

LAS REVISTAS ANDALUZAS DE LA TRANSICION (1974-79) Y EL CASO DE “ALGARABIA”

Ramón REIG*

“Resulta que un grupo de hombres de esta tierra, vinculados a ella por los más diversos y heterogéneos motivos, nos hemos propuesto la obligación de sacar adelante un medio de comunicación que refleje las necesidades e intereses andaluces abarcando el espectro político-social y político-económico de este amplio y diverso trozo del solar español, llamado Andalucía”.

Este es el primer párrafo de una “Carta del director” con la que en el mes de noviembre de 1978 se presentaba el número 0 de la publicación *Algarabía*, cuyo subtítulo en cabecera especificaba “Semanario andaluz de información general”. El director que firmaba la carta era Francisco Lancha, periodista en activo que cuando escribo estas líneas en los días finales de febrero de 1990, es director del diario *Granada 2000* (realizo esta matización a la vez que aporto el dato debido a los frecuentes cambios laborales que en nuestros días están protagonizando los profesionales de la Comunicación a causa de la eclosión de medios sobre todo en el terreno audiovisual). Dicha eclosión tiene sus riesgos. De ahí que cuando repaso estas líneas deba constatar que *Granada 2000* dejó de publicarse a finales de 1990.

1. REVISTA DE LA TRANSICION

Algarabía es una de esas publicaciones no diarias que genéricamente pueden ser denominadas revistas andaluzas de la transición política española. Antes de centrarnos sobre las circunstancias inmediatas que originaron su nacimiento y tratar asimismo sobre su filosofía y contenidos, reseñemos con brevedad otras revistas más o menos contemporáneas de la que nos ocupa. Cronológicamente, la

* Profesor de la Facultad de Ciencias de la Información, Sevilla.

primera de ellas es *La Ilustración Regional*. La autodenominada *Gran Enciclopedia de Andalucía*, dice de ella:

“Revista andaluza que comenzó a publicarse en septiembre de 1974 y cesó en enero de 1976. Aunque sólo publicó 16 números “*La Ilustración Regional*” tiene un lugar en la historia reciente del periodismo andaluz, ya que fue la primera publicación que en los años setenta se planteó una información sobre Andalucía en su totalidad, alejada además de los tópicos usuales entonces en la mayoría de los medios informativos de la región. Aunque sus planteamientos empresariales rozaron en algún aspecto el elitismo, (era revista mensual, considerablemente más cara que la mayoría de las publicaciones del momento), “*La Ilustración Regional*” ofreció en su corta historia –que incluye un número secuestrado, algunas páginas cortadas cuando ya estaba impresa la publicación y muchas presiones– una visión nueva de Andalucía; gracias a esta publicación comenzaron a conocer muchos andaluces de las jóvenes generaciones la existencia del andalucismo histórico. La revista llenó parcialmente un hueco, pero sobre todo abrió un camino. Pese a que lanzó pocos números, en sus páginas quedó la colaboración de un amplio grupo de andaluces que pronto iban a tomar muy diferentes rumbos ideológicos. Su colección resulta hoy muy valiosa como testimonio del pensamiento de los andaluces sobre Andalucía en aquella coyuntura histórica que fue el último año del franquismo y las primeras semanas de la transición hacia la democracia”¹.

Sobre *La Ilustración Regional* ha escrito el periodista Antonio Checa Godoy: “La etapa de transición que abre el paso de Pío Cabanillas por el Ministerio de Información y Turismo –el “aperturismo”– tiene una importante huella en Andalucía: la aparición en el otoño de 1974 de *La Ilustración Regional*, un mensual de notable presentación y primera publicación que se interroga sobre la Andalucía de nuestros días y se plantea con rigor crítico sus problemas reales. En sus dieciséis números (muere en enero de 1976) conoce secuestros y sanciones diversas. Es todo un hito en el periodismo actual del sur, pues consigue integrar a la izquierda y a la derecha democrática, pero se trata de una revista muy deficitaria”².

Ciertamente, el nombre de la revista hace honor a sus impulsores. Tal vez siguiendo con esa especie de “tradición lamentable” que consiste en que el trata-

1. *Ilustración Regional*, La: *Gran Enciclopedia de Andalucía*, tomo V, pág. 2.014. Promociones Culturales andaluzas. Dep. Legal Granada, 1979. Realización en Sevilla.

2. Varios Autores: *Los andaluces*. Ed. Istmo, Madrid, 1980. Artículo de Antonio Checa Godoy: “La prensa en Andalucía: Crónica de una decadencia”, pág. 541.

miento y profundización del andalucismo o nacionalismo andaluz, como dese denominarse a la toma de conciencia previo conocimiento de la Historia d Andalucía, siempre se ha ceñido a una minoría más o menos ilustrada, la revista de la que tratamos contó al frente con nombres tales como Ignacio Romero d Solís –su director–, Jaime García Añoveros, Soledad Becerril o Rafael Atienza. Todos ellos pertenecían y pertenecen a una clase social andaluza acomodada que con la llegada del sistema postfranquista, iban a alinearse con las posiciones políticas llamadas “de centro”. Tanto Soledad Becerril como García Añoveros llegaron a ser ministros con la Unión de Centro Democrático (UCD), formación multi-ideológica que, encabezada por Adolfo Suárez, sirvió al sistema para seguir ostentando el poder, arrinconando a los elementos humanos que habían tenido relación directa con el franquismo en otras formaciones como Alianza Popular, Fuerza Nueva, y dejando así el paso libre a una amalgama de liberales, demócratacristianos y franquistas más o menos “vírgenes” que se mantuvieron en el poder desde 1977 hasta 1982 año en que irrumpió abrumadoramente el PSOE. La UCD acabó desintegrándose.

Los impulsores de *La Ilustración Regional* pertenecen pues a miembros ilustrados de la clase acomodada andaluza que, por otra parte, y paradójicamente esa defensa que se hacía de Andalucía a través de la revista, nunca hasta el momento ha conseguido alinearse en torno a un partido andaluz. De hecho, finales de los setenta, el también ex ministro de la UCD Manuel Clavero Arévalo fundó un partido, Unidad Andaluza (UA), que hubo de disolver por la falta de apoyo de los llamados poderes fácticos andaluces. Ya a mediados de los setenta el mismo Clavero Arévalo había impulsado el Partido Social Liberal Andaluz (PSLA), que acabó siendo absorbido por la UCD.

El hoy llamado Partido Andalucista (PA) nunca gozó de la confianza del poder real andaluz. No en vano ha experimentado numerosos vaivenes en su historia: de llamarse en la semi-clandestinidad Alianza Socialista de Andalucía (ASA), con algunas conexiones con el PCE, pasó a llamarse Partido Socialista de Andalucía (PSA); más tarde a esta denominación le añadió el matiz Partido Andaluz (PSA-Partido Andaluz); finalmente, llegamos al PA de hoy, en un intento de captar las voluntades electorales del sector más amplio posible de la población andaluza.

