



TRABAJO FIN DE GRADO

WEEKLY ENGLISH NEWS, PRECURSOR EN ESPAÑA DE LA PRENSA EN INGLÉS

Trayectoria del suplemento lanzado por La Unión Mercantil en 1930

de

JULIO JOSÉ SERRANO PORRAS

TUTOR: Dra. Laura López Romero

**Departamento de Periodismo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA 2013|2014**



TRABAJO FIN DE GRADO

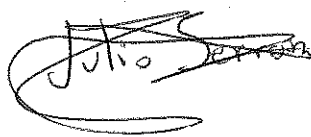
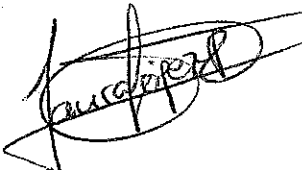
Periodismo

**WEEKLY ENGLISH NEWS, PRECURSOR EN ESPAÑA
DE LA PRENSA EN INGLÉS**

Trayectoria del suplemento lanzado por La Unión Mercantil en 1930

de

JULIO JOSÉ SERRANO PORRAS

		
Fdo. alumno/a	Fdo. tutor	Fdo. co-tutor *

Málaga, a .12. de...junio. de 2014

**Departamento de Periodismo
Facultad de Ciencias de la Comunicación
UNIVERSIDAD DE MÁLAGA 2013I2014**

Índice

Introducción	1
▪ Objetivos	1
Principales	1
Secundarios	1
▪ Resumen	1
▪ Metodología	1
Capítulo 1. La ciudad de Málaga a principios del siglo XX: política, turismo y mejora del bienestar social	7
1.1 La evolución del turismo en Málaga	7
1.2 Comunicaciones con la ciudad	9
1.3 Empresarios ingleses afincados en Málaga	10
Capítulo 2. El viajero inglés. En busca de la Andalucía romántica	12
2.1 Romanticismo europeo	12
2.2 Málaga y sus atractivos	12
2.3 La revolución industrial inglesa	15
Capítulo 3. Contexto periodístico: una época de transformaciones	16
3.1 El periodismo tradicional	16
3.2 Un nuevo sentido de la prensa	17
3.3 <i>La Unión Mercantil</i> y <i>La Unión Ilustrada</i>	17
Capítulo 4. Características de la prensa local dirigida a la colonia inglesa	19
4.1 Características del suplemento <i>Weekly English News</i>	21
4.1.1 Datos de cabecera y diseño	22
4.1.2 Análisis de contenido	22
4.2 <i>Weekly English News</i>: novedad informativa y predecesor de <i>SUR in English</i>	36
4.2.1 Final de la publicación	36
4.2.2 El antecesor de <i>SUR in English</i>	37
Conclusiones	39
Bibliografía	43
Anexos	45

Introducción

▪ **Objetivos**

Principales

- Realizar un análisis descriptivo de los números localizados para conocer el contenido de la publicación.
- Reconocer el alcance de *Weekly English News* y revelar su utilidad.

Secundarios

- Esclarecer el contexto social y económico en el que nace *Weekly English News*.
- Averiguar el perfil del turista inglés que visita Málaga en la época.
- Señalar los antecedentes de *Weekly English News* en la prensa local y nacional.

▪ **Resumen**

El desarrollo económico de Andalucía y, concretamente, de Málaga en la década de los 30 fue causa y consecuencia de la llegada de viajeros extranjeros. La búsqueda del buen clima, la tranquilidad de la costa y los elementos propios del romanticismo de la época se convirtieron en factores de gran interés que fomentaron el crecimiento de la ciudad como destino turístico, hasta convertirse en el referente que es en la actualidad.

El aumento de los viajeros foráneos en Málaga supuso el surgimiento de un nuevo público para los diarios de la época. Desde la propia colonia inglesa surgieron iniciativas de periódicos en su lengua. Sin embargo, *La Unión Mercantil* firmaría un precedente en la Costa del Sol y España al lanzar en noviembre de 1930 un suplemento totalmente en inglés, precedente de publicaciones de gran importancia como *SUR in English*.

▪ **Metodología**

En la realización de esta investigación ha sido utilizado un enfoque metodológico cuantitativo, que también se conoce por la interpretación de gráficas y números a la vez que se trabaja sobre la naturaleza e impresiones del tema enfocado. En el camino para cumplir los objetivos nombrados anteriormente, como la recopilación de los números publicados por *La Unión Mercantil* y el análisis de los contenidos, entre otros, han surgido diversos obstáculos relacionados con la falta de fondos en los archivos disponibles, la pérdida de documentos de la época o el escaso trabajo existente acerca de este tema en concreto. Esto último, exceptuando las importantes aportaciones del catedrático de la Universidad de Málaga Juan Antonio García Galindo.

Enfoque metodológico

En el transcurso y realización de este trabajo se ha utilizado un enfoque metodológico basado en métodos y técnicas cuantitativas de análisis de contenido. Este tipo de análisis, como técnica de investigación, está destinado a formular deducciones válidas y aplicables al contexto a partir de

ciertos datos (Krippendorff, 1990: 36). En este sentido, Klaus Krippendorff señala una serie de puntos de gran importancia para implementar el análisis de contenido cuantitativo como técnica de investigación:

- Los datos son elementos básicos y el analista debe ser incapaz de manipular la realidad e influir en los hechos.
- Los datos pueden ser contados, medidos y cuantificados.
- Es necesario que haya pruebas que validen los resultados.

En este caso en concreto, se han aplicado instrumentos como fichas de análisis para recoger datos y gráficos con el fin de resumir e interpretar los contenidos.

La ficha de análisis creada ha facilitado en gran parte la extracción de los datos y, por tanto, la elaboración de una imagen sólida y fiable del suplemento de *La Unión Mercantil*. En total, la muestra es de 22 números, desde el seis de noviembre de 1930 al nueve de abril de 1931, y se adjunta en los anexos. En esencia, la ficha de análisis trata de resumir en tres páginas la información clave para entender los objetivos informativos y la evolución en el tiempo de publicación. De esta forma, los puntos clave son los siguientes:

- **Datos de cabecera.** Aquí se escribe la fecha referente al día de publicación y número del periódico para localizar e individualizar cada ficha.
- **Análisis de diseño.** Se señala el número de página en que se sitúa el suplemento y las columnas de ocupa para entender la importancia de la sección.
- **Análisis de contenido.** A través de las secciones, la publicidad, la temática (turística, local, nacional, internacional o eventos), la fuente del contenido, las ilustraciones y la plantilla se contabilizan los elementos más repetidos y se llega a una conclusión y a una idea general sobre el suplemento.

En la siguiente página se añade un ejemplo en blanco de la ficha de análisis utilizada a lo largo de esta investigación:

FICHA DE ANÁLISIS

Datos de cabecera

- Fecha:
- Nº de periódico:

Análisis de diseño

- Nº de página:
- Nº de columnas:

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente:
- Autoría

Contexto de la investigación

El tema central que ocupa esta investigación, el nacimiento y las características del suplemento *Weekly English News* en el comienzo de los años 30, presentaba la dificultad de la escasa línea de trabajo precedente para apoyar el análisis. Las pocas referencias se localizan en publicaciones relacionadas con el turismo de la época y la historia de la prensa malagueña.

Por un lado, a destacar el trabajo precedente de Juan Antonio García Galindo, sin olvidar a autores como Carmelo Pellejero, Blanca Krauel y Jesús Majada, entre otros muchos nombrados a lo largo de esta investigación. Sus estudios, ensayos y escritos han proporcionado una información de gran valor para el entendimiento del contexto y las circunstancias de la época, del mismo modo que han supuesto una fuente vital para la consecución de los objetivos propuestos en un principio.

Por otro lado, en cuanto a la obtención del fondo documental necesario para el análisis, los ejemplares de *Weekly English News*, en su totalidad, se encuentran para su consulta libre y de forma electrónica en el Archivo Municipal de Málaga. El Archivo Díaz de Escovar, sin embargo, no posee ejemplos del suplemento en su colección, ya que existe un vacío documental entre 1930 y mediados de 1931, a lo que se añade que su compilación es reseñablemente limitada por la falta de páginas en los números de los que sí dispone. Este hecho supuso un inconveniente que se solucionó al acudir a la colección del Archivo Municipal. En éste no solo se ofrece la oportunidad de acceder a todos los ejemplares de forma electrónica de *La Unión Mercantil*, sino que también se puede revisar publicaciones de la época como *El Pregón* y *La Saeta*, clave para la creación del contexto periodístico y precedentes de las publicaciones en lengua extranjera.

El trabajo realizado y los datos recopilados en ambas fuentes, sobre todo en la primera, sirvieron de gran ayuda en el momento de analizar los números de *Weekly English News* y elaborar el contexto en el que nació. Otras fuentes de importancia son el archivo de la Asociación de Prensa de Málaga, consultada para encontrar posibles nombres de periodistas ingleses en la época y la hemeroteca de *La Vanguardia*, con el fin de localizar el suplemento en francés, alemán e inglés del que habla como referente *La Unión Mercantil* en el mensaje de presentación de *Weekly English News*.

Por último, en cuanto a la localización en el tiempo de los números del suplemento cabe destacar que, al contrario de lo que señalan los libros y trabajos sobre el tema, *Weekly English News* nació en noviembre de 1930 (en los textos publicados de manera anterior a esta investigación, la fecha de nacimiento se marca en febrero de 1931). Por tanto, es reseñable este descubrimiento en el mes y año de lanzamiento para la corrección de lo ya escrito y la elaboración de futuros trabajos e investigaciones sobre el tema.

Capítulo 1. La ciudad de Málaga a principios del siglo XX: política turismo y mejora del bienestar social

El siglo XX supuso para Málaga una época de progreso, pero también de guerras, hambre, miserias y descontento popular (Galindo, 1982: 297). La muerte del ilustre D. Jorge Loring y el naufragio de la fragata alemana Gneisenau inauguraron una centuria en la que la agricultura y el comercio dominaban sobre el sector industrial, al contrario que ocurría en el resto de Europa, donde el desarrollo fabril se mostraba continuo. Solo País Vasco y Cataluña se habían incorporado a los avances tecnológicos que ofrecía la creciente Segunda Revolución Industrial, mientras Andalucía luchaba por salir de los años de retrasos sociales.

Así, el 28 de abril de 1904, la ciudad saludaba a un nuevo rey, Alfonso XIII, que tomó las riendas de España. En aquel entonces, Málaga estaba última poblada por una sociedad analfabeta y con una creciente diferencia de clases. El monarca visitó hasta en tres ocasiones la ciudad, debido a inauguraciones de hoteles y obras públicas, y también tras la gran riada de 1907.

El nacimiento de la filósofa María Zambrano, la matriculación del primer automóvil en Málaga, la construcción del Ayuntamiento y la inauguración del pantano de El Chorro fueron algunos de los grandes acontecimientos acaecidos en la primera treintena del siglo XX en Málaga, que marcaron los precedentes del advenimiento de la II República española.

1.1 La evolución del turismo en Málaga

El turismo, aunque minoritaria y con una irrisoria incidencia en la economía regional, fue una actividad creciente en Andalucía en el primer tercio del siglo XX. Desarrollo que alzaría a la región como un destino turístico de primera fila a finales de siglo gracias a las particulares y atractivas condiciones climáticas y culturales de la zona (Pellejero, 2006: 7).

Esta evolución estaría muy condicionada por iniciativas y elementos como las campañas de promoción, los transportes o las condiciones económicas y políticas, tanto a nivel nacional como internacional. No obstante, lejos de dichos elementos internos o externos, España y, en concreto, Andalucía y Málaga, reunían las características exigidas por los viajeros de la época: playas, paisajes montañosos y legado cultural y artístico en sus ciudades. A pesar de todo esto, países europeos como Italia, Suiza y Francia tomaban la delantera en la carrera turística, entre otros motivos, por la escasa oferta hotelera, el pobre desarrollo en transportes y la inestabilidad política y social.

Aunque los resultados positivos tardarían en llegar, ya a finales del siglo XIX, un sector malagueño comprendió la importancia del turismo y buscó explotarlo como alternativa a la crisis de finales de siglo. Así, con la intención de organizar de manera racional y programada la explotación de dicho sector, se creó la Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento de Málaga. Su objetivo principal fue ensalzar el clima local como destino turístico y, de esta forma, sacar a la provincia de Málaga de la profunda depresión económica en la que se veía sumida por aquella época (Arcas y García, 1980: 42).

Aparte del estudio y propaganda del clima malagueño, la Sociedad era consciente de la necesidad de realizar una profunda mejora en las infraestructuras de la capital. Detrás de este proyecto se encontraban destacados y diversos miembros de la sociedad malagueña, entre ellos, numerosos

extranjeros que aportaron su esfuerzo para la consolidación de la Sociedad y la obtención de sus objetivos. A destacar el papel de los cónsules, como Alexander Finn, cónsul general de Inglaterra en Málaga y colaborador habitual en La Unión Mercantil, diario que recogía periódicamente las actividades de la Sociedad.

Con el apoyo de un sector influyente de la sociedad, esta nueva empresa se encauzó fundamentalmente hacia tres tipos de actividades: la propaganda del clima, el embellecimiento urbanístico y la higiene pública, y los festejos y actividades culturales.

En cuanto a la propaganda sobre el clima, la idea principal se enfocaba en transmitir al extranjero la mejor imagen posible sobre Málaga y, en concreto, las virtudes turísticas de su estación invernal. Con este fin, don Narciso Díaz de Escovar, uno de los fundadores y animadores de la Sociedad Propagandística, destacó la necesidad de elaborar una guía para el turista donde se informase de la ciudad (historia, monumentos, clima, etc.) y los elementos artísticos de ésta (Arcas y García, 1980: 43).

Otro punto importante en el decálogo de la Sociedad fue el embellecimiento urbanístico y la higiene pública. Aparte de la pavimentación, el ensanche y el arbolado de calles, se llevaron a cabo diversas actividades en pos de mejorar la higiene y, por tanto, la imagen de la ciudad para los visitantes. Sin duda, un punto débil de Málaga, tanto en la época como en años anteriores.

Ya en 1830, Rochfort-Scott, oficial de la guarnición gibraltareña, se expresa en estos términos acerca de la imagen de Málaga y su sanidad en las calles (Krauel, 1988: 17):

“La apariencia de Málaga cuando nos acercamos es la de una ciudad mediocre y poco atractiva. Y no es esto futo de una decepción óptica, pues los suburbios son muy pobres y están excesivamente sucios”.

Así, el proyecto de convertir a Málaga en una ciudad referente a nivel nacional y europeo contenía numerosos esfuerzos, que, sin embargo, fueron afrontados con gran interés por la Sociedad Propagandística y sus miembros. Siempre, con el apoyo de numerosos periódicos y revistas de la época, a la vez que se aprovechaban otras líneas de comunicación, como los mensajes por correo. Un ejemplo de esto último lo constituye Alexander Finn, cónsul de Inglaterra en Málaga antes nombrado, ya que enviaba de forma asidua información meteorológica a ciudades como Londres y París, e incluso tarjetas a revistas médicas inglesas para difundir las bondades curativas de la ciudad (García, 2004: 172).

Posteriormente al trabajo de la Sociedad Propagandística a finales del siglo XIX, desde un punto de vista turístico, los años de mayor prosperidad corresponden a los de la Dictadura de Primo de Rivera. El intervencionismo fomentado desde el gobierno fomentó la fundación de importantes monopolios estatales y la realización de grandes obras públicas, necesarias desde el punto de vista de la funcionalidad y la imagen de España y, concretamente, de Málaga como destino turístico de referencia. Algunas de las inversiones realizadas fueron la renovación del material de las infraestructuras ferroviarias, la creación del Circuito Nacional de Firms Especiales, la apertura al público de la Red de Paradores y Albergues de Carretera, y la creación de la compañía aérea Classa (Pellejero, 1999: 72).

A partir de este momento de renovación en las infraestructuras, la creciente estabilidad social de España y la mejoría en la oferta hotelera y los sistemas de transportes convirtieron a la segunda mitad de la década de los años veinte en una época bastante buena turísticamente hablando.

Primavera y otoño comenzaron a situarse como estaciones de gran afluencia de viajeros y, en este sentido, surgiría *Weekly English News* en noviembre de 1930, el primer suplemento totalmente en inglés de un diario español. *La Unión Mercantil* lanzó este proyecto con el fin de fomentar el turismo invernal en España, mejorar la imagen de Málaga y Andalucía y aconsejar a los residentes ingleses sobre las distintas actividades y monumentos para visitar. El turismo principal del siglo XIX y de la época estaba orientado a la cultura, lo que no permitía a Málaga evolucionar como ciudad preferente para los viajeros, ya que otras como Granada y Sevilla contienen un patrimonio y legado de mayor riqueza. Así, la solución pasó por explotar la imagen de la Andalucía romántica (tema tratado en el capítulo ‘El viajero inglés: en busca de la Andalucía romántica’) y fomentar la imagen de Málaga en el exterior a través de publicaciones como *Weekly English News* de *La Unión Mercantil*.

“*Como las demás ciudades españolas, Málaga es la cosa más bonita vista de lejos, pero no merece la pena cuando la vemos de cerca...*”. William Jacob, de origen inglés, visita Málaga en 1809 (Krauel, 1988: 17).

