus fundamentos ideológicos que afecta no sólo a los aspectos tácticos de su actuación como fuerza política sino incluso a sus propios objetivos fundamentales.»<sup>9</sup>. Para Oliver Sanz «lo que en sí era la república federal quedaba sólo en posesión de los pocos intelectuales que la habían propagado»<sup>10</sup>, aunque no todos los propagandistas alcanzaban tal cualificación, pues, a su modo de ver, «la mentalidad deformada de tantos como se creían republicanos, sin saber lo que en sí eran, fluía por cauces cada vez

8 C. A. M. HENNESSY, *La República federal en España. Pi y MARGALL y el movimiento republicano federal, 1868-1874*, Madrid, Aguilar, 1974, p. 79.

9 Gumersindo TRUJILLO, *Introducción al federalismo español*, Madrid, 1967 p. 209.

10 Emilio OLIVER SANZ DE BREMOND, *Castelar y el periodo revolucionario español (1868-1874)*, Madrid, 1971, p. 20.

más profundos»<sup>11</sup>. Tuñón de Lara refiriéndose en a los receptores del mensaje escribirá que «...el campesinado andaluz o extremeño se hacía una idea muy particular de la República Federal; nada sabía del «pactismo» y, para él, la «Federal» y la «Social» se confundían fácilmente y significaban la posesión de la tierra»<sup>12</sup>

Desde los planteamientos metodológicos expuestos al principio, pensamos que se pueden fundamentar y justificar muchas de estas ideas, hasta el momento insuficientemente demostradas. Es una realidad que el mensaje republicano federal fue muy mal asimilado por sus destinatarios, que el campesino y el artesano no lograron captar la esencia de esta doctrina, no consiguieron descodificarla correctamente, y ello se debió, en gran medida, a la propia forma en que les fue transmitida. El receptor no asimiló correcta ni globalmente el verdadero alcance de la doctrina que se le transmitía, pues se dejó llevar por sus anhelos y prejuicios: el federalismo se convirtió en un mito y una panacea que sus propagadores se encargaron premeditadamente de fomentar.

Estas apreciaciones resultan del intento de aproximación a la mentalidad de los republicanos extremeños de la derecha del Tajo durante el Sexenio democrático según la información que acerca de la realidad sociopolítica les proporcionaba su principal medio de comunicación, *El Cantón Extremeño*, órgano portavoz del federalismo placentino y de la derecha del Tajo, y uno de los periódicos republicanos más importantes del Sexenio democrático en Extremadura. Consecuentes con los planteamientos iniciales expuestos al principio de este trabajo, hemos considerado que el conocimiento de la percepción que los distintos componentes sociales poseen sobre su realidad más inmediata y la influencia que ello tiene en el comportamiento personal colectivo, proporciona al investigador unos indicadores básicos para interpretar correctamente aspiraciones, anhelos y actuaciones de dichos grupos sociales. Nuestro análisis se ha centrado en la interrelación entre el medio que proporciona la información, la forma en que es interpretado el acontecimiento y por tanto la concepción de la realidad que adquiere el receptor. Partiendo de estas premisas, podemos explicar por qué el federalismo no fue entendido suficientemente por las masas republicanas.

En un primer momento nos interesó conocer, sin más, la información y la valoración de los acontecimientos que transmitió *El Cantón Extremeño* a sus correligionarios<sup>13</sup>, para captar así la interpretación que de la realidad les fue inculcada a los republicanos placentinos. Así, sabemos por ejemplo qué acontecimientos adquieren una gran difusión en el periódico, cómo se interpretan, de qué hechos importantes apenas les

---

11 Ibid., p. 233.

12 Manuel TUÑÓN DE LARA, «El problema del poder en el Sexenio (1868-1874)» en *La Revolución de 1868. Historia, Pensamiento y Literatura*. Madrid, Las Américas, 1970, p. 185.

13 Juan SANCHEZ GONZALEZ, «Análisis del Acontecimiento a través de la prensa: El Cantón Extremeño durante el Sexenio Democrático», en *Revista Alcántara*, n° 12, Cáceres, Servicio de Publicaciones de la Institución Cultural «El Brocense», 1987. pp. 31-47.

llega información, como se transmiten los valores y principios ideológicos republicanos, etc. No disponemos de espacio para entrar en detalles, pero los resultados obtenidos fueron esclarecedores, sobre todo cuando en una segunda etapa los analizamos en función de la teoría de la información.

