

Publicaciones periódicas de la Red Nacional de los Ferrocarriles Españoles, RENFE (1941-2005)

Alfonso LÓPEZ HERNÁNDEZ
Centro de Estudios de Humanidades y Ciencias Sociales Don Bosco
Universidad Complutense de Madrid

Recibido: 10-6-2008
Aceptado: 12-9-2008

RESUMEN

Las siguientes líneas están dedicadas a las revistas ferroviarias editadas por RENFE en el período 1941-2004, así como por RENFE Operadora y ADIF desde 2005 hasta nuestros días. A lo largo de estos años, se pueden identificar dos grandes líneas en cuanto a estas publicaciones de carácter oficial: las revistas orientadas a la comunicación de la realidad ferroviaria a personas y organismos externos, y las publicaciones destinadas al personal de la red y sus familias.

Palabras-clave: RENFE /publicaciones periódicas,/ revistas/ comunicación externa

Periodical Publications of RENFE (Spanish Railway Network) (1941-2005)

ABSTRACT

This paper provides an overview of periodical publications issued by RENFE throughout its lifetime (1941-2005), and by its heirs *RENFE Operadora* and *ADIF* after 2005. Most of these official publications fall under two categories: Journals and magazines aimed at external communication and relations; and those directed at serving the needs of RENFE's numerous workers and their families.

Key-words: RENFE, Railway Publications

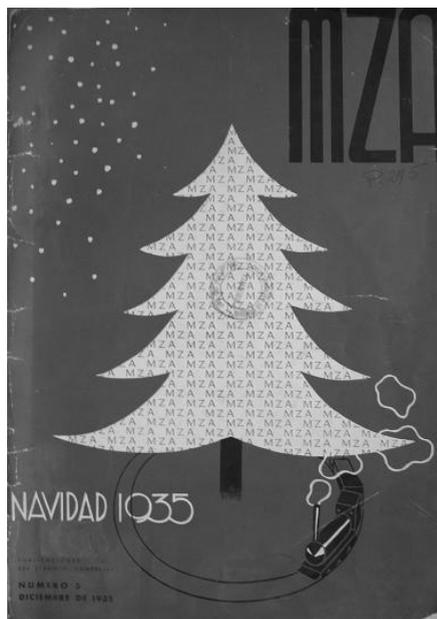
1. LA COMUNICACIÓN EXTERNA

1.1. *TRENES* (1939-1958)

Recién terminada la Guerra Civil, la Compañía de los Ferrocarriles de Madrid a Zaragoza y Alicante y la Compañía de los Ferrocarriles del Norte –las más importantes del panorama ferroviario español– deciden aunar esfuerzos en la publicación de la revista *Trenes*, que nace con el objetivo manifiesto de “propalar las bellezas de nuestra patria y los medios más cómodos de visitarla”. En este sentido, “Trenes” no es una revista profesional o especializada en ferrocarriles, sino un instrumento de marketing diseñado para convencer a los lectores de las ventajas de recorrer España en tren. La

revista, En 1941, la RENFE asume la edición de la revista, que será publicada hasta 1958, a razón de un número por estación del año.

Trenes es, tanto por sus objetivos propagandísticos como por su presentación, sucesora de la Revista M.Z.A.. Dicha revista salió a la luz en la primavera de 1935, publicándose bimestral o trimestralmente hasta su último número, el octavo, en julio de 1936. Su director era Juan López de Chicheri, que habría de repetir cargo en Trenes después de la contienda española. Como luego haría su sucesora, M.Z.A se propone en su primer número “ponerse en contacto con el público, en una forma amena y agradable, dándole a conocer las bellezas españolas y las facilidades que ofrecemos para conocerlas.”



MZA, Portada del nº 3, diciembre de 1935.

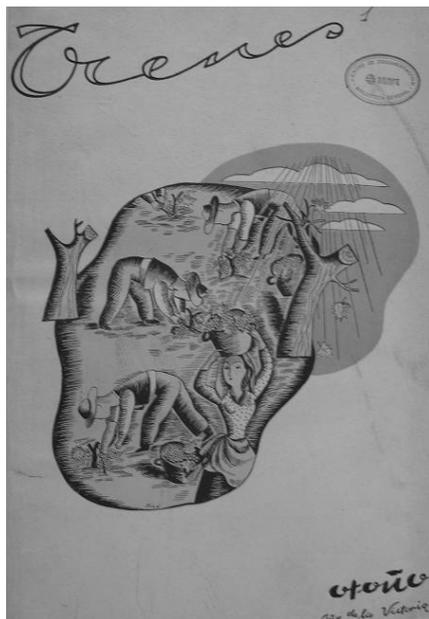
En cuanto a los contenidos de la revista, *Trenes* también mostró una continuidad evidente con la línea de su predecesora, como muestra el siguiente cuadro comparativo de los contenidos del primer número de *Trenes* y del último de *M.Z.A.*:

M.Z.A, número 8, julio de 1936	Trenes, número 1, otoño de 1939
<p>1-7: Publicidad.</p> <p>8-10. Entre dos playas. (notas sobre la arena). Por Benjamín Jarnes.</p> <p>11, 14-15: Paisajes levantinos: La costa brava. Incluye tarifas desde Barcelona.</p> <p>12: Dibujo a color: “el baño del mar”</p> <p>13-14: Excursiones MZA: Cuenca / Ciudad encantada y Monasterio de Piedra.</p> <p>16-17: San Sebastián</p> <p>18: Ilustración.</p> <p>19: Valencia, Alicante</p>	<p>1-6: Publicidad.</p> <p>7: sumario – sin numerar</p> <p>8: Editorial</p> <p>9-10: Otoño en Castilla, por Francisco de Cosío. Ilustraciones a color de E. Lagarde.</p> <p>11: Otoño en el Retiro, por Alcaraz</p> <p>12-13: Ruta de Guerra del Centro, por Quintanilla</p> <p>14-16: De Madrid a Zaragoza, por El Marques de Santa María del Villar</p> <p>17: Ilustración a toda página. Salamanca: Mujer de La Alberca.</p> <p>18-19: Relato: La viajera invisible, por Viera Sparza</p>

20. ¡A la playa! Tarifas desde Barcelona a Castelldefels y el Garraf; imágenes de diversas playas.	20: Información de servicio MZA. La mayor comodidad en sus envíos. Los transportes de puerta a puerta.
21: Artículo de Alfredo Miralles.	21-23: En una España grande / Un servicio mejor / el nuevo material de ferrocarriles.
22: El ferrocarril en el verano: billetes de ida y vuelta para vacaciones, baños de mar y concurrencia a balnearios.	Repaso a las nuevas locomotoras, por CEA
23: Publicidad	24-25: Una bella excursión por Castilla: Salamanca, Segovia, Medina, Ávila. Incluye tarifas, y sugerencia de itinerario y horarios.
24-25: La olimpiada de Berlín.	26-27: El Alcazar de Toledo, por F.A.Q.
26: Ferrocarriles extranjeros: la Compañía del "Midi", por J.L.Ch.	28-29: Como se trabajó durante la guerra, por "Pii"
27-31- publi. Incluye "publi-reportaje" a una página sobre la Clínica mental Torre Campedra, en Lloret de Mar (Gerona).	30-31: Todos al Pilar, con imagen de la Virgen a página completa. Incluye tarifas desde varias ciudades.
	32: Ilustración: La moda en el viaje, por Mary Elen.
	33-37: Publicidad.