2. TIERRAS DEL SUR

Hecha esta disquisición, prosigamos con el tema que nos entretiene. Cuando nace *Algarabía* estaba ya en los quioscos otro semanario: *Tierras del Sur*. Este nos ante un caso de revista ideológicamente similar al anterior pero con una

miras empresariales más amplias. La empresa editora de la revista es Rocafer del Sur, S.A., cuyo nombre, Rocafer, es una especie de acróstico de los apellidos *Rodríguez*, *Carmona*, *Fernández*. En resumidas palabras, es una familia acomodada sevillana, los Fernández-Palacios, la que iba a impulsar esta publicación con la inestimable aportación periodística del sacerdote José María Javierre, hombre que, a pesar de haber nacido en Aragón, está ya profundamente enraizado en Andalucía y lo está como puede suponerse desde hace no pocos años.

Tierras del Sur comenzó editándose con tamaño tabloide y un precio asequible. Su tirada se hacía a tres colores: negro, verde y rojo. En su última etapa pasó a publicarse con formato de revista. En favor de *Tierras del Sur* está haber sido la publicación andaluza que dio a conocer al gran público en 1977-78, en eso que en argot periodístico se denomina “primicia nacional e internacional”, la existencia en la sierra cordobesa del Cementerio Nuclear de Hornachuelos o del Cabril. Fue un descubrimiento del corresponsal de la revista en Córdoba, el poeta y periodista, Sebastián Cuevas.

La antes citada Gran Enciclopedia de Andalucía, obra que se elaboró tras la desaparición de la revista impulsada prácticamente por las mismas personas, dice de *Tierras del Sur*:

“Semanario andaluz. Nació en mayo de 1976. Durante tres años fue “la voz de Andalucía”, como rezaba el subtítulo: cauce donde se exponían y denunciaban los problemas, inquietudes, aspiraciones e injusticias de nuestras tierras del sur. La revista mereció ser nominada en 1976 “Sevillano del año”. Publicación de talante liberal, todas las opiniones y tendencias tenían cabida en la época de transición hacia las libertades democráticas. “Tierras del Sur” sirvió de plataforma para el diálogo entre las corrientes políticas y sociales de Andalucía, con la única condición del respeto mutuo y un servicio leal a los intereses de nuestro pueblo. El semanario logró difusión regional, cubriendo no sólo las ocho provincias de Andalucía, sino también amplios sectores de nuestra emigración. Entre los servicios prestados por “Tierras del Sur” destaca haber publicado una serie de cinco reportajes sobre una figura prácticamente olvidada desde la guerra civil: Blas Infante. Estos reportajes, debidos a José Luis Ortiz de Lanzagorta, sirvieron de fermento para la espiral de noticias y comentarios aparecidos luego en torno al padre de la patria andaluza”³.

3. Tierras del Sur: *Gran Enciclopedia de Andalucía*, tomo VII, pág. 3.108. Promociones Culturales Andaluzas, Dep. Legal Granada, 1979. Realización en redacción de Sevilla.

3. TORNEO

A pesar de que la existencia de las revistas andaluzas de la transición fue efímera, durante un tiempo determinado llegan a subsistir tres semanarios: *Tierras del Sur*, *Algarabía* y *Torneo*. Esta última, con altos y bajos en cuanto a su presencia en la calle, como les sucedió a todas, salió a la venta durante un año aproximadamente (1976-77), dirigida por Federico Villagrán, accionista además de director como fue norma general.

Villagrán había sido anteriormente director del diario sevillano *El Correo de Andalucía*. Puede decirse con poco temor a equivocarse que fue entonces (1974-75) la época de mayor esplendor de este diario en los últimos veinte o veinticinco años en cuanto a tirada e influencia. Villagrán configuró una tercera página de opinión en la que podían leerse firmas tales como las de Isidoro Moreno Navarro, hoy catedrático de Antropología de la Universidad de Sevilla y entonces militante destacado del que se denominó Partido del Trabajo de España (PTE), organización muy activa en la clandestinidad franquista junto a su rama juvenil, la Jove Guardia Roja, ambas de orientación maoísta; otras firmas fueron las de Tomás Iglesias, abogado ahora independiente pero entonces militante asimismo del PTE; Manuel Ramón Alarcón, catedrático hoy de Derecho y entonces militante del selecto y minoritario partido que se denominó Acción Comunista (AC). Aclaremos que lo de "selecto" está dicho por las directrices leninistas que seguía esta formación en el sentido de dar cobijo en su interior a pocos militantes pero con una formación cultural más o menos amplia en el plano político teórico. Finalmente, otros nombres vinculados esta vez al PSOE aparecieron en aquella "tercera" de *El Correo de Andalucía*: destaquemos a José Rodríguez de la Borbolla y José Luis López López, este último catedrático de Filosofía en la Universidad de Sevilla.

Lo más sorprendente (sorprendente ahora en cierta medida y menos sorprendente entonces), sucedió cuando en 1974, con motivo del triunfo en Portugal de la llamada "Revolución de los claveles", Federico Villagrán publicó en primer página de *El Correo* y con gran alarde tipográfico que aproximadamente un docena de miles de marines norteamericanos se encontraban frente a las costas portuguesas dispuestos a invadir el país y terminar así con el dominio momentáneo que las corrientes comunistas ejercían sobre aquella revolución que dio lugar a un traste con la dictadura salazarista-caetanista, dominio que, como es sabido, terminó siendo arrinconado. El caso es que la noticia de marras, considerada como cierta aún hoy por el propio Villagrán, si bien su certeza no debe sorprendernos a raíz de la experiencia histórica, dio con el director del diario sevillano en la cárcel situada por cierto prácticamente frente al edificio del periódico. Aquí acabó la "aventura" periodística de Federico Villagrán por el momento.

Ya en 1977 le vemos al frente de *Torneo*. Era propietario, editor y director. Detrás de *Torneo* aparece la sociedad Prensa y Copistería, S.A. que, además de la revista de Villagrán, tenía la misión de editar entonces *El Socialista*. *Torneo* es pues una revista andaluza de la transición pero, a diferencia de *La Ilustración Regional*, *Tierras del Sur* e incluso *Algarabía*, se trataba de una revista de orientación claramente de izquierdas aunque relativamente independiente en cuanto a que no estaba adscrita a ningún partido como era el caso del mensual *Andalucía Libre*, órgano oficial del Partido Socialista de Andalucía, dirigida en una época – su mejor época por cierto – por un brillante periodista: Manuel Prados.