El segundo paso fue, pues, aplicar algunos conceptos de la teoría de la información para analizar el fenómeno de transmisión de ideología<sup>14</sup>. Estudiamos el Ruido y la Redundancia en la transmisión del mensaje federal emitido por *El Cantón Extremeño* y pudimos argumentar que gran parte de la culpa de la incorrecta percepción del federalismo por parte de las masas la tienen los propios publicistas republicanos que lanzaron un mensaje ambiguo y carente de concreciones sobre temas puntuales, que elude los conceptos más problemáticos del credo federal. Tampoco podemos profundizar en dicha cuestión, pero quizá convendría, en este punto, ser algo más explícitos.

En el seno del republicanismo coexistieron diversas tendencias –federales, unitarios, pactistas, organicistas, etc– que partían de un tronco ideológico común y de un mismo sistema de referencia ideológico, y que con el paso del tiempo se convirtieron en antagónicas. Existe pues en el seno del mensaje –múltiple– federal un Ruído interno que los publicistas de diversas tendencias no anularon, porque la Redundancia se empleó para fijar aquellos conceptos tan abstractos y generales que pertenecían al acervo común del republicanismo. Los matices diferenciales difícilmente llegarían a captarlos los republicanos placentinos pues su órgano de expresión cuando incluía artículos doctrinales y cuando transmitía a sus lectores su valoración de los acontecimientos, insistió –empleo la Redundancia– en aquellos conceptos –Libertad, Justicia, Progreso, Educación, etc– compartidos por las masas republicanas en general, mientras que no descendió a los terrenos donde se debatía el ser o no ser del republicanismo: Asociacionismo, Pactismo, Constitución, articulación político-territorial, etc. Las diferencias entre las corrientes republicanas eran fundamentales pero al afectar a aspectos relativamente alejados de las preocupaciones primarias de los individuos, no se reflejaron, como les hubiera correspondido, en los medios masivos de comunicación, con lo que la ambigüedad y el confusio-nismo alcanzaron una gran significación. Así, mientras apenas existía unanimidad de criterio en el republicanismo, la mayoría de las personas que compartían este credo político se sentían republicanos, sin más. Es decir, los receptores del mensaje republicano adquirieron una mentalidad deformada y parcial de la ideología, que decían profesar. La mayoría de los republicanos no sabían verdaderamente cuál era el alcance de la doctrina que tan ardorosamente defendían, pues no veían más allá que un conjunto de valores mitificados: libertad, igualdad, progreso, propiedad individual..., que cada vez les aleja-

---

14 Juan SANCHEZ GONZALEZ, «Teoría de la Información y análisis ideológico, Ruido y Redundancia en la transmisión del mensaje federal», en *Actas del I Encuentro de Jóvenes Investigadores Extremeños*, Cáceres, Servicio de Publicaciones de la Institución Cultural «El Brocense», 1990. pp. 297-307.

ban más de la realidad o les enfrentaban más con ella.

La prensa republicana de provincias, sin una visión certera de lo que acontecía en los centros de decisión política, se encomendó a pedir y a exigir cambios en consonancia con los principios ideológicos republicanos. Había excesiva impaciencia por disfrutar de los logros de la revolución de septiembre, y se pensaba que los cambios sociales y económicos debían deducirse mecánica y casi automáticamente de los cambios políticos. Ningún obstáculo podía ser suficientemente sólido como para derribar la fuerza arrolladora de los nuevos principios ideológicos. No había tiempo para adaptar los nuevos principios a la realidad concreta de la sociedad española. Los nuevos políticos de la situación tampoco habían ejercitado ni previsto esta situación.

