

Nº 13

SEGUNDO SEMESTRE 2019

ISSN: 2255-5129

RiHC

Revista internacional
de Historia
de la Comunicación

Historia de los nuevos medios digitales



AsHisCom

Asociación
de Historiadores
de la Comunicación



Enfoque y alcance

La Revista internacional de Historia de la Comunicación, está editada por la Asociación de Historiadores de la Comunicación, creada en 1992, y se orienta a la publicación, en edición digital, de trabajos de investigación sobre evolución de la Comunicación en todas sus facetas y ámbitos, aunque con preferencia por los referidos a Europa y América Latina. La revista mantiene dos ediciones anuales y no tiene propósito de lucro; dispone de un Consejo de Redacción, reservado a miembros de la Asociación, y Comité científico asesor, con presencia de destacados especialistas de Europa y América.

Evaluación por pares

Los trabajos insertos en la publicación son revisados y valorados por dos expertos miembros de la Asociación o ajenos a ella, pero en ningún caso pertenecientes a la misma Universidad o centro de investigación del autor del trabajo remitido, por el sistema de lectura ciega y anónima, a fin de que valoradores y valorados no conozcan la mutua identidad. Los expertos, utilizando el cuestionario planteado por la revista, consideran si el trabajo es o no publicable y en el primer caso si son aconsejables algunas modificaciones en el mismo. En caso de dictamen contradictorio entre los expertos, se recurre a un tercero. En textos denegados o sujetos a modificaciones, el autor recibe la correspondiente nota explicativa. Los plazos de evaluación no superarán los de 6 meses.

Periodicidad

Publicación semestral que edita dos números durante el año. De esta forma, se publicarán nuevos números en las siguientes meses: junio y diciembre.

Indexación

Indexada en Latindex, Dialnet, Academia.edu, MIAR, ERIHPLUS, Google Académico.

Edita

Asociación de Historiadores de la Comunicación (AHC)

Dirección de contacto

Facultad de Comunicación, Universidad de Sevilla, C/ Américo Vespucio, s/n, 41

CONSEJO DE REDACCIÓN

Director-Fundador

Dr. Antonio Checa Godoy, Universidad de Sevilla, España

Directora

Dra. Concha Langa Nuño, Universidad de Sevilla, España

Secretaria de Redacción

Dra. Inmaculada Casas-Delgado, Universidad de Sevilla, España

Miembros

Dra. María Eugenia Gutiérrez Jiménez, Universidad de Sevilla, España

Laura López Romero, Universidad de Málaga, España

Genoveva Novas Martín, Universidad de Málaga, España

Daniel Moya López, Universidad de Sevilla, España

Prof. Julio Ponce Alberca, Universidad de Sevilla, España

Patricia Vega Jiménez, Universidad de Costa Rica, Costa Rica

COMITÉ CIENTÍFICO

Dr. Carlos Barrera del Barrio, Universidad de Navarra, España

Dra. Marialva Barbosa, Universidade Federal Fluminense (UFF), Brazil

Dr. Jean-François Botrel, Université Rennes 2, France

Professor Martin Conboy, University of Sheffield, United Kingdom

Dr. César Luis Díaz, Facultad de Periodismo y Comunicación Social Universidad Nacional de La Plata, Argentina

Dr. Javier Díaz Noci, Universitat Pompeu Fabra (Barcelona), España

Dr. Jean Michel Desvois, Université Michel de Montaigne, Bordeaux III., France

Dr. Josep Maria Figueres Artigues, UAB, España

Dr. Álvaro Fleites Marcos, Université de Caen Normandie, France

Dr. Jaume Guillaumet Lloveras, Universitat Pompeu Fabra, España

Dr. Antonio Carlos Hohlfeldt, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brazil

