

# Se vende: El sector inmobiliario en la prensa vizcaina de finales del XIX

*Dña. Tamara Moledo*

Como no podía por menos los inicios de la publicidad están relacionados también con el sector inmobiliario, pero todavía en el siglo XIX la incidencia de los medios de comunicación en el mercado de viviendas es escasa.

No obstante a lo largo de los años, las formas externas y el contenido de esta publicidad fue variando y madurando hasta alcanzar un grado de eficacia notable.

## **Salgai: higiezinaren sektorea Bizkaiko XIX. mendearen azkenaldeko prentsan**

Zelan ez, publizitatearen hastapenak ere lotuta daude higiezinaren sektorearekin; baina XIX. mendean komunikabideek etxebizitzaren merkatuan zuten eragina urria zen artean.

Hala ere, urteen puruz, publizitatea egiteko erak aldatuz eta helduz joan ziren, harik eta eraginkortasun nabaria lortu arte.

## **For sale: The Real Estate Sector in the Biscay Press in the Late XIX Century**

As one could expect, the start of advertising was also related to the real estate sector, although in the XIX century the incidence of the mass media in the housing market was scarce.

However, over the years the external forms and the content of this advertising changed and matured to achieve a notable degree of efficacy.

## 1. Introducción

En los comienzos de la prensa en el País Vasco aparecen en algunos periódicos las primeras presencias de una cierta publicidad. Pero no en todos ellos. De entre la prensa que comienza a editarse en la segunda mitad del XIX, una buena parte de los periódicos de marcado carácter político no inserta publicidad como elemento significativo; solo los periódicos de noticias y algunos otros, menos políticos o sindicales, la recogen de forma regular.

Para este trabajo insertado cronológicamente antes del cambio secular entre el XIX y el XX, se han seleccionado los periódicos editados en Vizcaya y con referencia a Bilbao, pues en estos años también vieron la luz algunas publicaciones estrictamente locales que para nuestro fin revisten menor interés.

El trabajo se completa con la consulta del total de las cabeceras editadas en el siglo XIX, total que se eleva a unos quince periódicos, de los que no se han podido consultar todos los números por no encontrarse todos ellos en las bibliotecas bilbaínas. Aún así, la búsqueda practicada resulta suficientemente representativa como para que nuestras conclusiones, a salvo de ejemplos concretos, tengan plena validez.

## 2. Primeras apariciones: El bascongado

El Bascongado, el que fuera el primer periódico de Bilbao<sup>1</sup> ya insertaba en sus páginas en 1813/14 “Avisos” alguno de los cuales se refiere a la compra y venta de fincas. En este temprano momento se dan algunas de las características que se van a producir como factores identificadores de la publicidad del ramo en el resto del siglo.

*“Avisos: Quienes quieran comprar una casa de campo nombrada la Pinta con sus tierras en la Ante-Iglesia de S. Esteba de Chavarri, acudan a la escribanía de D. Juan Antonio de Uríbarri”*

Así reza el que podemos considerar como el primer anuncio de oferta inmobiliaria en la prensa bilbaína<sup>2</sup>.

Un nuevo periódico, también con la denominación de “El Bascongado” vuelve a editarse en los años 1840-1841. En él ya aparecen con regularidad anuncios ofertando casas en venta. Son anuncios de texto, y en casi todos ellos aparece la imagen de una casa a la izquierda del texto. La primera vez que se utiliza esta imagen es el 7 de Abril de 1841, desde entonces esta imagen apare-

---

<sup>1</sup> FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, Javier: *El Bascongado (1818-1814)*. Edición Facsimilar. Bilbao 1989

<sup>2</sup> Ib. Idem. Sábado 26 de Febrero de 1814 pág.:211-212

ce en casi todos los anuncios de venta de casas en este periódico. Será casi como un elemento de identificación del anuncio. La imagen es la de una casa palaciega con una escalera paladiana (figura 2), y se usa indistintamente para anunciar casas de campo, urbanas, caseríos, etc.

En Septiembre de ese año, el periódico inserta una imagen distinta, es la imagen de tres caseríos rodeados de árboles (Fig 7). Ambas imágenes se utilizan en el Bascongado hasta el cese de la publicación del periódico.