Socios de Prensa y Copistería eran Federico Villagrán y Francisco Palomino, éste último militante del PSOE y cuñado de Felipe González. Como Gerente aparecía Juan Guerra González, militante del PSOE y hermano del dirigente Alfonso Guerra. Desavenencias, falta de experiencia profesional tal vez como consecuencia de las condiciones históricas de semi-clandestinidad, fallos técnicos, etc., dieron al traste con la revista. En su cierre influyó además el miedo a anunciarse en ella (el único empresario destacado de Sevilla que lo hizo fue Gabriel Rojas, mientras que los demás no lo hacían por rechazo o por temor). La revista es cierto que fue objeto de especial seguimiento por los segmentos sociales dominantes. Su sede fue asaltada y destruída en gran parte dentro de una operación oscura aún no clarificada. Recordamos que se habló desde una obra de los ultraderechistas hasta de una especie de fruto de una guerra interna entre los sectores que sostenían la publicación.

Sea como fuere, lo cierto es que la revista acabó desapareciendo. Antes, Federico Villagrán llegó a entablar conversaciones con *Tierras del Sur*, con el PSOE e incluso con el PCE. Ninguna de estas conversaciones fructificó. A *Torneo* se la consideraba vinculada al PTE. Villagrán solicitó en efecto ayuda a este partido (ayuda financiera se entiende). El PTE respondió a esta demanda con 300.000 pesetas, cantidad que, como puede suponerse, incluso en aquellos años tan sólo sirvió para imprimir un número. Al final, los hechos indican que *Torneo* acaba por desaparecer mientras que *El Socialista* permanecía, evidentemente por contar con un respaldo mucho mayor.

A pesar de todo lo dicho, lo que nos ha llamado más la atención de todo este esbozo de historia es la idea o punto de partida con que nace la revista. En efecto, Federico Villagrán pretendía lo que, más tarde, iban a lograr todos los diarios: romper el monopolio informativo de las “Hojas del Lunes”, semanarios por lo general de tamaño tabloide y papel periódico editados por las asociaciones de la prensa en todas y cada una de las provincias españolas con información fundamentalmente deportiva y taurina.

Las asociaciones de la prensa eran aún –y hasta no hace mucho lo han seguido

siendo— cobijo de muchos profesionales de la información especialmente mimados por el régimen franquista o simplemente de ciertos personajes que había accedido al carnet profesional, que era a la vez un elemento de control político por simple fidelidad a los “principios fundamentales del movimiento” insurreccional del 18 de julio de 1936.

Con este panorama, Villagrán consideró que *Torneo* podía aparecer los lunes también con información deportiva y taurina que sirviera de “gancho” y/o reclamo. Ahora bien, esta información sería completada en principio, apareciendo temas como el conflicto y la situación del campo andaluz, los asuntos políticos andaluces más espinosos, reportajes sobre cuestiones como la de los sacerdotes que habían contraído matrimonio, las actuaciones contundentes de la Guardia Civil en algunas acciones jornaleras, etc. Era por tanto una línea “rupturista” que terminó en un año como mucho.

De *Tierras del Sur* y de *Torneo* ha escrito Antonio Checa Godoy: *Tierras del Sur* es “el primer semanario de ámbito regional con ideología de centro izquierda (...). *Torneo*, también semanario, con difusión centrada en Andalucía occidental está ideológicamente más a la izquierda que aquél, pero menos regionalista. *Torneo*, que en su corta trayectoria conoce diversas peripecias, incluida la destrucción de sus talleres, que obliga a una suspensión temporal de la publicación, cesa a principios de 1977, en tanto *Tierras del Sur* que, como ocurriera con *La Ilustración Regional*, se imprime fuera de Andalucía por falta de instalaciones adecuadas y de precios competitivos en la región, se mantiene y lanza en torno los 12.000 ejemplares”⁴.

4. ALGARABIA: UNA FUGAZ “AVENTURA”

Como se dijo al principio, en este contexto de la Historia de Andalucía y de periodismo andaluz nace *Algarabía*. Su número 0 tiene fecha de noviembre de 1978. Si *Torneo* y por supuesto *La Ilustración Regional* ya habían cesado en su publicación aún se mantenía *Tierras del Sur* que iba a sobrevivir incluso a la propia *Algarabía*. Entre otros puntos de Andalucía, la revista se presentó en el Hotel Inglaterra de Sevilla. En una foto publicada en el número 2 de la publicación (pág. 4) los directores de ambas revistas, José María Javierre y Francisco Lancha, se saludan en el citado acto de presentación deseándose una suerte que no les acompañará, en el seno de una tónica general que aún prosigue como lo

4. Varios Autores: *op. cit.*, art. citado, pág. 542.

demuestra el hecho de que no exista una revista de información general auténticamente andaluza y que proyectos como el de *Diario 16* edición Andalucía aún no se hayan implantado del todo. Como mucho, existen delegaciones en Andalucía de grandes grupos de Comunicación estatales procedentes casi en exclusiva de Madrid.

Algarabía fue la revista andaluza de la transición de vida más corta: sólo llegó a editar cinco números incluyendo el número 0, que aparece sobre todo como promocional y/o experimental. En pocos estudios sobre la prensa reciente andaluza encontrará el público noticias de *Algarabía*. Y es que, al margen de su leve vida, la revista poseía una característica esencial: su redacción central no estaba en Sevilla como las que hemos citado aquí, sino que se encontraba en la otra gran ciudad del Sur de España: Málaga. Se imprimía incluso en Málaga y desde allí se distribuía.

4.1. Aglutinar información

Algarabía va a ser pionera por tanto en romper eso que en la actualidad se conoce despectivamente como “centralismo sevillano”. Su finalidad periodística va a consistir en aglutinar informativamente hablando a Andalucía, en aprovechar periodística y empresarialmente el emerger incipiente de un sentimiento andaluz débil. Esa debilidad va a desanimar a sus impulsores muy pronto, tal vez porque el ánimo de todos ellos no va a ser el mismo.

La editora de *Algarabía* es la sociedad Andaluza de Ediciones, S.A. Sus accionistas se encarnan en las personas de su director, el periodista Francisco Lancha; en otra periodista malagueña, Carmen Villodres; en Antonio Mata, abogado y empresario de Jaén; y en Vicente Rodríguez Aulet, empresario también, promotor turístico en Málaga. El fundador es el propio Lancha que, aunque nacido en Marruecos, está fuertemente vinculado a Málaga.