Dr. Antonio Laguna Platero, UCLM, España

Xosé López García, Universidad Santiago de Compostela, España

Dra. Celia del Palacio Montiel, Universidad de Guadalajara, Mexico

Dr. Francesc Andreu Martínez Gallego, Universidad de Valencia, España

Dr. Alberto Pena Rodríguez, Universidad de Vigo, España

Dr. Alejandro Pizarroso Quintero, Universidad Complutense, España

Dra. Ana Regina Barros Rego Real, Universidade Federal do Piauí_Brasil, Brazil

Dra. Ingrid Schulze Schneider, Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Jorge Pedro Sousa, Universidade Fernando Pessoa, Portugal

Dra. Mirta Varela, CONICET-Universidad de Buenos Aires, Argentina

13

Revista internacional de Historia de la Comunicación

Año 2019

Revista semestral, editada en Sevilla
por la **ASOCIACIÓN DE
HISTORIADORES DE LA
COMUNICACIÓN (AsHisCom)** y la
**EDITORIAL DE LA UNIVERSIDAD DE
SEVILLA (EUS)**

ISSN 2255-5129

ÍNDICE RIHC 13

Dossier: Historia de los nuevos medios digitales

Coordinadores: Carlos Toural y Xosé López

Carlos Toural y Xosé López: Presentación dossier: Historia de los nuevos medios digitales	7
Francisco Rui Cádima: A RTP em ambiente digital: dos anos 90 à atualidade – um enquadramento teórico.....	11
Ana Regina Rego: Crises e impermanências do jornalismo em um cenário digital-expectativas no horizonte.....	29
Alicia De Lara González y Lorena Santos Maestre: Análisis de las relaciones entre medios de comunicación digitales: ejemplos del panorama español.....	53
Sara Fuentes Garzón: La cobertura informativa de <i>El País</i> sobre la red social Facebook en 2018.....	71
Valquiria Aparecida Passos Kneipp y Luciana Salviano Marques da Silva: Caminos de la historia de la televisión digital en Rio Grande do Norte.....	91

Miscelánea

Diego Cameno Mayo: El bicentenario del general Prim y la polémica sobre su asesinato en los medios de comunicación españoles.....	107
María Jesús Moscoso Camúñez : <i>El Paleto</i> (1902- 1936), estudio de un caso de prensa local en la ciudad de Osuna.....	129
Ricardo Zugasti Azagra : La prensa española ante la marcha sobre Roma: entre el entusiasmo y la hostilidad hacia el fascismo	158
Christian David Acosta Silva: Ondas informativas: surgimiento del periodismo radial en Colombia (1930-1948).....	186
Félix Caballero Wangüemert: Julio Cebrián, Alfonso Abelenda y Álvaro Caruncho: tres humoristas gráficos gallegos en Madrid.....	216

Reseñas

Álvaro Linares Barrones: Un recorrido visual por el siglo XX a través de la historia de la comunicación	
María del Mar Ramírez Alvarado y Ángeles Martínez-García (2018): 50 imágenes para entender la comunicación en el siglo XX. <i>ImagoMundi</i>	237
José Luis Valhondo Crego: ¿Qué ha echo la sátira política por nosotros?	
Josep Lluís Gómez Mompart, Francesc A. Martínez Gallego y Enrique Bordería Ortiz, eds. (2019): <i>El humor y la Cultura en la España contemporánea</i>	240

María Iranzo Cabrera: Investigar la prensa satírica actual. Medio siglo de *El jueves*: enfoques teóricos y metodológicos

José Luis Valhondo Crego (2019): Investigar la prensa satírica actual. Medio siglo de El Jueves: enfoques teóricos y metodológicos244

María José Ruiz Acosta: El sexenio democrático está de plena actualidad

Julio Yanes (2017): El periodismo grancanario en el Sexenio Democrático (1868-1974) 248


LA ALARGADA SOMBRA DEL ENTRAMADO DIGITAL


PRESENTACIÓN DOSSIER: HISTORIA DE LOS NUEVOS MEDIOS DIGITALES

The long shadow of the digital framework

Dossier presentation: History of the new Digital Media

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.01>

Carlos Toural
Universidad de Santiago, España
carlos.toural@usc.es
ORCID  0000-0002-0961-3925

Xosé López
Universidad de Santiago, España
xose.lopez.garcia@usc.es
ORCID  0000-0002-1873-8260

Como citar este artículo: TOURAL, Carlos y LÓPEZ, Xosé: (2019): "La alargada sombra del entramado digital", en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación* (13), pp. 7-10.

