

NAPOLEÓN Y EL CONTROL DE LA PRENSA: DE MILITAR A POLÍTICO (1795-1804)

Moira GARCÍA DE FRUTOS¹

RESUMEN

Las campañas de propaganda que llevó a cabo Napoleón entre 1795 y 1804, especialmente el uso y control de la prensa, fueron determinantes para entender su evolución de militar a político y para obtener el poder en el golpe de Estado del 18 de brumario prácticamente sin oposición.

A través de esta propaganda, Napoleón consiguió crear el mito de Bonaparte y su Armada Invencible, así como cultivar la moral de sus tropas, que desarrollaron hacia su persona una lealtad fanática que le sirvió de sustento en su ascenso al poder.

PALABRAS CLAVE: Napoleón Bonaparte, propaganda, censura, Revolución francesa, prensa, Consulado, Directorio, emperador, 18 de brumario.

ABSTRACT

Napoleon's propaganda campaigns between 1795–1804, specially his press control, are essential to understand his personal evolution from soldier to politician. In addition, these campaigns could be understood as the trigger that led him to the power without opposition in the coup of 18 Brumaire.

¹ Especialista en Historia Militar, Instituto Universitario General Gutiérrez Mellado.
Contacto: moira.garcia@gmail.com.

It was through this propaganda how Napoleon built Bonaparte's invincible Grand Army myth, reinforcing his troops spirit who developed a fanatical loyalty crucial in his rise to power.

KEY WORDS: Napoleon Bonaparte, propaganda, censorship, French Revolution, press, mass media, Consulate, Directory, emperor, 18 Brumaire.

* * * * *

1. APROXIMACIÓN HISTÓRICA: LA PROPAGANDA NAPOLEÓNICA

A la hora de estudiar la propaganda napoleónica es necesario definir por lo menos escuetamente el fenómeno en sí. Así, aunque el concepto como tal no se acuña hasta el siglo XVII, la actividad propagandística relacionada con la persuasión se conoce ya desde la Grecia clásica y ha ido ligada a los conflictos bélicos desde entonces.

Existen numerosas definiciones del término, así como múltiples obras que tratan el fenómeno². En este trabajo podemos aceptar como paradigma la definición adoptada por el Institute for Propaganda Analysis donde se define la propaganda como «expresión de una opinión o acción por un individuo o grupo deliberadamente orientada a influir en las opiniones o acciones de otros individuos o grupos»³.

La propaganda es una actividad multidisciplinar que ha sido estudiada y aplicada a diferentes ciencias históricas, políticas, sociales o económicas. Históricamente, es posible analizar las prácticas propagandísticas como hechos, poniendo de relieve los resultados derivados de las mismas, y así se estudiará en el presente trabajo.

La figura de Napoleón Bonaparte será recordada como militar, pero también como político, estadista e intelectual. En todas estas actividades Napoleón desarrolló su actividad propagandística multidisciplinar con el objetivo claro de ganar el apoyo de la opinión pública. Ya desde sus inicios como militar y en su ascenso a general fue consciente de que la fuerza no era sufi-

² Para obtener más información sobre el fenómeno de la propaganda y la historia del mismo véase: PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *Historia de la propaganda: Notas para un estudio de la propaganda política y de guerra*. Eudema, Madrid, 1990; STURMINGER, Alfred: *3000 años de propaganda política*. Ediciones Cid, Madrid, 1965; TAYLOR, Philip M.: *Munitions of the Mind. A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Day*. Manchester University Press, Manchester, 2003.

³ MILLER, Clyde R: «If you detect Propaganda», en *The Rotarian*, diciembre, 1939, pág. 14. (Traducción propia).

ciente para convencer al pueblo. Para él «la fuerza debe estar fundamentada en la opinión»⁴, y así actuó desde sus primeras operaciones militares en la Revolución francesa hasta llegar a ser nombrado emperador en 1804.

Guerra y propaganda han ido siempre íntimamente unidas desde la sociedades primitivas como la Grecia clásica o el antiguo Egipto; la segunda fue especialmente utilizada por grandes generales como Alejandro Magno, Aníbal o Julio César al entender el poder de la persuasión como un arma estratégica capaz de ganar batallas, pues en todos los conflictos armados es necesario contar con el apoyo tanto de aquellos que van a luchar, que tienen que tener alta la moral para enfrentarse al enemigo, como de aquella sociedad civil que soporta la guerra. Así, en términos militares, Napoleón era muy consciente de la fuerza de la propaganda y llegó a afirmar: «En la guerra, la moral cuenta tres cuartas partes, el balance de fuerzas materiales solo significa el cuarto restante»⁵.

Bonaparte desarrolló una propaganda total, controlando todos los ámbitos en su propio beneficio tanto en su escalada al poder como especialmente tras el 18 de brumario. Religión, arte, ciencia, literatura, prensa o educación fueron puestos al servicio de sus intereses.

En primer lugar, Napoleón daba mucha importancia a la educación, ya que suponía poder moldear al tipo de público que él deseaba. Una vez en el poder, creó la University, un cuerpo educador que garantizaba una enseñanza completa, controlando todo el sistema pedagógico y creando un monopolio educativo mediante el control y la selección del profesorado, los textos y las asignaturas.

En esta misma línea, y aunque él no cree en la religión, reconoce el poder que esta tiene para la población, de manera que la utiliza para manejar a las masas. «Fui Mohamed en Egipto; por el bien del pueblo aquí tengo que ser católico. No creo en las religiones»⁶. Para controlar el mensaje de la Iglesia católica en Francia subordina a los obispos a su Administración civil.

Como parte de su maquinaria de control utiliza el arte como una herramienta que además le permite adquirir reconocimiento como intelectual, intentando captar el apoyo de los líderes de opinión y de la élite intelectual francesa y europea⁷.

⁴ SCHULZE, Ingrid: *El poder de la propaganda en las guerras del siglo XIX*. Arco Libros, Madrid, 2001, pág. 13.

⁵ TAYLOR, Philip M.: *op. cit.*, pág. 153. (Traducción propia).

⁶ HOLTMAN, Robert B.: *Napoleonic Propaganda*. Greenwood Press, Nueva York, 1969, pág. 134. (Traducción propia).

⁷ Napoleón dio tanta importancia a su perfil como intelectual que grandes artistas y pensadores como Beethoven vieron en él a un nuevo héroe liberador para Europa. En 1804 Beethoven le dedicó su *Tercera sinfonía*.

Para controlar el arte y a los artistas subvenciona sus actividades, principalmente el teatro, que por su alcance popular masivo es lo que más le interesa. Así, cuando llega al poder limita el número de salas a dos en las grandes ciudades y una en las pequeñas, y aplica un sistema de censura previa que prohíbe completamente mencionar algunos temas como los Borbones o las Escrituras. El objetivo de Napoleón patrocinando arte y ciencia era prevenir que el pueblo se preocupara de cosas más importantes.

Durante todo su ascenso y una vez en el poder, desarrolla una serie de técnicas en el uso de la propaganda que hacen que esta sea el fenómeno que es hoy. Napoleón sabe que para que su propaganda sea efectiva tiene que llevar la iniciativa y hacer llegar sus argumentos a la audiencia antes que la oposición.

Con el fin de que esta persuasión sea fructífera en la opinión pública se vale del liderazgo de ciertas personas de su entorno, a quienes poco a poco otorga un nivel de autoridad en una materia, de manera que cuando se pronuncien públicamente sobre el tema sus palabras adquieran un aura de prestigio y de veracidad.

Aunque se vale de todos los medios a su alcance, entiende desde el principio que tiene que diversificar su mensaje para poder hacerlo llegar a toda la población. En este sentido, se da cuenta del poder que tiene la correspondencia, especialmente la correspondencia privada. Hace también uso de la correspondencia pública para dar autenticidad a las declaraciones oficiales; suele publicarlas en prensa y con frecuencia las redacta personalmente.

Bonaparte hace un uso virtuoso del lenguaje, convirtiéndose en un maestro en el empleo del sarcasmo, la ironía y la retórica. Tiende al vocabulario emocional e intenta convertir las palabras en eslogan, de manera que simplifica la información para que pueda ser entendida fácilmente por todos. En la medida de lo posible, esta forma emocional del mensaje tiene que basarse en argumentos racionales que le den veracidad. Dentro de la forma da mucha importancia a la manera en que se publican sus órdenes o sus artículos, destacando titulares en mayúsculas o abusando de las exclamaciones⁸. Como maestro en el uso del lenguaje lo utiliza propagandísticamente para su beneficio en la descripción de sus acciones.

Por último, Napoleón controla perfectamente cómo y cuándo debe lanzar su campaña de persuasión para tener el máximo efecto posible. Es decir,

⁸ HOLTMAN, Robert: *op. cit.*, pp. 177 y 178. Aunando numerosos artículos publicados por Napoleón, Holtman pone de manifiesto este uso virtuoso del lenguaje y el vocabulario emocional creando frases como «being a “conquering hero” who “liberated” subject peoples, this “genious” a “second Charlemagne”, became the “saviour” of France».

maneja el *timing* de sus campañas de propaganda con el fin de obtener de ellas el máximo rendimiento.

Napoleón orquestará y dirigirá toda esta campaña de propaganda global tanto al interior como al exterior y tanto a civiles como a militares. En el exterior, articulará su mensaje en dos frentes. Por un lado, como hijo de la Revolución, Bonaparte debe exportar las ideas liberales que surgen de ella, y así centrar su mensaje en luchar contra las diferentes monarquías absolutas y sobre todo contra Inglaterra, a la que acusa de innumerables injusticias, delitos y violaciones del *statu quo* internacional. Por otro lado, se dirige a la población de los países donde combate, así como a aquellos que anexiona a lo largo del Imperio, con el fin de explicarles las bondades del nuevo régimen⁹.

En el interior, Napoleón también centra sus campañas de persuasión en dos ámbitos. Por un lado, se dirige al pueblo y la opinión pública con el fin de que apoyen sus campañas militares. Publica numerosos boletines cuyo fin es conseguir una opinión favorable de los civiles hacia su ejército. Por otro lado, y especialmente, se dirige a sus soldados, valiéndose de las órdenes del día para articular su mensaje al Ejército a través de tres ejes principales: critica y censura duramente los comportamientos antiheroicos, alaba al Ejército y subraya los nombres de aquellos que han destacado especialmente con el fin de que sirvan como ejemplo e intenta inspirar a sus soldados para conseguir grandes hazañas con el apoyo del pueblo.