Por último, los años treinta, momento en que aparece el suplemento de *La Unión Mercantil*, estuvieron marcados a nivel internacional por la crisis económica iniciada en 1929, la más grave y profunda de las crisis sufridas por la economía capitalista, junto a la Gran Recesión comenzada en 2008, también a nivel mundial. Así, si entre 1931 y 1935 el movimiento viajero se estancó, a partir de 1936 desapareció, seguido de una década de los cuarenta realmente difícil. El turismo en todo el mundo no retomaría la normalidad anterior hasta muy avanzada la década de los años cuarenta.

1.2 Comunicaciones con la ciudad

El aumento de los viajeros en Málaga estuvo estrechamente ligada al desarrollo de los medios de transporte. En la medida en que éstos se vuelven abundantes, rápidos, cómodos, seguros y económicos, se facilita el movimiento de visitantes de un lugar a otro.

De entre todos los transportes utilizados por los viajeros desde el siglo XIX, quizás el más importante es el transporte ferroviario. La red española quedó prácticamente ultimada, tal y como la conocemos hoy en día, a finales del siglo XIX. Aun con esto, continuó su crecimiento y desarrollo en la primera mitad del siglo XX.

Otro invento consolidado desde el último tercio del siglo XIX fue el automóvil. Gracias a los cambios técnicos y a la producción en serie, iniciada por Henry Ford en 1908 con su modelo T, hicieron al coche un vehículo más rápido, más seguro y más barato. Las innovaciones, que se sucedieron con gran rapidez hasta el inicio de la Segunda Guerra Mundial, se redujeron drásticamente durante dicho conflicto y no se recuperaron hasta el inicio de la década de los años cincuenta. El siguiente paso tras el desarrollo del automóvil fue la construcción y mejora de carreteras. Éstas, más anchas, asfaltadas y adaptadas a las exigencias del coche y los conductores.

En cuanto al transporte aéreo en España, no sería hasta los años cuarenta que obtendría la posición de referencia que ostenta en la actualidad. Tras la II Guerra Mundial, gracias a Iberia, surgida de la fusión entre la compañía pública Tráfico Aéreo Español –TAE- e Iberia; a AVIACO, fundada en Bilbao en 1948; y a otras compañías aéreas extranjeras que utilizaban los aeropuertos españoles. En este panorama empresarial, el tráfico aéreo creció notablemente en España durante la década de los años cuarenta (Pellejero: 1999, 45).

Por último, el transporte marítimo, hasta la Segunda Guerra Mundial, experimentó un progreso continuo. Desde un punto de vista turístico, lo más importante fue el notable desarrollo de los transatlánticos. Vehículos cada vez más grandes, más veloces, más cómodos y más lujosos. Éstos contribuyeron a acercar los puertos españoles, tanto peninsulares como insulares o africanos, y también algunos puertos extranjeros, fundamentalmente del continente americano. También destaca la presencia de empresas extranjeras de transporte marítimo, como German East African Line, anunciante principal durante la totalidad de los meses de vida del suplemento *Weekly English News* y que comunicaba de forma directa Málaga e Inglaterra (Southampton).

“Navegando por el Mediterráneo, cuando se contempla Málaga por vez primera da la impresión de estar profundamente arropada entre la bahía y la zona interior, rodeada de altas y escarpadas montañas que parecen desprovistas de tierra y, por tanto, no aptas para el cultivo. Pero, a medida que nos acercamos, la perspectiva mejora en todos los sentidos. Los viñedos se pueden ver claramente en las laderas de los montes que miran al sol y las tierras más bajas parecen ser sumamente productivas”. El reverendo inglés Joseph Townsend llega por mar a Málaga en 1787.

1.3 Empresarios ingleses afincados en Málaga

A lo largo de la historia, numerosas familias se sintieron lo suficientemente atraídas por Málaga como para asentar en la ciudad sus raíces. Éstas provenían de diversos lugares de la geografía española, como los Creixell, de origen catalán, y la familia Larios, de La Rioja. No obstante, no solo los españoles han descubierto el encanto de Málaga a lo largo de los siglos, pues familias como los Krauel y Grund, de Alemania; los Caffarena, de Italia; y los Bolín, de origen sueco, brillan con luz propia en la historia de la ciudad (Vázquez, 2011).

Así, se cuentan por decenas los linajes que encontraron en el sur las condiciones ideales, tanto de vida como económicas, para desarrollarse. Inglaterra no fue diferente en este aspecto, ya que familias como los Crooke y Huelin hicieron lo propio al elegir Málaga como lugar de residencia.

- **Crooke**

Su origen se encuentra en Irlanda, pero pasarían la mayor parte de su historia en Inglaterra. Llegaron a Málaga en el siglo XVIII con el objetivo de hacerse un hueco en el comercio de la agricultura. Sin embargo, con los años, pasarían al mundo de los vinos y los licores gracias a su relación con la familia Larios, con quienes estuvieron emparentados.

Dentro de esta familia y su relación con Málaga, destaca Miguel Crooke y Sánchez-Barriga, que se casó con Margarita Navarrot y Pendergast, de Antequera, y fue director de la sociedad *Juan Murphy y Cía*, además de comercial con la compraventa de cultivos de la tierra (Vázquez, 2011: 52). También cabe señalar la figura de Enrique Crooke, nacido en 1829. Éste fue nombrado marqués del Genal por Alfonso XIII y ostentó los cargos de senador y diputado. Además, tal es la importancia de este Crooke en Málaga que la Cortina del Muelle cambió su nombre en su honor: pasó a llamarse avenida de Enrique Crooke Larios a comienzo del siglo XX (Vázquez, 2011: 54).

- **Huelin**

Las raíces de esta familia se encuentran a medio camino entre Francia e Inglaterra. En el siglo XVIII, Guillermo Huelin Siver dejó Southampton, su ciudad natal, con el objetivo de llegar a Málaga y prosperar. Las circunstancias le fueron favorables, ya que se casó, tuvo siete hijos y murió como poseedor de un importante capital y socio de una empresa.

En Málaga, desde la llegada del primer miembro de la familia Huelin, la familia se dedicó a los negocios. Años después, el más famoso de todos sería Eduardo Huelin Reissig, el cual levantó la barriada de Huelin para los obreros, imponiendo alquileres bajos y asequibles (Vázquez, 2011: 104). En 1856, con 34 años, fundó junto a otros socios el Banco de Málaga. Su diversa actividad industrial y comercial le valió el título de caballero de la Orden de Carlos III.

En la saga se encuentran miembros dedicados a profesiones tan diferentes como sacerdotes, políticos, emprendedores y periodistas. Resalta la figura de Enrique Huelin, que recorrió América de un extremo a otro como sacerdote, un viaje en el que pudo conocer a personalidades como Fidel Castro, el Che y a los Kennedy. También resuena en la historia el nombre de Ignacio Huelin Vallejo, diputado de UCD durante la Transición.

Capítulo 2. El viajero inglés. En busca de la Andalucía romántica

El origen del concepto actual de ‘turista’ procede del inglés *tourist*, la cual proviene de *tour*. Algunos sectores británicos fomentaron el uso de esta palabra a finales del siglo XVIII, momento en el que países como Francia, Italia, España y otros países de Europa se presentaban como un destino para los pocos privilegiados que se podían permitir viajar al extranjero.

“*A traveller is nowadays called a tourist*” o “En la actualidad, a un viajero se le conoce como turista”. Éste es el primer registro que se conoce de la palabra y se localiza en un libro inglés de 1800 (Lorenzo, 2003). Así, el turismo y el turista no han existido siempre. Aunque han existido los viajes y las visitas por diferentes motivos, como las peregrinaciones, éstas son inmemoriales y tienen otro sentido. La característica inherente del “viaje por placer” que presenta el turismo difícilmente se encuentra en los peregrinos de Santiago o en las distintivas e históricas castas ociosas de Europa (nobleza y clero). El turista es un viajero diferente al resto. El estudioso francés de la lengua Émile Littré destacaría la curiosidad y ociosidad como adjetivos únicos en el turista de la época y hoy. El fenómeno tiene su germen en la modernidad del siglo XVI, con la anticipación de Montaigne (Boyer, 2002: 15).

Por tanto y centrándonos en el origen, la palabra turista nace en la época romántica como un adjetivo impuesto al viajero inglés pudiente y curioso. Un viajante que, siguiendo el ideario romántico, busca con sus desplazamientos una huida de sí mismo, al mismo tiempo que visita los puntos elementales y reconocidos de cada zona.

2.1 Romanticismo europeo

A finales del siglo XVIII, con los últimos coletazos del Siglo de las Luces se produce una mutación de la actitud crítica y racional de la época. El paisaje se carga de importancia, antes olvidado por la mentalidad individualista que dominaba. Así, se dará paso al viajero del siglo XIX y principios del XX, el romántico, el cual buscará y recreará en sus desplazamientos un mundo cargado de sentimentalismo, fantástico y, en ocasiones, alejado de la realidad objetiva.

En un escenario en el que la industrialización y lo urbano se desarrollaban frente a la naturaleza y lo rural se forma la situación ideal para el viajero del siglo XIX, que teje una red nostálgica por lo pre-industrial que lo lleva a diferentes puntos donde ponerse en contacto con esta sensibilidad perdida frente al desarrollo imparable de lo industrial. Es la época en la que se descubre el *Quijote* como obra profunda y cargada de sentimentalismo, leído hasta entonces con sentido humorístico (Berrio, 1998: 1). El protagonista de Miguel de Cervantes representa los ideales del hombre de la época: incomprendido por el mundo, enamorado de una mujer idealizada que en realidad no existe y desterrado.

2.2 Málaga y sus atractivos

La imagen romántica de Andalucía nació el siglo pasado, en el momento en que el sur de España emergió como un destino turístico destacado. Málaga, carente de atractivos monumentales como los de Sevilla y ausente del aire irreal que rodea a la Alhambra en Granada, destacó en su promoción las características de su sociedad y la forma de ver la vida. Estas peculiaridades eran

la hermosura de sus mujeres, los bandoleros y contrabandistas, y la alegría de vivir (Majada, 1998: 11).

De igual manera atraía Ronda, “la ciudad perdida entre las montañas”, a la cual se le dedica atención en varias ocasiones en el suplemento *Weekly English News*, de *La Unión Mercantil*. En concreto, el uno de enero de 1931, el diario local publica un artículo en inglés donde se informa acerca de los lugares más característicos e interesantes para el viajero. Así, la importancia de Ronda reside en su condición de camino más frecuentado hacia Málaga. Su situación entre montañas, clave para aportar ese sentido romántico que atraía a los turistas fue relatado en numerosos escritos de la época. Málaga merece la pena por su emplazamiento y el paisaje atractivo que la rodea, o así lo da a entender sir Arthur de Capell-Brooke, que llega de Ronda en 1828 por el camino de Casarabonela (Krauel, 1988: 14):

“Tras un descenso de varias horas llegamos a las llanuras, donde el paisaje, desprovisto de vegetación durante un buen trecho, carecía de interés. Pero, al acercarnos a Málaga nuestros ojos recibieron una agradable sorpresa al divisar la ciudad, la catedral y los cortijos de los alrededores. No tardamos en atravesar la rica vega malagueña, rodeada por montes cuyas vertientes solanas producen el exquisito Pedro Ximénez y los deliciosos vinos de los Montes”.

Las cartas y escritos de los viajeros ingleses difundieron el nombre de Málaga más allá de las fronteras de España. Así, el interés creció, y los trotamundos de entonces dieron paso a los turistas de hoy. En este aspecto, es reseñable en Málaga la figura del escritor y poeta danés Hans Christian Andersen, ya que, tras su estancia en la ciudad durante diez días en otoño de 1862, se convirtió en el principal difusor de la imagen romántica de Andalucía entre los países nórdicos (Majada, 1998: 12).

La riqueza cultural de Málaga es innegable, debido en gran parte a las civilizaciones que han pisado su territorio. En la Edad Media, los visitantes árabes y cristianos ya hablaban de una hermosa ciudad, con una tierra rica en productos agrícolas que se exportan a todo el mundo. Tras la decadencia económica de los siglos XVI y XVII, en el siglo XIX, España y, en concreto, Andalucía pasan a ocupar otra imagen en la mente del ciudadano europeo del exterior: individualista, indomable, bárbaro y orgulloso, adjetivos que coinciden con el Romanticismo europeo. Estos intereses, principalmente, coincidían con el carácter de los habitantes españoles y el legado árabe (Majada, 1998: 16).

Cuando se forjaba de manera sólida la imagen de Andalucía y España en Europa, Málaga carecía de las posibilidades turísticas que sí tenían otras ciudades como Cádiz, Sevilla y Granada. Los monumentos y el legado de otras culturas resultaba pobre en comparación, por lo que muchos visitantes describían a una ciudad carente de interés, ya que los monumentos se reducían a la catedral y la Alcazaba. La falta de sitios de interés es nombrada por Henry David Inglis, que visita Málaga después de un largo e intenso recorrido por Castilla y Andalucía (Krauel, 1988: 28)

“Los edificios públicos carecen de interés a excepción de la catedral a la que los malagueños admiran mucho. Pero después de haber visto las de Toledo y Sevilla encuentro que ésta tiene poco atractivo. Al igual que la catedral de Cádiz, está sin terminar: se pretendía que estuviera coronada por seis torres, pero solo se ha levantado una. No guarda pinturas de interés”.

Frente a esta imagen negativa de Málaga, poco tiene que ver la fomentada desde la propia ciudad y relacionada con las características antes dadas: el ideal de mujer, el carácter de los habitantes, el clima y el paisaje. En concreto, tres aspectos conducen a Málaga a convertirse en referente europeo para visitar: la mujer, el individuo marginal y la alegría de vivir.

La clave en cuanto al caso del ideal de mujer se encuentra en que para los románticos existían dos tipos de mujeres: la nórdica, fría; y la morena, apasionada y sensual. Debido a esto, resulta lógico que los viajeros se sintieran atraídos por el prototipo de mujer lanzado desde el sur de España. Sir John Carr presenta a la malagueña como superior en talante y belleza al resto de las mujeres andaluzas (Krauel, 1988: 68):

“Las mujeres de Málaga son notables porque tienen el cabello negro o castaño muy abundante, ojos hermosos de color avellana, frentes menudas, facciones delicadas, labios rojos, pechos muy bonitos una figura delgada y flexible, piernas bien formadas y pies pequeños”.

Sobre el individuo marginal, un personaje habitual dentro del Romanticismo, destaca su ideal rebelde, su negativa a vivir según la norma social. El pirata o el bandolero son algunas figuras relacionadas con esta imagen. También la del contrabandista, muy activo en la serranía de Ronda, del que se escribe como un personaje respetado y temido. Otros retratos altamente relacionados con el Romanticismo son los del pillito o golfo. Así, Málaga ofrecía tal cantidad de personajes sin igual en el resto de Europa que se convertía en un valor atrayente (Majada, 1998: 17).

Por último, otro elemento de importancia y atracción es la alegría de vivir, gracias al ambiente festivo y alegre. Frente a los estrictos horarios de trabajo en el resto de Europa, llamaba la atención la normalidad con que los españoles rompían los horarios, cantaban, bailaban y festejaban sin tener un motivo de gran trascendencia.

A medida que transcurría el siglo XIX y comenzaba el XX, Málaga encontraba su etapa de desarrollo de cara a los visitantes extranjeros. Hasta entonces, los viajes poseían un tinte de peligro debido a que se realizaban por caminos, con coches de caballos. No obstante, con la llegada del ferrocarril se recortó el tiempo de viaje y se limitó el contacto con la población residente a medio camino hacia Málaga. Jesús Majada afirma que con este cambio se acabó con el viajero y se dio paso al turista. Sin embargo, otros autores hablan de movimiento de forasteros en las primeras décadas del siglo XX. Como ejemplos de esto, en los años veinte aparece en Alemania la ciencia de los movimientos de forasteros; en 1922, Angelo Mariotti transmite un texto llamado La industria del forastero en Italia: economía política del turismo, y en 1929, Morgenroth se lanza a definir el concepto de tránsito de forasteros como “el tráfico de personas, que temporalmente se ausentan de su domicilio habitual, para satisfacción de exigencias vitales o culturales o deseos personales de diverso tipo, convirtiéndose por otra parte en usuarios de bienes económicos o culturales” (Gordon, 2002: 126).

No sería hasta la segunda mitad del siglo XX cuando el turismo de masas se consolidaría como concepto y fenómeno económico-social. Todo, fruto de las profundas transformaciones en la sociedad que surge posterior a la Segunda Guerra Mundial. Desde entonces, frente a la simple actividad viajera y al movimiento de forasteros registrado en la época anterior, el turismo se define como una de las actividades productivas más dinámicas de la era pos-industrial.

En resumen, después de la I Guerra Mundial, la nueva imagen de Andalucía es la de lugar de aventuras. Existen innumerables ejemplos por escrito de las vivencias y experiencias extranjeras en la Málaga de la época. Las referencias posteriores hacia la ciudad se muestran nostálgicas por el olvido de esta imagen, propia de la primera mitad de siglo. Los causantes son la construcción en la Costa de hoteles a gran escala, la introducción de vuelos chárter y demás. No obstante, hasta mediados de los 50 se sigue considerando a las zonas no industriales como contenedoras de ese carácter romántico que, desde el siglo XIX, empezaron a descubrir los viajeros extranjeros, con el deseo de conocer un “nuevo mundo”, siempre con un ejemplar de la voluminosa obra de Richard Ford *A Handbook for Travellers in Spain and Readers at Home* mientras escapaban de la ciudad, el estrés y la industrialización.