La alargada sombra del entramado digital

El entramado digital, que unos acuñan como revolución y otros sitúan como los elementos instrumentales que impulsaron de la tercera revolución industrial, lo enmarca casi todo en el tercer milenio, desde las humanidades digitales hasta la inteligencia artificial. El término, un adjetivo que acompaña las entradas más rebuscadas que encontramos en el diccionario, deja poso y suscita admiraciones e interrogantes, pero apenas conocemos los entresijos de su historia, la evolución e intersecciones en el camino recorrido. Pero, nos guste más o menos, encontramos la sombra digital en todos los escenarios.

Desde la Comunicación nos interesa la complejidad abierta por el entramado digital en las sociedades porque solo así, en ese contexto en el que emergen renovadas formas de organización social y de prácticas sociales, podemos entender los flujos comunicativos en el nuevo mundo de la sociedad red. De ese escenario, nuestros objetos de estudio dirigen el foco, de forma preferente, a las tecnologías digitales en tanto que entraron en los medios electrónicos, analógicos primero y digitales más tarde. Lo que ocurre es que todavía el tiempo transcurrido del digitalismo suma pocos dígitos y la mirada interpretativa histórica, aunque es factible y ha posibilitado brillantes aportaciones, encuentra algunas limitaciones para un análisis fundamentado que abarque todas las dimensiones de los procesos que envuelven tal complejidad.

A pesar de los condicionantes para fijar el foco histórico con perspectiva, el desafío no se puede posponer si queremos avanzar en el conocimiento de los pasos dados por los nuevos medios cuando disponemos de muchas fuentes para su análisis. De ahí la importancia que ha tenido elegir como título para el congreso de la Asociación de Historiadores de la Comunicación del año 2019 “La revolución tecnológica de la comunicación en perspectiva: historia de los nuevos medios digitales, los nuevos medios en la historia”. De la mano de este juego de expresiones se ha dado cabida a los esfuerzos por comprender e interpretar hechos más recientes y otros más lejanos en el tiempo, pero siempre al calor de los denominados nuevos medios en cada momento.

El resultado, del que en este volumen se incluye una selección de trabajos que nos muestran diferentes luces y sombras tecnológicas mediante el análisis histórico, no solo ha sido muy positivo por las investigaciones que ha impulsado, sino también por las líneas de trabajo abiertas y que ahora proseguirán en una lucha denodada por reconstruir el pasado reciente mientras numerosas fuentes y documento se pierden en lo que esperábamos que fuese un almacén digital que alimentase una buena mediateca y se ha revelado como una trituradora de hojas digitales de la memoria -

colectiva. Ahora ya tenemos evidencias de que el problema de la preservación digital es arduo y complicado.

Las reflexiones históricas sobre el devenir de la digitalización, siguiendo las enseñanzas de Marc Bloch en su trabajo sobre las falsas noticias de la guerra (1921), tienen que huir de los engaños y de los cantos de sirena, procedan de tribunas de tecnófilos o tecnófobos. El análisis riguroso de los hechos sobre la aplicación de nuevas herramientas y procesos de innovación, en su contexto social y político, nos permite entender los avances y los riesgos que el entramado tecnológico ha aportado a la complejidad social en la que ahora nos vemos inmersos.

La interpretación fundada o búsqueda crítica de la verdad histórica es lo que caracteriza al conjunto de trabajos del dossier sobre medios digitales. Se trata de un conjunto de trabajos para los que previamente se han seleccionado, analizado a interpretado hechos de acuerdo con metodologías históricas solventes. El resultado lo conforma un ramillete de textos con interpretaciones solventes que cuentan con todos los ingredientes para resistir los preceptivos análisis críticos que buscan entre los pares y en la sociedad.