2. EL CONTROL DE LA PRENSA

Para Napoleón ningún medio de comunicación y, por tanto, ningún vehículo de propaganda, es tan importante como la prensa para la consecución de sus objetivos. Por ello, desde sus inicios públicos la censura, la controla y la utiliza tanto en el plano militar como en el político. Él mismo se pronuncia numerosas veces sobre este tema, asegurando: «Nunca permitiré a los periódicos decir o hacer nada contrario a mis intereses»¹⁰.

Para entender el valor que da a la prensa y la incidencia real de sus campañas de propaganda en diversas publicaciones hasta conseguir el poder el 18 de brumario, es necesario explicar brevemente el desarrollo que se pro-

⁹ Para más información sobre sus críticas a Inglaterra y el ensalzamiento de las virtudes de su régimen véase HOLTMAN, Robert: *op. cit.*, pp. 1-36.

¹⁰ MARLIN, Randal: *Propaganda and the Ethics Persuasion*. Broadview Press, Ontario, 2003, pág. 58. (Traducción propia).

dujo de los medios de comunicación de masas durante el último cuarto del siglo XVIII, sin el cual no habría adquirido tal notoriedad.

Esta explosión de los medios de comunicación de masas se produce por el aumento de la alfabetización en Francia, sobre todo a raíz de la Revolución en 1789. Es cierto que los numerosos diarios que se publican solo eran accesibles para las clases altas, ya que se vendían por suscripción y esta era muy cara para las clases medias y bajas. Sin embargo, se da un fenómeno de acceso a la prensa de los individuos a través de grupos, bien asociándose para comprarla juntos, bien en salones de lectura. Será en este caldo de cultivo donde Napoleón comience su carrera pública como general del Ejército en la campaña italiana.

Antes de comenzar esta campaña, un joven Bonaparte ya tiene contacto con el periodismo. Se inicia en el desarrollo de esta actividad en 1791 cuando, aún como teniente, publica cien ejemplares de un panfleto titulado *Lettre à Buttafuoco*, costeados por él mismo, cuya difusión se realiza íntegramente en su Córcega natal. Un año después divulga *Discours sur le Bonheur*. Junto a este publica otras misivas destinadas a su Ejército y al pueblo donde se encuentra destacado y en 1793, siendo capitán y estando destinado en Niza, escribe *Le Super de Beaucaire*, un panfleto donde expone ya las líneas generales de sus ideas políticas futuras criticando la guerra civil y el poder de las diferentes facciones, sobre todo las monárquicas.

Napoleón sabe de la importancia y los efectos de los artículos publicados en la prensa y él mismo, como se ha visto, escribe numerosos textos a lo largo de su vida, cultivando una intensa actividad periodística. Desde sus inicios y a lo largo de toda su carrera, incluso cuando ya es emperador, destaca la propaganda en sus textos tanto en la elección del tema como en la forma de difusión y en su particular estilo narrativo que lo distinguen de otros autores.

Desde sus orígenes desarrolla artículos positivos y patrióticos, siempre en estilo directo, en voz activa y fáciles de entender para sus contemporáneos. Frente a otros militares coetáneos que emplean en sus misivas la voz pasiva o el estilo indirecto, Napoleón utiliza la primera persona centrándose siempre en sus actos y creando la impresión para el gran público de estar en todos los sitios y ser el responsable de todas las victorias.

Aparte de su producción periodística y de la de sus generales, colaboradores y ministros, Napoleón reúne a su servicio un «ejército» de periodistas afines de todas las procedencias, ideologías y facciones, gracias a lo cual puede utilizar diferentes argumentos dependiendo de a qué audiencia estuviera dirigido el mensaje. Como expone Cabanis, «el convencional Barère se dirige a los jacobinos más exaltados, como el emigrado Montlosier a los

realistas ultrancistas. Roederer encuentra las palabras para convencer a los moderados de 1789 y Fiévée las de una contrarrevolución liberal»¹¹. Es así, a través de estos textos y estos recursos propagandísticos, como Napoleón creó el mito de Bonaparte y su Armada Invencible.

Sin embargo, no toda la prensa francesa es afín a los intereses de Bonaparte; existe un periodismo, sobre todo de tendencia ideológica derechista, que lo acusa públicamente de abuso de autoridad y de colocarse a sí mismo por encima del Directorio, creando facciones en la dirección política francesa. Como impulsores de esta oposición se encuentran los miembros del club Clichy, un grupo de influyentes políticos y periodistas de filiación monárquica que lo atacan por numerosos motivos, principalmente su pasado jacobino¹².

Con esta prensa contraria dinamitando su mensaje entre la opinión pública, Napoleón se da cuenta de la necesidad de contar con una herramienta que contrarreste el poder de esta oposición entre la audiencia. Es así como crea o toma el control de seis periódicos en su escalada al poder. En una carta al Directorio en 1796 expone claramente sus intenciones: «Sería bueno que los periodistas dejaran de publicar los relatos absurdos que publican todos los días [...], tal vez sería útil que un periódico oficial insertara un artículo que desmintiera estos absurdos y ridículos»¹³.

2.1. La campaña italiana (1796-1797)

En marzo de 1796 el general Bonaparte asume el mando del ejército francés en Italia¹⁴. En apenas unos meses Napoleón consigue que esta campaña, frente secundario en comparación con el resto de batallas que Francia está librando en Europa, se convierta en el principal foco de interés para la prensa francesa. A través del control de la prensa consigue vender al pueblo francés una imagen de sí mismo como gran estratega y pieza fundamental para el gobierno del Directorio. Para llevar a cabo esta gran campaña de

¹¹ CABANIS, André: *La presse sous le Consulat et l'Empire (1799-1814)*. Société des Études Robespieristes, 1975, pág. 238; citado por PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: «Prensa y propaganda bélica 1808-1814», en *Cuadernos Dieciochistas*, núm. 8, 2007, pág. 217.

¹² Para una información más completa sobre el club Clichy y la prensa contraria a Napoleón véase POPKIN, Jeremy: *The Right-Wing Press in France, 1792-1800*. Chappel Hill, Carolina del Norte, 1980.

¹³ BONAPARTE, Napoleón: *Oeuvres de Napoléon Bonaparte*. Biblio Bazaar, 2007, tomo I, pág. 286. (Traducción propia).

¹⁴ Para entender el contexto y la cronología de la campaña italiana véase CHANDLER, David G: *The Campaigns of Napoleon*. Scribner's, Nueva York, 1966.

propaganda fundó tres periódicos en dos años que le sirvieron de plataforma para conseguir todos estos objetivos.

Cuando se inicia la campaña ni Napoleón ni el ejército destacado en Italia aparecen en los medios de comunicación. La llegada de Bonaparte cambiará la agenda periodística mediante las misivas que él mismo manda a París aportando una visión de primera mano de todas las batallas, así como una imagen victoriosa de su ejército. De esta forma, sus primeras victorias eclipsan las de otros generales, seguramente de mayor valor estratégico, por el relato en primera persona que él ofrece de la batalla.

La situación real de las tropas francesas en Italia cuando Napoleón se hace cargo de ellas era precaria: apenas cuarenta mil hombres sin uniformes, equipamientos, ni prácticamente víveres luchando en múltiples frentes contra ejércitos más numerosos y mejor equipados, acostumbrados a ser derrotados, y siendo habituales los saqueos y el descontento de la población local¹⁵.

Surge así la necesidad de aplicar sus dotes propagandísticas como forma de alentar a las tropas, impresionar a sus enemigos y conseguir cierto apoyo de la población autóctona. En apenas quince días Napoleón consigue convertirlos en un grupo disciplinado utilizando sobre todo su excelente oratoria y sus arengas, fortaleciendo la moral del ejército con discursos emotivos: «Soldados, estáis desnudos y mal alimentados. Yo os llevaré a las llanuras más fértiles del mundo. Ricas provincias y grandes ciudades caerán en vuestro poder. Allí encontraréis honor, gloria y riqueza»¹⁶. Además de fortalecer la moral propia intenta construir la imagen de un ejército poderoso que asuste a sus enemigos.

Esta propaganda tendrá un gran efecto en las tropas francesas, que desarrollan hacia la figura de Napoleón una lealtad fanática que se prolongará en el tiempo y que será básica para los golpes de Estado del 18 de fructidor y del 18 de brumario.

Durante este primer año en Italia, en el que concatena diferentes victorias, Napoleón realiza su primera tentativa periodística fundando *Bonaparte et des hommes Vertueux*¹⁷ que se inaugura el 19 de febrero de 1797. Todas las secciones del periódico tratan sobre Bonaparte y la campaña italiana. El objetivo de esta experiencia es evidente. Se trata de vender la imagen de

¹⁵ Para conocer la situación general de las tropas napoleónicas tanto en Italia como en el resto de campañas se recomienda la obra de FORREST, Alan: *Napoleon's Men: The Soldiers of the Revolution and Empire*. Humbledon and London, Londres, 2002.

¹⁶ SCHULZE, Ingrid: *op. cit.*, pág. 16. Incluye diferentes arengas a las tropas y a la población civil.

¹⁷ En el Anexo I se incluye la portada del primer número.

Napoleón como brillante estratega y héroe de guerra que defiende los ideales de Revolución y que por ello tiene que liberar Italia. El problema que tiene es que su alabanza hacia el general es tal que pierde toda objetividad. Apenas tiene lectores y Napoleón no llega a escribir en él.

En 1797 se producen diversos acontecimientos que cambian la fisonomía de la campaña italiana. Por un lado, el ejército se renueva y se refuerza con nuevas unidades, que vienen de batallas donde solo han sido derrotados o proceden de la reserva, con lo que tienen que ser adoctrinados en la filosofía napoleónica. Por otro lado, con los triunfos obtenidos y el armisticio de Loeben con Austria, se iniciaba una época de paz que mantenía a los soldados aburridos y acuartelados con la necesidad de obtener noticias de Francia y de que se les recordase el porqué de su lucha tras quince meses fuera de casa.

En este contexto, en mayo de ese mismo año, el *Journal des Défenseurs de la Patrie*, fuente principal de noticias para las tropas, interrumpe su edición. Napoleón ve en este acontecimiento la oportunidad que esperaba y pide al Directorio la creación de su propio periódico militar para llenar este hueco. Nace así el 20 de julio *Le Courier de l'Armée d'Italie*¹⁸ con tres objetivos claros: aumentar la moral de las tropas, distribuir información administrativa y divulgar las ideas políticas de Bonaparte.