### 3. Características generales. Primera etapa 1850-1875

Hasta prácticamente los años cincuenta no volverá a editarse un periódico en Bilbao; desde ese momento hasta 1875 cuando surge “El Noticiero” casi puede decirse que sólo hay dos periódicos en Bilbao; el Irurac Bat y el Euscalduna. Más adelante, en la década de los ochenta proliferaran.

En estos periódicos, o en concreto en los pocos números del antecesor del Euscalduna, el Villa de Bilbao, pueden encontrarse los primeros anuncios de esta nueva época, anuncios que responden sensiblemente a la estructura ensayada la década precedente.

La estructura de la publicidad en estos periódicos será sensiblemente la misma en ambos, ya que los dos destinarán a tal menester la última página, pero la cantidad de publicidad, y por lo tanto la cantidad de información interesante a nuestro propósito no será igual; el Irurac-Bat recogerá más anuncios. De hecho en ninguno de ellos los avisos serán muchos, pero en 1861 el periódico en cuestión llega a imprimir hasta cuatro ofertas de casasen el mismo número; cosa insólita en el Euscalduna.

Se trata de anuncios por palabras, como lo son en esta época casi todos; pocas imágenes completan el texto, y como vemos sirven más como elementos de clasificación que como elementos publicitarios.

Tipológicamente los anuncios referidos a viviendas son de dos tipos: las ventas simples y las referencias a subastas, judiciales o no<sup>3</sup>. Se trata en general de anuncios dedicados a viviendas de Bilbao; pero no en exclusiva, ya que pueden encontrarse incluso ofertas de ventas fuera de Vizcaya<sup>4</sup>, como es el caso de un parador o fonda de Irún<sup>5</sup>, una casa de Valladolid<sup>6</sup>, o unos molinos en la provincia de Burgos<sup>7</sup>.

<sup>3</sup> En algún caso excepcional se reconoce que se trata de “dar cumplimiento a la testamentaria...su fideicomisario pone al la venta...” Irurac-Bat 22/11/1861

<sup>4</sup> Se localizan ofertas de casi todas las anteiglesia y villas de Vizcaya, incluso de Orduña. Irurac-Bat 25-5-1868 una casa de la calle Burgos

<sup>5</sup> <se oferta el Parador de Echeandía sito en la Plaza de Irún. Irurac-Bat 19 de Enero de 1958

<sup>6</sup> Irurac-Bat10/8/1858

<sup>7</sup> También se llega anunciar la venta de una casa de lujo y de recreo en Burgos

Por otra parte las ofertas son muy amplias; esto es, se refieren no sólo a casas de vivienda, sino a edificios enteros e incluso a fincas rústicas. Por lo común se trata de casas de habitación, de caseríos o de edificaciones semejantes, incluso en algún caso de casas de recreo<sup>8</sup>; pero no se excluyen construcciones de otros usos, como las ferrerías que arrendara el marqués de Villarías en el último número del Bascongado, en 1815, o la fábrica de fideos de la calle Somera. En algún caso se trata de un amplio lote que incluye no solo una casa palacio en Abadiño sino también 16 caseríos y 35.000 árboles.

En las ventas simples llama la atención como los vendedores aclaran a los lectores que la casa sale al mercado por propia voluntad, no forzada por las circunstancias. Es un punto común en casi todos ellos, por lo que se deduce que era un dato importante en la época. Por otra parte, en las subastas unas salen con la especificación de la libre decisión y otras lo hacen, y así se declara, por mandato judicial.

En algún caso las subastas privadas explican su procedimiento a través del mismo anuncio. Así se establece un plazo de licitación (un mes), y se fija que las ofertas han de presentarse en sobre cerrado, remitido a un notario concreto, y a partir de un tipo o licitación base hecho público<sup>9</sup>.

Alguna de estas ofertas siguió un camino complejo. En 1860, hacia el 1º de Marzo, se oferta en el “Villa de Bilbao” el caserío Luzuri de Larrasquitu, pero todavía el 24 de Mayo no ha encontrado comprador; de modo que su dueño lo saca el día 26 en un edicto, a través del mismo medio de comunicación, a pública subasta. Entre el primer anuncio y la convocatoria de la subasta la información proporcionada es muy distinta. Al principio sólo indican donde está situado el caserío, señalando que en la anteiglesia de Abando, pero cuando sale a subasta se publican más datos: que renta al año unos 500 reales, por lo que está tasado en 26.849 reales. En este caso, como en la mayoría, las subastas suponen un mayor nivel de información previa.