Desde la prensa se reclamaba a los gobiernos que pusieran rápidamente en práctica los principios esgrimidos al comienzo de la revolución de septiembre, sin analizar los medios para llevarlos a cabo. Los periódicos y los republicanos de provincias no repararon ni valoraron el inevitable choque entre ideales y realidad. La lógica de los periodistas y de las bases republicanas era aplastante. Pedían a los gobiernos que fueran consecuentes con los principios ideológicos que suscitaron el apoyo de las masas a la revolución. Los gobiernos lo único que tenían que hacer era cumplir lo que habían prometido, y desarrollar los principios programáticos. Nadie hablaba de las dificultades que habría que vencer para cambiar y modificar la realidad y el orden vigente. Los periodistas parecían ignorarlas y los políticos daban la impresión de no haberlas previsto. Ahí fue donde residió el problema. Había deseos de cambio, pero daba la impresión de que se carecía de estrategias para modificar las estructuras y realidades vigentes. Todo el mundo hablaba de la libertad, pero muy pocos encontraron la manera de desarrollar y concretar en la práctica dicho principio.

Aunque ciertamente las circunstancias no resultaron nada propicias, se produjo la paradoja de que una nueva clase política, en nombre de amplios colectivos sociales a los que había transmitido fuertes dosis de ilusión, tomó las riendas del Estado, y una vez al frente del poder se reveló incapaz de implantar los nuevos principios que tan ardorosamente habían defendido en el club, en el folleto y en el artículo periodístico. Los republicanos, salvo contadas excepciones, no tenían preparado ningún tipo de estrategia para implantar los nuevos principios que debían regir la sociedad española. Parecía que todo lo habían fiado a la conquista del poder, a la implantación de la República, mientras que muy poco estaba previsto para el día después. La propia proclamación de la República les había cogido desprevenidos. Al final, los republicanos se vieron superados por los acontecimientos, por los excesos carlistas y cantonales. El problema, a nuestro modo de ver, no fue tanto de demagogía como de incoscienza. Eran, en su mayoría, hombres voluntariosos y fieles a unos ideales, pero más que como políticos, actuaron como periodistas.

Había mucha ilusión social comprometida y no se supo estar a la altura de la cir-



cunstancias. Se había hablado mucho de principios abstractos, pero muy pocos repararon en que el problema residía en la concreción práctica de dichos principios. Parecía que nadie tenía la receta de cómo conseguir lo que hasta ese momento había predicado incesantemente. La revolución se había hecho en nombre de la libertad, pero muy pocos revolucionarios tenían claro qué hacer y cómo actuar para que tan preciado concepto se integrase en la vida cotidiana de los españoles. Y los diferentes grupos sociales demandaban respuestas certeras y prácticas a sus correspondientes problemas. Los periodistas, los transmisores y forjadores de mentalidad, se pusieron del lado del «pueblo», y fueron abandonando paulatinamente a las personas y órganos rectores del republicanismo. Comenzaron a ser más reflejo que motor de la opinión pública y de los acontecimientos. El receptor era ahora el que condicionaba la codificación de un mensaje que se mantuvo en la abstracción de los principios etéreos, y por ello en el antigubernamentalismo, por mucho que fueran republicanos los miembros del gobierno.

La prensa republicana de provincias —como es el caso de *El Cantón Extremeño*— se dedicó a criticar a los gobiernos desde la lógica aplastante de las promesas incumplidas. Ningún artículo en la prensa que justificase o rechazase con argumentos técnicos las reformas hacendísticas de Figuerola, sólo recriminaciones al ministro y al gobierno que sustituyó el impuesto de consumos por otro no menos impopular, la capitación. Desde la calle se reclamaban reformas y que se pusieran en práctica los principios ideológicos impulsores de la revolución. Los políticos del momento no supieron encontrar la forma de llevar a la práctica sus ideales. Muchos carecían de experiencia y profesionalidad para vencer o sortear los ingentes problemas y dificultades que tuvieron que afrontar. El paso de la redacción periodística a los puestos de responsabilidad pública fue excesivamente rápido en algunos casos, y no hubo tiempo para adaptarse a la nueva situación. Los sectores afines al republicanismo no lo entendieron así; por lo que hemos visto, y quizás en ello esté la clave de la situación, tampoco se les había «adoc-trinado» para ello. Y es que tan importante o más que inculcar en las personas el amor por la libertad era mostrar el camino para conseguirla. Esto último no supieron transmitirlo la mayoría de los publicistas republicanos. Posiblemente estuviera tan sólo en la mente de esas escasas personas que sí tuvieron una idea clara de los principios que defendían.