Como puede apreciarse, ambas revistas se proponían conjugar la literatura, el arte, la celebración de la geografía española con sus monumentos y tradiciones, y la información sobre las últimas novedades técnicas en el mundo ferroviario. En el caso de *Trenes*, como bien reseñan Ana Cabanes y Gemma Toribio en un completo artículo aparecido en la revista *Vía Libre*, se contó con importantes figuras del mundo de la cultura del momento, como Alfredo de Marquerie, Francisco de Cossio, Sánchez Cantón, Manuel Aznar; se encomendó, además, los temas técnicos a especialistas del mundo ferroviario tales como Francisco Wais, los hermanos Imedio o Javier Marquina (Cabanes y Toribio 1999: pp.81).

Como complemento a sus diferentes secciones periódicas, a lo largo de sus veinte años de publicación, *Trenes* ofreció a sus lectores una serie de números monográficos sobre temas tales como: las realizaciones de RENFE en el periodo de 1949-55, el tren en la poesía, la historia del ferrocarril, los ferrocarriles de otros países, o su último número, dedicado al XVII Congreso Internacional de Ferrocarriles celebrado en Madrid, y que se editó en español, inglés y francés. Asimismo, fiel a su intención de dar a conocer las atracciones



Trenes, Portada del nº 1,
Otoño de 1939

turística españolas en nuestra país y en el extranjero, llegó a aparecer “El Libro de Oro de la RENFE”, en continuidad con los ya publicados en el pasado por M.Z.A. y Norte en décadas anteriores

Tan importante como las firmas que colaboraron con *Trenes* fue la lujosa presentación de la revista. *Trenes*, en efecto, se publicaba en papel *couché* –“el mejor papel de que actualmente se dispone”- según los propios responsables de RENFE en 1942- en formato grande, con numerosas fotografías y cubiertas a todo color. Una decisión sin duda costosa que, como tal, condicionó la sostenibilidad de la revista

Según datos de la Memoria publicada por el Servicio de Turismo de la RENFE en el año 1942, sólo el coste del papel suponía más de un 50% de los costes totales. Asimismo, dicho coste limitaba la tirada de la revista a 5000 ejemplares, impidiéndola, además, aparecer mensualmente.

Las Memorias comerciales de los años cuarenta reflejan, por otro lado, la tensión entre el objetivo ideal del equilibrio presupuestario o “déficit cero” y la eminente vocación de servicio público de la revista. Así, la Memoria de 1942 lamenta no haber obtenido el balance deseado, debido al aumento del coste de los materiales, e insistiendo en la parquedad de las fuentes de ingresos de la revista, al ser la misma de divulgación gratuita y tener la publicidad máxima limitada por ley. (89) Precisamente, como una medida para no aumentar el déficit, se anuncia la decisión de no organizar el concurso de fotografías turísticas que se tenía en proyecto, así como otros concursos literarios. (90) Asimismo, en el apartado de recomendaciones, se insiste en que “la revista como tal debe bastarse a si misma”, y se sugiere crear un precio de venta, un régimen de suscripciones o quizá ambas cosas a la vez . (95) En ese momento, la revista se distribuía de forma gratuita a los siguientes destinatarios:

A particulares y personalidades u organismos oficiales regionales a través de los órganos de la Red.....	67%
A particulares y personalidades u organismos oficiales en Madrid.....	15%
Personal de la Red.....	15%
Reserva para archivo y colecciones.....	3%

El año siguiente se sigue insistiendo en la necesidad de establecer un precio, si bien se reconoce que hacerlo diferiría “del carácter de propaganda gratuita que la RENFE ha dado a la revista” (84). Además, se señala que esta vocación propagandística permite a *Trenes* disfrutar de apreciables concesiones por parte de los organismos de Prensa en cuanto a papel, volumen de páginas, publicidad, etc; y que no paga impuesto alguno.

Por último, estas Memorias muestran la satisfacción de los responsables de RENFE por el prestigio alcanzado por la revista, que hace facilita la colaboración de las mejores firmas del momento con menor remuneración que en otras publicaciones (1943, p. 84), y se cita la clasificación de revistas del Organismo Superior de Prensa, según la cual *Trenes* se encuentra entre las cinco mejores revistas de España (1945, p. 75).

En definitiva, como apuntan Cabanes y Toribio, la lectura de *Trenes* nos ofrece una crónica oficial y amable de la España del primer Franquismo, además de un valioso depósito de artículos de divulgación técnica, ensayos y piezas literarias que, siempre en relación con el ferrocarril, escribieron las mejores firmas de la época.

Es preciso señalar que, después de *Trenes*, las revistas de comunicación externa de RENFE han seguido líneas diversas. Si *Trenes* aunaba en una misma publicación información y propaganda ferroviarias y entretenimiento, las revistas que le han sucedido han tendido, en general, a trazar una línea entre dichos objetivos. Así, se han creado revistas que, dirigidas principalmente al viajero de largo recorrido, buscan ante todo proporcionarle una fuente de entretenimiento. Destaca, entre todas ellas, la revista de viajes *Paisajes desde el tren*. Por otro lado, se han lanzado publicaciones dirigidas más bien al cliente-inversor: no sólo al viajero, sino a todo aquel lector interesado en el sector ferroviario como posible mercado en el que invertir. Surgió ya con esta idea *Renfe Comercial* (Gabinete de Información y Relaciones Externas) a comienzos de la década de los setenta, y siguieron con el mismo empeño publicaciones como *Clientes* (Dirección de Gestión Comercial, aunque con la colaboración del GIRE) y, posteriormente, las diferentes revistas de las Unidades de Negocio. En todo caso, y pese a lo que pudiera sugerir su cabecera, la revista *Trenes Hoy* (1987-1991) de la que nos ocuparemos a continuación, no debe considerarse como una sucesora de *Trenes*, ya que se trata, ante todo, de una revista dirigida a los agentes de la Red y sus familias.

1.2. PAISAJES (1990-)

La revista *Paisajes desde el tren* es, por su distribución gratuita en los trenes de largo recorrido españoles, la revista ferroviaria más leída en nuestro país. En efecto, La revista sale el día 1 de cada mes, con una tirada de 121.000 ejemplares y, según estimación de la revista, un total de 425.000 lectores. La editó el GIRE desde sus inicios y, desde diciembre de 1992, la empresa COMFERSA, S.A., en condición de empresa filial de RENFE, y ahora de RENFE Operadora y ADIF.

Paisajes sigue la línea de anteriores publicaciones de servir de vehículo de comunicación externa de la red de ferrocarriles, si bien es cierto que en la revista priman, ante todo, los contenidos destinados al entretenimiento de los viajeros. Así, esta revista de viajes –como se define en su página web– dedica mensualmente amplios y atractivos reportajes, repletos de fotografías a todo color, a propuestas turísticas y paisajísticas en España y el extranjero; propuestas que no siempre sugieren el carril como medio de transporte para adentrarse en ella. Curiosamente, en una conocida página web dedicada a recoger comentarios sobre diferentes productos, un usuario se sorprende de que *Paisajes* no incluye siquiera un mapa de las rutas de la red, o un catálogo de productos de la empresa, al estilo de las páginas finales de la revistas que se distribuyen en los trayectos por avión. (http://www.ciao.es/Paisajes_desde_el_tren_Opinion_1074318).

Completan los contenidos de la revista entrevistas a personajes conocidos, reportajes sobre escritores o músicos, agenda cultural y una sección de motor, que, como hemos podido comprobar en apartados anteriores de este capítulo, hubiera en otro

tiempo escandalizado a los lectores ferroviarios, pero que hoy sólo sirve para aderezar un menú de entretenimiento a bordo del tren.

