

# Sumario

1. Exordio: nace el Trust.....	9
2. De partido o de empresa. Acotaciones a un falso debate .....	19
2.1. Por el mercado y por la política.....	20
2.2. Manuel María de Santa Ana, un empresario periodístico del siglo XIX.....	26
2.3. Y de nuevo el dilema.....	35
3. La industrialización del periodismo .....	41
3.1. Las condiciones legales y el auge del mercado periodístico.....	42
3.2. Un nuevo público: el protagonismo de las clases populares .....	47
3.3. Nuevas formas de competir: el sensacionalismo .....	49
3.4. El periodismo profesional .....	59
3.5. Los vendedores del periódico, la otra llave del negocio.....	62
3.6. La importancia del anuncio .....	69
4. La irrupción del primer Trust periodístico.....	75
4.1. La prensa en el nuevo siglo .....	75
4.2. La Sociedad Editorial de España, primer gran monopolio periodístico.....	79
4.3. Trasfondos políticos de una operación societaria .....	81
4.4. La crisis de El Liberal o la crisis de rentabilidad .....	86
4.5. La lógica del Trust: intervenir el mercado, presionar en la política.....	91
4.6. Días de vino y rosas .....	98

<b>5. El cambio de tendencia y el impacto de la guerra.....</b>	<b>105</b>
5.1. <i>Los primeros síntomas de crisis.....</i>	105
5.2. <i>La coyuntura bélica: la carestía del papel.....</i>	107
5.3. <i>La intervención del Estado: el rescate de la prensa.....</i>	109
5.4. <i>La ruptura de El Imparcial.....</i>	116
5.5. <i>Deudas y deudos.....</i>	119
<b>6. La reconversión: nace la Sociedad Editorial Universal.....</b>	<b>131</b>
6.1. <i>¿Quién compra un trust? .....</i>	131
6.2. <i>El fiasco de Luca de Tena .....</i>	134
6.3. <i>De española a universal. La reorganización     de la sociedad.....</i>	143
6.4. <i>Manuel Busquets, el nuevo capitán     de la industria editorial.....</i>	148
<b>7. El éxito de los nuevos gestores .....</b>	<b>157</b>
7.2. <i>La Sociedad Editorial Universal, la gestión al detalle.....</i>	168
7.3. <i>Contabilidades y apuntes de los periódicos provinciales... 178</i>	
7.4. <i>La publicidad como objetivo .....</i>	186
7.5. <i>Heraldo de Madrid, el más vendido.....</i>	193
7.6. <i>La dura competencia .....</i>	203
<b>8. El compromiso republicano.....</b>	<b>211</b>
8.1. <i>Contra la dictadura .....</i>	211
8.2. <i>Entre la política y el negocio: el impacto de la crisis.....</i>	217
8.3. <i>La Sociedad Editora Universal y la República:     un posicionamiento .....</i>	227
8.4. <i>Solos .....</i>	239
<b>Epílogo: El fin del primer gran grupo de prensa popular.....</b>	<b>251</b>
<b>Fuentes y bibliografía .....</b>	<b>257</b>