2.3 La revolución industrial inglesa

Este período, que se extiende desde 1740 a 1850, supuso que Inglaterra se convirtiera en el primer país donde se produjera un crecimiento económico y un aumento de la productividad sin precedentes hasta entonces. Los principales cambios fueron poblacionales, ya que la ciudad pasó de tener unos dos millones de habitantes en 1837 a 6.5 millones en 1903. También hubo un movimiento importante de las zonas rurales a las urbanas, gracias a la nueva economía basada en la industria y el desarrollo tecnológico (Cobos, 2009: 6).

La imagen característica de esta revolución es la industria y las chimeneas a pleno funcionamiento, es decir, los beneficios económicos y la producción (Townson, 2004). Por tanto, al encontrarse con un sistema económico basado en las ganancias, que dividía a la sociedad y que buscaba volver cada vez más inútil al ser humano, dejándole más trabajo a las máquinas, el espíritu romántico se escandalizaba y rebelaba. El deseo de escapar y evadirse surgía, plantando, de esta forma, la semilla del futuro viajero y turista inglés.

Como opción a esta necesidad romántica acabaría destacando Málaga: una ciudad alejada del ruido y la industrialización, un lugar de reposo para el viajero que huye de su realidad. George Dennis, un viajante que se cuenta entre los más sensibles del período romántico, describió Málaga en el verano de 1836, desde la atalaya de Gibralfaro (Krauel, 1988: 20):

“¡Qué distinta es esta escena de la que ofrece cualquier puerto marítimo inglés! Ni un solo anillo de humo sale de las casas; incluso la fundición se encuentra parada. Ni siquiera llega el ruido de los carros y carruajes ni el murmullo de las gentes trajinando, el cual nos dice que el mundo se ha despertado de su sueño y se enfrenta alegremente al nuevo día. La campana de una iglesia llamando a la primera misa, el martillo de una barca resonando entre las rocas que hay a mis pies y el jarre! De un mulero, desde la calle de abajo, son los únicos sonidos que de vez en cuando rompen el profundo silencio o, más bien, el dulce y gentil murmullo del mar en verano, las pausas musicales del oleaje”.

Capítulo 3. Contexto periodístico: una época de transformaciones

El período en el que centramos el análisis de la prensa resulta cambiante y, en ocasiones, impredecible. Refiriéndonos a la influencia política destaca el reinado de Alfonso XIII, la Dictadura de Primo de Rivera y el comienzo de la II República. Todos estos cambios políticos condicionarían el número de periódicos de manera notable en una dirección u otra (Galindo, 1982: 296).

Algunas de estas transformaciones son la Ley de Policía e Imprenta de 1883, que influiría positivamente al permitir la libre circulación de ideas. Posteriormente, se implantaría la Ley de censura Previa, con Primo de Rivera, que sería abolida por la II República, al incluir en su Constitución nuevos aires de libertad.

3.1 El periodismo tradicional

El tipo de prensa que se practica en Málaga durante el primer tercio del siglo XX tiene sus bases siglos atrás, en el trabajo de sus antecesores desde el siglo XVII. La ciudad, que presentaba una sólida tradición impresora y un proceso de desarrollo económico que se remontaba desde el siglo XIX, fue testigo de una importante actividad periodística que se financió gracias al capital existente procedente de los negocios comerciales e industriales. Gracias a este impulso, la prensa malagueña pudo afrontar el cambio hacia un nuevo tipo de periodismo, más enfocado a la información (Galindo, 1999: 65).

En este primer tercio de siglo, entre 1900 y 1931, año de proclamación de la II República española, se constata la existencia de 247 diarios en el panorama malagueño. Una cifra en la que cabe añadir que se engloban los periódicos nacidos en el siglo XIX y que continúan publicándose durante el XX en la provincia. *La Bomba*, el *Boletín de la Cámara Agrícola de Málaga*, el *Boletín de Enseñanza* y *El Cronista*, entre otros, destacan como ejemplos de este tipo de publicaciones.

De igual forma, aunque las publicaciones de este primer tercio resultan numerosas, muchas se caracterizan por su corta vida en el mercado. García Galindo, en su libro *La prensa malagueña (1900-1931)*, afirma que el 56% de los 140 periódicos de la época localizados no superó los 3 años de vida; mientras que el 42% de este porcentaje no llegó al primer año de existencia. Algunos de estos únicamente llegaron a publicar algunos números sueltos.

Por tanto, observamos que, aunque efímera, en este comienzo de siglo la creación de publicaciones en Málaga resulta activa y constante. Las razones corresponden a elementos como la libertad de prensa y el capital invertido. No obstante, este desarrollo no estuvo relacionado con una mejora sustancial de la educación o un descenso del analfabetismo, ya que estos continuaban siendo problemas profundamente instalados en la población local (Galindo, 1999: 66). De igual manera, tampoco ayudaba la permanente crisis económica que azotaba a Andalucía, que mantenía a los malagueños con una cantidad mínima de recursos para subsistir y eliminaba la posibilidad de que estos invirtieran en prensa.

Así, los primeros años del siglo XX se caracterizarían por dar continuación a la prensa del siglo XIX: el diario como altavoz de grupos de opinión y presión que utilizaban a los periódicos como

plataformas de expresión (Galindo, 1982: 298). Una situación que, sin embargo, cambiaría con el paso del tiempo y las publicaciones.

3.2 Un nuevo sentido de la prensa

El cambio principal para alejarse de la vieja tendencia periodística del siglo XIX surgió desde *La Unión Mercantil*. Este diario malagueño, creado en 1886, se constituyó rápidamente como el ejemplo más claro del nuevo periodismo que iba a predominar en Málaga tras los primeros años del siglo XX (Galindo, 1999: 66). De la información propagandística y parcial proveniente de los distintos grupos de opinión se pasaría a la publicación de noticias plurales, independientes y generales gracias, principalmente, a la mejora de las condiciones sociales y políticas del país, así como por el desarrollo de las vías de comunicación y transporte el teléfono y la red ferroviaria.

Gracias a esto, la inmediatez informativa en los periódicos se convirtió en un hecho, surgiendo la posibilidad de mantener informada a los lectores con la publicación de noticias tanto nacionales como internacionales. Así, el periodismo que se realizaba años atrás, dominado por la opinión, la política y lo literario. Ante este nuevo panorama, el periódico tradicional de opinión, político y literario del siglo XIX optó por renovarse conforme a los nuevos tiempos.

Sin embargo, la inversión económica aún se mantenía escasa para los periódicos pequeños y, este cambio de orientación en las informaciones, en la mayoría de los casos, no llegaba a producirse al verse absorbidos o superados por las grandes empresas. Por lo tanto, aunque desde la fundación de *La Unión Mercantil* ya surge un cambio en el tipo de periodismo, el proceso se llevará a cabo de forma gradual y, durante cierto período convivirán publicaciones de tipo mixto, con contenidos opinativos e informativos, y publicaciones defensoras del nuevo modelo.

En resumen, el primer tercio del nuevo siglo supuso para Málaga una época de transformaciones en el ámbito periodístico. Cambios, provenientes en su mayoría del periodismo realizado en Madrid, que se implantarían de manera progresiva como consecuencia de la nueva realidad social, periodística y económica que irrumpía con fuerza en Andalucía y España.

3.3 La Unión Mercantil y La Unión Ilustrada

Sin lugar a dudas, estas dos publicaciones consiguieron situar a Málaga como un referente en mundo de la información y la comunicación en España, alcanzando una gran influencia en España durante la década de los 20 y 30 de la mano de la familia Creixell, sus propietarios. Durante años se posicionó como el periódico de la derecha, aunque la información actualizada que ofrecía y la amplia temática atraía a diversos sectores de la población (Galindo, 1999).

El periódico nació en 1886 y con el paso de los años, a pesar de su intención inicial de imparcialidad, fue haciéndose cada vez más conservador (Vázquez, 2011: 42). Bajo estos ideales, llegaría a ser el diario más importante de Andalucía. De los 60.000 ejemplares que componían la tirada en Málaga en 1920, 28.000 correspondían a *La Unión Mercantil*. Por su parte, en 1909, surgió el semanario gráfico *La Unión Ilustrada* con el objetivo de hacerse un hueco en el mercado, tanto a nivel local y nacional como iberoamericano. El semanario, el primero ilustrado en Andalucía, pronto obtendría el reconocimiento general, alcanzando en 1930 una tirada de 50.000 ejemplares. La ambición de los Creixell no decaía y su intención de mantener a la publicación en lo más alto del mercado seguía viva años después. Para cubrir la información necesaria, la redacción contaba con una delegación en Sevilla y diversos pueblos de Andalucía, además de corresponsales en el Norte de África, Canarias y Baleares. De igual manera, Buenos Aires servía

de delegación para más de 600 fotógrafos que trataban los asuntos del vasto territorio de América del Sur (Vázquez, 2011: 47).

Gran parte del éxito cosechado tuvo su causa en la participación de una gran cantidad de autores. Algunos de los colaboradores habituales en el periódico y la revista fueron Narciso Díaz de Escovar, Joaquín Díaz Serrano, los hermanos Álvarez Quintero, Benavente y Salvador Rueda, entre muchos otros (Vázquez, 2011: 46). De igual manera, el desarrollo tecnológico y la implantación de éste supusieron un importante impulso para la empresa de la familia Creixell. Un ejemplo de innovación fue la rotativa cilíndrica, capaz de tirar 25.000 copias por hora.

La etapa dorada de las dos publicaciones de los Creixell se situaría en la Dictadura de Primo de Rivera, desde 1923 hasta su dimisión en 1930. No obstante, también fue a partir de estos años cuando *La Unión Mercantil* empieza a simbolizar los valores más conservadores y representar los valores de la derecha social (Galindo, 1999: 66). Relacionado con esta expresión ideológica, ocurrieron a lo largo de la historia del diario numerosos ataques en las instalaciones. Éstos sucedieron en 1920 y 1931. Saqueos y quemas por grupos contrarios a la monarquía hicieron mella en la producción, actividad e imagen de *La Unión Mercantil*.

El suceso de 1931, justo después de la proclamación de la II República, pudo deberse a la campaña a favor de la monarquía que el diario impulsó durante el mes de abril. Con el nuevo gobierno, *La Unión Mercantil* pasa a cumplir la legalidad vigente, pero con una vista nostálgica al antiguo régimen (Galindo, 1999). La vida de *La Unión Mercantil* y de *La Unión Ilustrada* terminó en 1936, año de comienzo de la Guerra Civil en España, cuando las instalaciones de los Creixell fueron, nuevamente, saqueadas y quemadas.

Capítulo 4. Características de la prensa local dirigida a la colonia inglesa

Como se ha comentado en el capítulo anterior sobre el contexto periodístico de la época, los medios de comunicación locales fueron testigos directos del asentamiento continuo y progresivo de colonias de extranjeros o el paso de simples viajeros en busca de la singularidad malagueña, lo que influyó en diversos aspectos de la prensa local.

En total relación con la prensa escrita por españoles y dirigida a viajeros de lengua inglesa está la prensa en lengua extranjera. Ésta apareció por primera vez en el siglo XIX, teniendo su despegue a partir de los años 60, y su gran desarrollo a finales del mismo y comienzos del nuevo siglo. El desarrollo histórico de este tipo de publicaciones y contenidos se ha producido principalmente en las zonas de mayor influencia turística y económica como son las Islas Baleares, Madrid, Cataluña, Andalucía y Canarias, lugar de llegada de nuevos residentes procedentes de todas partes del mundo (López, 2009: 28).

De esta forma, tal y como recoge la publicación *Historia de la Costa del Sol* (Galindo, 1998: 235), los medios crearon, concretamente en Málaga, el espacio ideal para recoger las bondades de la ciudad, los intereses extranjeros en diferentes lenguas y ensalzar el nombre de Málaga más allá de las fronteras de España. Junto a las páginas publicadas con información turística desde finales de siglo, los diarios de la época se lanzaron a un nuevo tipo de trabajo, arriesgado y ambicioso. Aunque en un principio no existían secciones definidas, la inserción de contenidos en otro idioma demostraba un especial interés hacia el lector extranjero.

Resulta trascendental nombrar el papel de las revistas malagueñas en este trabajo colectivo de acercamiento al viajero. Ejemplos como *El Pregón*, dirigido por José Blasco Alarcón, y *La Unión Ilustrada*, semanario gráfico de *La Unión Mercantil*, fomentaban y difundían a través de la palabra y la imagen en español los múltiples valores de la ciudad de Málaga. Cabe destacar, de igual manera, la labor de la revista anual religiosa *La Saeta*. Editada por Francisco Morales López, nació en 1922 con el fin engrandecer la Semana Santa malagueña, tanto a nivel local como nacional. Sin embargo, a partir de 1931, amplió este objetivo con vistas internacionales al añadir el programa de las fiestas íntegramente en lengua inglesa, apoyada en su parte inferior con una publicidad, también en idioma extranjero.

De igual manera, existió respuesta por la parte pública con la publicación *Turismo en Málaga*, preocupada por incentivar el turismo ante las necesidades económicas y frente a un nuevo público necesitado de información. Estas mismas características formaron el caldo de cultivo perfecto para la creación de las publicaciones anteriores y, además, de trabajos en lengua foránea como *Los Aliados*, *British Colony Gazette* y la edición que ocupa el grueso de este trabajo: *Weekly English News*, de *La Unión Mercantil* (Galindo, 2004: 175).

Así, la explotación y embellecimiento del clima de la Costa del Sol embanderó el ataque colectivo de escritores, periodistas y profesionales malagueños, el cual no solo abrazó a la Málaga veraniega, sino que también promocionó la temporada invernal de la ciudad. Decididos a convertir a Málaga en un destino de referencia tanto para los viajeros fugaces como para los prolongados en el tiempo. Éste sería el objetivo de *La Unión Mercantil* con la publicación de *Weekly English News*, cada jueves desde el 6 de noviembre de 1930 hasta el 9 de abril de 1931.

4.1 Características del suplemento *Weekly English News*



Centrándonos en *La Unión Mercantil*, ésta demostró realmente el interés por servir a la Málaga de la época cuando añadió en noviembre de 1930 una página semanal en inglés, *Weekly English News*. Por sus características, razón de ser y fecha de surgimiento, García Galindo lo considera uno de los antecedentes del diario *Sur in English*, de 1984 (Galindo, 2004: 175).

Años antes de la publicación del suplemento, el diario, en su versión en español, informaba de forma habitual de la Sociedad Propagandística del Clima y el Embellecimiento de Málaga, así como de sus actividades. Las revistas y diarios ingleses se hacían eco de las bondades del clima y la ciudad de Málaga a través de sus compatriotas o gracias a políticos y representantes en suelo español.

La intención principal del novedoso proyecto de *La Unión Mercantil* era introducir la Málaga y Andalucía invernal a los turistas ingleses que residían en la ciudad en dicha temporada. Con este objetivo, los diferentes artículos, cartas y consejos publicados a lo largo de los cinco meses de vida de la publicación aconsejan la visita a Málaga y, posteriormente, a Andalucía, nombrando zonas como Ronda, Córdoba, Sevilla y Comares. Además, se presta especial atención a otros temas relacionados, como son la Semana Santa, la fiesta taurina y los eventos organizados por la sociedad inglesa en suelo malagueño.

El día seis de noviembre de 1930, *La Unión Mercantil* publicó el siguiente mensaje para dar la bienvenida a la publicación *Weekly English News*, la cual vio la luz cada jueves hasta el 9 de abril de 1931.

“A partir de hoy publicará LA UNIÓN MERCANTIL semanalmente una nueva sección, en idioma inglés dedicada a la colonia británica en Málaga, a los numerosos turistas de habla inglesa que nos visitan de modo asiduo y a los invernantes del país británico, huéspedes nuestros, cada año en mayor densidad. Es una innovación que, de fijo, interesará a ese nuevo núcleo de intereses”.

De esta manera, con un escueto mensaje en inglés y español en el centro de la portada, *La Unión Mercantil* procedía a inaugurar el primer suplemento totalmente en inglés, publicado por un diario español. Según la propia *Unión Mercantil*, el primer periódico de España que lleva a cabo un proyecto de estas características en idioma anglosajón. A pesar de esta innovación, el diario nombra a *La Vanguardia*, en Barcelona, como predecesor e inspiración en el camino con la impresión en 1927 de una hoja escrita en inglés, francés y alemán.

Como causas que propician el lanzamiento del suplemento en inglés, *La Unión Mercantil* resalta la constante demanda de información veraz y actualizada “sobre todo lo que merece la pena saber para un visitante del sur de España que no habla español”. Desde un primer momento, el periódico

califica como difícil el hecho de transmitir información totalmente fiable y actualizada, debido especialmente a las condiciones cambiantes que acontecen en el momento. No obstante, el diario malagueño sí muestra la intención de hacer su mejor esfuerzo y estar en contacto con las mejores fuentes de información.

De esta forma, y siguiendo la estela de *La Unión Mercantil* como referente en Andalucía y Marruecos, el periódico propone cada jueves desde el seis de noviembre *Weekly English News* como un camino para proporcionar resúmenes de las últimas noticias globales y locales, listas de visitantes, descripciones de excursiones, artículos cortos sobre Málaga y Andalucía y cualquier elemento que pueda resultar útil e interesante al viajero inglés.

Con la intención de analizar y estudiar las características, tanto de diseño como de contenido, del suplemento de *La Unión Mercantil*, se ha utilizado una ficha que resume y concentra los datos fundamentales de la publicación como objeto de estudio. Los resultados en bruto se encuentran en los anexos. A continuación, siguiendo la división por apartados de las propias fichas de análisis, expongo las características y particularidades obtenidas mediante el análisis de *Weekly English News*, período que ocupa desde noviembre de 1930 a abril de 1931.