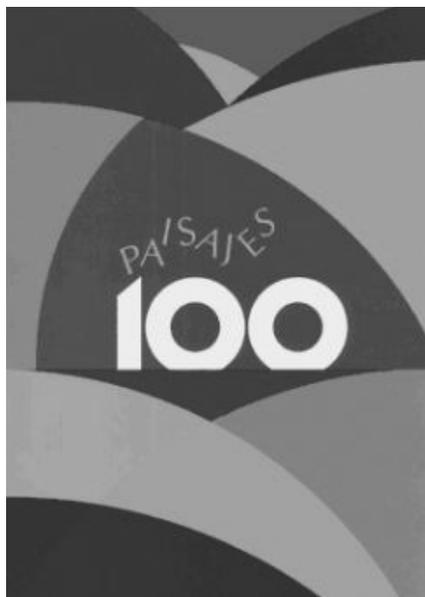
Como último apunte sobre los contenidos de la revista, en febrero de 1999 *Paisajes* editó un número especial con motivo de los cien números de la revista. Se trata de una edición sumamente interesante y atractiva en la que el número cien se erige como protagonista en muchas de sus piezas: “Vivir...100 años”, “La vuelta al mundo en 100 destinos”, “Cien ferrocarriles de cinco continentes”, “Cien personajes con historia” o “Cien viajes por toda España”. Completan el número una carta de Miguel Corsini, presidente de RENFE, y un artículo de Guillermo Martínez Oviedo, director de la revista.

En cuanto a la recepción de la revista, y según datos de una encuesta realizada por Ad Hoc en 2005, el 92% de los viajeros que la reciben la leen y un 37% se la lleva a casa. Otros datos interesantes obtenidos por la encuesta son el hecho de que el 96% de los lectores califica la revista como buena o muy buena, el tiempo medio de lectura es de 38 minutos, el 48% de los viajeros ya conoce la revista o que en el AVE este porcentaje sube al 60%. Un 30%, además, recordaba publicidad insertada en la revista.

Por último, *Paisajes* añade al reconocimiento de los lectores el prestigio externo que supone la obtención de premios nacionales e internacionales por diferentes conceptos: fotografía, artículos, etc. Entre dichos premios destaca la obtención, en el año 2000, del premio de la Asociación de Revistas de Información (ARI) a la mejor revista por encargo de ese año.

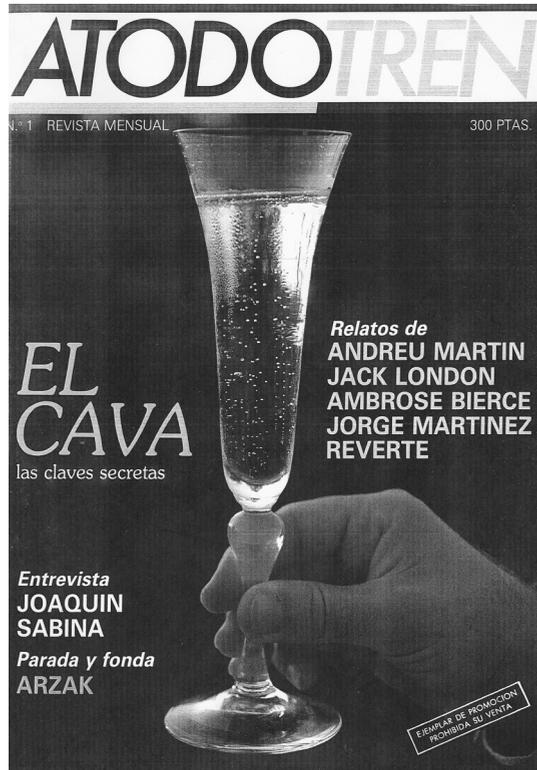
1.3. A TODO TREN

En el año 1989 se publicó un único número de una ambiciosa revista que, conjugando literatura con entrevistas y reportajes, se proponía como única misión el entretenimiento del viajero. Se trata de *A Todo Tren*, editada por ARESA y bajo la dirección de M. Vidal Santos. En un primer número de promoción y sin P.V.P., la revista, de 74 páginas, combina una extensa sección de relatos con entrevistas y reportajes, además de otras secciones más típicas como pasatiempos u horóscopo. Destaca el reportaje sobre el cava, anunciado como tema principal en la portada, una entrevista a Joaquín Sabina y un reportaje sobre el chef Juan Mari Arzak. En cuanto a la sección literaria, los relatos son de autores de la talla de Jack London, Apollinaire o Jorge Martínez Re-



Paisajes, portada del nº 100.

verte. Aunque no en gran cantidad, la revista incluye publicidad, principalmente de RENFE.



Portada de *A Todo Tren*, n.º 1

1.4. RENFE COMERCIAL (1971-79)

Editada por el GIRE, *RENFE Comercial* es quizá la primera publicación moderna de la RENFE destinada al conjunto de sus clientes: viajeros e inversores. En su primer número, Francisco Lozano, Presidente del Consejo de Administración de la RENFE, señala como objetivos primordiales de la revista

presentar características de nuestros diversos servicios, procedimientos y actuaciones; informar adecuadamente sobre las innovaciones que se introducen en el campo del transporte; promocionar el ferrocarril como instrumento, actual y actualizado, al servicio del desarrollo económico de nuestro país.

Lozano también señala la utilidad de la publicación a la hora de orientar y estimular a los propios agentes ferroviarios implicados en tareas comerciales.



Portada de *RENFE Comercial*, nº 1

La revista no era muy extensa –en torno a las 20 páginas–, pero su atractivo formato la hace más que una simple “hoja informativa”. Y es que se trata de una revista poblada de fotografías en color, ilustraciones, gráficas etc. que, por citar a alguna publicación coetánea, recuerda mucho la presentación de la prestigiosa *Vía Libre*.

El primer número de la revista proponía a sus lectores artículos sobre los siguientes temas:

- información tarifaria
- ¿Qué es un servicio complementario?
- El sector automóvil en el transporte
- Facturación mecanizada
- Transporte internacional de contenedores por ferrocarril
- Derivaciones comerciales y depósitos particulares
- Noticiero económico.

1.5. *CLIENTES* (1986-1990)

Cientes continúa la línea establecida por *RENFE Comercial* de dirigirse al cliente-inversor. Comenzó a publicarse en noviembre de 1986, con una periodicidad trimes-

tral; sin embargo, a partir del n° 4, de septiembre de 1987, la revista pasa a editarse mensualmente, a la vez que comparte la mayor parte de sus contenidos (y formato) con los de *Trenes Hoy*.

La revista se distribuía gratuitamente entre viajeros de los trenes de mayor categoría, empresas colaboradoras del ferrocarril y clientes de mercancías de RENFE. La editó la Dirección de Gestión Comercial, aunque, como se reconoce en su primera página, con la ayuda del Gabinete de Información y Relaciones Externas. Su director fue Francisco Javier Garde Roca.

En sus primeros números –antes de la “fusión” con *Trenes Hoy*, la revista cuenta con unas 30 páginas, en las que se presentan artículos informativo-propagandísticos sobre temas como velocidades máximas, ventas o terminales de contenedores. Se aporta, asimismo, información sobre tarifas especiales, como la *tarjeta joven*, o la oferta ferroviaria para viajar a destinos de esquí. Por último, se incluye en sus páginas finales un cuestionario para que los viajeros puedan expresar su opinión acerca del servicio recibido en el tren que les transporta.