La tirada de *Algarabía* se situó alrededor de los 7.000 ejemplares. Las ventas aproximadas fueron de entre 1.600 y 1.800 ejemplares en Sevilla (en determinadas ocasiones), mientras que en Córdoba, Cádiz y Granada las ventas se situaban sobre los 300 ejemplares. La aceptación mayor estaba en la propia Málaga: unos 2.000 ejemplares⁵. De cualquier forma, aunque definido como semanario, *Algarabía* iba a tener una notable acronicidad en sus salidas al público con evidentes defectos de maquetación y de contenido, como, por ejemplo, no especificar, salvo en el número 0, ni el número de orden de publicación ni el año, tan sólo unas semanas que incluso no eran correlativas.

5. Datos que me han sido facilitados oralmente por Francisco Lancha.

El staff y los contenidos de la revista pueden observarse en el anexo final de este artículo. Incluso los sumarios de la revista que están contenidos en el anexo al margen de su deficiente composición y maquetación, no contienen temas de interés que estaban en el mismo número que anuncian.

La revista poseía, además de la redacción central en Málaga, correspondientes en todas las provincias andaluzas más Barcelona y Madrid por razones obvias al igual que ya había hecho *Tierras del Sur*. La lista de colaboradores fue aumentando en el staff. El último número registraba los siguientes nombres: Antoni Gala, que publicó un artículo en el número 1 saludando a la nueva revista; Manuel Alcántara, José Infante, Alfonso Canales, José Mayorga, Rafael Pérez Estrada, Francisco Cortés, Julián Sesmero, Luciano G. Ossorio, Gonzalo Rojo Jim Hollander, este último como colaborador fotógrafo.

En otro de los párrafos de la "Carta del director" a la que aludíamos al inicio de este trabajo, Francisco Lancha afirma: "Prendemos que ALGARABIA (sic) haga honor a su nombre y se convierta en el grito andaluz ante Andalucía misma y que sea al mismo tiempo portavoz de sus inquietudes (...) en el campo social, económico, agrícola, industrial, laboral y político y sin que el orden de los factores, jamás nos altere el producto" (núm. 0, pág. 5).

4.2. Contenidos: las portadas

Examinando las portadas de los cinco números publicados por *Algarabía* puede observarse una clara constante: la presencia de algún motivo que, construido o recogido conscientemente sobre la base de poseer los colores verde y blanco, desea transmitir la voluntad "andalucista" de la publicación.

Así, la portada del número 0 es un fotomontaje del primer presidente de la Historia de Andalucía, Plácido Fernández Viagas, trabajando en su despacho con la bandera andaluza tras él. En el número 1 aparece el mismo mensaje a través de una imagen perteneciente a una manifestación autonómica, probablemente la del 1 de diciembre de 1977, y, más en concreto, a través de un detalle de esa manifestación en la que se constata la presencia de un coche pintado para la ocasión con los colores andaluces, sobre los que se ha "insertado" la frase "Autonomía para Andalucía", también en color verde sobre blanco.

Los colores de la bandera andaluza vuelven a aparecer en el número 2 en un primerísimo término por medio de una nueva imagen intencionada para la ocasión que recoge el conocido signo digital de la victoria con la particularidad de que los dedos índice y corazón se nos ofrecen coloreados en verde, blanco y verde. Significativamente, en un segundo plano degradado por el enfoque fotográfico se observa una rosa, símbolo habitual de los partidos socialistas.

El cuarto y quinto números siguen la tónica señalada, si bien ésta es más visible en el quinto, donde se recoge un dibujo representando a dos personajes imaginarios ataviados con los trajes típicos vasco y catalán forcejeando por una moneda que contiene la efigie del Rey Juan Carlos I bajo los colores andaluces. En esta ocasión, ampliaremos más adelante la cuestión, el mensaje a transmitir era la “emigración” del ahorro andaluz a favor de otras zonas del Estado, fundamentalmente Cataluña y Euskadi.

El tema considerado central o más relevante siempre es evidentemente realzado y colocado en lugar preferente pero por medio del color rojo. Así, el número 0 destaca: “El Presidente no quiere estar solo”, refiriéndose al pacto autonómico impulsado en 1978 por el citado Plácido Fernández Viagas. El número 1, publicado ya en el contexto de las segundas elecciones generales del régimen postfranquista, las de 1979, realiza, bajo un antetítulo alusivo al evento: “A las urnas por Andalucía”.

Como se recordará, esas elecciones fueron ganadas por la UCD, con lo que el titular preponderante de portada (núm. 2) era el de: “UCD a mandar”, que aparecía como decimos en color rojo bajo un antetítulo en negro: “El PSOE a la oposición”. No obstante, de esta portada es a nuestro juicio más expresivo un titular situado en segundo plano pero tipográficamente destacado de otros. Se trata del que reza: “PSA: El triunfo andaluz”. Está impreso en color anaranjado mientras que el resto de los titulares secundarios aparecen en negro.

El número 3, editado en el umbral de la celebración de las primeras elecciones municipales pluripartidistas desde el triunfo del general Franco, las elecciones municipales de 1979 desarrolladas al poco tiempo de las generales, titula en rojo y de forma destacada: “A la caza del sillón”, y subtitula en el mismo color “762 municipios andaluces esperan nuevo alcalde”. Estamos ante un titular que puede considerarse “neutro”, sin mención especial a elementos ideológicos andalucistas.

Por último, el número 4 hace alusión destacada a la transferencia financiera desde las cajas de ahorro andaluzas hasta las economías industriales o industrializadas de Cataluña y País Vasco. Para ello utiliza la expresión ciertamente popular de “Los duros andaluces” antetitulando “Se los disputan vascos y catalanes”. En este número 4 se observa especialmente, también con tinta roja, un titular claramente ecologista que dice: “S.O.S.: Salvad el Estrecho de las mareas negras”, en referencia a las amenazas que las costas gaditanas han de sufrir periódicamente debido a la pérdida de combustible procedente de los petroleros que a diario atraviesan la zona, sea por accidente o no.

Con una intención claramente comercial, aparecen en algunas portadas de *Algarabía* titulares sobre temas considerados como frívolos. Son estos: en el

número 0 "A despelotarse vivo", en alusión a las ventajas liberales o, mejor dicho, libertinas en este caso, de veranear en una zona como la Costa del Sol "Bibi Andersen, tal cual", en el número 1, o "Picasso pintaba con el sexo" en el número 3.

Precisamente si tratamos brevemente sobre los contenidos publicitarios de la revista, vemos que los complejos turísticos de la Costa del Sol son los que más espacio aportan, debido probablemente no sólo a la radicación central de la redacción sino a las conexiones con el mundo empresarial turístico de sus accionistas, conexiones tanto de amistad como puramente mercantiles.