4.1.1 Datos de cabecera y diseño

En primer lugar, los números de *La Unión Mercantil* en los que aparece el suplemento son del 16.376 al 16.523. Además, *Weekly English News* únicamente faltó a su cita de los jueves el 8 de diciembre de 1930. Este período abarca en su totalidad la etapa invernal, desde el 6 de noviembre al 9 de abril. Cabe destacar que este período de publicación es el más habitual entre los viajeros que se hospedan largas temporadas en Málaga, por su calidez.

En segundo lugar, en cuanto al número de página del contenido, éste se sitúa en la quinta hoja de un total de dieciséis que presenta del diario, excepto el 25 de diciembre, que se encuentra en la cuarta página. Sobre las columnas empleadas, la sección ocupa la totalidad del ancho de la página, las cinco columnas en todos los casos de la muestra. Los datos que comprenden este espacio son la cabecera, en la parte superior de la hoja; el contenido principal, por secciones, en la parte central; y la publicidad, ordenada de forma alfabética en la zona inferior.

4.1.2 Análisis de contenido

El día de su estreno, *Weekly English News* ocupa mitad de página, entre cabecera, carta de presentación, información y publicidad. No obstante, como se avisa desde un primer momento por el propio diario, la intención no es otra que la de duplicar el espacio y convertir a *La Unión Mercantil* en el primer diario en España que dedica una hoja, íntegramente en inglés, a los viajeros extranjeros.

Así, hasta el 9 de abril de 1931, *Weekly English News* se convirtió en una sección más dentro del diario malagueño, dividida con claridad por secciones, respaldada por la publicidad y rica en cuanto a contenido y fuentes de información.

- Secciones

Las páginas se dividen en apartados delimitados que se repiten a lo largo del tiempo. Sin embargo, la presentación de los contenidos y organización de las secciones evoluciona conforme los meses transcurren, con el fin de mejorar el diseño y facilitar el acceso a la información.

Los apartados de *Weekly English News* cubrían una gran cantidad de temas. Estos eran Artículos sobre las bondades turísticas de Málaga o Andalucía, Social Notes, Visitors, Latest World News, For sale y Viñeta.

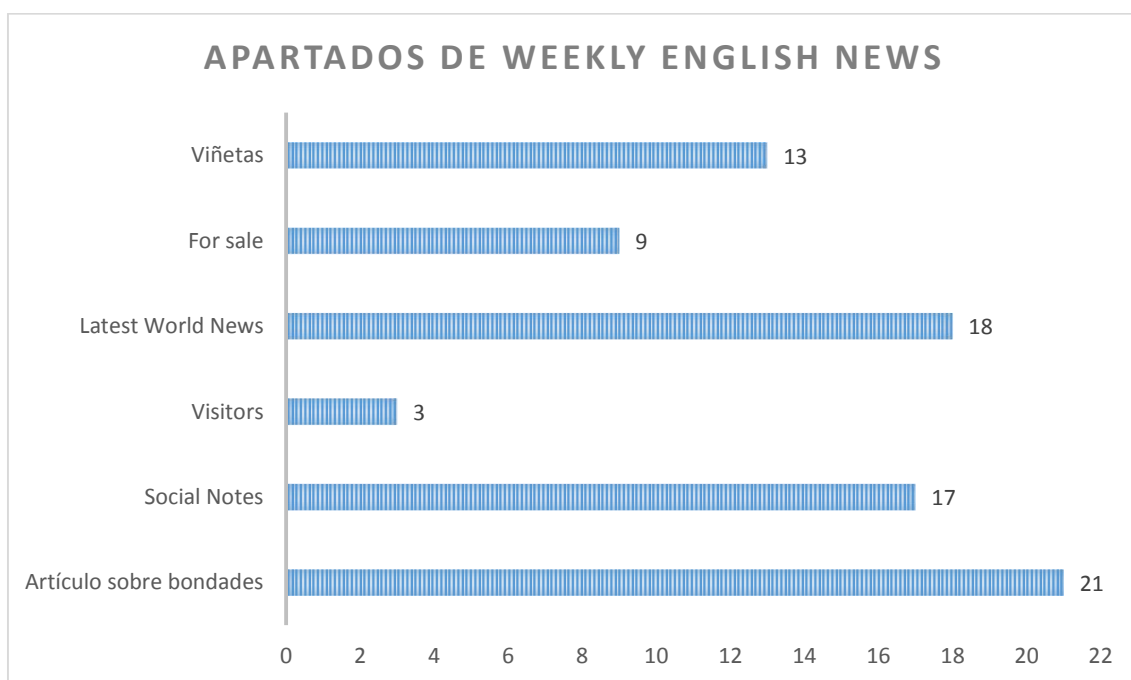


Gráfico 1. Aparición de las distintas secciones. Elaboración propia.

- **Artículo sobre las bondades turísticas de Málaga o Andalucía.**

A diferencia del resto de secciones, este contenido no se enmarca bajo un título fijo a lo largo de los meses que dura el proyecto de *La Unión Mercantil*. No obstante, este tipo de artículos no falla a su cita cada jueves, excepto en una única ocasión, en el suplemento del día 2 de abril, que se sustituye por un texto sobre la libra esterlina y su historia.

Al hablar acerca de ‘Artículos sobre las bondades de Málaga o Andalucía’ nos referimos a temas tan diversos como la Semana Santa o la tauromaquia, la Málaga invernal o las virtudes de zonas como Sevilla, Córdoba, Ronda o Comares. Como una de las secciones más importantes de *Weekly English News*, los temas pretenden acercar el nombre Málaga y Andalucía al viajero inglés y, sobre todo, aconsejar y fomentar el turismo local al destacar los puntos fuertes y atractivos de la zona. Por último, también se incluye en esta sección la opinión de nativos ingleses sobre la ciudad o España en forma de cartas a la redacción y artículos de diarios extranjeros.



- **Social notes**

Este apartado recoge información sobre eventos de la comunidad inglesa en Málaga como fiestas y recepciones. Esta sección, a partir del 4 de diciembre, se fusiona con ‘Visitors’, manteniendo el nombre del primero.

- **Visitors**

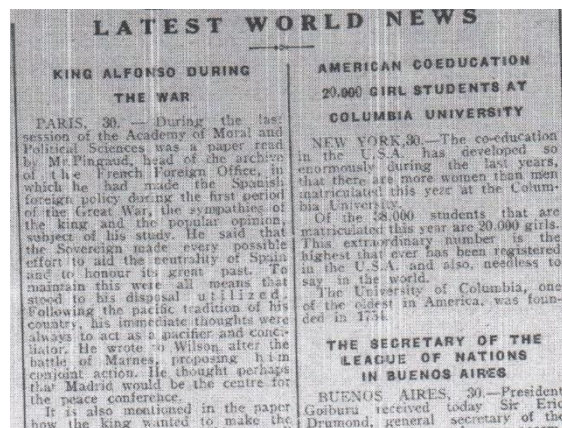
El objetivo de este apartado es enumerar a los visitantes extranjeros hospedados en los hoteles locales. Los alojamientos destacados son: **Príncipe de Asturias, Caleta Palace, Reina Victoria, Hacienda de Giró y Hotel Regina.**

Esta sección se integró a ‘Social notes’ al mes de vida del suplemento.

- **Latest World News**

Sin duda, este es uno de los puntos informativos de mayor peso dentro de *Weekly English News*. En forma de breves, se recogen las principales noticias acaecidas a lo largo del mundo.

El 19 de febrero de 1931, *La Unión Mercantil* actualiza esta sección, que pasa a llamarse ‘Latest News’ y amplía su contenido con información meteorológica.



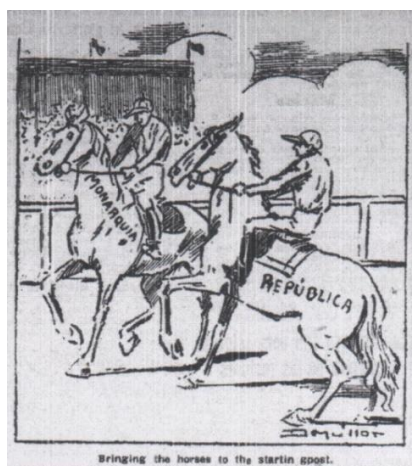
- **“For sale”**

A partir del 8 de enero, se añade un pequeño apartado con información sobre terrenos a la venta en Málaga, dirigido a la compra por parte de la colonia inglesa.

- **Viñeta**

Desde el 22 de enero se añade una viñeta semanal en inglés, traducida de Mullor, el mismo autor que publicaba a diario en español en la portada de *La Unión Mercantil*.

El contenido de éstas era predominantemente humorístico, aunque en período de elecciones versaba sobre la situación política de la época.



- Publicidad

Al suplemento *Weekly English News* no le faltó apoyo publicitario desde el primer día. En torno a una veintena de empresas y particulares se anunciaban cada jueves. El 6 de abril, primera fecha de impresión, ya poseía un apartado dedicado a cinco columnas con publicidad diseñada y amoldada para el público inglés.

Destacan los anuncios de compañías internacionales de viaje marítimo como **German East African Lines**, empresas hoteleras y pensiones como la **Hacienda de Giro** o el **Hotel Reina Victoria**, venta de terrenos y propiedades y zonas para de restauración y entretenimiento como los **Baños del Carmen** y el **Cine Goya**.



Cabe destacar que los anuncios se encuentran ordenados de forma alfabética en la zona inferior de la página y que la totalidad de las empresas anunciadas se repite, por normal general, durante los meses de vida del suplemento. Además, se ofrecía la posibilidad a los particulares locales que estuvieran interesados en ponerse en contacto con colonos ingleses u ofrecer sus servicios. De esta forma, no resulta extraña la aparición en numerosas ocasiones de publicidad en la que se ofertaban clases de estudio de español o simples quedadas entre nativos ingleses y españoles para charlar y mejorar el idioma.

En palabras de *La Unión Mercantil* en su edición del 1 de diciembre, “los anuncios publicitarios están diseñados para presentar al lector de *Weekly English News* los comercios que pueden satisfacer sus necesidades”.

Las empresas que se presentan en la hoja de *La Unión Mercantil* abarcan distintos niveles territoriales según su localización e influencia comercial.

- **Local**

En la totalidad de los suplementos en inglés publicados por *La Unión Mercantil* desde el 6 de noviembre hasta el 9 de abril, la gran mayoría de la publicidad proviene de establecimientos y empresas malagueñas. Cines, bibliotecas, farmacias, doctores, dentistas, hoteles y hostales de la provincia buscaron en las páginas de *La Unión Mercantil*, en concreto en el suplemento *Weekly English News*, el altavoz que les conectara con la colonia inglesa, un público potencial y realmente atractivo para los comercios dedicados a la hostelería y el hospedaje.

Aproximadamente, durante los cinco meses de vida del suplemento, el 90% de las empresas que vertían contenido publicitario se localizaba en Málaga y sus alrededores, como Torremolinos, en la edición del veinticinco de diciembre.

- **Andaluz**

En cuanto a los anunciantes localizados en el territorio de Andalucía, únicamente aparece el Hotel Majestic, de la ciudad de Sevilla. Actualmente conocido como Gran Meliá

Colón, desde sus orígenes, este hotel ha formado parte de la historia de la ciudad desde que fuera inaugurado para la Exposición Universal de 1929. Tal y como se informa en los anuncios de *Weekly English News*, el Hotel Majestic era el único que ofrecía en aquella época baño propio en cada habitación.

Este ejemplo de anuncio únicamente permaneció en el suplemento hasta el 1 de diciembre de 1930.

- **Internacional**

Al igual que ocurre en el caso de la publicidad a nivel andaluz, el abanico de anunciantes es escaso en este nivel: solo existen dos empresas anunciadas.

Por un lado, la primera es la compañía de transporte marítimo German East African Lines. Ésta aparece cada día de vida del suplemento y ocupa una situación privilegiada en la sección, con una pequeña ilustración de un barco a vapor o la bandera simbólica de la empresa. Además, el mensaje se encuentra acompañado de un texto donde se informa de las líneas de viaje disponibles, entre las que destacan las conexiones de Málaga a Ceuta y de Southampton a Hamburgo. Por último, se especifica la localización de la sucursal en Málaga.

Por otro lado, se encuentra Wagon Lits, en la página del diario durante los dos primeros días. Éste es un servicio de transporte a través de tren que nació en junio de 1845 y fue testigo de grandes tratados y armisticios, como la firma que puso fin a la Primera Guerra Mundial o la rendición de los franceses ante Hitler, ya en la Segunda. En la época que nos ocupa, en torno a los primeros años de la década de los años treinta, la flota de la compañía había llegado a 2268 coches que cruzaban Europa y Oriente Medio (Menchero, 2006: 84). Destacaban los trenes regulares hacia El Cairo, Beirut, Teherán y Basora y, en el caso del anuncio de La Unión Mercantil, la oferta para excursiones y visitas turísticas. Esta empresa permanece activa a día de hoy como encargada de procurar servicios a bordo de trenes de lujo.

Así, la publicidad en *Weekly English News* resulta abundante en cuanto a variedad de empresas: farmacias, hoteles, hostales, zapaterías, clínicas dentales y médicas, restaurantes y cines. Sin embargo, la localización de estas compañías señala directamente a lo local, exceptuando tres casos puntuales, a nivel andaluz e internacional: Hotel Majestic, en Sevilla, y German East African Lines, en Alemania, y Wagon Lits Cook, en Bélgica, respectivamente.

Reseñable el hecho de que no había empresas a nivel nacional y que no solo se anunciaban compañías, ya que había casos como los de malagueños o españoles de otras zonas que ofertaban clases de castellano o lecciones de guitarra a extranjeros.

o Temática

En cuanto a la temática informativa que se ofrece, el apartado de noticias, situado en la zona central de la página, comprende el ámbito nacional e internacional. La intención principal, como afirma la propia *Unión Mercantil* en su carta de presentación del día 6 de noviembre, es introducir Málaga y Andalucía en invierno a los turistas ingleses que residen en la ciudad en dicha

temporada. Como base a este fin, gran parte de los artículos publicados enumeran las características de la ciudad y Andalucía, aconsejan al viajero diferentes planes y actividades por realizar y, en general, fomentan la imagen de Málaga y otras zonas como Ronda, Córdoba y Sevilla como destino turístico singular e inigualable en el mundo.

Además, la Semana Santa, los eventos taurinos y el origen de la comunidad gitana son algunos temas recurrentes, al igual que también los son las cartas y extractos de personalidades inglesas. Con el fin de fomentar el acercamiento con su público, diversos autores nativos de Inglaterra escriben en *La Unión Mercantil* o se reproducen sus textos publicados en otros diarios, los cuales giran en torno a Málaga, Andalucía o España. Además, se ofrece al público un número de teléfono y se facilita una dirección para enviar cartas con quejas u opiniones, aunque se advierte de que no aceptará la correspondencia anónima.

Como se puede advertir, aunque una parte importante del contenido de la hoja de *La Unión Mercantil* está dirigido a fomentar la imagen de Málaga y Andalucía mediante artículos, cartas y decálogos de consejos, una característica que hace diferente a *Weekly English News* de otros suplementos meramente propagandísticos es la introducción de noticias totalmente en inglés y que abarcan el ámbito local, referido a Málaga; nacional, relacionado con la política, economía y sucesos de España; e internacional, tanto con información de Inglaterra como del resto de países.

- Información turística

Los artículos que tienen como fin el embellecimiento de Málaga y Andalucía no son un producto original de las páginas impresas por *La Unión Mercantil* a partir de 1930. Ya a principios de la década de los 90 del siglo XIX, la Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento de Málaga se lanzó a continuar con una tradición en Málaga. Ésta se trataba de la publicación de carácter propagandística, unos trabajos sobre el clima de la ciudad y sus posibilidades de explotación que proliferaron durante esta década. (Arcas, 1980: 5).

Imposible obviar de igual manera la labor de publicaciones locales como *El Pregón y La Saeta*, entre otras, y foráneas, como *Los Aliados* y *British Colony Gazette*. En todas ellas, aunque el contenido que recogen no es igual al de *Weekly English News*, la intencionalidad y razón de ser es la misma: promocionar el incipiente turismo malagueño de cara al exterior y proporcionar un cauce informativo propio a los residentes ingleses.



Entrando en el análisis del suplemento de *La Unión Mercantil*, excepto en la edición del 2 de abril 1931, todos los jueves, *Weekly English News* abría esta sección con información totalmente en inglés acerca de las bondades de Málaga o Andalucía, a la vez que proporcionaba consejos y planes a los viajeros de Inglaterra. Este tipo de contenido únicamente se ausenta en la primera edición de abril, sustituido por un artículo sobre el origen de la libra esterlina. No obstante, esto último no es algo que se repita, ya que, sin

duda, la información turística de Málaga y, en menor medida, del resto de Andalucía, supone una parte vital del contenido temático del suplemento.