Como complemento a esta información, en el número dos podemos encontrar un breve artículo sobre el “siglo y medio del ferrocarril español” que, curiosamente, no se refiere a la línea Barcelona – Mataró, sino al inaugurado en La Habana (Cuba), en 1837. Por otro lado, el número tercero inicia una serie de interesantes coleccionables que reproducen las portadas y contraportadas de guías ferroviarias de RENFE en los años cuarenta

1.6. LÍNEAS DEL TREN (ADIF) Y EN PUNTO (RENFE OPERADORA)

Estas revistas presentan la imagen corporativa de, respectivamente, ADIF y RENFE Operadora. Como se indica a continuación (ver 2.3.) la primera toma prestada la marca de una revista interna iniciada por RENFE en 1990, convirtiéndola en una revista de comunicación externa de la empresa desde enero de 2006. La segunda aparece, también mensualmente, desde octubre de ese mismo año. Se pueden consultar amplios contenidos de ambas publicaciones en sus portales de Internet: www.revistalineas.com y www.enpuntorenfe.com



Portada *Clientes*, n° 1, noviembre de 1986

2. LAS REVISTAS INTERNAS: *FERROVIARIOS*, *VÍA LIBRE* Y *LÍNEAS DEL TREN*

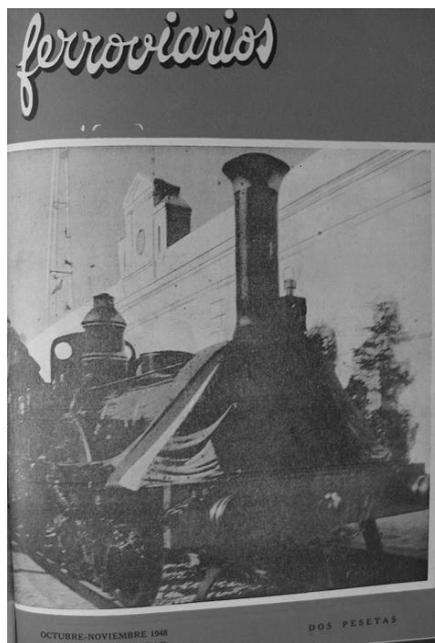
2.1.- *FERROVIARIOS*

La revista *Ferrovianos*, destinada al personal ferroviario –primero de Norte y M.Z.A., luego de la RENFE- es, sin lugar a dudas, una de las revistas históricas ferroviarias más interesantes. En comparación con su coetánea, la revista *Trenes* –instrumento a todas luces propagandístico de las excelencias del transporte por vía férrea- el estudio de una publicación que, como *Ferrovianos*, se dirige a un público más popular, permite tomar el pulso a la sociedad española en diferentes momentos utilizando el amplio abanico de la misma que constituían los ferroviarios y sus familias.¹

Sin embargo, y al contrario de lo que sucede con *Trenes* o *Ferrocarriles y Tranvías*, no hemos encontrado estudios científicos o divulgativos dedicados a esta revista, por lo que aprovechamos el marco de este capítulo para ofrecer una primera aproximación de carácter diacrónico a la evolución de los contenidos y temáticas de *Ferrovianos*, basada principalmente en una lectura directa de sus distintos números. Teniendo en cuenta las circunstancias mencionadas, dedicaremos a *Ferrovianos* una extensión mayor que al resto de las revistas reseñadas.

2.1.1. *FERROVIARIOS EN LA REPÚBLICA*

Ferrovianos ve la luz con un primer número de 34 páginas, con fecha del 1 de enero de 1936, y con el subtítulo de *Revista del personal de las redes del Norte y de M.Z.A.* Como logo identificativo de la revista aparece el título de la misma escrito a mano y en letra minúscula. La redacción e información habrá de localizarse, tanto ahora como inmediatamente después de la contienda bélica, en el número 7 de la calle



Ferrovianos, Portada del número extraordinario editado en conmemoración del Centenario del Ferrocarril. Octubre-noviembre de 1948.

¹ En cifras publicadas por el *Anuario del Ferrocarril*, en 1941 la RENFE contaba con 115.223 trabajadores. En 1954 esta cifra había ascendido a 128.493.

Arlabán, en Madrid. [verificar que calle aun existe]. Según lo referido en este número, la revista *Ferrovianos* se reparte de forma gratuita.

Con casi dos páginas de extensión, el editorial de este primer número, titulado “A nuestros lectores”, sirve para trazar con bastante detalle lo que serán los contenidos y las preocupaciones principales de la nueva revista. En cuanto a los primeros, se afirma que la revista contendrá “artículos de divulgación de temas profesionales, tanto técnicos como sociales y económicos”, así como secciones “que aspiran a ser útiles a la mejora de la vida material del ferroviario y al cultivo de su espíritu”: sanitaria, pedagógica, agrícola, del hogar, de cultura general y técnica. Por último, la revista contendrá secciones “recreativas en primer término”, tales como la literaria, la infantil o la deportiva. (p. 2)

Efectivamente, tal y como se anuncia, las páginas de *Ferrovianos* ofrecen un variado menú de divulgación ferroviaria y entretenimiento, a través de secciones que, con algún cambio de título, habían de repetirse hasta bien entrados los años cuarenta y, en algunos casos, hasta la desaparición de la revista. Las más significativas son:

- *Colaboraciones* a cargo de firmas ilustres o de especial relevancia. En este primer número se informa sobre las escuelas de orientación y formación profesional de la compañía M.Z.A.
- *Vidas ejemplares*. Sección dedicada a la biografía de personal ferroviario destacado por su servicio o historial.
- *El hogar del ferroviario*. Sección cuyo propósito es “proporcionar a las esposas, madres y hermanas de los agentes indicaciones y consejos que pueden ser de utilidad para su hogar (14)”. En esta ocasión, se incluyen los siguientes apartados: “Chaqueta para señorita”, “recetas de cocina” y “los muebles que pueden hacerse en casa”.
- *Humorismo extranjero*. Viñetas de carácter cómico aparecida en medios foráneos.
- *Divulgación sanitaria*. En este primer número, aparece un artículo dedicado a los primeros cuidados en los ojos de los recién nacidos, firmado por el Doctor Martín Amat, Oculista del Servicio Central de la Compañía del Norte.
- *Radio – Cine – Inventos*. Sección dedicada a las telecomunicaciones y a la innovación tecnológica en general. El primer artículo se dedica a explicar “cómo se ve y por qué se oye en el cine”.
- *Excursiones*. Apartado con el objetivo de “contribuir a que la vida de los que constituyen la gran familia ferroviaria sea más sana, bella y cordial.” Aparece, en este primer número, un reportaje titulado “Una excursión a Segovia”.

Completan este primer número de *Ferrovianos* un artículo divulgativo sobre el funcionamiento del automotor WE-401 de M.Z.A, un relato breve seguido de la convocatoria de un concurso de cuentos para los ferroviarios (premiado con un premio de 200 pesetas, y diez de 50), así como de un concurso infantil de dibujo (premiado con un tren de juguete), un consultorio pedagógico literario, un artículo sobre los ferroviarios y los deportes, y un recuento estadístico titulado “El tráfico de las Redes del Norte y M.Z.A.” en el que se incluyen datos relativos a la evolución en los dos últimos años de

variables tales como el tráfico de vagones cargados, ingreso por tráfico de mercancías, ingresos por tráfico de viajeros e ingresos totales del tráfico.

Por lo que reflejan las páginas de la revista en su segundo número, los contenidos reseñados anteriormente fueron acogidos con entusiasmo por los lectores ferroviarios. Asimismo, en el número 6 –el último que llegó a distribuirse antes de la contienda militar– se comunica a los lectores la imposibilidad de enviar números atrasados de la revista, pues éstos se encuentran agotados (p. 4). El interés por hacerse con los primeros números de la revista se extendió hasta después de la guerra, cuando *Ferrovianos* pone a disposición de sus lectores los números de su primera etapa, a un precio de 1 peseta por ejemplar y 5 pesetas por la colección completa. (8, p. 19)

De especial interés resulta, asimismo, los mensajes lanzados por la revista a sus lectores, tanto en forma de editoriales –sin duda breves, pero mucho más enjundiosos que las escuetas notas que aparecen en *Trenes*– como de interesantes lemas que aparecen esparcidos por sus números. Todos estos mensajes sirven para configurar una auténtica agenda editorial que, como veremos, se continuó en sus líneas maestras después de la nacionalización de la red.