El periódico se distribuye gratuitamente entre los soldados y hace subir la popularidad de Napoleón y su ejército en Francia, ya que sus artículos se reeditan en multitud de periódicos y se convierten en fuente de información para los diarios parisinos.

Estaba ubicado en Milán y editado por un periodista profesional, el joven idealista republicano Marc-Antoine Jullien¹⁹. Frente a otras gacetas militares similares, Jullien opta por editarla en alta calidad. Napoleón consigue por fin disponer de un altavoz con el que controlar la imagen que la población y especialmente sus militares podían obtener de él.

Uno de los rasgos distintivos del noticiero es la implicación directa de Bonaparte en su producción, pues llega a escribir numerosos artículos no solo militares sino editoriales, donde expone su opinión sobre diversos temas y analiza la situación política en Francia. Como artículo representativo del general en *Le Courier* podemos considerar «Dialogue entre un

¹⁸ En el Anexo I se incluye la portada del primer número. De aquí en adelante para simplificar la narración me referiré a la gaceta como *Le Courier*.

¹⁹ La figura de Jullien ha sido tratada en profundidad por PALMER, Robert Roswell: *From Jacobin to Liberal: Marc-Antoine Jullien, 1775-1848*. Princeton University Press, Princeton, Nueva Jersey, 1993.

citoyen arrivant de France et un officier de l'Armée d'Italie»²⁰, publicado en la gaceta el 1 de agosto y donde se resumen claramente todas las líneas argumentales de la propaganda napoleónica en Italia, destacando la negociación de la paz con Austria, el problema de las facciones políticas para el gobierno del Directorio o el deseo de Bonaparte de firmar la paz en todo el continente.

Napoleón usa ya *Le Courier* como arma política, filtrando información y seleccionando los temas según sus intereses. En la práctica, todos los números de la gaceta incluyen artículos contra las facciones monárquicas y contra su gran enemigo en París, el club Clichy. En las semanas inmediatamente anteriores al 18 de fructidor²¹, Napoleón intensifica sus acusaciones tanto en la prensa como en sus misivas al Directorio.

Por un lado, *Le Courier* centra sus editoriales en el problema que supone para la República que los cuerpos legislativos estén compuestos mayoritariamente por monárquicos y grupos reaccionarios. Bombardea constantemente al pueblo con dos ideas: estas facciones debilitan el espíritu de la Revolución y de la Constitución del año III, y atenúan los núcleos de poder gubernamentales haciéndolos vulnerables a cualquier incidencia²². Este argumento será el mismo que utilice para justificar tanto el 18 de fructidor como el 18 de brumario, pues postula que se producen para salvar a la Revolución de la debilidad de sus propias instituciones.

Por otro lado, para limitar el impacto de las publicaciones monárquicas que se oponen a estas ideas utiliza la censura. El 13 de julio de 1797 ordena en una carta al general Berthier: «Toma medidas para que ninguna gaceta que tienda a llevar el desaliento al ejército, a incitar a los soldados a la desertión y a disminuir el ímpetu de las causas por la libertad se introduzca entre las tropas»²³. Con esta medida lo que pretende es evitar que las continuas campañas de propaganda del club Clichy y la prensa de derechas introduzcan un mensaje opuesto al suyo entre sus tropas.

Mientras en París se llevaba a cabo el golpe de Estado, desde Italia Napoleón, que había allanado desde sus periódicos el camino al Directorio, seguía apoyando los acontecimientos con numerosos artículos.

²⁰ *Le Courier de l'Armée de Italie*, n.º 7, 14 de termidor, año 5 (1 de agosto de 1797).

²¹ El 18 de fructidor del calendario revolucionario francés corresponde al 4 de septiembre de 1797 del calendario gregoriano, día en el que el Directorio, apoyado por el Ejército, asesta un golpe de Estado contra monárquicos y moderados que significó la supremacía del poder ejecutivo frente al legislativo.

²² Para entender la Constitución del año 3 véase AULARD, François-Alphonse: *The French Revolution: A Political History 1789-1804*. T. Fisher Unwin, Londres, 1910, volumen III, capítulo VII.

²³ BONAPARTE, Napoleón: *op. cit.*, pág. 595. (Traducción propia).

Una vez que el 18 de fructidor está consolidado, Bonaparte centra su campaña de persuasión en dos frentes: fortalecer la moral de sus tropas y conseguir todo el apoyo posible para las negociaciones de paz con Austria. Su mejor baza en la negociación es su habilidad para convencer a los demás de que se encuentra en una posición de fuerza. Como revelaría a su hermano años después: «Los periódicos no son la historia, como tampoco lo son los *Bulletins*. Es muy importante conseguir que el enemigo llegue a creer que las fuerzas de que uno dispone son gigantescas»²⁴.

Así, mientras se desarrolla la negociación, Napoleón reedita repetidamente en sus gacetas diferentes batallas de la campaña ensalzando sus victorias y comparando el comportamiento heroico de sus soldados con los grandes guerreros de la Antigüedad. Con estos artículos Napoleón persigue reforzar la imagen de su *Grande Armée* como invencible, forzando a Austria a confirmar la paz lo antes posible. Finalmente, el Tratado de Campo Formio se rubricará en octubre de 1797 con unas condiciones favorables para los franceses y confirmando lo acordado en Leoben en abril del mismo año²⁵.

Mientras intensificaba su campaña de desprestigio de monárquicos y derechistas antes del 18 de fructidor Napoleón creó un tercer periódico, *La France vue de l'armée de Italie*²⁶, que nace el 3 de agosto de 1797 y añade cierta moderación a su mensaje. Editada por Regnaud de Saint-Jean d'Angély²⁷ se convertirá en una plataforma para el análisis político de los acontecimientos. Su objetivo principal, frente a la propaganda de *Le Courier*, será desmontar los artículos contrarios a Bonaparte y su *Grande Armée* en la prensa parisina, especialmente aquellos que tratan sobre Italia.

Políticamente moderado, *La France*, además de criticar a los monárquicos, se atreve con los jacobinos, antiguo grupo de referencia del general Bonaparte. Como afirma Martin: «Necesitaba a ambos. Si solo hubiese tenido *Le Courier*, habría reforzado su imagen como general jacobino. Si solo hubiese tenido *La France*, habría despertado la desconfianza de los revolucionarios»²⁸.

²⁴ SCHULZE, Ingrid: *op. cit.*, pág. 17.

²⁵ Para conocer los términos del tratado, véase ATKINS, S. R.: *From Utrecht to Waterloo*. Cox and Wyman, Londres, 1965, pp. 245 y 246.

²⁶ En el Anexo I se incluye la portada del primer número. De aquí en adelante para simplificar la narración me referiré al diario como *La France*.

²⁷ Para entender la relación con Napoleón y su biografía completa véase BLANC, OLIVIER: *L'Eminence grise de Napoléon: Regnaud de Saint-Jean d'Angély*. Paris, Pygmalion, 2003.

²⁸ MARTIN, Marc: *Les origines de la presse Militaire en France à la fin de l'Ancien Régime et sous la Révolution (1770-1779)*. Château de Vicennes-Service Historique de l'Armée, Paris, 1975, pág. 350. (Traducción propia).

La France va dirigida tanto a los soldados destacados en Italia como al lector medio parisino, entre los que su contenido encuentra bastante aceptación sobre todo a través de la reedición de artículos. La publicación termina fracasando por el enfrentamiento que se produce internamente entre Saint-Jean y Napoleón, que acaba por relevarlo por un militar sin formación periodística que devalúa editorialmente la gaceta. A pesar de su desaparición sirve a Bonaparte para conseguir los objetivos para los que fue creada: construir una imagen heroica del general y, sobre todo, incidir en su vertiente política.

Con la firma del Tratado de Campo Formio Napoleón puso fin a su primera campaña en Italia de manera victoriosa, al quedar los Países Bajos, el norte de Italia y la zona del Rin bajo dominio francés. A lo largo de la campaña Bonaparte consiguió, a través de sus misivas y los tres periódicos que logró controlar, ofrecer su imagen como ídolo y volver a Francia como brillante estratega. Asimismo, desde su posición en Italia consigue hacerse indispensable para el Directorio, saliendo reforzado políticamente con el golpe de Estado del 18 de fructidor en el que, aunque no participa directamente, consigue que sus acólitos se sitúen en el núcleo de toma de decisiones del gobierno francés. En el Anexo I se incluye la portada del primer número. De aquí en adelante para simplificar la narración me referiré al diario como *La France*.

2.2. La campaña egipcia (1798-1799)

Tras el Tratado de Campo Formio, Napoleón vuelve a París y es nombrado jefe del Ejército contra Inglaterra. Ante la imposibilidad de invadir Gran Bretaña decide tomar La India vía Egipto, y en mayo de 1798 parte de Toulon al frente de una flota con tal objetivo. En junio, tras capturar sin resistencia Malta, continua su viaje hasta pisar Egipto el 1 de julio, donde ocupa Alejandría y se adentra en el desierto en dirección a El Cairo. Ese mismo mes se produce la batalla de las Pirámides en la que el ejército francés arrolla a los mamelucos y termina invadiendo la capital egipcia. El 1 de agosto el almirante Nelson encuentra la flota francesa amarrada en la bahía de Abukir y la destruye, con lo que corta la comunicación de la *Grande Armée* y de Napoleón con Francia²⁹.

²⁹ Para más información sobre la campaña napoleónica en Egipto y su cronología véase HEROLD, Christopher: *Bonaparte in Egypt*. Harper & Row, Nueva York, 1962.

La composición del ejército que Napoleón desplaza a Egipto se aleja mucho de un regimiento tradicional, pues entre los treinta y ocho mil hombres que lo acompañaban había militares pero también artistas, científicos, arqueólogos o intelectuales. En la delegación se incluían tres imprentas, periodistas y editores como Jullien y Regnaud³⁰.

Así, desde el inicio de la campaña Napoleón se hace acompañar de los medios técnicos y humanos necesarios para editar prensa escrita con dos claros objetivos: por un lado, para imprimir sus boletines al servicio del ejército; y, por otro, para repetir el modelo italiano que tanto éxito le reportó, creando gacetas militares que le sirvan como altavoz y difundan sus ideas así como sus victorias —incluso antes de que se produzcan— y justifiquen sus derrotas, en caso de producirse.

En términos militares la campaña egipcia fue un fracaso. Sin embargo, como empresa de relaciones públicas fue un auténtico éxito, ya que creó la imagen de Bonaparte como intelectual y le dio un halo de misticismo que perdura aún hoy. Además alejó a Napoleón del gobierno del Directorio, que se estaba convirtiendo cada vez más en un régimen corrupto.