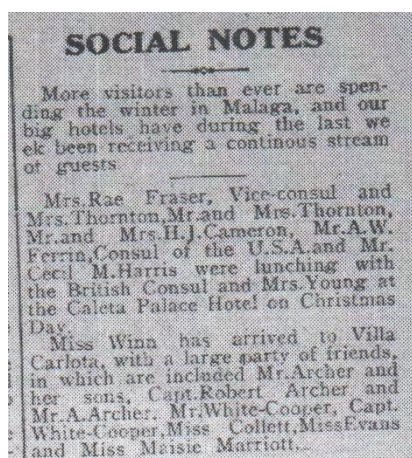
Temáticas como la Semana Santa, la arquitectura o la manera de ser de los habitantes españoles resultaban un contenido recurrente, cuando no se aconsejaba al viajero cómo pasar el invierno en el sur o se incluía la experiencia de alguna personalidad relevante. Ya fuese en forma de artículo descriptivo, carta, texto opinativo, poema o relato, las palabras que tuvieran como objetivo embellecer y resaltar la imagen de Málaga fueron una constante durante los cinco meses de vida del suplemento. “Tom Webster, en España”, “Málaga: perla del Mediterráneo”, “Qué ofrece Málaga aparte de la calidez del sol” y “Origen de la arquitectura árabe en Sevilla” son solo algunos de los titulares con los que *La Unión Mercantil* pretendía realzar la imagen del sur de España ante los viajeros de habla inglesa.

- **Información local**

Este tipo de contenido, vinculado al ámbito malagueño resulta repetido a lo largo de los meses por *La Unión Mercantil*. Bajo el objetivo de crear una hoja de información en inglés y rica en temáticas, resultaba imprescindible la introducción de todo lo acontecido a nivel local que resultara relevante para el viajero inglés hospedado en Málaga.

Los temas más tratados en el ámbito local son los relacionados con las personalidades hospedadas, los sucesos y la meteorología. En cambio, las noticias políticas y económicas locales no encuentran su hueco en este suplemento en ningún momento.

En primer lugar, las informaciones acerca de personalidades hospedadas en Málaga se localizan en la sección Social Notes. *La Unión Mercantil* facilita los nombres de las personas alojadas en los hoteles de la ciudad: políticos, doctores, religiosos, militares, viajeros y familias al completo, sin especificarse que la nacionalidad de todos los nombrados sea exclusivamente inglesa. Como se especificó anteriormente en la gráfica 1, Social Notes aparece en 17 de los 22 números del suplemento. Esto muestra que las informaciones sobre los viajeros hospedados son constantes y un pilar importante durante la publicación de *Weekly English News*.



En segundo lugar, los sucesos locales poseen su lugar de forma esporádica, aunque no presentan una atención tan importante por parte del diario como si recibe el de los viajeros alojados. Un ejemplo de los sucesos puntuales de los que se informaba se encuentra en el suplemento del veintisiete de noviembre, donde se encuentra un artículo sobre la llegada de un yate de los Estados Unidos a la costa de Málaga.

Por último, la meteorología local consigue mayor asiduidad cada jueves dentro de la sección Social Notes o Latest News. Aunque en la mayoría de los casos la información es relativa a los máximos y mínimos de temperatura, existen números, como el del ocho

de enero, en que se explica la meteorología local a la vez que se destacan las “numerosas” cualidades del clima malagueño.

- **Información nacional**

El contenido económico sobre España es inexistente en el suplemento. Sin embargo, los sucesos, la política y la meteorología sí encuentran su espacio para el lector.

Por su parte, los sucesos y la política se presentan de manera puntual en lengua inglesa entre las páginas de *La Unión Mercantil* únicamente ante grandes eventos. En el caso de los sucesos, el 26 de marzo se informa sobre las manifestaciones de Madrid en contra de las condenas de muerte para los sublevados de Jaca el 12 de diciembre de 1930, hecho del que también se informa. Los temas políticos a nivel nacional aparecen en períodos de elecciones, como el 19 de febrero de 1931, en que informa sobre el fin de la “Dictablanda” del general Berenguer por parte del rey Alfonso XIII, que nombraba nuevo presidente al almirante Juan Batista Aznar.

Los artículos sobre manifestaciones y resultados de elecciones presentaban un fin explicativo para el lector inglés, ya que se utiliza un lenguaje claro y conciso acerca de lo que ha ocurrido y sobre los personajes principales de la noticia. El objetivo es informar de la forma más sencilla posible sobre la situación de España.

En cuanto a la información meteorológica, ésta aparece junto a la malagueña y usualmente se refiere a la temperatura del día, excepto el 22 de enero, que señala directamente el temporal frío de Mallorca.

- **Información internacional**

Weekly English News es un suplemento dirigido a un público de habla inglesa, por lo que, a priori, la información internacional, sobre todo la procedente de Inglaterra, se antoja imprescindible para cumplir el objetivo de *La Unión Mercantil* de publicar la primera hoja informativa totalmente en inglés de España.

Una vez analizados los 22 números publicados, la realidad coincide con las expectativas previas: en dieciocho ediciones, la información de Inglaterra y del resto del mundo ocupa un espacio importante en la hoja de *La Unión Mercantil*, integrada en la sección Latest World News. La posición en todos los casos es a la derecha de la página, pero varía cada día entre la zona superior e inferior.

Como en los apartados de información local y nacional, la meteorología se presenta de forma escueta, excepto en el caso puntual de tormentas en el exterior de gran importancia. No obstante, las noticias relacionadas con los sucesos internacionales se repiten constantemente a través de breves como el del 5 de febrero, acerca de un terremoto en Nueva Zelanda o el del diecinueve de marzo, sobre un grupo de misioneros estadounidenses asesinados en China.

La extensión reducida del texto es una característica que se da de igual manera en las noticias con tintes políticos y económicos. En cuanto a la temática, las deudas de la Primera Guerra Mundial, desempleo y los ajustes financieros copan las noticias económicas, en las que se nombra tanto la actualidad de Inglaterra, como la del resto de

países. Un caso similar se presenta en los textos sobre política, ya que se produce un seguimiento de lo más destacado en todo el mundo, pasando desde las decisiones tomadas en el Parlamento inglés hasta la crisis política de un partido francés, una revolución en Sudamérica o el acceso de las mujeres japonesas al voto municipal. De esta forma, observamos que no existía gran diferencia entre la cantidad de información política y económica publicada sobre Inglaterra en comparación con la política y económica del resto de los países.

En busca de captar el interés del lector y continuar con su intención de ofrecer información heterogénea, *Weekly English News* también opta por introducir noticias de las colonias inglesas, preferentemente, de la India. La figura del abogado, pensador y político Mahatma Ghandi aparece en varias ocasiones al informar sobre decisiones del congreso del país asiático.

Así, podemos entender en este punto que la información ofrecida por *Weekly English News* es realmente heterogénea, ya que recoge en apenas una página de periódico noticias tanto de Málaga, como de España y el resto del mundo. Además, de incluir un texto descriptivo, carta o artículo sobre los valores del sur de España. Sin lugar a dudas, el objetivo es conectar con los viajeros ingleses y ofrecerles una hoja de periódico propia, para su beneficio y el de Málaga.

- **Fiesta o eventos**

La Semana Santa, los actos taurinos, las fiestas de la sociedad inglesa y, en menor medida, eventos como carnavales eran temas asiduos en la página de *La Unión Mercantil* por su fin introductor y explicativo de la Málaga y Andalucía de la época.

La aparición de contenidos sobre Semana Santa, fiestas taurinas y carnavales no resulta tan recurrente como, por ejemplo, la información internacional. Aunque esto se debe a la estacionalidad de los eventos, los artículos publicados en torno a estos acontecimientos se extienden a lo largo de los meses de vida del suplemento. Mientras que los artículos sobre la Semana Santa tienen como fin explicar la pasión y entusiasmo con que se vive en Málaga. Ésta también se nombra en un artículo extenso sobre Sevilla, pero con el objetivo de disuadir a los viajeros de visitar la ciudad hispalense durante Semana Santa, ya que el gentío no les permitiría disfrutar de todo lo que ofrece la zona.

La información taurina se orienta a explicar conceptos básicos de ese mundo como “novillada”, señalar las normas en el interior de la plaza e informar acerca de los próximos eventos. En cuanto al carnaval, éste únicamente aparece en el número del día doce de febrero y se limita a ofrecer el programa de las fiestas y comunicar las actividades del Club Británico de Málaga.

Por último, los temas de sociedad, como fiestas y bailes de los residentes británicos en Málaga sí recibían un trato de mayor continuidad. Este tipo de información se localizaba preferentemente en la sección Social Notes y contenía una crónica escueta sobre bailes, comidas y fiestas inglesas organizadas en hoteles y casas de la ciudad, ya fuese por particulares o por el propio Club Británico.

PLATA DE TOROS
MUSIC, COLOURS, NO HORSES.
SUNDAY AT 1 P.M.
MUSIC FROM 2 o.c.

BULLFIGHT IN MALAGA

So much is written and so much is read by visitors about bullfights that commentators are absolutely unnecessary.

It is said to have happened once at Malaga in Spain that a member of the audience got into the ring and was attacked by the bull. The reason that he successfully fought the animal with a sanguine smile.

The event on Sunday next is a monthly bull fight which takes place in the actual fight. But this time it is distinguished from others through the fact that the bullfighters are well-known ones who have achieved their skill on young bulls. Aranda, Merola and Paco Belmonte are the most famous of the six that are going to demonstrate their art, and they draw lovers of the Spanish National Game to watch their grace on the arena.

It is strongly recommended to anybody who isn't a habitue not to look a seat on top of the arena. That is to make a party and look a whole lot. The other is to take one of the seats in the ring in order to be able to get out as quickly as possible. There is always the possibility that one suddenly feels that one has had enough.

The bullfight starts mutually in a solemn manner by everybody in the case of one's presence. It is an early arrival advisable in order to watch the general view of the arena.



LOPEZ HERMANOS
MALAGA (SPAIN)
Growers and exporters of Malaga wines
DESTILLERS OF ASSHED LIQUORS AND BRANDY
SALAMANCA, 1. TEL. 3.639

Weekly English News

Origin of Arabic Architecture Sevilla - Wonder of Sunny South

When you go to the Arab architecture of the Middle Ages, you find a style that is a mixture of the various influences of the East and the West. It is a style that is unique and that has no equal in the world.

The origin of Arabic architecture is a subject that has been discussed for many years. It is a subject that is of great interest to all who are interested in the history of art.

The Arab architecture of the Middle Ages is a style that is a mixture of the various influences of the East and the West. It is a style that is unique and that has no equal in the world.

The origin of Arabic architecture is a subject that has been discussed for many years. It is a subject that is of great interest to all who are interested in the history of art.

When you go to the Arab architecture of the Middle Ages, you find a style that is a mixture of the various influences of the East and the West. It is a style that is unique and that has no equal in the world.

The origin of Arabic architecture is a subject that has been discussed for many years. It is a subject that is of great interest to all who are interested in the history of art.

The Arab architecture of the Middle Ages is a style that is a mixture of the various influences of the East and the West. It is a style that is unique and that has no equal in the world.

The origin of Arabic architecture is a subject that has been discussed for many years. It is a subject that is of great interest to all who are interested in the history of art.

SOCIAL NOTES

Last Saturday a very successful party was given at the British Club. The party was attended by a large number of guests and was a great success.

The party was attended by a large number of guests and was a great success. The evening was spent in a most enjoyable manner and all enjoyed themselves very much.

The party was attended by a large number of guests and was a great success. The evening was spent in a most enjoyable manner and all enjoyed themselves very much.

Caleta Palace Hotel
THE DANSEANT
Every day from 4.30 to 7.30

FOR SALE
FARM, comprising 250 acres, including 100 acres of land, with 100 head of cattle, 50 head of sheep, 100 head of pigs, 100 head of horses, 100 head of goats, 100 head of chickens, 100 head of ducks, 100 head of geese, 100 head of turkeys, 100 head of geese, 100 head of turkeys, 100 head of geese, 100 head of turkeys.

German African Lines
Front: Malaga to Genoa and Port of Spain
Back: Malaga to Genoa and Port of Spain

BRITISH LIBRARY. Visitors are invited to the British Library, which is situated at the corner of the street.

DO YOU wish to buy a SMALL HOUSE, or VILLA in Malaga or elsewhere? Address CARLOS BELLAU, Alameda, 1, Phone 311.

CONFEY, L.M.C. L.D.S. CALBERGIA, 11. (Liquorists, dental clinic, English, French, Italian and German spoken.)

GARAGE INGRES. AERIAL 248. MOTOR CAR HIRE SERVICE. REPAIRS. ENGLISH MECHANIC. TELEPHONE 980.

HACIENDA DE GIRO. Well-known English Pension. From 100 pta. per week.

HOTEL PRINCIPE DE ASTURIAS. Leading Hotel. Restaurant. American bar. Tennis.

REINA VICTORIA HOTEL. SUNDAY SUITABLE WINTER RESIDENCE. PENSIÓN FROM 100 Ptas.

SANTA CLARA, Torremolinos. English lady residing, having general. Afternoon teas served. Tennis.

SPANISH GENTLEMAN is willing to exchange Spanish conversation with foreigners. English spoken. Write to Esplanada de la Plaza Mercantil.

THE FRENCH CRISIS

THE NEW GOVERNMENT
PARIS, 27.—There are at least 30 members of the government, 18 ministers and 12 under-secretaries of State.

Four additions being to the Senate and tentative to the Chamber of Deputies. The members in one case of the republican union, two republicans, one radical, one socialist, one radical-socialist, one republican, one socialist, one radical-socialist, one republican, one socialist, one radical-socialist.

THE FRENCH CRISIS
PARIS, 27.—The President of the new government was born in 1888, and was a member of the Chamber of Deputies in 1911 and 1912 and later on an independent senator.

He took part in various governments and had as a Minister of Works in the cabinet of Tardieu and in the cabinet of Poincaré. He is a law about social insurance acts.

ITALIAN INFLUENCE IN THE BALKANS
LONDON, 27.—The diplomatic center of the Balkan Telegraphs declared that the Bulgarian government has invited the Italian to send a military commission in order to control the instruction in the Bulgarian army, and that Rome has agreed to this. The importance of this is that Italy already has a military mission in Turkey, and another attached to the government in Greece. Friendly relations have improved immensely between Italy and the Balkans since the last few years.

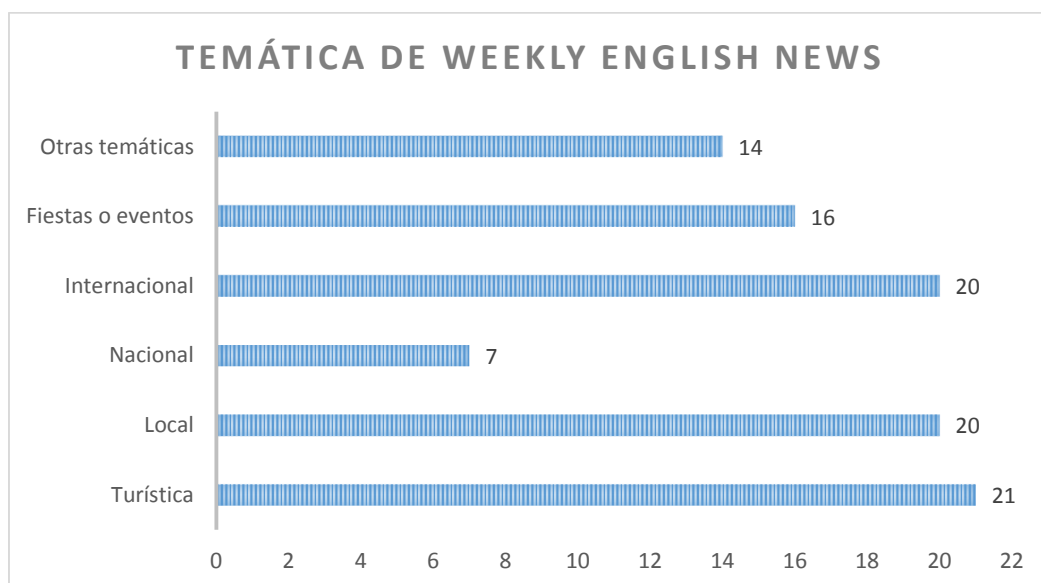
LIBERALS FAVOUR MACDONALD
LONDON, 27.—All newspapers of the Liberal Party are giving the fact that the Liberals are in favor of a project for a law about the solution of social conflicts. The government is going to obtain a small majority in the House of Commons.

- **Otras temáticas**

En este punto se localizan las esquelas y obituarios, escritos siempre acerca de personalidades de origen inglés. Sobre los obituarios, destaca el dedicado al Vicealmirante Henry Douglas Wilkin, un militar británico, héroe de la Primera Guerra Mundial, el cual fue extraído, según informa La Unión, del diario *The Times*.

También resultaba habitual la publicación de textos procedentes de periódicos en lengua inglesa, como un breve de *The Times* el 26 de febrero sobre la situación española, un artículo acerca de la introducción de camellos en España, extraído del *Gibraltar Chronicle*, o la opinión sobre España de S. H. Ledeer, un escritor inglés, publicada por *British Colony Gazette* en 1927. Además, también se invitaba a los lectores interesados en transmitir su opinión sobre un aspecto concreto de Málaga, Andalucía o España a que enviaran sus textos a la redacción de *La Unión Mercantil*. De igual manera, el propio diario se tomaba la licencia de contestar a sus lectores en la misma hoja. Éste último caso se recoge en el número del trece de noviembre, ante la cuestión dirigida al periódico de por qué no existe una escuela de inglés en Málaga.

Por último, *Weekly English News* también publicó, aunque de manera muy puntual, textos en forma de poema y relato. En cuanto al primero, se trata de una poesía bajo la firma de L. M. Dennis acerca de las bondades malagueñas, localizado el 5 de febrero. El ejemplo de relato aparece en el mismo mes, el día 19, en el que se recoge la historia ficticia de dos viajeros ingleses que conducen por el sur de España y terminan descubriendo todo lo que ofrece Málaga y lo que la rodea.