En cuanto al tiempo que tiene la vivienda, la mayoría de las ofertas son de casas que no son nuevas, aunque también se ofertan, muy rara vez, viviendas a estrenar<sup>10</sup>. En alguna ocasión, y en el extremo opuesto, también se oferta la venta de un caserío quemado.

No son muy frecuentes pero pueden encontrarse anuncios que señalan algunos elementos atractivos de la oferta, como es el caso de una casa cerca de la playa u otra que está: *“en comunicación de Bilbao por la carretera nueva”*.

---

<sup>8</sup> “una casa de recreo con su huerto, cercada de paredes, sita en Algorta a la entrada del pueblo, sobre la playa del baño. Irurac-Bat 2/8/1859

<sup>9</sup> Irurac\_Bat 25/5/1868

<sup>10</sup> Se vende casa nueva en Algorta, que comprende además de la casa con dos pisos, un jardín con 250 estados de tierra cercado de paredes. Irurac-Bat 14/7/1859

Normalmente estas casas no se vendían con muebles, pero hay algún caso en el que se especifica que se hace con todo lo que hay dentro, porque la familia que habita la casa tiene que abandonarla con urgencia<sup>11</sup>. Un caso especial es el anuncio de la empresa “La Comodidad”, empresa que se define como “Empresa de casas amuebladas para alquilar”, claro que estos pisos están en Madrid, pues la empresa es de la Villa y Corte<sup>12</sup>.

Pero además de los muebles, las casas podían ir con cargas; algunas con los inquilinos, pero otras más complejas, incluso correspondientes a modos de vida ya desapareciendo en aquellos momentos, pero que habían sido muy comunes en el pasado. Tal es el caso de una oferta de unas casas de Zorroza que se hace *“Advirtiendo que tiene contra si y a favor del inquilino que la maneja, la obligación de mantenerle en el arriendo de un trozo de viñedo y de emparrado, con una longilla de vivienda, por la renta de diez ducados anuales, durante los días de D<sup>a</sup> Martina de Murga, religiosa en uno de los conventos de la ciudad de Burgos, cesando esta obligación al fallecimiento de la citada religiosa”*. Y todo ello se hace constar en el anuncio.

Sorprende que frente a la minuciosidad con que están tratados algunos aspectos, otros sean anuncios tan parcos. Frecuentemente no informan ni del tamaño, ni del precio de la casa, *“Los que quieran enterarse del precio pueden dirigirse a la escribanía del ...”* dicen en uno de ellos, claro que en otro *“Informará el zapatero de la puerta de la misma casa”*. Y también normalmente se obviaban las referencias a las posibles formas de pago, pero ello no impide que se localice algún caso en el que se oferta la posibilidad de pagar *“en diez plazos y nueve años”*.

Otro signo más de las características de aquella sociedad, es la forma en la que muchas casas son identificadas: no se identifican por una referencia objetiva sino por vías diferentes. Hay abundantes ejemplos, como el anuncio que reza *se vende la “casa que fue de D<sup>a</sup> Felipa, viuda de Amezaga, cerca de Olaveaga”*.

Un texto puede compendiar, si no todos, sí los más frecuentes extremos de estos anuncios:

*“El día 14 de Agosto a las 11 de la mañana a voluntad de su dueño, se sacará a pública subasta en la tercera habitación de la casa n<sup>o</sup> 7 de la calle Correo de Bilbao, una casa sita en la villa de Portugalete, señalada por la Plaza con el n<sup>o</sup> 1 y por la calle o cantón de la carnicería con el n<sup>o</sup> 3.*

<sup>11</sup> Irurac-Bat 15-Febrero-1859

<sup>12</sup> Irutac Bat 5/11/1862

*Esta finca de muy reciente construcción y que contiene 3.693 ms. cuadrados superficiales se halla dividida en esta forma: El piso bajo tiene cuatro tiendas, dos de las cuales dan a la Plaza y las otras dos a la calle o cantón de la carnicería, con un portal o tránsito entre la Plaza y la calle. Los pisos de habitación son cuatro y un desván frente a la Plaza, y otros tres y desván a la calle o cantón. Todas ellas producen una renta anual de 8.200 reales; y la base bajo la cual se abrirá la subasta, es la de 80.000 reales, que si hubiese quien la cubra se aceptará para la admisión de pujas, cada una de las cuales será de 1.000 reales de aumento. Dicha propiedad está libre de toda carga o gravamen”.*

Desde el punto de vista del vendedor, frente a lo modelos más recientes, más anónimos, en esta época sí aparece quién vende las casas, o en su defecto, el anuncio remite a un notario, o mas frecuentemente a una notaría.