Este volumen comienza con un trabajo del profesor Rui Cadima, de la Universidad Nova de Lisboa, en el que establece un marco teórico para el análisis de los pasos dados por la RTP portuguesa para afrontar los desafíos digitales, desde la década de los noventa a la actualidad. Por su parte, Ana Regina Rego, de la Universidad Federal de Piauí, en Brasil, analiza las crisis y cambios del periodismo en el escenario digital, con referencias a las expectativas abiertas en el horizonte.

Sara Fuentes Garzón, de la Universidad Complutense de Madrid, estudia las estrategias de Facebook y *El País* ante el desarrollo del periodismo digital. Por su parte, Alicia de Lara González y Lorena Santos Maestre, de la Universidad Miguel Hernández de Elche, centran su mirada en los procesos de convergencia de medios mediante estrategias de cooperación en Internet.

La quinta aportación la hacen Valquiria Aparecida Passo Kneipp y Luciana Salviano Marques da Silva, de la universidad brasileña de Rio Grande do Norte. En ella analizan los caminos de la historia de la televisión digital en Rio Grande do Norte.

Aunque la sombra del entramado digital es alargada, estos trabajos, al igual que otros presentados en el congreso de la Asociación de Historia de la Comunicación y estudios realizados en los últimos años con perspectiva histórica, cada vez tenemos más conocimiento para entender la evolución del proceso digital y disponer de datos para afrontar los desafíos futuros. Estos cinco textos conforman, sin duda, un paquete de

aportaciones relevantes en el campo histórico y un paso adelante en el conocimiento de los entresijos del panorama digital en el campo de la comunicación.

A RTP EM AMBIENTE DIGITAL: DOS ANOS 90 À ATUALIDADE – UM ENQUADRAMENTO TEÓRICO

***RTP in a digital environment: from the 90s to the present - a
theoretical framework***


DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.02>

Recibido: 15/10/2019

Aceptado: 6/12/2019

Publicado: 15/12/2019

Francisco Rui Cádima

ORCID  0000-0002-5449-8831

Universidade Nova de Lisboa, Portugal

frcadima@fcsh.unl.pt

Como citar este artículo: CÁDIMA, Francisco Rui (2019): "A RTP em ambiente digital: dos anos 90 à atualidade – um enquadramento teórico", en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación* (13), pp. 11-28

Resumo: Neste artigo vamos procurar aprofundar um conjunto de questões relativas ao estado da arte e de enquadramento teórico que nos permitiu fazer a contextualização e a análise da evolução do website da RTP ao longo dos últimos vinte anos (1998-2018). O presente artigo integra, portanto, essencialmente, um contexto teórico e uma dimensão analítica sobre esse corpus. Finalizamos com uma abordagem das questões de preservação e de política de arquivo para a Web dado que constatámos nesta pesquisa que um importante património se tem vindo a perder consecutivamente, e se continuará a perder se não forem tomadas medidas assertivas nesta matéria. Este artigo é também um alerta para essa perda dramática de conteúdos online que se verifica desde a criação da Web.

Palavras-chave: Televisão, Web, Internet, Preservação, Arquivo

Abstract: In this paper we will look to deepen into a set of state of the art and theoretical framework issues that allowed us to contextualize and analyze the evolution of the RTP website over the last twenty years (1998-2018). Therefore, this article essentially integrates an analytical dimension and a theoretical context on this corpus. We end it with an approach to the preservation and an archival policy for the Web, as we have found in the research that a significant heritage has been consecutively lost and will continue to be lost if no assertive action is taken on this issue. This paper is also a warning for this dramatic loss of online content that occurs since the creation of the Web.