Gráfica 2. Información por temáticas publicada por *Weekly English News*. Elaboración propia.

De los datos que se pueden extraer del gráfico 2, se observa que la información predominante tiene carácter turístico, local e internacional, seguido de la relacionada con los eventos como la Semana Santa y las fiestas de la sociedad inglesa y de los textos que recogen la opinión de ingleses y obituarios. No obstante, es necesario destacar que el contenido de temática local no se refiere en ningún caso a la política y economía de

Málaga, sino a los sucesos, la meteorología y, sobre todo, los visitantes hospedados en la ciudad.

○ Fuente

El origen de la información en los artículos publicados por *La Unión Mercantil* en su suplemento en inglés es propio y también de diarios en lengua extranjera. Al igual que en el resto del diario, las noticias no se encuentran firmadas por el autor del escrito, excepto cuando el contenido corresponde a una personalidad inglesa que da su opinión sobre Málaga, Andalucía o España.

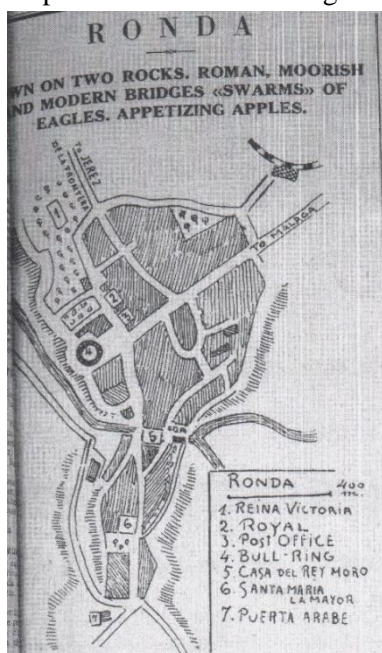
En este sentido, aunque gran parte de los contenidos aparecen sin firmar y, por tanto, se atribuyen al propio diario malagueño, otras fuentes utilizadas por el periódico son los diarios en lengua extranjera y las cartas a la redacción. Centrándonos en este último, *La Unión Mercantil* facilitaba su dirección y un número de teléfono para fomentar la interacción con sus lectores, los cuales encontraban en *Weekly English News* un altavoz donde transmitir sus experiencias en suelo español.

Al mismo tiempo, la información proveniente de diarios foráneos se muestra como una fuente habitual para la elaboración de la sección Latest World News, donde se citan diarios como el *Daily Mail* y *The Times*, entre otros.

Por último, resulta destacable que ni en los contenidos locales, nacionales ni internacional de *Weekly English News* se produce una traducción íntegra desde los textos en español de *La Unión Mercantil*. En todos los casos, la información resulta originalmente escrita por los periodistas del suplemento, lo cual se debe a que, bajo la intención es comunicarse de manera clara y directa con los lectores de habla inglesa, resulta imposible traducir de manera literal los contenidos de *La Unión Mercantil* en español, ya que las noticias para el público inglés exigen otro tono y nivel de explicación.

○ Ilustración

El periódico utilizó la fotografía por primera vez en 1880, en el *Daily Graphic* de Nueva York, fecha a partir de la cual el periodismo integraría la imagen como medio objetivo y representativo (Freund, 1976).



En cuanto a *Weekly English News*, la ilustración referida a la utilización de fotografías resulta realmente escasa en los 22 números analizados. Esto, a pesar de que en el resto del diario en castellano sí se integran numerosas fotografías e ilustraciones para acompañar a la información y a la publicidad. No obstante, la razón de esta ausencia fotográfica puede encontrarse en el reducido espacio con el que contaba la sección, es decir, una sola página para informar acerca de las bondades de Málaga, la actualidad local, nacional, internacional y prestar el espacio a la publicidad. Con un contenido tan heterogéneo y amplio resulta lógica pensar que se descartara añadir fotografías habitualmente que reforzaran las informaciones por una simple cuestión de espacio.

El único ejemplo de fotografía como apoyo de información se localiza en el 27 de noviembre ante la llegada de un yate estadounidense perteneciente a Mr.

Herbert Howland, un entusiasta de la navegación, según indica el artículo. La ilustración, a la izquierda del texto, recoge dos fotografías: la primera, del yate en el puerto de Málaga; la segunda, un retrato del dueño del barco. La instantánea se encuentra firmada por su autor en la zona inferior: Foto Sánchez.

Centrándonos en otra clase de ilustraciones, *La Unión Mercantil* también opta en un único número por ofrecer un mapa que acompaña a un texto, en concreto sobre Ronda. El plano, dibujado a mano, ofrece una visión aérea del municipio, donde se enumeran los lugares más importantes para visitar, como monumentos, hoteles y plaza de toros.

El elemento que se repite con mayor asiduidad en esta sección es la viñeta. Desde el 22 de enero se añade semanalmente una ilustración de contenido humorístico y de crítica social. El autor era Diego Mullor Heredia, nacido en marzo del año 1882 en Málaga, concretamente en la plaza de Arrióla, aunque residiría en la localidad de Vélez Málaga. Fue discípulo del dibujante Martínez de la Vega y del pintor José Nogales en la Escuela de Bellas de Málaga y fue colaborador del diario melillense *El Telegrama del Rif* y los periódicos *España de Tánger*, *El Sol*, *de Madrid* y *La Unión Mercantil* (Sánchez, 1993: 60). De su contribución al diario *La Unión Mercantil*, las críticas de la época recogen lo siguiente: "cada día publicaba una semblanza de algún malagueño destacado. Empieza también a publicar sus comentadísimos chistes, que daban en la perfecta diana de la intención que había tenido al crearlos, con el detalle, que nunca inventó en esos chistes o trabajos un ser inexistente; todos absolutamente todos, fueron reales. Lo más curioso del caso es, que cuando sacaba a relucir algunos defectos, lo hacía con profunda humanidad, con una bondad tan grande, que a nadie molestaba".

- Plantilla

La familia Creixell, de origen catalán, fue la propietaria histórica del diario *La Unión Mercantil* (Galindo, 2002: 100). Bajo su control, el periódico se convierte en 1920 en el diario andaluz de mayor circulación. La segunda generación de Creixell, los hijos de José Creixell, Olivella, Ángel, José y Antonio Creixell, ocupan los cargos de consejeros y gerente de la empresa respectivamente en el momento del análisis. Todo, bajo la dirección de Pedro Alfaro, con lo cual, se produciría una derechización progresiva del diario.

En cuanto a la autoría de los textos, por un lado, como ocurre en el resto del diario, los artículos no se encuentran firmados por los periodistas, práctica habitual durante la época. El único momento en que se cita la autoría del autor corresponde a la publicación de cartas de personalidades inglesas o extractos de un periódico extranjero.

Por otro lado, la Asociación de la Prensa de Málaga no recoge en sus archivos el nombre de ningún periodista de origen inglés en esa época. Por tanto, la autoría de los textos podría pertenecer a periodistas de la propia Unión Mercantil que supieran hablar inglés a la perfección o estuvieran ayudados por británicos instalados en la ciudad.

- Protagonismo informativo

En los cinco meses de vida de *Weekly English News* se repite una serie de nombres propios y de instituciones. Del análisis del protagonismo en las noticias se extrae el enfoque informativo del suplemento y la temática preferente a través de los números publicados.

Por un lado, las personalidades que aparecen con mayor asiduidad están relacionadas con la política, la realeza y las instituciones de la colonia británica en Málaga. Por otro lado, partidos políticos y clubs también presentan un espacio destacado en el suplemento.

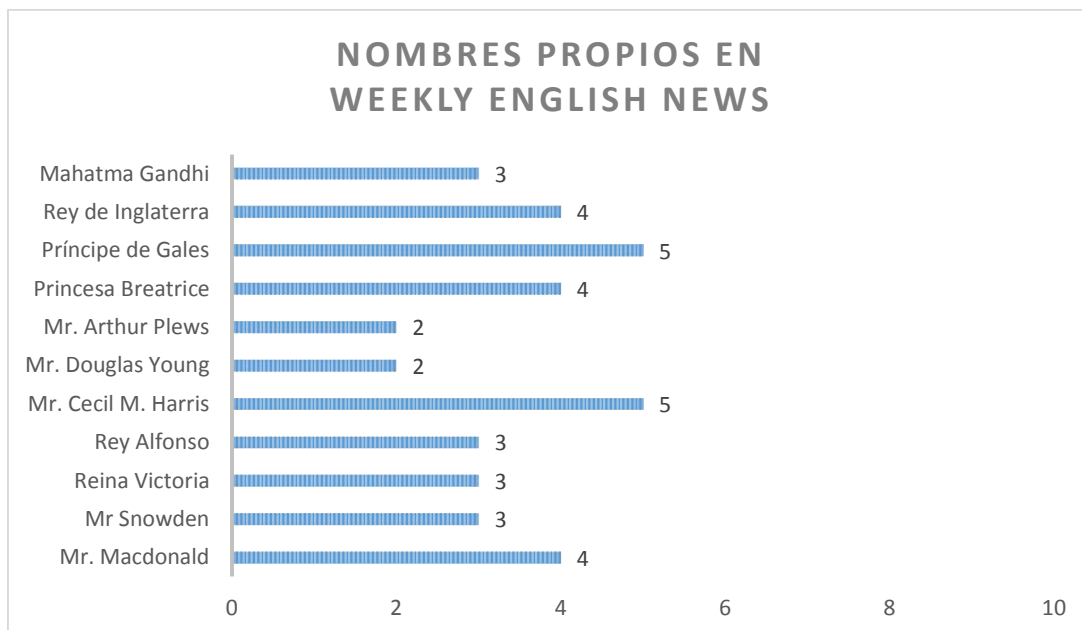


Gráfico 3. Personalidades más repetidas en *Weekly English News*. Elaboración propia.

Los nombres que se repiten en mayor número son los de Mr. Cecil M. Harris, presidente del Club Británico de Málaga y el Príncipe de Gales. El contenido en el que aparece Cecil Harris está relacionado con las actividades y eventos organizados por el club en la ciudad de Málaga, mientras que la información protagonizada por el Príncipe de Gales se refiere a viajes y actos de protocolo.

La realeza, tanto española como inglesa, también ocupa un lugar destacado en las informaciones. La princesa Beatrice protagoniza noticias hasta en cuatro ocasiones, debido a que el período de análisis coincide con una enfermedad que la mantuvo alejada de sus actividades. También lo ocupan las personalidades políticas y los partidos políticos de Inglaterra. En cuanto a las informaciones de las colonias, la figura de Mahatma Gandhi aparece en varias ocasiones.

Además, cabe destacar que los hoteles de Málaga y las figuras ingleses hospedadas se repiten a lo largo de los días, pero este contenido pertenece a la sección Social Notes.

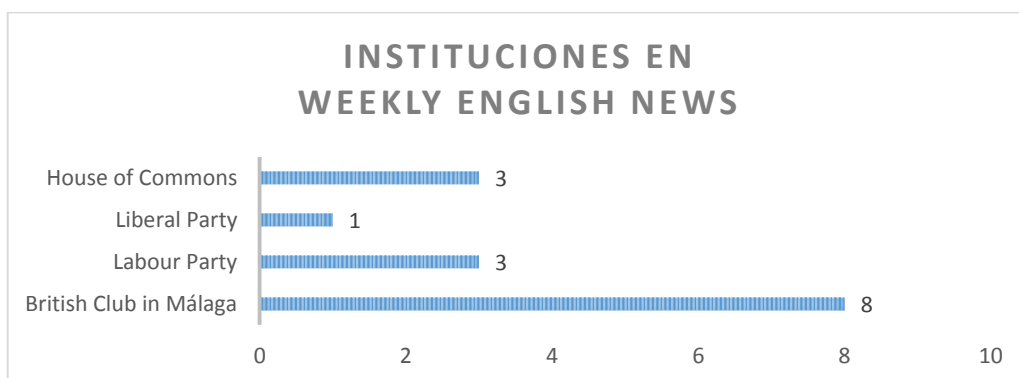


Gráfico 4. Partidos u organizaciones habituales en *Weekly English News*. Elaboración propia.

4.2 *Weekly English News*: novedad informativa y predecesor de *SUR in English*

La propia *Unión Mercantil* afirmó en su mensaje de bienvenida a *Weekly English News* el 6 de abril de 1930 que el proyecto que entonces comenzaba era el primero de su clase en toda España. Con unos contenidos plurales y dirigidos directamente al público inglés en su lengua materna, solo se parecía al trabajo tres años antes de *La Vanguardia*, con una publicación en alemán, inglés y francés.

Sin lugar a dudas, la publicación cada jueves de *Weekly English News* supuso un avance de gran importancia en la creación histórica de una prensa local dirigida a los viajeros y turistas. La difusión internacional del destino y el entendimiento con los viajantes se antoja vital para lograr un espacio de referencia para la llegada de turistas. En este sentido, se entiende que el suplemento de *La Unión Mercantil* cumplió con estos puntos necesarios y satisfizo tanto las necesidades de Málaga como la de los viajeros de la época.

En cuanto a los contenidos, como hemos observado en el desarrollo de la ficha de análisis, los temas tratados pasaban desde lo local hasta lo nacional e internacional, cubriendo política, economía y sociedad. Toda la información, escrita expresamente para el lector inglés, ya fuesen noticias o textos sobre las virtudes de Málaga o Andalucía.

En resumen, *La Unión Mercantil* había elaborado una hoja que hacía las veces de periódico para la comunidad inglesa en Málaga. Noticias y artículos diversos y de calidad para crear un ambiente propicio para la llegada de viajeros, todo esto, al proporcionar un canal de expresión e información ajustado a las necesidades del inglés de la época que se hospedaba en Málaga.

Como hemos destacado en apartados anteriores de este trabajo, podemos afirmar que el proyecto de *Weekly English News* obtuvo éxito, al menos en sus puntos principales, ya que obtuvo un apoyo importante de la publicidad y cumplió con su intención inicial de informar en la totalidad de la etapa invernal malagueña. Por un lado, en cuanto a la publicidad, según los datos extraídos, la creación de una hoja en inglés para el lector extranjero fue bien recibida por parte de los comerciantes malagueños. Más de una veintena de empresas se lanzaron desde el primer número a publicitar sus productos y servicios, lo que señala el interés creciente, no solo en el sector de la prensa, hacia el viajero inglés alojado en la ciudad.

Por otro lado, *Weekly English News* se mantuvo en la quinta página de cada número de *La Unión Mercantil* hasta el 9 de abril de 1931, es decir, la totalidad de la etapa invernal turística. Si la publicación no hubiese conseguido el éxito esperado o la respuesta adecuada de la comunidad inglesa, *La Unión Mercantil* habría desistido y el proyecto no habría cumplido la fecha que conocemos.

4.2.1 Final de la publicación

El final de *Weekly English News* sucedió el 9 de abril de 1931. Las razones de su cierre se encuentran en el final de la época invernal en Málaga, ya que *La Unión Mercantil* ya informó en el primer número del suplemento que el período de publicación comprendería los meses precedentes a la época estival.

No obstante, aunque la propia *Unión Mercantil* señaló en el mensaje de despedida del 9 de abril que *Weekly English News* volvería al diario en otoño, entorno al 1 de noviembre de 1931, la hoja jamás volvió a ser reproducida.

No se especifican las razones del fin de la publicación, pero existen ciertas circunstancias especiales que invitan a deducir las verdaderas causas. Una de ellas y, posiblemente, la más importante es el asalto a la sede de *La Unión Mercantil* el mismo día de proclamación de la II República en España (Guerrero, 2006). Este suceso, que provocó la ausencia del diario en las calles de Málaga durante varias fechas, no fue el último acto de violencia contra el periódico. La ideología conservadora y favorable a la monarquía convirtió a *La Unión Mercantil* en objeto de odio habitual hasta su cierre en 1936.

Así, aunque no se conocen las razones oficiales por las que *La Unión Mercantil* optó por no publicar más *Weekly English News*, se puede entender la dificultad que encontraron para llevar a cabo esto, inmersos en un ambiente conflictivo y violento por días, en el que ya no compartían la misma relación con las instituciones públicas y los organismos de fomento del turismo.

A pesar de no continuar con el trabajo realizado en *Weekly English News* más allá del 9 de abril de 1931, el diario dirigido por la familia Creixell, a partir de la influencia de trabajos anteriores y de la innovación, estableció un referente único que supuso un avance para Málaga, Andalucía, el periodismo y la colonia inglesa de la ciudad. Sin lugar a dudas, un punto clave en la historia de la prensa en España que fomentó la creación futura de otras publicaciones como *Sur in English*.

4.2.2 El antecesor de *SUR in English*

Sur in English se gestó como sucesor de la fórmula iniciada por *La Unión Mercantil* 54 años antes. No obstante, existen algunas diferencias, sobre todo, en los objetivos iniciales. Según Pedro Luis Gómez, quien tomara la iniciativa de poner *SUR in English* en marcha, bajo la dirección de Joaquín María Alarcón, el objetivo de la publicación era promocionar la Costa del Sol en las ferias turísticas internacionales, como la World Travel de Londres (López, 2009: 73).

Los inicios de *SUR in English* también se encuentran en Gerry y Joan Davies. La acogida de la idea del matrimonio Davies fue total según Liz Parry, editora del periódico (Nicolás, 2014), ya que había en la redacción la misma idea de publicación. A pesar de que ya existía la revista *Lookout on the Costa del Sol*, siendo la que más influencia tenía sobre los lectores de habla inglesa, se trataba de un magazine orientado a temas como la cultura y la gastronomía. Por tanto, *SUR in English* tuvo una gran acogida a la hora de ofrecer un producto diferente, caracterizado por la información actual.