Si fuera preciso destacar una de las cinco portadas que hemos comentado no quedaríamos con la del número 0. Su contenido es significativo. Ya hemos mencionado su titular preferente: "El Presidente no quiere estar solo". Como motivo ilustrativos se ha elegido una foto, evidentemente en cuatricomía, en la que Plácido Fernández Viagas aparece trabajando en su despacho situado entonces en la Diputación Provincial de Sevilla por carecer la Junta de Andalucía, todavía en fase preautonómica, de una sede propia para su Presidencia. Pero la foto no aparece íntegra sino recortada y seleccionados determinados elementos que acompañan al personaje, un personaje que no mira al objetivo de la cámara sino que está ajeno a ella ojeando unos documentos. Los elementos son: la bandera del Estado español a su derecha (izquierda para el lector), tal y como establece el protocolo; la bandera de Andalucía a su izquierda y, entre ambas, el retrato de Rey Juan Carlos I. Las banderas no aparecen colocadas en sentido totalmente vertical, como sería lo lógico, sino que la fotocomposición de la portada las ha colocado inclinadas hacia la figura del Rey.

La portada del número 0, presentación por tanto de la revista, nos transmite un doble mensaje, a nuestro entender: de un lado, se reconoce, por medio de la imagen del Rey, al nuevo Jefe de Estado como representante de un sistema político una de cuyas finalidades debe ser impulsar una autonomía eficaz para Andalucía. Al mismo tiempo, la presencia de las dos banderas y del Presidente nos recuerda la máxima de Blas Infante: "Andalucía por sí y para España" Hubiera sido tarea muy difícil, como aún lo es ahora, haber pretendido transmitir un mensaje "autodeterminista" pero, por otra parte, no creemos que fuera ésa la intención de los impulsores de la revista.

4.3. Contenido ideológico

Ya hemos dicho que la revista se desenvuelve en su corta vida en un contexto electoral. ¿Se inclina por alguna formación política concreta? No de forma diáfana como suele suceder en la generalidad del mundo de la Comunicación, pero s

creemos que lo hace de manera implícita, velada o latente. La inclinación se dirige hacia el voto favorable para con el entonces conocido como Partido Socialista de Andalucía-Partido Andaluz (PSA-Partido Andaluz). Tal es nuestra hipótesis que creemos ver con toda claridad con motivo de las elecciones generales de 1979.

Todo ello a pesar de las palabras que el director, Francisco Lancha, escribe en un editorial del número 1: “Hemos salido en vísperas de unas elecciones generales. Era el momento oportuno. En conciencia, apoyamos la concurrencia a las urnas, puesto que algo muy serio para el país nos jugamos el primero de marzo. Fiel a nuestra línea, no somos partidistas: que cada cual deposite, en conciencia, el voto que le plazca” (pág. 5).

Ya decimos que, a pesar de estas palabras, hay dos detalles en ese mismo número que nos han impulsado a formular nuestra hipótesis: el único partido que inserta en *Algarabía* publicidad electoral es el PSA precisamente (pág. 21). Más adelante, la revista dedica nada menos que tres páginas (44, 45, 46), a un dossier que aparece bajo el título de “Fundamentos históricos de la nacionalidad andaluza” y, significativamente también, está firmado o, mejor dicho, se ha utilizado como fuente al “Gabinete de Estudios del P.S.A.-Partido Andaluz”, como se especifica al final.

Haber destacado en el número 2, tal como dijimos, el titular “PSA: El triunfo andaluz” es igualmente revelador. En el comentario editorial firmado por el director en este mismo número puede leerse: “Esta claro que las urnas, en lo que respecta al País Andaluz, han sido transparentes. Sintomáticas, añadiría. No, no se han mordido la lengua los hombres de Andalucía a la hora de los votos. Sus aspiraciones, sus ilusiones, están representadas en esas 329.000 papeletas, en números redondos, que se han inclinado por el andalucismo en su más pura esencia, confiador y crédulos, esperanzados, en que la voz de Andalucía, por Andalucía misma, se oiga en las Cortes, sin sujeciones ni condicionantes de estrategias más globales” (pág. 5). Más adelante se añadía: “Lo que ocurre es que Andalucía está despertando. Que pese a todas las trabas ancestrales, el andaluz era consciente de la magnitud de su marginación, y que sí es verdad aquéllo de que otorga el que calla. Ahora se ha decidido a hablar”. El comentario del que hemos extraído estas palabras se titulaba precisamente “Andalucía gana, centralismo pierde”.

En buena lógica puede deducirse que la dialéctica empleada coincide con la que ha venido empleando siempre el hoy llamado Partido Andalucista (PA). Obsérvese incluso esa expresión utilizada por Lancha, “País Andaluz”, con mayúsculas, que incluso llegó a ser título de cabecera de una sección en el número 0 al tratar de las intenciones autonómicas, realmente loables por otro lado, del

Presidente Plácido Fernández Viagas que, aunque miembro del PSOE, llegó a aglutinar en torno a su figura a todos los partidos relevantes con presencia en Andalucía.

No tenemos conocimiento, a pesar de lo dicho, de que alguno o todos los impulsores de *Algarabía* fueron militantes andalucistas. Al contrario, existía cierta presencia del centrismo entre ellos (la familia malagueña de los Villodres). Pero se da la circunstancia de que cuando todo esto está sucediendo un rumor corría por toda la Comunidad Autónoma andaluza, rumor que algunos suponen brotado de las filas del PSOE e incluso manifestado públicamente por Alfonso Guerra. Según este rumor-sospecha, la UCD estaba ayudando económicamente al PSA para contrarrestar la fuerza del PSOE, sobre todo, y del PCE en Andalucía.

No hay pruebas escritas de la certeza del rumor, al menos que sepamos nosotros. Pero lo cierto es que los hechos posteriores nos muestran a un PSA apoyando en Las Cortes la investidura de Adolfo Suárez como Presidente del Estado español a cambio de un respaldo de la UCD para que el PSA, con cinco diputados, pudiera tener grupo parlamentario propio⁶.

Esto podría explicar la línea periodística de *Algarabía*. Históricamente, está claro que el hecho, hábilmente utilizado por el PSOE que lo unió a la postura de la UCD en el referéndum autonómico del 28 de febrero de 1980, supuso un derrumbe de la influencia electoral del PSA en Andalucía del que aún no se ha recuperado plenamente a pesar de los signos últimos de optimismo.