Desde el punto de vista periodístico, Bonaparte había creado tal necesidad de información en la campaña italiana que, desde que se firma el Tratado de Campo Formio y en espera de recibir su nueva misión, los medios parisinos comienzan a especular sobre su posible nuevo destino ante la ausencia de noticias. Muchos noticieros afirman que su objetivo es La India, y a mediados de junio de 1798 se publica en numerosos diarios que ha ocupado Gibraltar. El propio *Moniteur* se pronuncia el 14 de junio en los siguientes términos: «Celebrábamos ayer la toma de Gibraltar por Bonaparte...»³¹.

La derrota francesa ante Nelson y la ingente cantidad de información que publica la prensa inglesa sobre el desastre de Abukir hacen que los diarios parisinos duden por primera vez de los méritos de Napoleón. La prensa francesa se hace eco de las noticias publicadas en Londres y Bonaparte no puede, en un primer momento, contrarrestar esta información por el bloqueo al que se ve sometido tras perder su flota.

El 3 de brumario *Le Moniteur* publica una misiva del almirante Nelson fechada el 2 de agosto de 1798 donde comunica al gobierno de Londres la victoria frente a la flota francesa³². En días sucesivos se siguen haciendo eco

³⁰ Para conocer la composición del Ejército de Oriente véase CROWDY, Terry: *French Soldiers in Egypt 1798–1801. The Army of the Orient*. Osprey Publishing, Oxford, 2003.

³¹ *Gazette Nationale ou Moniteur Universel*, n.º 266, 26 de prairial, año 6. (Traducción propia).

³² *Gazette Nationale ou Moniteur Universel*, n.º 33, 3 de brumario, año 7.

de las publicaciones británicas, de sus celebraciones, de las declaraciones gubernamentales y de las consecuencias de la victoria: «La victoria conseguida por el almirante Nelson ha sido anunciada a las dos de la mañana por el cañón de la Torre de Londres. La ciudad ha estado iluminada durante dos días»³³. En ese mismo artículo, *Le Moniteur* echa de menos las noticias del general Bonaparte: «Los telegramas de Bonaparte no dan grandes detalles. Está en El Cairo, donde ha tomado posesión»³⁴.

En octubre Napoleón puede enlazar sus primeras misivas con París y el Directorio, intentando entonces contrarrestar el impacto mediático de la victoria inglesa. En un primer momento se centra en vender su imagen como conquistador benevolente. Así, en una carta enviada el 14 de termidor pero publicada el 4 de brumario del año 7, se dirige al pueblo egipcio en los siguientes términos:

Pueblo de El Cairo, estoy contento con su conducta. Hicieron bien no tomando partido contra mí. Vine para destruir a los mamelucos, proteger el comercio y a los nativos. Que todos aquellos que tengan miedo se tranquilicen; que los que se marcharon vuelvan a sus hogares. Que la oración se celebre hoy como de costumbre, como quiero que continúe siempre. No teman por sus familias, sus hogares, sus propiedades y, sobre todo, por la religión del profeta, la cual adoro³⁵.

En sus siguientes cartas Napoleón repite los mismos mecanismos que tanto éxito le habían reportado en Italia, narrando sus victorias en primera persona, aportando una visión positiva e intentando minimizar la importancia de la pérdida de la flota. En una misiva publicada por *Le Moniteur* y fechada el 2 de fructidor, Bonaparte se centra en la descripción de la batalla de las Pirámides y su conquista de El Cairo. Al mismo tiempo describe la victoria de Nelson en Abukir y la atribuye a un problema de comunicación entre las cadenas de mando. Acaba concluyendo que, tras tomar la capital y ante la importancia de su victoria, la pérdida de la flota no desempeñará un papel definitivo en la campaña: «Cuando se entera de la noticia de nuestra entera conquista de Egipto y nuestra entrada en El Cairo, y solo cuando la fortuna ve que todos sus favores son inútiles, abandona la flota a su suerte»³⁶.

³³ *Gazette Nationale ou Moniteur Universel*, n.º 34, 4 de brumario, año 7. (Traducción propia).

³⁴ *Ibidem*.

³⁵ *Gazette Nationale ou Moniteur Universel*, n.º 33, 3 de brumario, año 7. (Traducción propia).

³⁶ *Ibidem*.

Una vez que llegan las primeras noticias de Napoleón a París se inicia en la prensa francesa un efecto dominó de acuerdo con el cual los diarios se hacen eco de todos los logros de Bonaparte en Oriente y vuelven a destacar su aura imbatible. Un rasgo distintivo de esta campaña de propaganda, frente a la que había desarrollado en Italia, es el desfase de tiempos entre la redacción de la información y su publicación en los medios. Un desfase que favoreció a los intereses de Bonaparte ya que le permitió contrarrestar rápidamente el efecto de la derrota ante Inglaterra en la opinión pública. Como afirma Holtman, este uso interesado del tiempo a la hora de dar a conocer cierta información será un rasgo distintivo de toda la propaganda napoleónica³⁷.

Durante la campaña egipcia, como hiciera en Italia, Napoleón creó tres periódicos para lanzar en ellos su campaña de propaganda dirigida tanto a sus soldados como al exterior, especialmente al pueblo francés.

Tras invadir Malta, el 10 de junio crea la primera gaceta de la campaña, el *Journal de Malte*³⁸ y nombra como editor a Regnaud de Saint-Jean d'Angély, que por problemas de salud no puede continuar el viaje. Frente a los diarios creados anteriormente, la principal función del *Journal de Malte* era mantener informada a la guarnición que se quedó allí destacada y al pueblo ocupado, por ello se publica en ambos idiomas. El *Journal de Malte* es el periódico que menos incidencia tiene en toda la propaganda napoleónica y, al seguir su viaje hacia Egipto, en el que menos influye personalmente.

El 29 de agosto, habiendo ya tomado El Cairo, funda su segundo periódico, el *Courier de l'Égypte*³⁹, editado por Marc Aurel, periodista profesional. Se publica aproximadamente tres veces al mes, dependiendo de los acontecimientos que se quiera resaltar. Su contenido se centra en órdenes militares, noticias sobre Egipto y, ocasionalmente, si algún barco lograba romper el bloqueo, noticias de acontecimientos en Europa y Francia.

El objetivo prioritario era ser un homónimo de *Le Courier* en Italia, publicando noticias de la situación en Francia y siendo, a su vez, fuente de información para los diarios parisinos de las operaciones de Napoleón en Egipto. Como las otras gacetas militares también se dirige internamente al propio Ejército. La derrota ante Nelson hace que estos objetivos no puedan cumplirse, centrándose en los militares y en la información local.

Un rasgo distintivo tanto de *Courier de l'Égypte* como del *Journal de Malte*, frente a las publicaciones anteriores, es poder conectar a los soldados con Francia. Bonaparte trata repetidamente de lanzar el mensaje de que para

³⁷ HOLTMAN, Robert: *op. cit.*, pág. 187.

³⁸ En el Anexo I se incluye el primer número.

³⁹ En el Anexo I se incluye la portada del primer número.

París el papel del Ejército de Oriente es fundamental. Napoleón necesita que este mensaje sea interiorizado por unas tropas que apenas tienen noticias de Europa y se sienten aisladas. Se produce también una amplia cobertura de fechas significativas del calendario republicano que, como expone Martin, sirve para reforzar el vínculo entre las tropas francesas y la propia Francia. Sirve también para demostrar la superioridad militar y técnica sobre la población local⁴⁰. Tal y como había construido la imagen de invencibilidad de su *Grande Armée* para forzar la paz con Austria, construye en Egipto una imagen de superioridad logística que disuade a los clanes locales y a los mamelucos.

En su análisis de *Courier de l'Égypte* Perivier destaca que, ante la ausencia de noticias, la gaceta tiene que remplazar su objetivo principal de juzgar la actualidad francesa por la información local y las mejoras que Napoleón aporta al pueblo ocupado. Así, el mismo día que se inicia la publicación, Bonaparte ordena al general Kléber⁴¹ imprimir en árabe los artículos relativos al profeta con el fin de llegar también a la población autóctona⁴². En los editoriales se incide en el comportamiento ejemplar que deben tener los soldados en Egipto y se publican ordenanzas en las que se castiga duramente cualquier ataque contra la población local.

Perivier también incide en la gran carga republicana de la propaganda napoleónica en Egipto y concluye que se trata de una especie de formación inconsciente para preparar a su audiencia hacia sus ambiciones políticas futuras.

El último periódico creado por Bonaparte en su aventura egipcia será *La Décade Egyptienne*⁴³, que nace el 1 de octubre de 1798 como la publicación oficial del Instituto de Egipto. Editado por Tallien e impreso por Marc Aurel, estaba claramente orientado a una audiencia más preparada como herramienta de análisis científico y literario. En el primer artículo del primer número, titulado «Prospectus» y firmado por Tallien, se dejan claras las intenciones de la publicación: «El diario que iniciamos será puramente literario. No tendrán cabida ni noticias ni debates políticos; pero todo lo que sean ciencias, arte, comercio, informes generales y particulares, de la legislación civil y criminal, las instituciones morales o religiosas, será recogido con celo»⁴⁴.

⁴⁰ MARTIN, Marc: *op. cit.*, pág. 371.

⁴¹ El general Kléber fue gobernador de Alejandría y máximo mandatario del Ejército de Oriente tras la vuelta de Napoleón a París. Para profundizar sobre su figura véase LUCAS-DUBRETON, Jean: *Kléber 1753–1800*. Hartmann, París, 1938.

⁴² PERIVIER, Antonin: *Napoleon journaliste*. Plon-Nourrit et cie., París, 1918.

⁴³ En el Anexo I se incluye la portada del primer número. De aquí en adelante para simplificar la narración me referiré a la publicación como *La Décade*.

⁴⁴ *La Décade Egyptienne*, n.º 1, 1.º trimestre, año 7. (Traducción propia).

Un rasgo distintivo de *La Décade* es que, más allá de su organización, Napoleón no controla ni el contenido del diario ni la dirección del Instituto de Egipto, cuyo objetivo y el de su presidente Gaspard Monge era la investigación con el fin de aplicar posibles soluciones a los problemas de la población egipcia. Napoleón, por tanto, ejerce como director de la publicación pero no influye directamente en su contenido. En palabras de Perivier, «Bonaparte habla como un verdadero director; el periódico es suyo, él lo financia, él lo mantiene y a él quiere que honre».⁴⁵

Así, y ejerciendo como tal, a finales de noviembre releva a Marc Aurel como impresor de *La Décade* y, alegando una pobre calidad de impresión, encarga su producción a Jean-Joseph Marcel en la Imprenta Nacional. Curiosamente Marc Aurel siguió imprimiendo el *Courier de l'Égypte* hasta julio de 1799.