Un fin que comparte esta publicación con *Weekly English News* es el dar información de servicio y de actualidad local al turista y al residente de habla inglesa. Como en el caso de *La Unión Mercantil* en los años 30, *SUR in English* surgió de la necesidad de satisfacer con contenido informativo las necesidades de los angloparlantes en Málaga, ya que los lectores no tenían acceso a las noticias, ni siquiera de su propio país, en inglés porque los periódicos se retrasaban. Otros puntos discordantes, salvando las distancias entre unos años y otros, serían el precio, el tamaño de ambas publicaciones y el público al que se dirigía. Sobre esto último, Rachel Haynes, ayudante de dirección de *SUR in English* en la actualidad, afirma que la publicación se dirige a toda la comunidad de habla inglesa en el sur de España, por lo que no todos los receptores son británicos (Nicolás, 2014). En el caso de *Weekly English News*, el público se encontraba más delimitado.

En resumen, ambas publicaciones son productos periodísticos con un alto nivel integrador entre culturas, algo necesario desde los inicios del turismo. Su utilidad reside en servir de puente informativo y canal de ayuda a los turistas y viajeros que saben español o residen en Málaga hablando únicamente inglés.

Weekly English News

SOME IMPRESSIONS FROM THE HOLY WEEK IN MALAGA

ONE OF THE MANY VISITORS TO MALAGA, THAT WAS DEEPLY IMPRESSED BY THE HOLY WEEK PROCESSIONS, HAS SENT US THE FOLLOWING ARTICLE. THE AUTHOR IS AN ENGLISH LADY WHO HAS SPENT THE WINTER HERE, BUT HAS EXPRESSED A WISH TO REMAIN ANONYMOUS.

The most interesting processions in Malaga took place on Friday evening or Black Friday as it is called here. We were invited by the offices of LA UNION MERCANTIL to see them and we saw them coming up the street towards the office turn the corner and take the rows of the lights as they paraded along the Alameda.

The first procession was the "Cofrades de la Virgen" First came the band playing, with the leader in a white coat and a white hat. He carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. Behind him were the cofrades in their white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

Some of the cofrades wore special shaped masks. These masks were made of wood and were shaped like a woman's face. They were painted white and had black eyes and a red mouth. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

After the cofrades came the "Cofrades de la Cruz". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

After a few minutes we saw the "Cofrades de la Cruz" coming. They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

After a few minutes we saw the "Cofrades de la Cruz" coming. They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

After a few minutes we saw the "Cofrades de la Cruz" coming. They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child. They were followed by the "Cofrades de la Pasión". They were dressed in white robes and black hats. They carried a banner on which was a picture of the Virgin and Child.

It was a figure of the Virgin carved in wood. Beautifully carved and delicately colored. Kneeling at the foot of the cross. This Virgin was rightly called Our Solitary Lady.

We waited half an hour before we heard the strain of the drum of the last procession. This was the procession of the "Cofrades de la Cruz". It was not a show but a people paying homage to the creed they believed. They walked quietly along carrying candles.

They also had a saint, a Virgin. She faced, dressed simply in black velvet with a sword piercing the heart.

This procession was most impressive and showed clearly the true spirit of the Holy Week.

We went home, music in our ears, passing the lighted ships in the harbor with many pleasant thoughts of Malaga and its kindly people.

The "Weekly English News" that has been published in this newspaper every Thursday during the last winter season, is not going to appear till sometime in the autumn, probably about the 1st of November.

We are most thankful to our readers for the attention they have given to us and also for the signs of appreciation we have received.

Certain alterations and improvements are to be introduced. Experience acquired are going to be utilized in favour of readers and advertisers.

We hope that our kind readers then, as in the past, forgive us our faults and remember that it is for the common cause of our beloved Malaga.

DASHING FLIGHT FROM ENGLAND TO CAPETOWN. KING OF ENGLAND ILL.

COMMANDER GLEN KIDSTON FLIES FROM ENGLAND TO CAPETOWN IN SIX AND A HALF DAYS

CAPETOWN, 7.—The millionaire sportsman Lieut-Commander Glen Kidston that left Netherthorpe, Wiltshire, last Tuesday at 8 a.m. arrived Monday at 5 p.m. to Capetown, thus completing the flight over a distance of 8,000 miles in six and a half days. The best previous was eight and a half days.

KING OF ENGLAND ILL

LONDON, 7.—The indisposition of the King follows a neural course. If the actual weather continues it is very likely that the King stays in his suite. His Private Secretary has been with him for a short time today in order to dispatch some important matters.

No definite statement is issued, but it is believed to be only some slight throat trouble.

SUBMARINE BREAKS RECORDS

PORTSMOUTH, 7.—The submarine Nautilus on board of which the explorer, Sir Hubert Wilkins, is going to the North Pole, has during trials that took place yesterday reached a depth of 226 feet, which is a record for the navy of the U.S.A.

ANOTHER SOUTH AMERICAN REVOLUTION

PUERTO DE ESPANA (Venezuela). 7.—A revolution has started in Venezuela.

Rebelling troops under command of General Arevalo Cadenas besiege San Fernando, one of the most important of the towns in the State of Pure.

The fights are continuous. The revolutionaries have conquered the towns of Guacalito, Achaguas and Yagual and have defeated the federal troops in a skirmish, causing them great losses and taking possession of considerable quantities of cattle and munition. Numerous volunteers have joined the rebels.

General Arevalo has issued the following communication:

"We struggle for the reestablishment of the republic, that was lost thirty years ago and since then has been in the hands of the dictatorship, with us, free citizens, its slaves. We want to obtain true friendship with other countries in the world. We want to leave free entrance in the country to all that want to come, and give them unlimited rights to explore the natural riches that are so abundant without the interference of monopolies. We want to build schools and universities and expect the support of all true citizens of Venezuela."

THE «TIENDA INGLESA» NUEVA, 40

Has much pleasure in offering LIQUORS at the following prices:

	Litros	Pesos
Ariote	Bottle	1 12.25
Manila	"	34 13.75
Benedictine	"	1 12.75
"	"	1 15.00
"	"	1 2.95
Cointreau	"	1 15.00
Triple Sec	"	1 2.85
Grand Marnier	"	24 20.00
Pippermint	"	1 17.00
Old Tom	"	1 15.00
Bols	"	1 13.00
Fockinik	"	1 17.00
Vermouth	"	1 3.70
Marital & Rosal	"	1 3.70
Nolly Prats	"	1 12.00
Angostura	"	8.00
Bitters	"	8.00
Whisky	"	19.00
Black & White	"	19.00
White Horse	"	20.00
John Walker	"	20.00
Brandy	"	15.00
Domocq Funda	"	20.00
Marcel 3 stars	"	20.00
Hennessy 3 stars	"	20.00



—Where are you going?
—To the station.
—Good! But don't let the same happen to you as before.
—What do you mean?
—That you lose your luggage.

German African Lines
From Malaga to Genoa and Port Said
From Malaga to Ceuta, Southampton, Montevideo and Hamburg
For further information call at Tourist Office **VIAGES BAKAMAR** Alameda, 1

A. E. NATAN Doctor in political and social sciences. TEACHER OF MODERN LANGUAGES. MARTIRES, 17.
A. EBACA, D.D.S. UNIVERSITY OF PENNSYLVANIA DENTAL CLINIC ALAMEDA, 14. TEL. 2282.
PASOS DEL CARMEN. Bathing beach, tennis courts. Tea cardinals, first class restaurant.
CINE GOYA. Talking Pictures. Western Electric Apparatus. Today: **HER WEDDING NIGHT** THE IMPERIO ARGENTINA also NEWS and SCETCHES. Daily 9-12.30.

BRITISH LIBRARY. Visitors are informed that English periodicals and an excellent library are to be found at Cortina del Muelle 45. (Over Consulate).
CALETA PALACE. Facing sea. In best residential suburb. French cuisine. Pension from Ptas. 20.
CARLOS J. KRAUEL, Esquilacho, 12-16. One of the largest bodegas in Malaga. Visitors welcome 11.5.
DENTAL CLINIC of Dr. Marti Odonological Physician. Pl. de la Constitución, 9, pral.
Do you wish to buy a SMALL HOUSE or VILLA in Malaga or its surroundings? Address **CARLOS DUFAU,** Alameda Alfonso XIII No. 36. Telephone 2116.

You will find our DELICIOUS MALAGA WINE at the "Tienda Inglesa" Calle Nueva, 40.
GARAGE INGLÉS. ARENAL, 8-16. MOTOR CAR HIRE SERVICE. REPAIRS. ENGLISH MANAGEMENT. TELEPHONE 920.
HACIENDA DE GIRO. Well known English Pension. From Ptas. 18.—
HOTEL PRINCIPE DE ASTURIAS. Leading Hotel. Tourist-class. American bar. Tennis.
NILS DE STALHANDSKE SWEDISH MASSAGE and MEDICAL GYMNASTICS. APPLY AT THE BRITISH LIBRARY.

REINA VICTORIA HOTEL. MODERN. CENTRAL. SUNNY SUITABLE WINTER RESIDENCE. PENSION FROM PTAS. 18.—
TINTORERIA INGLESA. DYERS & DRY CLEANERS. ARTICLES FETCHED AND DELIVERED PROMPTLY. GRANADA, 17. Phone 2845. TORREDO, 31. ALDERETE, 30. Phone 1924.
VILLA MARTA, CALETA. English private Hotel. Situated select residential Quarter. Inclusive terms from Ptas. 17.—
The «Tienda Inglesa» Calle Nueva, No. 40, provides genuine PURE AND DELICIOUS MALAGA WINE, that fortifies and gives good appetite.

Conclusiones

Como resultado de la extracción de resultados a partir de la ficha de análisis adjuntada en la metodología, surge una serie de conclusiones relacionadas con el punto principal de este proyecto: el paso de la publicación *Weekly English News* en *La Unión Mercantil*, entre los años 1930 y 1931. Las deducciones de este estudio son las siguientes:

- **En este punto nos referimos a la intencionalidad de los contenidos.** Como se puede observar a través de los datos, *Weekly English News* destaca por ofrecer un contenido orientado a la información, en concreto, a la información útil para los extranjeros hospedados en Málaga.

El resto de las publicaciones nombradas en el apartado anterior, como *El Pregón*, *La Saeta* o la propia *Unión Ilustrada*, surgidas de manera anterior o durante la publicación de la hoja de *La Unión Mercantil*, tiene como objetivo principal promocionar a Málaga en el exterior para aumentar la afluencia de visitantes en la ciudad.

El interés de la saeta por satisfacer las necesidades informativas de los lectores ingleses se deduce por dos puntos claves. Por un lado, el mensaje de presentación publicado por *La Unión Mercantil* el día 6 de noviembre afirma que la hoja estará dedicada a “la colonia británica en Málaga, a los numerosos turistas de habla inglesa que visitan de modo asiduo la ciudad y a los invernantes del país británico”. Por tanto, desde un primer momento, los objetivos del diario se evidencian. Por otro lado, la publicación de artículos sobre las actividades de mayor atractivo en la Málaga invernal, colmados de consejos, es otro elemento importante para conocer la intencionalidad. No obstante, aunque resulta evidente que ofrecer un cauce informativo de calidad es el objetivo principal de *La Unión Mercantil*, no se descarta la difusión de alguna parte o totalidad de la hoja, ya que numerosos textos versan sobre las virtudes de Málaga o Andalucía y el envío a Inglaterra de textos similares para fomentar la llegada de viajeros resultaba una práctica habitual, como fue el caso de Alexander Finn, cónsul general del país anglosajón en Málaga y colaborador habitual en *La Unión Mercantil*, que envió de forma asidua información meteorológica a ciudades como Londres y París, e incluso tarjetas a revistas médicas inglesas para difundir las bondades curativas de la ciudad.

En resumen, las publicaciones anteriores atendían a criterios de fomento de la actividad viajera en el exterior con la introducción de textos, en español o inglés, comentando las singularidades y ventajas de Málaga, los cuales eran enviados a otros países con fines de promoción. En contraposición, *Weekly English News* surge para, aparte de mostrar las grandezas de la ciudad, ser leído por el extranjero de habla inglesa hospedado. Obituarios, información meteorológica, consejos para el día a día o los sitios más destacados se presentan como el contenido semanal del suplemento, por lo que la intencionalidad es ofrecer, en una sola hoja, un periódico para el residente y una carta de presentación para el posible viajero.

- **En la siguiente conclusión destacamos la figura de las revistas y publicaciones precedentes a *Weekly English News*.** La aparición de éstas, de forma anterior a la hoja

de La Unión, influyeron en el nacimiento del suplemento, tanto por su contenido en español como en inglés.

Tal y como señalamos en el punto anterior, *El Pregón* y *La Unión Ilustrada* representaron un papel importante en la creación de una base sólida para la prensa en inglés o dirigida a extranjeros en Málaga. También destacan en este sentido trabajos en lengua foránea como *Los Aliados* y *British Colony Gazette*. *Weekly English News* tomaría como referencia el trabajo de éstos y comenzaría el 6 de noviembre un proyecto propio e individual, cuyas raíces estaban conectadas en el tiempo con publicaciones como las nombradas en Málaga, o incluso Barcelona, de donde tomó la influencia de una hoja en alemán, francés e inglés, elaborada en 1927 por *La Vanguardia*.

Las razones que sostienen esta conclusión se encuentran en el contenido de la propia *Unión Mercantil*. En numerosas ocasiones aparece el nombre de periódicos y revistas, tanto del momento como localizadas en años anteriores. De éstas extraen noticias, entrevistas y artículos de opinión con el fin de enriquecer la información.

- **La expansión del turismo está condicionada por el desarrollo y la capacidad de sus medios de comunicación.** En este sentido, tanto regiones, de manera particular, como países, en general, han concordado desde los inicios de los grandes desplazamientos de viajeros en utilizar como altavoz a los medios. Artículos repletos de virtudes sobre la zona o reportes meteorológicos se enviaban, en concreto, desde Málaga a zonas clave para el fomento de ese bisono turismo de la época, aún por explotar.

Centrándonos en la época que nos ocupa este trabajo, *Weekly English News*, con el tiempo, se convirtió en un eslabón más del aparato para el estímulo turístico. En concreto, uno de lo más tempranos tras la creación a finales del siglo XIX de la Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento de Málaga, cuyo objetivo principal era ensalzar el clima local como destino turístico y, de esta forma, sacar a la provincia de la profunda depresión económica en la que se veía sumida por aquella época. Tanto personalidades del ámbito privado como público acercaron sus posturas a través de herramientas como periódicos, revistas y cartas con el fin de auxiliar el frágil estado de la ciudad.

- **Otra conclusión más es que *Weekly English News* se integra de manera total a *La Unión Mercantil* durante sus meses de vida.** Desde el primer momento recibe una situación fija en la quinta página del diario, además de una división clara por secciones.

Desde que el seis de noviembre apareciera, *Weekly English News* se mantuvo de manera semanal cada jueves como cualquier otro apartado dentro del periódico. *La Unión en Marruecos* o *Notas deportivas*, publicados de forma constante o *Diario de un curial*, situado al final del diario compartieron su lugar de manera natural con la hoja en inglés durante meses, evidenciando la naturalidad con que *Weekly English News* se integró. El objetivo era ofrecer al lector inglés una hoja informativa lo más profesional, serie y atractiva posible.

- **La sección mantiene información actualizada durante los meses en que se publica.** En el mensaje que presenta a *Weekly English News* el seis de abril, *La Unión Mercantil* resalta la dificultad de ofrecer contenidos actualizados y al día sobre lo acontecido a nivel

local y nacional. Incluso, no se atreven a prometer este tipo de información por las condiciones del momento.

A pesar de esta idea inicial, pesimista con respecto a la calidad de los contenidos, lo publicado desde noviembre de 1930 a 1931, en lo referido a información, resulta cumplir las condiciones de la relativa novedad y autenticidad que una publicación de este tipo podía presentar en la época. Social Notes o Latest World News son dos de las secciones informativas de *Weekly English News*, de contenido local e internacional, respectivamente. En éstas, la información cubrió con exhaustivo atino lo sucedido en Málaga, con respecto a visitas foráneas y eventos, y el extranjero, con noticias políticas y económicas de cualquier índole y país. Por su parte, España también encuentra su lugar entre los números de *Weekly English News*. La sublevación de Jaca en 1930 o las elecciones nacionales fueron publicadas con el fin de mantener advertido sobre la actualidad al lector.

Parte de la duda inicial sobre el cumplimiento de actualidad y rigor provenía de la falta de desarrollo de medios de comunicación fiables y rápidos entre unos países y otros. No obstante, la integración del telégrafo, la evolución del teléfono y la información de fuentes locales permitieron que *Weekly English News* pudiera ofrecer dos secciones semanales sobre todo lo sucedido, de trascendencia, a nivel local e internacional.

- **La autoría del contenido es primordialmente propia.** Nos referimos a las noticias, artículos de opinión y textos, en general, publicados por *La Unión Mercantil* en la hoja cada jueves. No obstante, es necesario resaltar las cartas y artículos de diarios locales y extranjeros, que supusieron una fuente usual de contenidos para el suplemento.

En este sentido, el presidente del Club Británico de Málaga, el caricaturista del diario inglés *Daily Mail* o numerosos viajeros conocedores de Málaga, Andalucía o España, de manera general, encontraban en la publicación un apartado donde expresar sus opiniones, consejos o puntos de vista sobre lo vivido. En estos casos, la autoría no pertenecía a la propia *Unión Mercantil*, que no elaboraba los textos. Sin embargo, sí ofrecía cauces a través de direcciones postales para que los lectores enviaran sus escritos.