En una contrapartida de modernidad se llegan a ofertar algunas fincas en más de un periódico a la vez, no es lo normal, pero se localiza algún caso como el de la citada casa de la Viuda de Amézaga.

Materialmente estos anuncios presentan también sus propias características. Así, hay que señalar que su redacción no está todavía codificada, ni siquiera en los casos de las convocatorias oficiales para subastas por medio de edictos. Su ubicación en la última página tampoco esta reglada, es decir pueden situarse en cualquier parte de la misma, es más, el mismo anuncio puede salir los diferentes días en lugares distintos. Cabe indicar que ni siquiera parece regularizada la aparición en sí misma del anuncio; hay casos que un día u otro no aparecen para continuar haciéndolo los demás, como si se sacrificaran ciertos anuncios por falta de espacio. De hecho alguna vez un anuncio de éstos es colocado en la página en posición contraria a la del resto del texto.

Sin embargo sí se observa cómo poco a poco va surgiendo una manera de anunciar, y en esto el Irurac-Bat lleva ventaja. Los primero avisos no suelen tener ni título, sólo una línea separa un anuncio de otro, y nada identifica a los anuncios inmobiliarios. Pero empieza a introducirse la práctica de poner un título a cada anuncio, un título destacado en letra mayor, otra tipografía o en negrita; incluso un título que pretende ser indicador de la actividad. Algunas veces basta encabezar con la palabra “Anuncio” en mayúsculas y centrada, otras se especifica “Venta de casa” o incluso “venta de aceñas” y luego con las presas van casas y tierras.

En 1868 empiezan a aparecer pequeñas viñetas con unos textos muy escuetos que se encabezan con la primera palabra, sea cual sea, en cuerpo mayor y con la primera letra en negrita. No será una práctica que se consolide de forma inmediata, pero poco a poco irá generalizándose.

Pero si no se identifican los anuncios de compraventa de fincas ni por su ubicación ni por su tipografía o por su texto; pueden identificarse por unas imágenes estándar que hacen referencia a anuncios de venta de viviendas o fincas rústicas que surgen como hemos visto desde el segundo Bascongado.

En estos periódicos se localizan tres tipos de figuras, una de ellas se localiza en los dos periódicos: es la imagen de una finca rústica (figura 1), lo que no quiere decir que se utilice solo en casos de ofertas de caseríos o fincas similares, también se usa en los casos de fincas urbanas.



Figura 1

En el segundo Bascongado y en el Irurac-Bat se utiliza frecuentemente la imagen de una casa palaciega con unos jardines frontales y una escalera exterior un tanto paladiana (fig.2).



Fig.2



Fig.3

En el Euscalduna se publica una casa urbana de unas tres plantas, con un marcado carácter neoclásico (fig.3).

Estas imágenes se utilizan en varios anuncios con el fin de destacar éste entre las páginas de publicidad. Su uso repetido en distintos anuncios hace pensar que las imágenes pertenecen a la tipografía de la imprenta.

#### 4. Segunda etapa 1875-1900

El número de periódicos de la segunda época es amplio y sobre ellos ya hay estudios avanzados como el de José María Unsain<sup>13</sup>, que ponen de manifiesto

<sup>13</sup> UNSAIN AZPIROZ, José M<sup>a</sup>. La felicidad al alcance de su bolsillo. El anuncio gráfico en la prensa de San Sebastián y Bilbao (1866-1936). San Sebastián 1994. Unsain no hace ninguna consideración sobre el sector inmobiliario pero el índice de su trabajo es elocuente, ningún apartado afecta a este sector y eso que sí dedica unas páginas a los elementos de la vivienda.

cómo el anuncio de prensa en estos años está en una fase de evolución hacia el anuncio gráfico. Ésta experiencia se produjo en otros ámbitos de la publicidad, pero los anuncios de venta de viviendas no siguieron esta línea<sup>14</sup>.