Propagandísticamente, *La Décade* no tiene ninguna conexión con los objetivos anteriores, como las ambiciones políticas de Napoleón o la construcción de la moral del Ejército. Sin embargo, esta gaceta científico-literaria tuvo mucho impacto en la construcción de la imagen de Bonaparte como intelectual y promotor de la ciencia y la cultura.

Los tres periódicos creados en la campaña egipcia no desempeñan un papel tan fundamental en los objetivos políticos napoleónicos como los diarios italianos. Sin embargo, el *Courier de l'Égypte* fue trascendental para sostener la moral de las tropas en un territorio tan inhóspito, pues tras el bloqueo británico la poca información que este contenía se convirtió en el único nexo de los soldados franceses con su patria.

Por otro lado, ambos diarios tuvieron mucha importancia para impulsar la cultura local y se siguieron imprimiendo tras la vuelta de Napoleón a Francia hasta la capitulación de Menov ante los ingleses en junio de 1801.

Napoleón consigue volver a París en octubre de 1799. A pesar de las derrotas en Egipto lo hace como un héroe para el pueblo francés. Bonaparte cerraba así un círculo que se había iniciado tres años antes, cuando comenzó su campaña de propaganda al frente del Ejército en Italia.

2.3. *El Consulado (1799-1804)*

Cuando Napoleón vuelve a París en octubre de 1799 se encuentra con una Francia exhausta, agotada por la corrupción política del Directorio, de la que él se mantiene al margen debido a la distancia, consumida por siete

⁴⁵ PERIVIER, Antonin: *op. cit.*, pág. 88. (Traducción propia).

años de guerra, con unas finanzas acabadas y cansada de la propia Revolución. Con el pueblo demandando orden y, sobre todo, paz. En esta situación, Napoleón y su 18 de brumario se convirtieron en la única opción para la supervivencia política del país⁴⁶.

El triunfo del golpe de Estado se explica por esta coyuntura histórica que vivía Francia. Los golpistas fueron apoyados por el pueblo y el Ejército, pero no menos importante fue el apoyo mediático que recibió Napoleón durante los dos días en los que se produjeron los hechos.

El 18 de brumario, el general Bonaparte es nombrado jefe del Ejército de París. Él mismo anuncia la medida al día siguiente con un artículo en *Le Moniteur* en el que se compromete a solucionar muchos de los problemas latentes en el pueblo francés y hace uso de nuevo de la prensa como instrumento para difundir su mensaje propagandístico:

Soldados: El decreto extraordinario del consejo de ancianos se ajusta a los artículos 102 y 103 de la Constitución. Este me ha encomendado el mando de la ciudad y el Ejército. He aceptado para secundar las medidas que van a tomar y que son todas a favor del pueblo. La República ha estado mal gobernada durante dos años. Esperaron que mi vuelta pusiera fin a tanto mal [...]. La libertad, la victoria y la paz restablecerán a la República Francesa en el lugar que le corresponde en Europa, y que la locura o la traición a la patria pudo habernos hecho perder.

¡Viva la República!⁴⁷.

El 19 de brumario Napoleón, Sieyes y los demás golpistas se presentan en Saint Cloud ante el Consejo de los Quinientos y el Consejo de Ancianos. La presencia de un complot para derrocar al Directorio se hace entonces evidente y numerosos diputados se levantan contra los golpistas. Cuando parece que la conspiración va a desmoronarse, los generales de confianza de

⁴⁶ Para conocer las intrigas y los hechos del golpe de Estado, véase GERSHOY, Leo: *The French Revolution and Napoleon*. Appleton Century Crofts, Nueva York, 1961.

⁴⁷ *Gazette Nationale ou Moniteur Universel*, n.º 49, 19 de brumario, año 8. (Traducción propia). En el original: «Soldats, Le décret extraordinaire du conseil des anciens est conforme aux articles 102 et 103 de l'acte constitutionnel. Il m'a remis le commandement de la ville et de l'armée. Je l'ai accepté pour seconder les mesures qu'il va prendre, et qui sont toutes entières en faveur du peuple. La république est mal gouvernée depuis deux ans. Vous avez espéré que mon retour mettrait un terme à tant de maux; vous l'avez célébré avec une union qui m'impose des obligations que je remplis: vous remplirez les vôtres, et vous seconderez votre général avec l'énergie, la fermeté et la confiance que j'ai toujours vues en vous. La liberté, la victoire et la paix replaceront la république française au rang qu'elle occupait en Europe, et que l'inéptie ou la trahison a pu seule lui faire perdre. Vive la République!».

Napoleón, Murat y Lefebvre, toman las riendas de la situación y junto a los diez mil hombres del ejército de la capital, afines a Bonaparte, desalojan el Consejo y hacen triunfar el golpe de Estado⁴⁸.

Una vez que se hace evidente el triunfo golpista, el mismo Consejo de los Quinientos redacta el decreto donde se nombra al gobierno consular a cargo de Sieyès, Ducos y Napoleón. Como en ocasiones anteriores se hace oficial a través de *Le Moniteur* al día siguiente: «Los cuerpos legislativos crean provisionalmente una comisión consular ejecutiva compuesta por los ciudadanos Sieyès, Roger–Ducos, y el general Bonaparte; llevarán el nombre de Cónsules de la República Francesa»⁴⁹.

En este mismo decreto se encargaba elaborar al recién inaugurado Consulado una nueva Constitución. Será la Constitución del año 8, una ley de mínimos, que por primera vez recortaba derechos y libertades públicas a los ciudadanos desde la Revolución, que no contenía en sí misma Declaración de Derechos del Hombre y que dejaba manos libres a Bonaparte para desarrollar sus intereses plenipotenciarios⁵⁰.

Durante los dos días que duró el golpe de Estado del 18 de brumario, se volvió a hacer evidente la maestría que había desarrollado Napoleón en el uso de la prensa, pues solo cuando le interesó a él los periódicos comenzaron a publicar las intrigas de la trama. Asimismo, y fiel a sus principios propagandísticos, prefiere ser él quien narre al pueblo el cómo y el porqué de los acontecimientos con el fin de poder incidir en la opinión pública.

⁴⁸ *Gazette Nationale ou Moniteur Universel*, n.º 50, 20 de brumario, año 8. Así narraba *Le Moniteur* la entrada de Napoleón en Saint Cloud, su intento de asesinato y las palabras del general Lefebvre: «Le général Bonaparte paraît; il entre. Quatre grenadiers de la représentation nationale le suivent; quelques autres, et des officiers généraux paraissent à la porte [...]. L'assemblée entière est à l'instant debout [...]. Une foule de membres s'écrient: Qu'est-ce que cela? Des sabres ici? Des hommes armes? Beaucoup de membres se précipitent au milieu de la salle. Le général Bonaparte est entouré de membres qui le tiennent au collet et le repoussent [...]. Une foule de membres levés sur leurs sièges s'écrient: Hors la loi! Hors la loi! A bas le dictateur! Le général Lefebvre et plusieurs grenadiers entrent précipitamment. Les grenadiers crient: Sauvons notre général. Bonaparte est entraînée hors de la salle. Une agitation inexprimable règne dans la salle; les spectateurs s'étaient élancés par quelques fenêtres dans le jardin sur lequel est assise l'orangerie. L'assemblée reste très-long-tems agitée».

⁴⁹ *Gazette Nationale ou Moniteur Universel*, n.º 51, 21 de brumario, año 8. (Traducción propia).

⁵⁰ Para obtener más información sobre la Constitución del año 8 véase BOURDON, Jean: *La Constitution de l'an VIII*. Garrère, París, 1942.

Pocas semanas después de su ascenso al poder, el 17 de enero de 1800, promulga un decreto por el cual reduce de setenta y tres a trece el número de periódicos publicados en la capital y los controla bajo supervisión policial⁵¹.

Establece también un sistema de censura previa y punitiva. Esta censura se insta para que cierto tipo de información no sea conocida por el pueblo, lo que le permite controlar el *timing* de sus mensajes. Como regla general, se prohíbe toda información no oficial relativa a *la Grande Armée*, los países aliados, el pacto social o la soberanía popular. Existe un segundo grupo de temas que solo pueden ser tratados si ya se han difundido previamente en *Le Moniteur*, como los asuntos religiosos, la monarquía, los movimientos militares o la propia figura de Bonaparte.

Naturalmente, la difusión de prensa extranjera, especialmente británica, queda completamente prohibida, si bien es cierto que él utiliza la información publicada especialmente en Inglaterra y Alemania para su propio beneficio.

Napoleón, que había utilizado a periódicos y periodistas a su antojo, quería, una vez que se habían cumplido sus objetivos, que los mismos que le habían servido para llegar al poder se convirtieran en una especie de funcionarios al servicio del gobierno: «Si pierdo el control de la prensa no permanecería ni tres meses en el poder»⁵².

Aunque con el decreto de restricción de los diarios publicados en París la prensa de gran difusión queda férreamente controlada por Bonaparte y su Administración, existe un tipo de prensa minoritaria e ilegal que sí se opone al Consulado. Jacques Mallet du Pan publica *Mercurie Britannique*, que, aunque impreso en Gran Bretaña, se introduce en París clandestinamente. Los monárquicos, tras la prohibición del 27 de nivoso, se quedan sin diarios afines autorizados con lo que editan el también ilícito *L'Invisible*. Bonaparte se pronuncia sobre la gaceta ante el Consejo de Estado afirmando que no le preocupa lo que en ella se pueda publicar, ya que solo contiene absurdos⁵³.

Como había ocurrido en sus campañas militares, aparte de eliminar la prensa contraria a sus intereses, Bonaparte necesita tener un diario que pueda controlar personalmente y que le sirva de altavoz para difundir su discurso propagandístico. El 7 de nivoso del año 8, el Consulado convierte a *Le Moniteur* en periódico oficial⁵⁴.

⁵¹ *Gazette Nationale ou Moniteur Universel*, n.º 119, 29 de nivoso, año 8. En el Anexo II se incluye el decreto publicado en *Le Moniteur* y la lista completa de periódicos permitidos.

⁵² PERIVIER, Antonin: *op. cit.*, pág. 97. (Traducción propia).