En cuanto a la información propia, la creación de los textos la ostentaba el diario malagueño. Noticias locales e internacionales provenían de fuentes como personalidades locales, informaciones de *La Unión Mercantil* en español o prensa extranjera. No obstante, el trabajo de escritura recaía sobre el periodista del diario, que, en ningún momento, reproducía de manera literal los contenidos de la versión en español del periódico o de fuentes foráneas.

Por tanto, *Weekly English News*, cuando no reproduce los trabajos u opiniones de otras publicaciones o personalidades concretas, presenta textos propios. Ésta se trata de una característica, sin duda, que refuerza la idea de *Weekly English News* como un periódico reducido para el colono británico, en vez de una hoja donde se recoge, de manera descuidada y poco atractiva, las noticias literales y traducidas de diversas fuentes.

- **La publicación encuentra un gran apoyo publicitario que fomenta su continuación.** Desde empresas locales hasta de otras provincias y países eligen *Weekly English News*

para divulgar sus servicios y productos al nuevo tipo de lector que busca *La Unión Mercantil*.

Referido al lugar de pertenencia de los anunciantes, destacan de manera notable los cuales cuya sede se encuentra en la propia Málaga. Bibliotecas, farmacias, sastres y doctores locales, entre muchos otros, lanzan sus mensajes a diario en la parte inferior de la hoja. También destacan los particulares que ofertan clases de español o guitarra española. En cuanto al procedente de empresas en el extranjero, las compañías de viajes, tanto por mar como por tierra buscan su oportunidad en la necesidad de los viajeros alojados en Málaga.

En resumen, las empresas que aparecen a diario, más de veinte en cada número y principalmente malagueñas, suponen un apoyo económico de importancia para la continuación de la sección y desvelan el interés latente de las compañías y el público potencial inglés residente en la ciudad.

Bibliografía

Archivos y bibliotecas

- Archivo de la Asociación de Prensa de Málaga
- Archivo Díaz de Escovar
- Archivo Municipal de Málaga
- Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de Málaga
- Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Educación de Málaga
- Biblioteca de la Facultad de Filosofía y Letras de Málaga
- Biblioteca de la Facultad de Turismo de Málaga

Fuentes personales

- Novas, Genoveva. Trabajadora en la Asociación de la Prensa de Málaga. 30 de abril de 2014

Fuentes bibliográficas

- Arcas Cubero, F. García Sánchez, A. (1980). Los orígenes del turismo malagueño: la Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento de Málaga. *Jábega*, 32, 42-50
- Arenas Gómez, A. (1998). Historia de la Costa del Sol. *Diario Sur*, 234-237
- Berrio, A. (1998). Trazas en el laberinto. *Saber leer*, 112, 1-2
- Boyer, M. (2002). El turismo en Europa, de la Edad Moderna al siglo XX. *Historia contemporánea*, 25, 13-31
- Freund, G. Romaguera i Ramió, J. (1976). La fotografía como documento social. *Editorial Gustavo Gili*
- García Galindo, J, Gutiérrez Lozano, J, Sánchez Alarcón, M. (2002). La comunicación social durante el franquismo. *Diputación Provincial de Málaga*
- García Galindo, J. (1982). Comunicación social e historia. En torno a la historia de la prensa: el caso de Málaga en el siglo XX. *Baética: Estudios de arte, geografía e historia*, 5, 289-301
- García Galindo, J. (1999). La prensa malagueña (1900-1931). *Málaga: Área de Cultura*
- García Galindo, J. (2002). Élités y prensa en Andalucía. *Madrid*
- García Galindo, J. (2004). Prensa y turismo en España (Málaga, 1872-1936)
- Gordon, B. (2002) El turismo de masas: un concepto problemático en la historia del siglo XX. *Historia contemporánea*, 25, 125-156
- Guerrero, J. (2006). La quema de conventos en Málaga. *Arguval*
- Krauel, B. (1988). Viajeros británicos en Málaga (1760-1855). *Málaga: Diputación provincial*
- Krippendorff, K. Wolfson, L. (1990). Metodología de análisis de contenido. *Paidós Ibérica*
- López Romero, L. (2009). Prensa y comunidad extranjera en España: estudio descriptivo y analítico del caso malagueño. *Quiasmo Editorial*
- Lorenzo, M. Osuna, R. Calvo, J. (2003). Economía del turismo. *Centro de Estudios Ramón Areces*
- Menchero, J. (2006). Coches cama y restaurantes de Wagon Lits. *Vía libre*, 497, 83-86
- Nicolás Alcaraz, E. (2014). SUR in English. (Trabajo sin publicar). *Universidad de Málaga*.

- Pellejero Martínez, C. (1999). Historia de la Economía del Turismo en España. *Editorial Aranzadi*
- Pellejero Martínez, Carmelo. (2006). Estadísticas históricas sobre el turismo en Andalucía en el siglo XX. *Instituto de Estadística de Andalucía, 7*
- Sánchez, J. (1993) Notas sobre la cartofilia melillense: Diego Mullor, caricaturista. *Aldaba, 21, 51-77*
- Townson, D. (2004). Breve historia de Inglaterra. *Alianza Editorial*
- Vázquez, A. (2011). La mirada de Málaga: historia y vida de 20 familias malagueñas. *AZ Andalucía*

Fuentes electrónicas

- ANDALUPEDIA. La Unión Mercantil [En línea].
<http://www.andalupedia.es/p_termino_detalle.php?id_ter=19681> [Fecha de consulta: 22-4-2014]
- Hemeroteca digital de La Vanguardia
- Rodríguez Cobos, E. (2009). La Revolución Industrial Inglesa. [En línea]. *Contribuciones a la Economía*. <http://www.eumed.net/ce/2009b/emrc.htm> [Fecha de consulta: 26-4-2014]
- Wylie, L. WW1 Database.
<http://www.lennonwylie.co.uk/ww1_soldiers_extraphotos.htm> [Fecha de consulta: 2-5-2014]

Fuentes hemerográficas

- El Pregón [Período consultado: 1927-1930]
- La Saeta [Período consultado: 1929-1931]
- La Unión Ilustrada [Período consultado: 1929-1931]
- La Unión Mercantil [Período consultado: 1928-1932]
- La Vanguardia [Período consultado: 1926-1928]

Anexos

A continuación, con el fin de ofrecer los datos en bruto que han llevado a las conclusiones de la investigación, se adjuntan las fichas de análisis utilizadas en la metodología del trabajo. En total se trata de 22 fichas, una por cada número del suplemento *Weekly English News*, desde el 6 de noviembre de 1930 al 9 de abril de 1931.

FICHA DE ANÁLISIS 1

Datos de cabecera

- Fecha: 6-noviembre-1930
- Nº de periódico: 16376

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional

- Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista
 - Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso local
 - ⇒ Meteorología local
 - Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional
 - Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros
 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros
 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra
 - Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad
 - Otras temáticas:

- ⇒ Esquela
- ⇒ Obituario
- ⇒ Respuesta a lector
- ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
- ⇒ Relato
- ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
- Firma

FICHA DE ANÁLISIS 2

Datos de cabecera

- Fecha: 13-noviembre-1930
- Nº de periódico: 16383

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas

⇒ Consejos para el turista

▪ Local

⇒ Personalidades hospedadas en Málaga

⇒ Política malagueña

⇒ Economía malagueña

⇒ Suceso local

⇒ Meteorología local

▪ Nacional

⇒ Política española

⇒ Economía española

⇒ Suceso

⇒ Meteorología nacional

▪ Internacional

⇒ Política internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Economía internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Noticias de las colonias inglesas

⇒ Suceso

⇒ Meteorología de Inglaterra

▪ Fiestas o eventos

⇒ Semana Santa

⇒ Tauromaquia

⇒ Sociedad

▪ Otras temáticas:

⇒ Esquela

⇒ Obituario

⇒ Respuesta a lector

⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa

⇒ Relato

⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
- Firma

FICHA DE ANÁLISIS 3

Datos de cabecera

- Fecha: 20-noviembre-1930
- Nº de periódico: 16390

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas

⇒ Consejos para el turista

▪ Local

⇒ Personalidades hospedadas en Málaga

⇒ Política malagueña

⇒ Economía malagueña

⇒ Suceso

⇒ Meteorología local

▪ Nacional

⇒ Política española

⇒ Economía española

⇒ Suceso

⇒ Meteorología nacional

▪ Internacional

⇒ Política internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Economía internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Noticias de las colonias inglesas

⇒ Suceso

⇒ Meteorología de Inglaterra

▪ Fiestas o eventos

⇒ Semana Santa

⇒ Tauromaquia

⇒ Sociedad

▪ Otras temáticas:

⇒ Esquela

⇒ Obituario

⇒ Respuesta a lector

⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa

⇒ Relato

⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
 - Firma
- _____

FICHA DE ANÁLISIS 4

Datos de cabecera

- Fecha: 27-noviembre-1930
- Nº de periódico: 16397

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas

⇒ Consejos para el turista

▪ Local

⇒ Personalidades hospedadas en Málaga

⇒ Política malagueña

⇒ Economía malagueña

⇒ Suceso

⇒ Meteorología local

▪ Nacional

⇒ Política española

⇒ Economía española

⇒ Suceso a nivel nacional

⇒ Meteorología nacional

▪ Internacional

⇒ Política internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Economía internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Noticias de las colonias inglesas

⇒ Suceso

⇒ Meteorología de Inglaterra

▪ Fiestas o eventos

⇒ Semana Santa

⇒ Tauromaquia

⇒ Sociedad

▪ Otras temáticas:

⇒ Esquela

⇒ Obituario

⇒ Respuesta a lector

⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa

⇒ Relato

⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
- Firma

- Mr. Cecil M. Harris

FICHA DE ANÁLISIS 5

Datos de cabecera

- Fecha: 1-diciembre-1930
- Nº de periódico: 16404

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas

⇒ Consejos para el turista

▪ Local

⇒ Personalidades hospedadas en Málaga

⇒ Política malagueña

⇒ Economía malagueña

⇒ Suceso

⇒ Meteorología local

▪ Nacional

⇒ Política española

⇒ Economía española

⇒ Suceso

⇒ Meteorología nacional

▪ Internacional

⇒ Política internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Economía internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Noticias de las colonias inglesas

⇒ Suceso

⇒ Meteorología de Inglaterra

▪ Fiestas o eventos

⇒ Semana Santa

⇒ Tauromaquia

⇒ Sociedad

▪ Otras temáticas:

⇒ Esquela

⇒ Obituario

⇒ Respuesta a lector

⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa

⇒ Relato

⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
- Firma

- R. Fyfe Millar

FICHA DE ANÁLISIS 6

Datos de cabecera

- Fecha: 18-diciembre-1930
- Nº de periódico: 16418

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas

⇒ Consejos para el turista

▪ Local

⇒ Personalidades hospedadas en Málaga

⇒ Política malagueña

⇒ Economía malagueña

⇒ Suceso

⇒ Meteorología local

▪ Nacional

⇒ Política española

⇒ Economía española

⇒ Suceso

⇒ Meteorología nacional

▪ Internacional

⇒ Política internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Economía internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Noticias de las colonias inglesas

⇒ Suceso

⇒ Meteorología de Inglaterra

▪ Fiestas o eventos

⇒ Semana Santa

⇒ Tauromaquia

⇒ Sociedad

▪ Otras temáticas:

⇒ Esquela

⇒ Obituario

⇒ Respuesta a lector

⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa

⇒ Relato

⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
- Autoría
 - Tom Webster

FICHA DE ANÁLISIS 7

Datos de cabecera

- Fecha: 25-diciembre-1930
- Nº de periódico: 16425

Análisis de diseño

- Nº de página: 4
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas

⇒ Consejos para el turista

▪ Local

⇒ Personalidades hospedadas en Málaga

⇒ Política malagueña

⇒ Economía malagueña

⇒ Suceso

⇒ Meteorología local

▪ Nacional

⇒ Política española

⇒ Economía española

⇒ Suceso

⇒ Meteorología nacional

▪ Internacional

⇒ Política internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Economía internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Noticias de las colonias inglesas

⇒ Suceso

⇒ Meteorología de Inglaterra

▪ Fiestas o eventos

⇒ Semana Santa

⇒ Tauromaquia

⇒ Sociedad

▪ Otras temáticas:

⇒ Esquela

⇒ Obituario

⇒ Respuesta a lector

⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa

⇒ Relato

⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
- Autoría
 - S. H. Leeder

FICHA DE ANÁLISIS 8

Datos de cabecera

- Fecha: 1-enero-1931
- Nº de periódico: 16432

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas

⇒ Consejos para el turista

▪ Local

⇒ Personalidades hospedadas en Málaga

⇒ Política malagueña

⇒ Economía malagueña

⇒ Suceso

⇒ Meteorología local

▪ Nacional

⇒ Política española

⇒ Economía española

⇒ Suceso

⇒ Meteorología nacional

▪ Internacional

⇒ Política internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Economía internacional

 | Inglaterra

 | Otros

⇒ Noticias de las colonias inglesas

⇒ Suceso

⇒ Meteorología de Inglaterra

▪ Fiestas o eventos

⇒ Semana Santa

⇒ Tauromaquia

⇒ Sociedad

▪ Otras temáticas:

⇒ Esquela

⇒ Obituario

⇒ Respuesta a lector

⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa

⇒ Relato

⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
 - Autoría
- _____

FICHA DE ANÁLISIS 9

Datos de cabecera

- Fecha: 8-enero-1931
- Nº de periódico: 16439

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
 - Autoría
- _____

FICHA DE ANÁLISIS 10

Datos de cabecera

- Fecha: 15-enero-1931
- Nº de periódico: 16446

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
- Autoría
 - Paul Gwynne

FICHA DE ANÁLISIS 11

Datos de cabecera

- Fecha: 22-enero-1931
- Nº de periódico: 16453

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
 - Autoría
- _____

FICHA DE ANÁLISIS 12

Datos de cabecera

- Fecha: 29-enero-1931
- Nº de periódico: 16460

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
 - Autoría
- _____

FICHA DE ANÁLISIS 13

Datos de cabecera

- Fecha: 5-febrero-1931
- Nº de periódico: 16460

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
- Autoría
 - L. M. Dennis

FICHA DE ANÁLISIS 14

Datos de cabecera

- Fecha: 12-febrero-1931
- Nº de periódico: 16467

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - | Inglaterra
 - | Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - | Inglaterra
 - | Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
 - Autoría
- _____

FICHA DE ANÁLISIS 15

Datos de cabecera

- Fecha: 19-febrero-1931
- Nº de periódico: 16474

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
 - Autoría
- _____

FICHA DE ANÁLISIS 16

Datos de cabecera

- Fecha: 26-febrero-1931
- Nº de periódico: 16481

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
 - Autoría
- _____

FICHA DE ANÁLISIS 17

Datos de cabecera

- Fecha: 5-marzo-1931
- Nº de periódico: 16488

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
 - Autoría
- _____

FICHA DE ANÁLISIS 18

Datos de cabecera

- Fecha: 12-marzo-1931
- Nº de periódico: 16495

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
- Autoría
 - Mr. L. H. Wilkins

FICHA DE ANÁLISIS 19

Datos de cabecera

- Fecha: 19-marzo-1931
- Nº de periódico: 16502

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
 - Autoría
- _____

FICHA DE ANÁLISIS 20

Datos de cabecera

- Fecha: 26-marzo-1931
- Nº de periódico: 16509

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
 - Autoría
- _____

FICHA DE ANÁLISIS 21

Datos de cabecera

- Fecha: 2-abril-1931
- Nº de periódico: 16516

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
 - Autoría
- _____

FICHA DE ANÁLISIS 22

Datos de cabecera

- Fecha: 9-abril-1931
- Nº de periódico: 16523

Análisis de diseño

- Nº de página: 5
- Nº de columnas: 5

Análisis de contenido

- Secciones
 - Social Notes
 - Latest World News
 - Visitors
 - For sale
- Publicidad
 - Local
 - Andaluza
 - Nacional
 - Internacional
- Temática
 - Turística
 - ⇒ Virtudes o características de Málaga
 - ⇒ Bondades de otras zonas andaluzas
 - ⇒ Consejos para el turista

- Local
 - ⇒ Personalidades hospedadas en Málaga
 - ⇒ Política malagueña
 - ⇒ Economía malagueña
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología local

- Nacional
 - ⇒ Política española
 - ⇒ Economía española
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología nacional

- Internacional
 - ⇒ Política internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Economía internacional
 - Inglaterra
 - Otros

 - ⇒ Noticias de las colonias inglesas
 - ⇒ Suceso
 - ⇒ Meteorología de Inglaterra

- Fiestas o eventos
 - ⇒ Semana Santa
 - ⇒ Tauromaquia
 - ⇒ Sociedad

- Otras temáticas:
 - ⇒ Esquela
 - ⇒ Obituario
 - ⇒ Respuesta a lector
 - ⇒ Opinión o extracto de autoría inglesa
 - ⇒ Relato
 - ⇒ Poema

○ Fuente

- Diario en lengua extranjera
- Propia
- Traducción de artículo de La Unión Mercantil
- Carta a la redacción
- _____

○ Ilustración

- Fotografía
- Viñeta
- Mapa
- Caricatura
- _____

○ Plantilla

- Gerente: Antonio Creixell
- Autoría
 - Anónimo