En el punto de inflexión de ambas épocas se sitúa el periódico “La Guerra”, como su propio nombre indica una publicación vinculada con la coyuntura bélica, que apareció en 1873-74 y que, en medio de una economía de guerra aporta pocos anuncios de nuestro interés. Hay traspasos de fábricas y tiendas, incluso se vende un solar en Artecalle, en pleno sitio, pero ninguna casa sale a la venta en anuncios hasta casi el final, hasta Octubre del 1974, oferta que se llegará a anunciar durante todo el mes siguiente.

El periódico que mejor representa la segunda época es el “Noticiero Bilbaíno” fundado en 1875 y que estará en la calle hasta bien entrado el siglo XX. Otros como el Euskalduna<sup>15</sup> (de corta vigencia, un diario de naturaleza política, que se autodefine como republicano), aunque insertan algún anuncio, no son del tipo de los que venimos analizando. También está el caso del Nervión<sup>16</sup>, periódico de noticias, fundado más tarde; que inserta diversos anuncios inmobiliarios y que va mostrando, como veremos, una paulatina madurez en la forma de sus anuncios por palabras.

En esta segunda época los anuncios también se publican en la última página, pero debido a su número van desbordando estos límites para extenderse por la penúltima página. A ésta irán trasladándose los anuncios redactados por palabras, y en la última irán apareciendo anuncios más trabajados (con imágenes, tipografías especiales, tamaños superiores...)

En general la publicidad de prensa va cambiando su imagen; los anuncios van teniendo encabezamientos, con títulos como “Venta de Fincas”; se establecen áreas para anuncios preferentes; en otros sectores las marcas van apareciendo y, en general las pautas de la publicidad, mas allá de las imágenes, van madurando aunque lentamente (todavía en el año 95 pueden encontrarse esquelas funerarias entremezcladas con anuncios simplemente publicitarios).

Estos cambios recogen innovaciones en el propio sector inmobiliario, como es el caso del surgimiento de alguna agencia de la propiedad. Su aparición representa cambios de calado ya que aunque traten de más de una finca, (hasta entonces estaban consideradas como ofertas unitarias, anuncios singulares, puntuales), ahora, con el surgimiento de las agencias la situación se altera; se oferta más de un finca en cada anuncio, y cada una diferenciada.

---

<sup>14</sup> Esto es, el anuncio gráfico, como hemos tenido ocasión de comprobar, no se extendió al ámbito de la compra-venta de viviendas.

<sup>15</sup> Euskalduna 1896-1909. Diario republicano, democrático y federal, defensor de la autonomía municipal y de la de toda entidad política

<sup>16</sup> El Nervión 1891-1937

La agencia se publicita definiéndose como : "*compra y venta de fincas rústicas y urbanas, terrenos de todas clases, minas y minerales*". Está ubicada en la calle Víctor y además de comprar y vender se encargaba de administrar fincas y de "todos los asuntos de la propiedad". Pero en un signo de cómo se está en los inicios este sector ni siquiera tiene nombre propio<sup>17</sup>. Alguna otra agencia unos pocos años después, se anunciará de diferente manera, sólo pondrá "venta de casas en Bilbao"<sup>18</sup>.

En el mismo anuncio se ofertan: Una tienda y un piso en Bilbao, una casa con sus tierras en Larrasquitu, un caserío y sus pertenecidos en Abadiano, un lote de cuatro caseríos en Erandio, otro caserío en Begoña, una casa recién construida, y así se dice, en Bolueta, una casa en Las Arenas, un caserío con sus tierras en Morga y una casa con bodega, "*Cubería para 3.300 cantaras de vino, y viñedos con 76.000 cepas*" en San Vicente da la Sonsierra. A tiempo anuncian que hay comprador para una casa en las calles Somera, Artecalle, Belosticalle, Plazuela de Santiago o Carnicería Vieja; también hay otra demanda de casa para la calle Correo. Así pues, un grupo de varios anuncios en uno sólo. Y la empresa sigue anunciando su lote, con las variaciones debidas, día tras día.

La segunda agencia es menos precisa, ni siquiera especifica que fincas vende o desea adquirir, tan solo indica: "*Se vende al contado o a plazos varias casas sitas en las calles siguientes: Barrencalle-Barrena,...*" pero si tiene el cuidado de resaltar en el título del anuncio, con letra de mayor orden : "Venta de casa en Bilbao", centrando así su oferta en la villa y no en un territorio tan amplio como en el del primer caso<sup>19</sup>. Este carácter eminentemente bilbaíno, local, será un factor poco frecuente.