⁵³ PERIVIER, Antonin: *op. cit.*, pág. 116.

⁵⁴ En todas las ediciones de *Le Moniteur* desde ese día se incluye bajo la cabecera el texto por el cual es nombrado periódico oficial. En el Anexo III se incluye la edición del 7 de nivoso, donde se publica por primera vez.

La función más importante que el primer cónsul otorga a esta prensa oficial es, como había ocurrido en Italia y Egipto, la publicación de artículos progubernamentales que puedan servir de fuente de información a otros diarios al reeditar la información. Él mismo define las funciones de *Le Moniteur*:

Quando un gobierno autoriza a un periódico a informar a sus suscriptores que es oficial, anuncia que las contingencias administrativas que son publicadas en dicho diario son verdad y que las leyes y las deliberaciones de las autoridades que publican sus redactores son copias textuales transmitidas por las autoridades o por la Secretaría de Estado⁵⁵. Como había ocurrido con sus gacetas, Bonaparte escribe personalmente en *Le Moniteur*, especialmente artículos de política internacional y editoriales contra el papel que cumple Inglaterra en la pacificación de Europa. Pero su atención no solo se centra en labores de redacción y, con el fin de que su mensaje llegue a la mayor masa de población posible, hace distribuir gratuitamente los números más importantes entre las tropas y en los principales países europeos. Para Perivier, Napoleón fue el auténtico director de *Le Moniteur* y también su redactor jefe, ya que era quien proporcionaba la logística de la redacción, controlaba la información que se publicaba, examinaba los gastos y se encargaba de la distribución⁵⁶.

Como periódico oficial *Le Moniteur* sirve a Napoleón para sus fines políticos, pero también desea disponer de alguna otra gaceta semioficial que pueda usar para sus intereses y manejar libremente fuera de la esfera gubernamental. Es el caso de *Argus*, *L'Ambigu*, *Bulletin de Paris* o *Memoirial anti-Britannique*, que, controlados por personas de su confianza, están financiados y directamente gestionados por Bonaparte. El que adquirió más notoriedad fue *Argus*, citado habitualmente por *Journal de Paris* y otros diarios, y fue también el más longevo, pues se publicó entre 1802 y 1810. En general, y aunque sirvieron de fuente de información para otros periódicos, ninguno de ellos tuvo mucho éxito.

A pesar de ello y de otras limitaciones de *Le Moniteur*, como su incapacidad para llegar a toda la masa social, Napoleón afirmó en Santa Helena haciendo balance de sus años en el poder: «Acusamos a *Le Moniteur* por sus artículos agudos, muy virulentos contra el enemigo; pero, antes de condenarlo, sería necesario tener en cuenta el bien que pudo haber producido,

⁵⁵ PERIVIER, Antonin: *op. cit.*, pág. 182. (Traducción propia).

⁵⁶ *Ibidem*, pág. 123

se preocupó de la incertidumbre que nos acompañó en ocasiones e inspiró confianza y valor a nuestros soldados»⁵⁷.

3. CONCLUSIONES

Atendiendo a los hechos que se han descrito, es evidente que desde su primera campaña en Italia en 1796, pasando por el ascenso al poder el 18 de brumario y terminando con su nombramiento como emperador en 1804, Napoleón Bonaparte utilizó la prensa en su propio beneficio, para conseguir sus objetivos políticos y controlar a sus opositores.

La diferencia en su metodología a la hora de controlar y utilizar a prensa y periodistas está en el nivel de poder que ostenta en cada momento. El punto de inflexión es su nombramiento como cónsul, tras el golpe de Estado del 18 de brumario. Aun así, antes y después de obtener el poder político, Napoleón repite siempre el mismo esquema, pues para que su campaña de propaganda sea efectiva primero tiene que eliminar, o contrarrestar, aquellos diarios hostiles que puedan poner en duda la veracidad de su mensaje y, a continuación, lanzar sus propias publicaciones, generalmente más de una, para diversificar el mensaje y llegar al mayor número de opinión pública posible.

Visto con cierta perspectiva, es posible afirmar que cada periódico creado por Bonaparte fue un eslabón de una gran campaña de propaganda orientada a conseguir el poder político. Así, y no por casualidad, fue capaz de construir la imagen pública que quiso de sí mismo, dotando al mito de Napoleón de las características esenciales para ostentar el poder de Francia.

De esta forma, es posible observar como *Le Courier de l'Armée d'Italie* aportó a la opinión pública su imagen como gran estrategia y héroe de guerra; mientras, al mismo tiempo, *La France vue de l'armée de Italie* añadía a su perfil los primeros rasgos políticos, moderando su mensaje. En Egipto, *Le Courier de l'Égypte*, afectado por el bloqueo de Nelson, se centraba en el ejército desplazado y aportaba una visión de Bonaparte como conquistador benevolente, exportador de los ideales de la Revolución; completaba la creación de su leyenda *La Décade Egyptienne*, donde se vendía a sí mismo como intelectual y promotor de las artes y las ciencias.

Uno de los rasgos más importantes de estas campañas de persuasión fue el interés especial que puso como general en hacer llegar sus ideas a su ejército. A través de boletines, órdenes del día y la difusión de la prensa entre

⁵⁷ *Ibidem*, pág. 129. (Traducción propia).

las tropas, Napoleón intentó siempre mantener alta la moral, trató, además, de amedrentar a los enemigos con la creación de leyendas de imbatibilidad de su *Grande Armée* que tuvieron que interiorizar también los propios soldados. Napoleón cultivó siempre su imagen como militar y consiguió que sus soldados le tuvieran una lealtad ciega, lo cual fue de vital importancia en el golpe de Estado, pues cuando parecía que el Directorio podía evitar ser derrocado, fueron los generales afines a Bonaparte y las tropas de la capital quienes lo auparon al poder.

Napoleón entendió que la propaganda, especialmente en la prensa, era un arma de guerra más. Una herramienta con la que contar para librar sus batallas, para amenazar a sus enemigos e, incluso, para firmar la paz en mejores condiciones. Así, en la campaña egipcia desplaza prensas, impresoras, periodistas y editores como desplaza granaderos o artillería pesada.

Una vez que es nombrado cónsul, consciente del poder de la prensa — pues él mismo la había utilizado— y sabiendo de su potencial, prohíbe toda publicación contraria al nuevo gobierno y repite el esquema que tan bien le había funcionado anteriormente, llegando a afirmar «Tres periódicos hostiles deberían ser más temidos que miles de bayonetas»⁵⁸.

Los periódicos oficiales y semioficiales, especialmente *Le Moniteur*, sirvieron a los intereses propagandísticos y políticos de Napoleón durante el Consulado de forma eficaz. De hecho, fueron ellos los que consiguieron destacarlo de sus dos compañeros y convertirlo en emperador, prácticamente sin oposición. Sin embargo, a medida que su gobierno se volvía más autoritario, el pueblo fue desconfiando de cualquier campaña de persuasión iniciada por Bonaparte. Tal y como afirma Holtman, Fiévée llegó a asegurar a Napoleón que la gente leía los periódicos oficiales para saber qué quería el gobierno que pensarán para, a continuación, pensar todo lo contrario, lo que producía un efecto rechazo a la propaganda gubernamental, que se había convertido en algo tan evidente que provocaba silencios mediáticos en hechos de sobra conocidos por todos⁵⁹.

Como había ocurrido durante su ascenso al poder como militar, durante el Consulado, el control y el dominio de la prensa que tenía Napoleón hizo que su imagen como héroe y gran estrategia siguiera imponiéndose en el imaginario colectivo. De esta forma, y gracias a sus campañas de propaganda masiva, el 2 de agosto de 1802 Bonaparte era nombrado cónsul vitalicio. A medida que transcurría su carrera política iba asumiendo más competencias y aglutinando más poderes, alejándose del espíritu de la Revolución, y

⁵⁸ TAYLOR, Philip: *op. cit.*, pág. 154. (Traducción propia).

⁵⁹ HOLTMAN, Robert: *op. cit.*

aun así sin oposición. Finalmente, Napoleón Bonaparte fue nombrado emperador el 19 de mayo de 1804.

Con su nombramiento como emperador, Napoleón redondeaba un proceso que había comenzado en 1795 como general y que finalizaba, apenas diez años después, como máximo exponente político de Francia. Esta evolución personal se produjo gracias a sus logros militares y a la coyuntura histórica que vivió Europa en los últimos años del siglo XVIII, pero, sobre todo, este ascenso al poder político fue debido a la maestría que adquirió en esos años en el control de la prensa y en la pericia que desarrolló para utilizarla en su propio beneficio. Napoleón se convirtió así en una de las primeras personalidades que entendió la importancia de la propaganda para conseguir el apoyo del pueblo en la consecución de sus objetivos.

BIBLIOGRAFÍA

- ATKINS, S. R.: *From Utrecht to Waterloo*. Cox and Wyman, Londres, 1965.
- AULARD, François-Alphonse: *The French Revolution: A Political History 1789–1804*. T. Fisher Unwin, Londres, 1910, volumen III.
- BLANC, Olivier: *L'Eminence grise de Napoléon: Regnaud de Saint-Jean d'Angély*. París, Pygmalion, 2003.
- BONAPARTE, Napoleón: *Oeuvres de Napoleón Bonaparte*. Biblio Bazaar, 2007, tomos I y III.
- BOURDON, Jean: *La Constitution de l'an VIII*. Garrère, París, 1942.
- BOUSTANY, Salaheddine: *The Press during the French Expedition in Egypt, 1798-1801*. Al-Arab Bookshop, El Cairo, 1954.
- BREED, Lewis Caffin: *The Opinions and Reflections of Napoleon*. The Four Seas Company, Boston, 1926.
- CABANIS, André: *La presse sous le Consulat et l'Empire (1799–1814)*. Société des Études Robespierriennes, París, 1975.
- CHANDLER, David G: *The Campaigns of Napoleon*. Scribner's, Nueva York, 1966.
- CHARPENTIER, John: *Napoleon et les homes de letters de son temps*. Mercure de France, París, 1935.
- CROWDY, Terry: *French Soldiers in Egypt 1798–1801. The Army of the Orient*. Osprey Publishing, Oxford, 2003.
- FRAYLING, Christopher: *Napoleon Wrote Fiction*. St. Martin's Press, Nueva York, 1973.
- FORREST, Alan: *Napoleon's Men: The Soldiers of the Revolution and Empire*. Humbledon and London, Londres, 2002.
- *The Legacy of the French Revolutionary Wars: The Nation–In–Arms in French Republican Memory*. Cambridge University Press, Nueva York, 2009.
- GERSHOY, Leo: *The French Revolution and Napoleon*. Appleton Century Crofts, Nueva York, 1961.
- GIRY, Arthur: *Manuel de diplomatie*. Hachette, París, 1894.
- GOODSPEED, Donald James: *Napoleon Eighty's Days*. Houghton Mifflin, Boston, 1965.
- HANLEY, Wayne: *The Genesis of Napoleonic Propaganda 1796-1799*. Columbia University Press, Nueva York, 2008.
- HEROLD, Christopher: *Bonaparte in Egypt*. Harper & Row, Nueva York, 1962.
- HERRERO CECILIA, Ángel: *La época napoleónica*. Ediciones Akal, Madrid, 1984.