4.4. Defensa andaluza

Sin embargo, ello no es causa de condena para con esta revista andaluza de la transición. Al contrario, *Algarabía*, ya se ha podido de alguna manera comprobar, denunció en sus páginas los grandes "handicaps" que ha venido sufriendo Andalucía: el paro, la marginación, incluso con un reportaje-informe que hacía especial hincapié en la marginación no ya del andaluz en general sino de la mujer andaluza; la sangría de elementos humanos y materiales hacia otras tierras (el INI fue acusado de haber estimulado la salida del ahorro andaluz); la revista adelantó

6. Sobre este tema otros protagonistas de los hechos ya históricos que esbozamos, como es el caso del catedrático Manuel Clavero Arévalo, opinan que el entonces Partido Socialista de Andalucía apoyó la investidura de Adolfo Suárez en 1979 a cambio de una mayor profundización en la autonomía andaluza que, como es sabido, fue sometida a referéndum popular el 28 de febrero de 1980. Clavero abandonó el cargo de ministro que ostentaba en la UCD disconforme con la política autonomista de su coalición. Las manifestaciones favorables al PSA las ha repetido el señor Clavero con motivo del Décimo Aniversario del Referéndum del 28-F (Ver *Diario 16 Andalucía* del 28 de febrero de 1990, pág. 9: "Manuel Clavero asegura que el PSA desbloqueó la autonomía en Andalucía").

lo que en la actualidad es tema de primer orden: la necesidad de que las cajas de ahorro andaluzas se fusionaran (núms, 0 y 1). Además, promocionó algo de gran valor tanto entonces como ahora: el pensamiento de Blas Infante y los episodios más decisivos de la Historia de Andalucía: Congreso de Antequera (1883), Congreso de Ronda (1918), Asamblea de Córdoba (1933), todo ello en la línea de encauzar a los andaluces en general hacia el terreno del conocimiento de su propia historia que, por desgracia, contaba entonces prácticamente con el mismo grado de desconocimiento con que cuenta en la actualidad.

4.5. Una anécdota

Una anécdota recogida en la propia revista (núm. 4, pág. 43), hace referencia a su propio nombre. Resulta que *Algarabía*, palabra de indudables connotaciones islámicas, no era en Andalucía un vocablo nuevo para designar una publicación periodística.

Sin, al parecer, intencionalidad de coincidencias, se supo que en la segunda mitad del siglo XIX un semanario con redacción en la calle del Agua, de Baza, Granada, se denominaba *La Algarabía*. Los lemas de tan singular semanario eran “Por dos reales me ves cuatro veces al mes” y “Leyéndome con fervor destierras el mal humor”, que pueden dar una idea de su línea periodística. La portada de *La Algarabía* reproducida en el número 4 de *Algarabía* estaba en su primer año de existencia, era el número 1 con fecha domingo, 4 de junio de 1871. Su subtítulo especificaba: “Colección de charadas, logogrifos, enigmas, cuentos”. Su orientación no estaba exenta a nuestro parecer de los contenidos ideológicos del liberalismo más avanzado. Prueba de ello es un quinteto de versos, posteriormente explicados, que, firmados por un tal Serra, no sabemos si un tal o una tal, defendían tímidamente los derechos femeninos. Decían los versos:

Una vida de dolor
la mujer viene á pasar:
¿Por qué si el mundo traidor
la deja tener amor
no se lo deja espresar? (sic)

En el desarrollo explicativo de los versos se lee: “(...) la sociedad no ha permitido que la mujer á quien podemos llamar amor por excelencia, pueda decir ‘Yo te amo’ ¿Y qué derecho tiene la sociedad para que la compañera del hombre ahogue tan natural sentimiento?”.

5. CONCLUSIONES

Extraeríamos las siguientes a tenor de todo lo expuesto:

– *Algarabía* pertenece a las revistas andaluzas del período de la transición política española dictadura-régimen parlamentario liberal monárquico.

– Los tres semanarios andaluces de la transición reseñados, *Tierras del Sur*, *Torneo* y *Algarabía*, tenían un enfoque a la vez empresarial y andalucista, sobre todo *Tierra del Sur* (la "aventura" empresarial que se demostró más sólida de todas). La ideología de *Tierras del Sur* y de *Algarabía* puede calificarse como de liberal o de centro izquierda no marxista; la de *Torneo* como de izquierdas marxista. Por su parte, *La Ilustración Regional* ofrece un claro predominio como revista ideológica antes que proyecto empresarial, impulsada por miembros de una clase social perteneciente a la Andalucía liberal e ilustrada (rara avis lamentablemente).

– Ninguna de estas revistas logró una implantación entre el público, hecho que llega hasta nuestros días. Ello iba por consiguiente a desembocar en un fracaso mercantil.

– Casi todas estas revistas pretendían proyectarse más allá de Andalucía: hacia la emigración en Cataluña y Madrid, sobre todo.

– Temas "fijos" en ellas fueron: Andalucía como Comunidad históricamente marginada, el problema de la tierra, y el pensamiento de Blas Infante junto a los episodios más notorios de la historia del andalucismo o nacionalismo andaluz.

– Los directores de las revistas andaluzas de la transición son, a su vez, socios de las empresas que las editan.

– *Algarabía* posee la especificidad de que su redacción y sus impulsores no están afincados en Sevilla sino en Málaga.

– Nos parece haber detectado un apoyo periodístico de *Algarabía* hacia las posiciones del hoy llamado Partido Andalucista (PA), entonces Partido Socialista de Andalucía-Partido Andaluz (PSA-Partido Andaluz).

– *Algarabía* desarrolla su actividad en un contexto histórico marcado por las elecciones generales de marzo de 1979.

– Al igual que sucede en la actualidad, estas revistas hacían especial incidencia sobre algún tema concreto. *Algarabía* llegó incluso a editar en su quinto y último número un cuadernillo encartado en la revista y de su mismo tamaño con la Semana Santa de Andalucía como tema monográfico.

ALGARABIA

MACI GENERAL

NUMERO 0
NOVIEMBRE 78

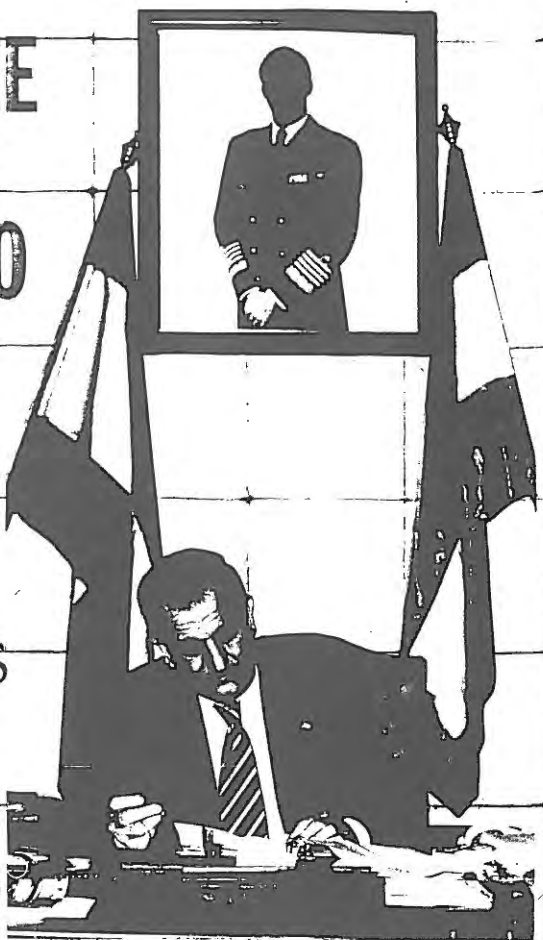
**EL
PRESIDENTE
NO QUIERE
ESTAR SOLO**

Las Cajas
de Ahorros

**DESAFIO
AL FUTURO**

**ANDALUCES
NEGROS**

**A
DESPELOTARSE
VIVO**



Edita:
Andaluz de Ediciones, S. A.