Entre otras preocupaciones expresadas por los redactores de *Ferrovianos*, destaca de manera muy especial la conciencia de la difícil encrucijada en la que se encuentra el transporte por carril en su lucha con la carretera por atraer a más clientes y usuarios. Ya en el primer editorial de la revista, en el que se apela una y otra vez a la “solidaridad ferroviaria” como guía de la nueva publicación, se caracteriza al transporte por carretera como “un peligroso enemigo [...] bien pertrechado técnicamente”, pero además favorecido hasta la fecha por “una legislación anticuada en la que todo son trabas e impuestos para el camino de hierro y holguras y libertades para la carretera”. (p.2.) En este sentido, los redactores de la revista entienden que el mundo ferroviario debe reclamar una legislación que en justicia defienda lo que le pertenece, siempre en aras del “interés general de la población”.

Pero quizá lo más interesante del enfoque de esta temática en *Ferrovianos* sea la insistencia de sus redactores en concienciar al lector de la necesidad de hacer todo lo que esté en su mano para favorecer la vitalidad del ferrocarril. “No es incumbencia nuestra resolver el problema de los ferrocarriles españoles [...] ni indicar el camino para su resolución” –se anuncia en el editorial del número cuatro, titulado “Vitalidad del ferrocarril”–; en cambio, si parece serlo recordar al ferroviario las diferentes formas en las que puede contribuir a prestar un mejor servicio a los clientes de su medio, así como a captar nuevos clientes. Para ello, el ferroviario debe estar al corriente de los servicios prestados por su compañía, para así estar preparado para informar a quien lo refiera. Así lo señala el artículo editorial del número tres, titulado “Informando al público”:

Y el caso es que ningún ferroviario debe contestar jamás “no sé nada de eso”; “eso no me corresponde”, o “no es de mi negociado”, etc. En el peor de los casos, es decir, cuando no puedan contestar al viajero o comerciante sobre el asunto que éste pregunte, deben dirigirle al sitio donde le puedan informar.

Con este fin, la revista se propone ir publicando “divulgaciones de carácter comercial” encaminadas a la instrucción de los ferroviarios, y a que éstos cuenten razones y argumentos para defender la ventaja comercial del ferrocarril.

Coincidiendo con el comienzo de las vacaciones de la temporada estival –y en la antesala de la rebelión armada de Julio de 1936- el mensaje editorial de la revista se vuelve aun más explícito. “Todo ferroviario”, sostiene, “en su labor callada y diaria, puede y debe ser un gran elemento de atracción de clientes al ferrocarril”. En efecto, al ferroviario le corresponde estar lo suficientemente informado de las tarifas, destinos, concesiones, etc. para llevar a cabo, en sus conversaciones con la familia y los amigos, una tarea propagandística normalmente mucho más eficaz que la que llevan a cabo las estaciones. Y termina condensando sus deseos en el siguiente lema: “Que no quede este año ninguna pregunta sin contestar cumplidamente.”

Al hilo de esta frase, resulta interesante constatar la utilización de lemas o exhortaciones breves que, intercalados en otros contenidos, aparecen con cierta frecuencia en las páginas de *Ferrovianos* en su primera etapa. Especialmente profusos, y en la línea editorial que venimos comentando, resultan en el primer número de la revista, como muestran los siguientes ejemplos:

Si queremos que el ferrocarril nos ayude...ayudemos al ferrocarril. (12)

Todo ferroviario que se preocupe de sus intereses y del porvenir de los suyos debe defender al ferrocarril contra toda clase de competidores. (21)

Seamos aun más corteses con los viajeros. Así haremos que el público prefiera el ferrocarril. (33)

En el segundo número se alude, asimismo, al problema de los accidentes de trabajo:

La mayor parte de los accidentes se deben a imprudencias o excesos de confianza (2, 18)

Por último, en un momento histórico de grandes convulsiones políticas y sociales, descubrimos en las páginas centrales del primer número de nuestra revista la siguiente exhortación, impresa en negrita:

FERROVIARIO: Tus ideas políticas, siempre respetables, no deben influir en pro ni en contra del celo en el cumplimiento de tus deberes profesionales. Convéncete de que todos los países del mundo, sea cual fuere el régimen que en ellos exista, y bajo todas las formas de gobierno imaginables, la inteligencia será siempre un poder; la constancia en el trabajo, un valor, y la honradez, una virtud.

Un hombre, por humilde que sea su origen, tiene siempre medios lícitos para alcanzar posiciones brillantes. Es difícil, pero no imposible. La vida está llena de ejemplos.

Un mensaje, sin duda alguna, contrarrevolucionario –con la connotación que se quiera dar al término- y que pone de relieve el carácter de *Ferrovianos*, lógicamente más cercana a los intereses de la patronal que el de otras revistas ferroviarias creadas y gestionadas por los propios trabajadores, como por ejemplo la *Unión Ferroviaria*, vinculada con el sindicato U.G.T.

2.1.2. FERROVIARIOS EN EL PRIMER FRANQUISMO

Después de la Guerra Civil, el primer número de *Ferrovianos* –el octavo– aparece en febrero de 1942. En él se aclara que el número 7 –fecha en julio de 1936, se publicó y estuvo a punto de repartirse, pero que los paquetes enteros fueron intervenidos por los Comités, dedicándolos a la publicación de pasta de papel (8, 30).

En cualquier caso, este número octavo es ya el primero desde la constitución de la RENFE, por lo que su subtítulo pasa ahora a ser: *Revista de la Red Nacional de los Ferrocarriles Españoles*. La redacción y administración sigue en la misma dirección y, al menos en una primera etapa, los contenidos de la revista muestran una importante continuidad con los de su primera etapa. Como anuncia el editorial, titulado “Retorno a la actividad”, *Ferrovianos* se propone seguir la misma línea que se trazó en su nacimiento. (8, 2) Así, repiten las secciones *Divulgación sanitaria*, *El Hogar del ferroviario*, *Excursiones*, *Un ferroviario ejemplar* (antes *Vidas ejemplares*), así como las dedicadas a humorismo, concursos, colaboraciones, etc. Como novedades, encontramos un apartado dedicado a *Temas Científicos*, uno a *Actualidades* y, a partir del número de marzo, la *Cartilla ferroviaria*. Además de estas nuevas secciones, encontramos en los primeros números de esta segunda etapa de *Ferrovianos* apartados más coyunturales sobre los ferroviarios caídos pertenecientes a la División Azul, así como una serie de artículos sobre la prevención de accidentes laborales.

De todas estas secciones, mantendrán su vigencia hasta el final *El hogar del ferroviario*, *Excursiones* y *Humor y ferrocarril*. Como novedades, se irán introduciendo secciones obre bibliografía ferroviaria, *Sección extranjera*, *Noticario*, *Movimiento de personal*, así como una nueva sección literaria titulada *Las Chispas al disco*.