El hecho de que se incorporen a los anuncios unas agencias no cambia gran cosa la situación precedente, salvo en la cantidad de viviendas que salen al mercado. Los anuncios son sensiblemente iguales, no se ubican juntos todos los del sector<sup>20</sup>, no utilizan titulares especiales, ni tampoco formulas concretas, no hay, en suma una sistemática. Alguna excepción, sin embargo, sirve para confirmar la regla, aunque se refiera a la oferta de una finca en la provincia de Palencia; un gran anuncio remarcado, con un título debidamente resaltado, oferta "una buena propiedad"<sup>21</sup>.

<sup>17</sup> El Noticiero Bilbaíno 21 de julio de 1878

<sup>18</sup> Esta segunda agencia esta asentada en la calle Ronda nº 2, piso 1º drc. El Norte 7 Enero 1885

<sup>19</sup> Esto no excluye que en el texto del propio anuncio luego se oferten: "varias casas de campo" previsiblemente (no se especifica) fuera de los límites de la villa.

<sup>20</sup> Eso que para finales del siglo empiezan a hacerse notar ciertas zonas especiales de anuncios en las páginas de publicidad. Así hay Sección religiosa, Sección de espectáculos, sección marítima y comercial etc. El Nervión 1895.

<sup>21</sup> El Norte 30 Abril 1885

Por mantener la continuidad, también seguirán usándose las imágenes de casa, en algunos casos singulares, para anunciar ventas de viviendas, casas o caseríos; pero ahora la nómina de imágenes será ligeramente más variada incorporando, además, una imagen mas predominantemente urbana<sup>22</sup>. Imagen que, por otra parte, las pocas veces que recurren a ella algunas agencias de propiedad (la de la calle Ronda), lo harán con ese carácter de casa urbana (fig.4), no con el palaciego, o el de finca más o menos rústica. De esta manera se van identificando las agencias de la Propiedad con Bilbao, y a la villa con las casas de pisos.



Fig. 4

En total se llegan a publicar en los distintos periódicos hasta seis imágenes de casas; molinos (fig.5), casas rurales (fig.6), caseríos (fig.7), casas palaciegas y casas urbanas.



Fig. 5



Fig. 6



Fig. 7

<sup>22</sup> Con carácter de excepción una de estas imágenes estandarizada, la mas palaciega, se va a aplicar a una oferta no inmobiliaria; es el caso del anuncio de los "Baños Nuevos de Fitero"

Evidentemente los anuncios de los periódicos, no publicitan y vehiculan una parte significativa del mercado inmobiliario, ni siquiera cuando se introduce la figura del la Agencia de la Propiedad. En la villa se construyen, por esta época –salvando los periodos bélicos- multitud de viviendas, y más allá de la viviendas nuevas, se trasfieren de propiedad otro considerable número. De todas ellas solo una pequeña parte sale a la prensa.

De hecho hay que señalar que una parte importante de los casos que llegan a publicitarse son casos de subastas, tanto judiciales como particulares; las licitaciones son un sistema de venta que, en el caso judicial, tenía la obligación de hacerse público y en los casos de particulares por razones semejantes, ya que una subasta sin una convocatoria abierta previa, carece de sentido.

De modo que la parte más significativa que se anunciaba en el sector inmobiliario en los medios de comunicación de la época, era publicado por razones ajenas al propio sector. Hay necesariamente que concluir que la trasmisión de viviendas discurría, por lo común por otros cauces. Probablemente carteles en los edificios y portales, en las promociones y en los lugares de concurrencia; pero sobre todo noticias directas, individualizadas, debieron ser, como antaño, los mecanismos de promoción. Solo una ínfima parte de las ventas se canalizaban a través de la publicidad en los medios; y ésta, en consecuencia, no alcanzó unos niveles satisfactorios de diseño y comunicación hasta tiempo después.

Los hechos nos muestran al sector de la compra venta de viviendas reacio a utilizar los nuevos mecanismos de incidencia en el mercado, pues no sólo usa poco la publicidad sino que además, cuando la usa lo hace con técnicas que no se van adaptando al cambio de los tiempos, a los nuevos métodos y a los nuevos diseños, aun siendo uno de los sectores que primero se asomó a los periódicos para anunciarse.

#### **Fuentes consultadas en:**

- Biblioteca Foral de Vizcaya.
- Biblioteca de la Facultad de Magisterio U.P.V.-E.H.U.