Consejero delegado:
Vicente Rodríguez Aulet

Director:
Francisco Lancho

Subdirector:
Carmen Villodres

Redactor jefe:
Alfonso Montecelos

Redactores:
Alfonso Domingo,
José Antonio Frías y
José Sáinz de los Terreros

Delegación en Sevilla:
José Aguilár

Delegación en Granada:
Ramón Burgos

Corresponsales:

Almería,
Gómez Caldeno

Cádiz,
Agustín Merello

Campo de Gibraltar,
Gabriel Baldrich

Córdoba,
Margarita Medina

Granada,
Alfredo Martínez

Huelva,
Gonzalo Mellado

Juán,
Ignacio Quesada

Sevilla,
Ramón Reig

Madrid,
Vicente Clavero y
Francisco García

Barcelona,
Rosa Bautista Galén

Colaboradores:
Julían Sesmero,
Francisco Cortés,
Gonzalo Rojo,
Joaquín Marín y
Miguel Ángel Martín

D. técnicos:
J. H. Cebrián

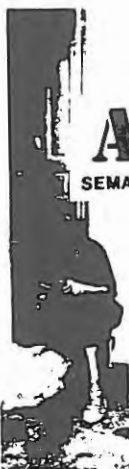
Ilustraciones:
Julia Noguera

Fotografía:

En Málaga,
Carlos Berranco y
José Antonio Ródenas

En Sevilla,
José Julio

Archivo y documentación:
Antonio Canca Guerra



ALGARABIA

SEMENARIO ANDALUZ DE INFORMACION GENERAL

6. El presidente no quiere estar solo
10. Vigencia de Blas Infante y el Estatuto A despelotarse vivos
13. Las Cajas de Ahorro, desafío al futuro
18. Andaluces negros
20. Con el Sol como excusa: a despelotarse vivos
24. Jaque de Tabacalera, S. A.
26. Gitanos: la eterna peregrinación

y nuestras habituales secciones de cultura, campo, canto, toros, deportes y humor.



ALGARABIA**ALGARABIA**

Semanario Andaluz
de Información General
Edita: Ediciones Andaluzas S.A.
Consejero-delegado:
Vicente Rodríguez Aulet
Director: Francisco Lancha
Subdirectora: Carmen Vilodres
Redactor Jefe: Alfonso Montecelos

REDACCION EN MALAGA:

Redactores: José Antonio Frias
Alfonso Domingo
Fotografía: dirección y coordinación
Carlos Barranco, José Luis Otermin y
Juan Carlos Cazalla

CORRESPONSALES:**SEVILLA:**

Delegación: José Aguilar
Corresponsal: Ramón Reig
Fotografía: José Julio Ruiz.

GRANADA:

Delegación: Ramon Burgos
Corresponsal: Alfredo Martínez

CORDOBA:

Margarita Medina

CADIZ:

Armando Ruiz Riera

HUELVA:

Juan Eloy Durán

JAEN:

Ignacio Quesada Minduña.

ALMERIA:

Manuel Gómez Cardeña.

CAMPO DE GIBRALTAR:

Gabriel Baldrich.

MADRID:

Vicente Clavero, Francisco García y
José Molina

BARCELONA:

Rosa Bautista Galán.

COLABORADORES:

Antonio Gala,
Manuel Alcántara, José Infante,
José Mayorga, Francisco Cortés,
Luciano G. Ossorio, Julian Sesmero,
Gonzalo Rojo y Jim Hollander (fotógrafo)
Documentación: Antonio Canca.
Director Técnico: J.N. C

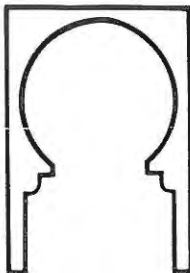
REDACCION**ADMINISTRACION****Y PUBLICIDAD:**

Calle Cuarteles 45, 1º C.
Teléfonos: 328100-04-08.

IMPRIME:

Fausto Muñoz, S.A.
Carretera de Cártama, Km. 3, 5
MALAGA

Depósito legal: MA - 147/79.

**ALGARABIA**

ANTONIO GALA.



GUERRA Y CLAVERO,
FRENTE A FRENTE.



AUTONOMIA Y ELECCIONES.



PESCADORES, PESCADOS:
HASSAN SE PONE BORDE.



BIBI ANDERSEN, TAL CUAL.



EL CARNAVAL ELECTORAL.



INFORME SOBRE EL PARO.



CONGRESO DE CULTURA
ANDALUZA.



NATURISMO EN ESTEPONA:
"ENSEÑAR" AL QUE NO SABE.



ALGARABIA

SEMENARIO ANDALUZ DE INFORMACION GENERAL

ALGARABIA

Semanario Andaluz
de Información General.
Edita: Ediciones Andaluzas S.A.
Consejero-delegado:
Vicente Rodríguez Aulet.
Director: Francisco Lancha.
Subdirectora: Carmen Vilodres.
Redactor-Jefe: Alfonso Montecelos.

REDACCION EN MALAGA:

Redactores: José Antonio Frias
Alfonso Domingo.
Fotografía: dirección y coordinación:
Carlos Barranco, José Luis Otermin y
Juan Carlos Cazalla.

CORRESPONSALES:

SEVILLA:

Delegación: José Aguilar
Corresponsal: Ramón Reig
Fotografía: José Julio Ruiz

GRANADA:

Delegación: Ramón Burgos.
Corresponsal: Alfredo Martínez.

CORDOBA:

Margarta Medina.

CADIZ:

Armando Ruiz Riera.

HUELVA:

Juan Eloy Durán.

JAEN:

Ignacio Quesada Minduña.

ALMERIA:

Manuel Gómez Cardeña

CAMPO DE GIBALTAR:

Gabriel Baldrich

MADRID:

Vicente Clavero, Francisco García y
José Molina.