La reanudación de *Ferrovianos* haya su reflejo en la *Memoria* del Consejo de Administración de la RENFE correspondiente al año de 1942. En el capítulo dedicado a la actividad social de RENFE, se indica que la Red ha estimado interesante la continuación de la revista “con objeto de mantener por este medio un contacto directo con su personal, con el que lamenta que tal relación sea difícil de materializar por la gran dispersión del mismo.” (33)

Asimismo, se ofrece un resumen sucinto del tipo de contenidos que ofrece la revista, que da preferencia a los temas “de tipo profesional, a los de profilaxis sanitaria, previsión de accidentes de trabajo, colaboración literaria, sección especialmente dedicada a las amas de casa [...] aspirando a que dicha publicación figure en todos los hogares ferroviarios como vínculo de unión entre la Empresa y su personal.” (245)

Por último, se menciona que en esta nueva etapa se impondrá una suscripción voluntaria a la revista, que será de “bajo costo, para no imponer su lectura y a la vez poder comprobar los resultados de la gestión”. En efecto, en la página 25 del número 8 de la revista se menciona ya un importe de suscripción.

Además de la eliminación de la gratuidad, otro cambio interesante en esta segunda etapa de *Ferrovianos* es la inclusión de publicidad en sus páginas. En contraste con el cada vez mayor número de anuncios que poblaban las páginas de M.Z.A –luego convertida en *Trenes*– en los años anteriores a la guerra, los seis –y suponemos que siete– primeros números de *Ferrovianos* destacan por la ausencia de toda publicidad. De

hecho, en las páginas finales del segundo número de *Ferrovianos* hallamos una nota titulada “La publicidad en *Ferrovianos*”, con el siguiente contenido:

Aspira esta revista a que la publicidad que aparezca en sus páginas sea verdaderamente eficaz. Y así será en realidad, si se tiene en cuenta al extensísimo sector en que se difunde nuestra publicación, y que el personal ferroviario da siempre preferencia en sus compras a las casas que se anuncian en las revistas de su profesión.

En atención a esa eficacia, en primer término; para que los proveedores de material a las Compañías no puedan sentirse inclinados a enviar su publicidad a esta Revista, y también con el fin de que no pudieran considerarse perjudicadas, indirectamente, las demás revistas que se ocupan de cuestiones relativas al transporte por ferrocarril, declaramos aquí que FERROVIARIOS no admitirá ninguna publicidad de material ferroviario. (*Ferrovianos* 2, p. 32).

Una norma que se rompe definitivamente con el primer número de la reanudación de la revista en Febrero de 1942. Aquí hallamos ya en segunda página un anuncio a página completa de Altos Hornos de Vizcaya, S.A., y otros dos anuncios en la última página, a cargo de García Jimeno e Hijos, Construcciones y Contratas S.A.; y Sociedad Bilbaína de Maderas y Alquitrans, S.A. Los siguientes números de la revista confirman que la revista de las posguerra no observó la regla establecida en sus primeros números, contravinando, además, la norma primitiva al incluir numerosos anuncios de material ferroviario.

En cuanto a la línea editorial a la que hacíamos mención anteriormente, la nueva *Ferrovianos* se mantiene muy cercana a los temas exclusivamente ferroviarios. Hay, ciertamente, una mayor carga ideológica en sus editoriales que en los números anteriores a la guerra, pero, al menos en los años cuarenta, se trata más de excepciones que de una regla. Por ejemplo, en el editorial del número de octubre de 1942, en los que, celebrando la nueva locomotora Santa Fe, se hace un paralelismo entre las conquistas de los descubridores en América y la posible exportación de nuestro material ferroviario, terminando de la siguiente forma:

Y si las palabras “Santa María” en la proa de una carabela iniciaron la ruta para nuestros capitanes y misioneros, tal vez las palabras “Santa Fe”[...] sean las que abran otro camino para nuestros industriales. (10, 4)

Sin embargo, lo normal en estos años es que los editoriales insistan en lo que anteriormente se llamó la “solidaridad ferroviaria”, y que traten de defender los intereses del ferrocarril en el contexto del nuevo estado. En el número de abril de 1942, por ejemplo, se exhorta a los lectores a hacer saber a los amigos, a los clientes, en cuantas ocasiones se presenten, todos los avances que hace el ferrocarril y los obstáculos que vence. Y los pequeños actos heroicos y meritorios, esos que no pueden registrarse aquí y, sin embargo, son colaboraciones positivas a la mejora del servicio. [...] De esto y de todo lo bueno debe saberse en cualquier rincón de España donde haya un cliente insatisfecho (2)

Sin embargo, y como puede constatarse en años sucesivos –sobre todo en la década de los cincuenta– la revista comienza a olvidar sus reivindicaciones propiamente ferroviarias y prefiere destinar sus editoriales a propagar temas más abstractos, relacionados con la política internacional o exhortaciones al patriotismo o a la observación de las

costumbres católicas. Precisamente, en los años cincuenta comienzan a aparecer artículos sobre doctrina católica, como, p.e. “Razón de la fe”, en febrero de 1952. Dicho movimiento es lógico si se tiene en cuenta que es a partir de los años cincuenta cuando el régimen franquista consigue articularse plenamente tanto en el plano administrativo como en el ideológico. En el primero, la posición del ferrocarril en el conjunto de los transportes españoles no es algo sobre lo que quepa hacer política, sino que viene determinado “desde arriba”. En cuanto a la ideología, el nacional-catolicismo como doctrina oficial en materia de religión y costumbres, no es algo que se instituyera de golpe con el final de la guerra, sino que se fraguó a lo largo de los años cuarenta, y que hubo de culminar con la firma del concordato entre el Estado español y el Vaticano en 1953.²

Como cabría esperar, un cambio tal en el rol social de la revista viene acompañado por un cierto silenciamiento de su primera identidad. Por ejemplo, en ningún número del año 1946 se hace referencia a lo que sería el décimo aniversario de la aparición de la revista. En cambio, sí se menciona el quinto aniversario de la “vuelta al trabajo” de *Ferrovianos* en febrero de 1946. Más adelante, el número de febrero de 1952 celebra los diez años de la segunda etapa de la revista, con un editorial titulado “Diez años (sic) de nuestra revista”. Ahí se concede que, “como es bien sabido, esta revista apareció en 1936, pero la Cruzada española interrumpió los generosos afanes apenas iniciados.” Para continuar señalando que en febrero de 1942 dicho esfuerzo resurgió “con los mejores estímulos: los del dolor por los caídos, los de la alegría por la victoria y los de la experiencia por la lógica reacción que los acontecimientos provocaron en las mentes y los corazones sanos de España (3). En esta línea, constatamos que, fuera del primer número de la revista después de la guerra, no vuelve a haber mención de la posibilidad de recuperar ejemplares de su primera etapa.

El último número de la revista *Ferrovianos* aparece en noviembre de 1963. En él, y después de las páginas editoriales, se anuncia en dos recuadros la aparición de la revista *Vía Libre* en enero de 1964, a un precio a los suscriptores de tres pesetas. Tal y como se anuncia, “*Vía Libre* será una tribuna abierta a todos los ferroviarios. Todos los problemas y las aspiraciones de la gran familia ferroviaria tendrán acogida en *Vía Libre* que, además, contará con reportajes de información general, páginas especiales para el hogar, la mujer y el niño, entretenimientos, consultorios, concursos, etc.” La dirección provisional de la revista queda fijada en el número 44 de la calle Santa Isabel, en Madrid.

2.2. VÍA LIBRE

Por su trayectoria histórica y aceptación por parte del público ferroviario, *Vía Libre* es sin duda la revista ferroviaria más importante de las que se editan en la actualidad. Según datos facilitados por la revista en su página web, *Vía Libre* cuenta con más de 13.000 suscriptores, incluyendo técnicos, empresas, profesionales y aficionados al

² Para un detallado análisis de las relaciones de la Iglesia Católica y el Estado, ver Callahan, William J: *La Iglesia Católica en España (1875-2002)*. Barcelona: Ed. Crítica, 2003.

ferrocarril de diferentes países de habla hispana, además de venderse mensualmente en los quioscos de prensa. Además, se estima que el portal *Vía Libre Digital* cuenta con 8.500 suscriptores y más de 50.000 consultas mensuales.