- HOLTMAN, Robert B.: *Napoleonic Propaganda*. Greenwood Press, Nueva York, 1969.
- JOHNSTON, Robert Matteson: *The Corsican: A Diary of Napoleon's Life in his Own Words*. Houghton Mifflin, Boston, 1910.
- LUCAS-DUBRETON, Jean: *Kléber 1753–1800*. P. Hartmann, París, 1938.
- MADÉLIN, Louis: *Fouché 1759–1820*. Espasa Calpe, Madrid, 1972.
- MANFRED, Alfred: *Napoleon Bonaparte*. Ediciones Akal, Madrid, 1980.
- MARLIN, Randal: *Propaganda and the Ethics Persuasion*. Broadview Press, Ontario, 2003
- MARTIN, Marc: *Les origines de la presse Militaire en France à la fin de l'Ancien Régime et sous la Révolution (1770-1779)*. Château de Vicennes-Service historique de l'Armée, París, 1975
- MAOUROIS, André: *Napoleón*. Salvat, Barcelona, 1984.
- MILLER, Clyde R.: «If you Detect Propaganda», en *The Rotarian*, diciembre, 1939.
- PALMER, Robert Roswell: *From Jacobin to Liberal: Marc-Antoine Jullien, 1775-1848*. Princeton University Press, Princeton, 1993
- PERIVIER, Antonin: *Napoleon journaliste*. Paris, Plon-Nourrit et cie., París, 1918.
- PIZARROSO QUINTERO, Alejandro: *Historia de la propaganda: Notas para un estudio de la propaganda política y de guerra*. Eudema, Madrid, 1990.
- «Prensa y propaganda bélica 1808-1814», en *Cuadernos Dieciochistas*, n.º 8, 2007.
- «Napoleón, un genio de la propaganda», en *Revista Española de Defensa*, n.º 36, febrero, 1991.
- POPKIN, Jeremy: *The Right-Wing Press in France, 1772-1800*. Chappel Hill, Carolina del Norte, 1980.
- SCHOM, Alan: *Napoleon Bonaparte: A life*. HaperCollins, Nueva York, 1997.
- SCHULZE, Ingrid: *El poder de la propaganda en las guerras del siglo XIX*. Arco Libros, Madrid, 2001
- STURMINGER, Alfred: *3000 años de propaganda política*. Ediciones Cid, Madrid, 1965.
- TAYLOR, Philip M.: *Munitions of the Mind. A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Day*. Manchester University Press, Mánchester, 2003.
- TULARD, Jean: *Joseph Fiévée conseiller secret de Napoleon*. Les Inconnus de l'Histoire, París, 1985.
- ZWEIG, Stefan: *Fouché: el genio tenebroso*. Editorial Juventud, Barcelona, 1984.

PRENSA

La consulta de los siguientes diarios se ha podido realizar en los archivos digitales de la Biblioteca Nacional de Francia (www.gallica.bnf.fr) y American Libraries (www.archive.org).

Le Courrier de l'Armée d'Italie (Milán), 1797.

La France vue de l'Armée d'Italie (Milán), 1797.

La Décade Egyptienne (El Cairo), 1798-1799.

Gazette Nationale ou Moniteur Universel (París), 1798-1804.

Mercure Britannique (Londres), 1799-1800.

ANEXOS

Anexo I

Primidi 1^{re} Ventose, an V. (N^o 1.) Dimanche 19 Février 1797

JOURNAL

DE BONAPARTE ET DES HOMMES VERTUEUX.

Annibal dormit à Capoue :
Bonaparté ne dort pas dans Mantoue.

Progrès de l'armée d'Italie. — Chagrin mortel de l'Empereur, qui renverse et disperse la bourgeoisie de Vienne de la réception brillante qu'elle préparait à l'Archiduc. — Extrait du procès-verbal de la séance du Directoire, du 30 Pluviose, jour de la réception des Drapeaux enlevés dernièrement à l'ennemi par l'armée d'Italie. — Pièces relatives à la congédiation des six-dixant Agents de Louis XVIII. — Les vœux de Pâques adressés aux habitans de Rome par Bonaparte. — Projet de Résolution portant que nul individu ne pourra être porté sur la liste des émigrés après son décès constaté. — Résolution relative à la Légation prussienne.

Le Prix de l'abonnement est de 9 Livres pour trois mois : 18 Liv. pour six mois, et 36 Liv. pour l'année.
On s'abonne à Paris, chez DESAUDAZ, Directeur du Journal, Montagne Geneviève, ci-dev. collége Navarre. Chez AUBRY, Libraire & Directeur du Cabinet Bibliographique, rue Baillet, N^o 2.
DENTU, Libraire, Palais-Egalité, Galerie de bois, N^o 46.
Et au Bureau, chez HUGELIN & LEFÈVRE, Imprimeur, rue des Fossés-Jacques, N^o 4, au 3^e.

NOUVELLES ÉTRANGÈRES.

ITALIE.

Copie d'une lettre du citoyen Dupuy, chef de la 3^e demi-brigade d'infanterie, commandant la place et le château de Milan.

Du 30 Pluviose.

Position de l'armée d'Italie. — Joubert et Massena marchent sur Bolzano, au delà de Trente, place la plus riche du Tyrol.

Angereau est à Trévise, marchant sur Trieste. Bonaparte est prêt à passer le Rubicon, il est dans ce moment à Ravenne.

ALLEMAGNE.

De Vienne, le 25 Janvier. (6 pluviose).

Un courrier arrivé dans la nuit du 23 de ce mois, nous a apporté la nouvelle désagréable, que nos opérations militaires sur les frontières d'Italie, n'ont point eu les succès désirés, quelques divisions s'étant trouvées dans l'impossibilité d'arriver à leur destination par plusieurs obstacles imprévus.

Le général Provera est arrivé quatre heures trop tard, et d'autres généraux ont été plus ou moins retardés dans leur marche. Notre perte est évaluée à plus de dix mille hommes.

Le gouvernement a fait défendre sévèrement de

parler dans les lieux publics, ni pour, ni contre nos opérations militaires.

L'auguste et jeune héros autrichien est encore attendu ici dans le courant de cette semaine. La bourgeoisie lui préparait une réception des plus brillantes; mais ayant demandé à l'empereur la permission d'exécuter ces fêtes, ce monarque daigna répondre: « Qu'il étoit, à la vérité, fort sensible à ces marques éclatantes de dévouement; mais que dans les circonstances actuelles on lui seroit plus agréable de ne point les mettre en usage ». Le cour de ce prince doit nouvellement être visité des fâcheuses nouvelles de l'Italie.

Erlauburg, le 10 février. (22 pluviose).

Les lettres d'Inspruck portent qu'il est impossible de concevoir le débâtement absolu dans lequel se trouve l'armée du général Alvinzy, si formidables il y a trois semaines. Tout est séparé, éparpillé, découragé, et les Français ne trouveront nulle part une grande résistance. Alvinzy paroit abandonner le Tyrol à son sort, et se retire avec les restes de son armée par le Pustertal, entre l'évêché de Brixen et la Carinthie; l'insatiable Bonaparte ne lui laisse pas de repos; toutes les colonnes de son armée sont en mouvement sur Bolzano, sur Brixen, sur Goritz et sur Trieste, tandis qu'une autre marche dans l'intérieur de l'état ecclésiastique.

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE.

DIRECTOIRE EXÉCUTIF.

Extrait du procès-verbal de la séance du Directoire exécutif, du 30 pluviose, an 5.

Ce jour étoit fixé pour la réception des drapeaux enlevés dernièrement sur l'ennemi par la brave armée d'Italie.

2714

Thermidor, an 5 de la Républ. Fr. (N^o. 1.) 20 Juillet 1797. (v. st.)

LE COURRIER DE L'ARMÉE D'ITALIE,

PAR UNE SOCIÉTÉ DE FRANÇAIS RÉPUBLICAINS.



La République perdit le peu qui lui restait d'action et de vie; il fallait ranimer le cadavre. Cette résurrection n'était pas impossible, parce qu'on était généralement disposé à se prêter à tous les remèdes; la difficulté était de n'en trouver que de bons (Raynal).

N. B. Le Courrier de l'Armée d'Italie est la première et la seule feuille Française qui paraisse dans ce pays, depuis les grands événements dont il a été le théâtre, et dont le cours n'est point encore terminé. Cependant les triomphes de notre armée, les négociations diplomatiques qui servent de suite et de complément à la guerre; les crises politiques qui, dans cette partie de l'Europe, ont agité plusieurs États, et semblent en menacer d'autres, se font essentiellement aux destinées de la République Française, et doivent intéresser tous nos concitoyens. — Le Journal que nous leur offrons aujourd'hui, leur promet des nouvelles promptes et sûres, qui ne seront jamais que le récit fidèle des faits, dont nous écarterons tout ce qui pourrait appartenir à l'esprit de parti. — L'attachement au Gouvernement Républicain et à la Constitution de l'an 3, tel est le principe qui doit nous diriger invariablement; l'amour de la vérité, telle est notre seule boussole dans la carrière que nous voulons parcourir.

Le Courrier de l'Armée d'Italie, dont nous publions le premier numéro à la suite de cet Avis, paraîtra désormais tous les deux jours. — Le prix de l'abonnement, pour chaque trimestre, est de 5 liv. (argent de Milan) pour l'Italie, et de 3 liv. (argent de France) pour les autres pays, ou de 2 liv. pour un mois seulement.

On ne s'abonne qu'au commencement de chaque mois. Il faut adresser les lettres, l'argent et tout ce qui peut concerner la rédaction de la feuille, franc de port, au citoyen Rossi, Directeur du Courrier de l'Armée d'Italie, Rue St. Jean, derrière le Palais de Justice, n.° 5334, au 1^{er}.