BARCELONA:

Rosa Bautiste Galán

COLABORADORES:

Antonio Gala,

Manuel Alcántara, José Infante.

José Mayorga, Francisco Cortes.

Luciano G. Ossorio, Julian Sesmero.

Gonzalo Rojo y Jim Hollander (fotógrafo).

Documentación: Antonio Canca.

Director Técnico: J.N.C

Jefe de publicidad: Carlos García

REDACCION

ADMINISTRACION

Y PUBLICIDAD:

Calle Cuarteles 45, 1º C.

Teléfonos: 328100-04-08.

IMPRIME:

Fausto Muñoz, S.A.

Carretera de Cártama, Km. 3,5

MALAGA

Depósito legal: MA - 147/79.



- * CRONICA: PCE Y PSA SUBEN,
UCD Y PSOE BAJAN.
- * PSA: EL TRIUNFO ANDALUZ
- * ENTREVISTAS:
ROJAS MARCOS
FERNANDEZ VIAGAS
JIMENEZ BLANCO
TOMAS GARCIA
- * LAS ELECCIONES,
PROVINCIA A PROVINCIA
- * CADIZ:
CARNAVALES Y URNAS
- * GIBRALEON:
"RAICES" A LA ANDALUZA



ALGARABIA

Semanario Andaluz
de Información General.
Edita: Ediciones Andaluzas S.A.
Consejero-delegado:
Vicente Rodríguez Aulet.
Director: Francisco Lancha.
Subdirectora: Carmen Villodres.
Redactor-Jefe: Alfonso Montecelos.

REDACCION EN MALAGA:

Redactores: José Antonio Frias
Alfonso Domingo.
Fotografía: dirección y coordinación:
Carlos Barranco, José Luis Otermin y
Juan Carlos Cazalla.

CORRESPONSALES:**SEVILLA:**

Delegación: José Aguilar.
Corresponsal: Ramón Reig.
Fotografía: José Julio Ruiz.

GRANADA:

Delegación: Ramón Burgos.
Corresponsal: Alfredo Martínez.

CORDOBA:

Margarita Medina.

CADIZ:

Armando Ruiz Riera.

HUELVA:

Juan Eloy Durán.

JAEN:

Ignacio Quesada Minquiña.

ALMERIA:

Manuel Gómez Cardeña.

CAMPO DE GIBRALTAR:

Gabriel Baldrich.

MADRID:

Vicente Clevero, Francisco Garcia y
José Molina.

BARCELONA:

Rosa Bautista Galán.

COLABORADORES:

Antonio Gala,
Manuel Alcántara, José Infante,
José Mayorga, Francisco Cortés,
Luciano G. Osorio, Julian Sesmero,
Gonzalo Rojo y Jim Hollander (fotógrafo)
Documentación: Antonio Canca.

Jefe de publicidad: Carlos Garcia.

REDACCION**ADMINISTRACION
Y PUBLICIDAD:**

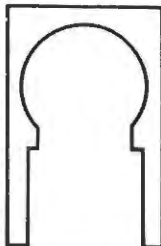
Calle Cuarteles 45, 1º C.
Teléfonos: 328100-04-08.

IMPRESA:

Fausto Muñoz, S.A.
Carretera de Cártama, Km. 3,5

MALAGA

Depósito legal: MA - 147/79.



ALGARABIA

SEMENARIO ANDALUZ DE INFORMACION GENERAL

MUNICIPALES:
30.000 CANDIDATOS
A LA CAZA DEL SILLON

ALFONSO CANALES

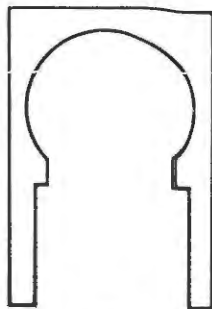
LA SOLEDAD DE LOS
PESCADORES ANDALUCES

MANOLO BLASCO:
PICASSO PINTABA
CON EL SEXO

CARNAVALES EN SEVILLA:
DE MARGINADOS
PARA MARGINADOS



Fotografía portada:
CARLOS BARRANCO



ALGARABIA

SEMANARIO ANDALUZ DE INFORMACION GENERAL

ALGARABIA

Semanario Andaluz
de Información General
Edita: Ediciones Andaluzas, S. A.
Consejero-delegado
Vicente Rodríguez Aulet
Director: Francisco Lancha
Subdirectora: Carmen Villodres
Redactor-Jefe: Alfonso Montecelos

REDACCION EN MALAGA:

Redactores: Jose Antonio Frias
Alfonso Domingo
Fotografía: dirección y coordinación
Carlos Barranco, Jose Luis Otermin y
Juan Carlos Cazalla

CORRESPONSALES:

SEVILLA:

Delegación: Jose Aguilar
Corresponsal: Ramon Reig
Fotografía: Jose Julio Ruiz

GRANADA:

Delegación: Ramon Burgos
Corresponsal: Alfredo Martinez

CORDOBA:

Margarita Medina

CADIZ:

Armando Ruiz Riera

HUELVA:

Juan Eloy Duran

JAEN:

Ignacio Quesada Minduina

ALMERIA:

Manuel Gómez Cardaña

CAMPO DE GIBRALTAR:

Gabriel Baldrich

MADRID:

Vicente Clavero, Francisco Garcia y
José Molina.

BARCELONA:

Rosa Bautista Galán.

COLABORADORES:

Antonio Gala,

Manuel Alcántara, José Infante,

Alfonso Canales, José Mayorga,

Rafael Pérez Estrada,

Francisco Cortés, Julián Sesmero

Luciano G. Ossorio, Gonzalo Rojo

y Jim Hollander (fotógrafo).

Documentación: Antonio Canca.

Jefe de publicidad: Carlos García.

REDACCION,

ADMINISTRACION

Y PUBLICIDAD:

Calle Cuarteles, 45, 1° C.

Teléfonos: 328100-04-08.

IMPRIME:

Fausto Muñoz, S. A.

Carretera de Cártama, Km. 3,5.

MALAGA

Depósito legal: MA-147/79.

* **ELECCIONES MUNICIPALES:
PROBLEMAS PARA TODOS**

* **AUTONOMIA ANDALUZA:
OJO CON LOS IMPUESTOS**

* **EL AHORRO ANDALUZ YA
ESTA HARTO DE EMIGRAR**

* **CECILIO VALVERDE:
PARLAMENTARIOS DE
TODA ANDALUCÍA. UNÍOS**

* **GENERAL MOTORS:
ENTRE CÁDIZ Y SEVILLA**

* **MAREA NEGRA, PELIGRO
DIARIO EN EL ESTRECHO**