Publicada por RENFE desde 1964 y por la Fundación de los Ferrocarriles españoles desde 1985 hasta la actualidad, *Vía Libre* continuó desde sus albores la tarea anunciada por el último número de su antecesora, *Ferrovianos*, consistente en reforzar “la comunicación social de los ferroviarios” y “asegurar información de esta especie de gran ciudad de cerca de ciento cincuenta mil vecinos”. (*Vía Libre* no. 1, p.7) Cuarenta años después, con motivo de la publicación del número 500 de la revista, su directora, Pilar Lozano Carbayo, afirma mantener vivo dicho propósito, continuando el hilo conductor de la vocación sectorial de la revista y su cariño al colectivo ferroviario.

De igual manera, a lo largo de su historia, la revista *Vía Libre* ha tratado de conjugar en una misma publicación los temas propiamente ferroviarios con aquellos otros que pudieran ser de interés y entretenimiento para la familia ferroviaria de habla hispana. El primer número ofrece, entre otros, los siguientes contenidos:

- *Un tren en el hogar de Franco*. Un artículo, con fotografías del tren miniatura del Jefe del Estado, que ya presagiaba el interés que a lo largo de su historia la revista dedicaría al modelismo ferroviario.
- *Elogio de los trenes*, por César González Ruano
- *Mejorando lo presente*. Cuentas del ferrocarril.
- *Ya dejó de caminar...* Biografía del tren castellanense “La Panderola”.
- *El plan de modernización de los ferrocarriles*. Se hace eco de los efectos del Decreto Ley de 19 de julio de 1962, que regulaba el funcionamiento de RENFE como entidad privada.
- *Los ferrocarriles españoles hace cien años*.
- *Amina Assis, la rejoneadora que se viste en marcha*. Entrevista a la popular rejoneadora.
- *Consultorio Jurídico*.
- *Cada foto con su historia*.



Vía Libre. Portada del nº 1. Enero de 1964

- *Cartas al director.*
- *Humor, pasatiempos, concursos, etc.*

Un equilibrio ideal entre los contenidos más específicamente ferroviarios y los de interés general no es siempre fácil de alcanzar en este tipo de publicación. Valga como ejemplo una carta al director enviada por un joven lector estudiante de C.O.U. y publicada en el número 106 (octubre de 1972), en la que reclama que *Vía Libre* sea una revista netamente ferroviaria, dedicando menos espacio a temas cotidianos y generales, y complementando el recorrido por la actualidad ferroviaria con apuntes y fotografías coleccionables sobre la historia del ferrocarril en España. Una queja hasta cierto punto comprensible cuando se hojean números de algunas etapas de la revista –como este de los años setenta– en los que se dedican numerosas páginas a temas de actualidad, divulgación o formación cultural con poca relación con el ferrocarril y que quizá, y como opinaba el mencionado lector, pudieran ser tratados mejor en otro tipo de publicaciones.

Seguramente, la queja de dicho lector anunciaba una época de creciente profusión de las revistas de aficionados, con la consiguiente especialización de las mismas, y en la que la idea de una única revista por hogar con contenidos para toda la familia quedaría obsoleta.

Hoy en día, en una época de renovadas inversiones e interés en el transporte ferroviario, y en la que el acceso a todo tipo de información y entretenimiento está garantizado por los medios de comunicación y la red Internet, los contenidos de *Vía Libre* reflejan un claro interés por ceñirse al amplio abanico de noticias y temas relacionados con las diferentes redes ferroviarias españolas o la historia de nuestro ferrocarril. Así, entre sus secciones habituales hallamos:

- *Actualidad:* Nacional e Internacional (proyectos, servicios, trenes, estaciones, etc.).
- *Empresas:* El mundo de las empresas suministradoras (información económica, planes, proyectos, etc.).
- *Material:* Información sobre el más variado material ferroviario de todo el mundo, tanto en funcionamiento, proyectos, como material histórico, acompañado de fichas y características técnicas (locomotoras, material remolcado, unidades, metropolitanos).
- *Dossier:* Informes completos de actualidad sobre temas tecnológicos, material ferroviario, infraestructuras, proyectos, etc.
- *Historia y estampas de ayer:* crónica gráfica y literaria del pasado ferroviario.
- *Otras secciones* como cultura, modelismo, museos, multimedia, etc. En este grupo destacan los contenidos esporádicos dedicados al modelismo ferroviario afición que no encontró cabida en publicaciones especializadas en España hasta los años ochenta (ver capítulo 28)- la larga serie de artículos sobre el tren en la poesía española escritos por José María Suárez en 1977, y los numerosos análisis del papel del ferrocarril en la obra literaria de diversos autores, a cargo de Eduardo Tijeras, aparecidos a lo largo de los años ochenta.

Por otro lado, destacan los números especiales editados por la revista en diferentes momentos de su historia. Entre los más significativos, encontramos:

- Nº 361. “Treinta años”. Incluye índices de la revista para el periodo 1964-1993.
- Nº 414- 415 (noviembre y diciembre de 1998): “150 años del ferrocarril en España”.
- Nº 224 (septiembre de 1982): “XXIII Congreso Internacional de Ferrocarriles”.
- Nº 500 (septiembre de 2006): “Crónica ferroviaria y diaria: 1964-2006”. Incluye artículos extraídos de diferentes periodos de la revista.

2.3. TRENES HOY (1987-1991)

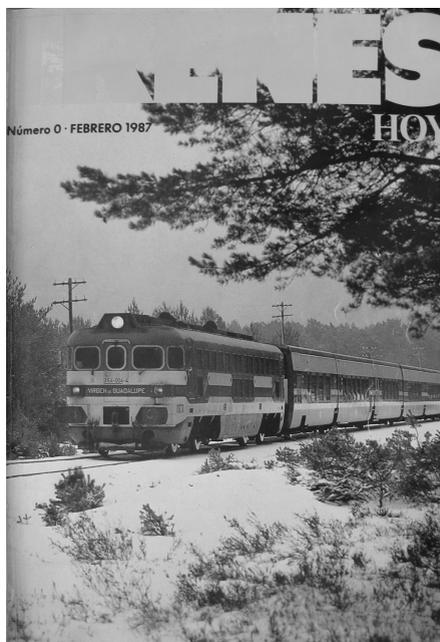
Auspiciada por el GIRE, y luego por el Gabinete de Comunicación Interna de RENFE (GCI), *Trenes Hoy* apareció en febrero de 1987, y siguió publicándose mensualmente. Pese a que, como reconoce su primer director, Miguel García Sánchez, la cabecera de la revista evoca conscientemente a la lujosa revista de comunicación externa editada en décadas anteriores, la finalidad de *Trenes Hoy* es otra: “ser una publicación de carácter interno con contenido útil y atractivo.” Así, la revista se distribuía gratuitamente a los empleados de la Red.

La revista contaba con secciones fijas tales como “entre nosotros”, “el tren en fotos”, “parque de material”, “estaciones”, “líneas”, “historia”, además de entrevistas y la ya clásica sección de humor ferroviario, ésta vez a cargo del caricaturista Forges.

Con el tiempo, la revista fue incorporando más secciones de carácter no estrictamente ferroviario: viajes, el tren en la televisión y el cine, relatos, revista de prensa y librería, fotografías a vista de pájaro, recetas, etc.

Tal vez lo más interesante de *Trenes Hoy* haya sido la profusión de separatas, cuadernillos y suplementos que ofrecía la revista. Desde su primer número y durante más de dos años, la revista ofreció en páginas interiores “Noticias de la red”, una separata de unas 15 páginas con contenidos de actualidad, destinada a “insaciables y empedernidos buscadores de noticias”, en palabras del director de la revista.