Il faut comprendre, dans les envois, le port des pays où l'on ne peut affranchir.

Les Journalistes sont priés de vouloir adresser, franc de port, leurs feuilles d'échange.

INTRODUCTION SERVANT DE PROSPECTUS.

Les regards de l'Europe et du Monde sont fixés plus que jamais sur la République Française; ils s'arrêtent aussi sur l'Italie. Paris est le point central d'où le télégraphe politique transmet à tous les peuples, les divers événements qui peuvent influer sur leurs destinées.

Mais à Paris, dans une ville depuis long-temps livrée aux orages des factions, dans une vaste enceinte empoisonnée par cet esprit de parti, par ces passions malfaisantes qui ont couvert de malheurs et de crimes, une terre où ne devaient régner que la Vertu et la Liberté; trop-souvent les écrivains ne songent que les esclaves des hommes puissans, les ministres de leurs fureurs et de leurs calomnies, les prédicateurs de la discorde et de la guerre. Tous les faits sont dénaturés au profit de ceux qui spéculent sur le mensonge, et la vérité bannie cherche vain un asyle.

Dans Milan, au contraire, dans une cité moins peuplée, où n'existent ni les mêmes intrigues, ni les mêmes partis, ni les mêmes causes de corruption et de trouble, l'observateur républicain pouvant se recueillir en lui-même, et mériter loin du grand théâtre, sur la conduite de ceux qui jouent les premiers rôles, il est plus facile peut-être d'offrir des aperçus exacts, de calculer avec précision l'avenir, de présenter aux yeux des hommes, qu'on exaspère au lieu de les calmer, ce flambeau sacré de la modération qui doit briller enfin dans l'univers, qui doit être le gage de la paix et du bonheur public, qui doit servir de final à l'entrée du port où nous avons tous besoin de nous reposer, après la longue traversée révolutionnaire.

C'est cet esprit de modération et de fraternité, qui peut seul, en France, anéantir dans les âmes les souvenirs des malheurs passés, les germes de division et de haine, les espérances coupables et les projets liberticides. — C'est lui qui doit, en Italie, prévenir les calamités dont la France fut le

LA FRANCE
VUE DE L'ARMÉE D'ITALIE

**JOURNAL DE POLITIQUE, D'ADMINISTRATION
 ET DE LITTÉRATURE FRANÇOISE
 ET ÉTRANGÈRE.**

N.º I.

SERVANT DE PROSPECTUS.

A V I S

Il s'imprime déjà un Journal François à Milan. Celui-ci est d'un format différent. Il ne paroitra pas aux mêmes jours, mais seulement 2. fois par decade. Son objet sera de faire connoître la vérité sur ce qui se passe en Italie, sur la manière dont on y envisage la situation de la France, ainsi de défendre la liberté & les amis contre les partisans de la tyrannie ou de la terreur.

Ce Journal aura une feuille d'impression; quelquefois les deux feuilles de chaque decade pourront paroître ensemble.

Il coûtera 16 liv. franc de port argent de Milan pour l'Italie, & argent de France pour l'intérieur de la République ou pour les autres pays pour un an; 8. liv. pour 6 mois, & 4 liv. pour 3 mois, & 2 liv. 10 s. pour un mois.

On s'abonne à Milan chez les freres Reyceide libraires place du Dome. A Paris chez Brigitte Mathey ou Descaus au Palais Egalité. A Lyon chez Perisse libraire, & chez les principaux libraires de France.

Les Lettres Nos seront envoyés gratis comme prospectus, mais l'envoi cessera pour ceux qui ne souscriront pas.

965

Fuente: gallica.bnf.fr / Biblioteca Nacional de Francia



LIBERTÉ. EGALITÉ.

JOURNAL DE MALTE

FEUILLE NATIONALE,

POLITIQUE, MORALE, COMMERCIALE ET LITTÉRAIRE.

PROSPECTUS.



MALTE. sous son ancien Gouvernement, ne pouvant avoir un Journal politique.

Ce genre d'écrit, plus que tout autre, y devait être paucif, et l'était en effet.

Malte devenue libre, doit jouir de tous les avantages d'une nation des 4 les chaires sont tranquilles.

Le plus précieux de ces avantages est de pouvoir instruire et communiquer avec les autres peuples.

Un Journal, considéré à des mains pures et éclairées, est la meilleure voie pour parvenir à ce but.

C'est celui qu'on se propose par l'établissement du Journal de Malte.

Il contiendra, les articles politiques appelés Nouvelles; les principales lois étrangères; les arrêtés du Directeur exécutif qui seront relatifs à l'île de Malte; ceux qui intéresseront le plus son commerce et son industrie, et les articles qui prendront le Général en chef, les Officiers de division, le Lieutenant et la Commission de Gouvernement; les articles moraux qui concerneront l'éducation publique, &c.

Ce Journal paraîtra tous les huit ou quinze jours, selon l'abondance des nouvelles.

Il sera de même format et composé avec les mêmes caractères que ce prospectus.

Le prix de l'abonnement est

de 1 liv. 11 sols.	pour 3. mois.
de 7 4	pour 6. mois.
de 13 0	pour un an.
de 3	pour chaque feuille.

On l'achète chez M. de Rizzo, Libraire de la Bibliothèque Nationale à Malte.

MALTA sotto il suo antico Governo non poteva avere un Giornale politico.

Questo genere di scritti più d'ogni altro doveva essere paucif, e l'era in effetto.

Malta divenuta libera, deve godere di tutti i vantaggi di una Nazione che ha sotto le chaires.

Il più prezioso di questi vantaggi è di potere istruire, e comunicare coll'altre Popoli.

La redazione d'un Giornale confidasi a mani pure, e disinteressate: è il miglior mezzo onde pervenire a questo scopo.

Si è ciò che si è in vista collo stabilimento del Giornale di Malta.

Chi contenerà l'articoli politici sotto Notizie. Le leggi le più importanti della Francia. I Decreti del Direttorio esecutivo relativi all'Isola di Malta, e quelli che più interessano il suo commercio. Gli Decreti che prendono il General in Capo il General di Divisione di Comandante, e la Commissione del Governo, &c. Gli articoli Morali che riguardano l'istruzione pubblica, &c. in ciò in fine che può essere utile e piacevole ai Lettori.

Questo Giornale uscirà ogni otto o quindici giorni secondo l'abbondanza delle notizie.

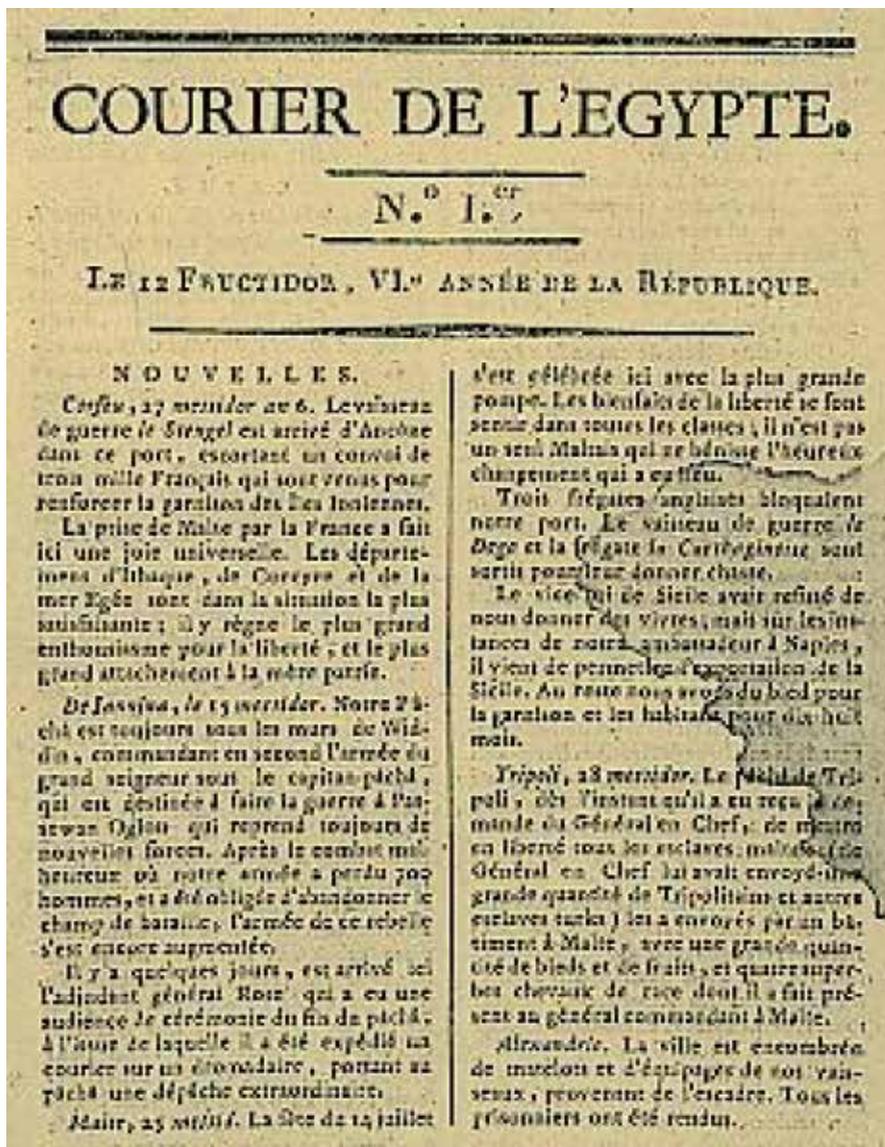
Essa dell'istesso formato e dell'istesso carattere che questo prospectus.

Il prezzo dell'Assunzione è

de 1 lire 12 Soldi.	per 3. mesi.
de 7 Lire 4 Soldi	per 6. mesi.
de 12 Lire	per un anno.
de 3 Soldi	per ogni foglio.

L'Assunzione si ritrova da M. de Rizzo Lib. presso della Biblioteca Nazionale in Malta.

Fuente: www.theeuropeanlibrary.org / The European Library



Fuente: gallica.bnf.fr / Biblioteca Nacional de Francia

LA DÉCADE
EGYPTIENNE,
JOURNAL LITTÉRAIRE
ET
D'ÉCONOMIE POLITIQUE.

PREMIER VOLUME.



AU K A I R E,
DE L'IMPRIMERIE NATIONALE

AN VII DE LA RÉPUBLIQUE FRANÇAISE.

Fuente: gallica.bnf.fr / Biblioteca Nacional de Francia