La revista también publicó una serie de separatas dedicadas al ferrocarril en diferentes provincias, así como los *Cuadernos de Trenes Hoy*, dedicados a temas de actualidad, tales como el Plan de Transporte Ferroviario. Por último, la revista publicó

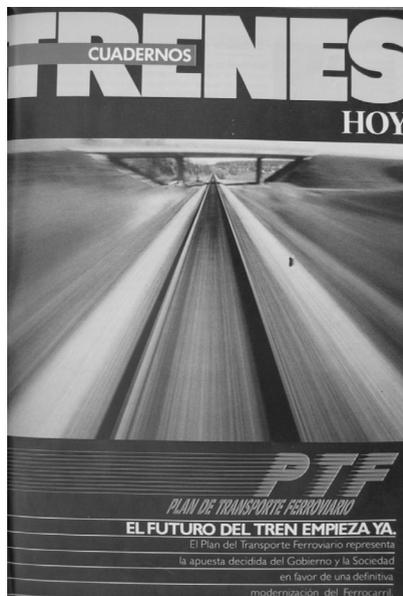


Portada de *Trenes Hoy*, nº 0, febrero de 1987

esmerados suplementos, como un recorrido gráfico del año ferroviario de 1988, aparecido en enero de 1989, o “Las 90 noticias de 1990”, publicado en diciembre de ese mismo año.

Bajo la dirección de José Manuel Velasco, efectiva a partir del otoño de 1989, se realizarían importantes cambios de formato –incluida la desaparición de las Noticias– y, sobre todo, una redefinición de contenidos. En el prólogo al ya mencionado suplemento titulado “Las 90 noticias de 1990”, en diciembre de ese mismo año, el director señala que a lo largo del año se han ido quedando fuera del sumario “aquellos temas de comunicación interna más propios de la recién aparecida *Líneas del Tren*, editada por el Gabinete de Comunicación Interna.

Así, la revista se convierte poco a poco en una revista ferroviaria más abierta al gran público. Un cambio que se culmina en enero de 1991 con la aparición de un número especial dedicado al 50 aniversario de RENFE con cabecera y formato nuevos, precio de venta al público y el anuncio de una estrategia de distribución y ventas por parte de su nuevo director, Vicente Camarena. La revista dejaría de editarse después del número de octubre de 1991, “ahogada”, posiblemente, por dos publicaciones con una identidad mucho más definida, como fueron *Via Libre* y *Líneas del Tren*.



Cuadernos de Trenes Hoy

2.4. *LÍNEAS DEL TREN* (1990 -)

Con más de 15 años de recorrido, se trata ésta de una revista, que, aparentemente, cumple en la actualidad su segunda vida. En efecto, si *Líneas del Tren* inició sus pasos como una revista interna de la RENFE, destinada, como reza uno de sus primeros editoriales, a “poner al día” a su personal, el mismo título sirve, desde 2005, como cabecera de la revista oficial de ADIF, un vehículo más de comunicación externa que interna, y que, al contrario que su homónima, tiene precio de venta al público y la posibilidad de suscribirse. (<http://www.revistalinas.com/portada.htm>). Por eso, y a pesar de la continuidad cronológica y de título, ambas publicaciones deben considerarse, de hecho, como dos revistas diferentes, como avala la numeración de la revista de ADIF, que reinicia su la serie en enero de 2006.

Editada por el Gabinete de Comunicación Interna de RENFE, *Líneas del Tren* nació en el año 1990, apareciendo a partir de entonces con una periodicidad mensual. (Si bien aparecen dos números en septiembre de 1990). Durante sus primeros años, la publicación tiene formato de diario, con hojas de gran tamaño y una portada en la que concurren diferentes titulares en diferentes tamaños. Más adelante, cambiará al más común modelo de portada, en la que se anuncia un tema principal

Los primeros números de la revista constituyen una interesante fuente para estudiar el impacto de la reciente creación de las Unidades de Negocio Especializadas en la vida interna de la compañía. De hecho, se percibe que muchos de los artículos están orientados a clarificar la nueva estructura de la empresa a sus empleados.

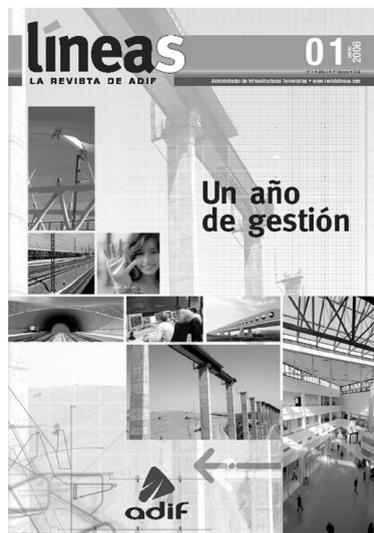
Después de los titulares en portada, la revista suele incluir un editorial firmado por algún cargo de la RENFE. A continuación se incluyen noticias y reportajes sobre la red en particular, y el mundo ferroviario en general, agrupados en secciones tales como Gestión, Innovación, Internacional... Se incluyen, asimismo, noticias relativas a las diferentes UNEs: Mercancías, Estaciones, Infraestructuras, etc

Por otro lado, la revista dedica una parte importante de sus contenidos a reforzar los vínculos entre sus empleados, y entre éstos y la empresa, a través de secciones como las cartas del lector, información laboral, concursos infantiles para las familias de los ferroviarios, perfiles de empleados "especiales" (la empleada más joven de la red, por ejemplo), noticias relativas a los diferentes equipos deportivos de RENFE, tablón de anuncios por palabras, etc. Por último *Líneas* trata de facilitar el entretenimiento de sus lectores por medio de entrevistas a personajes de actualidad, sección de humor, curiosidades y sugerencias televisivas

Los últimos años de la revista ofrecen un testimonio editorial de la creación de ADIF. A partir del número correspondiente a febrero de 2005, la revista ya no la edita la Dirección de Organización, Comunicación y Desarrollo de RENFE, sino la Direc-



Portada de *Líneas del Tren*, nº 1



Portada del nº 1 de *Líneas*. La revista de ADIF.

Fuente: página web de la revista

ción Corporativa de Recursos Humanos del Administrador de Infraestructuras Ferroviarias. Asimismo, la revista pasa de tener una Dirección – a cargo de Ángel Jiménez Gutiérrez desde sus inicios- a un Comité Editorial de seis miembros. Durante los números de 2005, la revista dedica ya gran atención a explicar las funciones de ADIF, y a promocionarla como gran empresa inversora.

2.5. OTRAS REVISTAS DE RENFE

La división estratégico-comercial de la RENFE en Unidades de Negocio, a comienzos de los años noventa, precipitó la creación de un sinfín de revistas y boletines a cargo las Unidades. Entre las publicaciones más longevas se encuentran *Informativo Exprés*, de la UN de Regionales, *Infra 2000* (UN de Infraestructura) o *Circulación Informa* (UN de Circulación). Destacan asimismo, por su novedad, las publicaciones relacionadas con la Alta Velocidad española *Vías de Comunicación* (UN de Infraestructura AVE y Coordinación) y *Noticias Puntuales* (UN de Alta Velocidad).

También destacan, entre otras publicaciones de RENFE, las editadas por el Gabinete de Información y Relaciones Externas (GIRE). Entre ellas se cuentan el longevo *Informativo Diario RENFE* (1946-2002), *Noticias de la Red* (1983-86) –luego integrada en *Trenes Hoy-* y *RENFE Comercial* (1971-79) *Informativo Diario*.