Keywords: Television, Web, Internet, Preservation, Archive

1 Introdução

Procuraremos neste artigo sistematizar um conjunto de dados e estudos disponíveis que nos permitam estruturar uma genealogia e um enquadramento teórico para avaliar as características do serviço da RTP em matéria de conteúdos online, quer subordinados à programação de televisão propriamente dita, quer relativamente aos novos serviços para plataformas digitais e Internet.

Começaremos justamente por invocar os poucos trabalhos anteriores conhecidos, onde nós próprios e outros investigadores portugueses e estrangeiros foram desenvolvendo análises diversas, com metodologias semelhantes, que nos permitem agora fazer uma primeira avaliação dessa breve arqueologia, especificamente sobre o tema em apreço. Procuraremos fazer esta apresentação dos dados existentes de forma essencialmente cronológica, retomando as principais linhas conclusivas a que se foi chegando nesta matéria.

2 Estado da arte

Num primeiro estudo desenvolvido sobre a especificidade dos conteúdos culturais do sistema público nacional e de algumas das suas principais instituições em geral, foi então feita uma primeira abordagem aos *websites* dos *media* públicos portugueses existentes à data. As conclusões que então retirámos relativamente ao ainda embrionário *website* da RTP (Cádima, 2000), foram essencialmente as seguintes: na página de abertura – <http://www.rtp.pt>, acedíamos às grandes áreas do *site*, isto é, Programação, Destaques, Informação em Real Vídeo, Teletexto e Outra Informação. Na Programação (<http://www.rtp.pt/prog/lyprog.htm>) encontrávamos as grelhas diárias da RTP1 e da RTP2 e alguns destaques. Na Informação em Real Vídeo (<http://www.rtp.pt/telejornal/lytelej.htm>) podia escolher-se o dia da semana em que se pretendia ver o Telejornal *online*, ainda que com problemas técnicos de acesso nas várias tentativas feitas. Era ainda possível aceder aos sites de outros canais da RTP (RTPi, RTP África, RTP Açores e RTP Madeira), bem como ao site da TV Guia e da RTC, ao serviço de última hora Press Line (<http://www.rtp.pt/pressline/lypress.htm>), com informação sobre programas em produção, últimas estreias, havendo também um link para o Telejornal em vídeo através de Real Player. Em síntese:

“Para além de uma apreciação estética do site, que denota desde logo pouca homogeneidade global, nesta presença da RTP na net, o grau de interactividade relativamente aos conteúdos é ainda muito reduzido, tendo-se registado uma impossibilidade técnica de aceder ao Telejornal *online* quando por diversas vezes se pretendeu aceder às principais peças do Telejornal da véspera. Do nosso ponto de vista é precisamente neste âmbito do acesso aos conteúdos televisivos que nos parece haver uma das maiores lacunas do site, na medida em que ainda não é possível o visionamento de outros programas do arquivo da RTP, arquivo histórico ou mesmo arquivo mais recente (...).” (Cádima, 2000: 188).

Um dos pontos relevantes que analisámos também neste estudo foi a questão do Arquivo da RTP, que tem relevância para a presente contextualização. A Direção de Arquivos e Documentação da Radiotelevisão Portuguesa (RTP) tinha, à data, como principais competências, assegurar a gestão arquivística dos fundos documentais existentes da RTP e ainda garantir o acesso público àqueles fundos, ainda que com diversas restrições inadequadas a um serviço público *online*, facto que viria a ser mais recentemente ultrapassado com o acesso disponível através da Internet. Sabia-se que a RTP tinha já iniciado processos de digitalização do seu arquivo, muito embora não tivéssemos uma ideia clara da dimensão do trabalho realizado à data, no ano 2000, nos três tipos de arquivos existentes (fotográfico, audiovisual e bibliográfico/documental). Segundo o nosso levantamento junto da empresa, os arquivos estavam então subdivididos em fotográfico, com 240 mil peças, e audiovisual, com 330 mil peças dispersas por diversos tipos de suportes (filme 16 mm

negativo/internegativo, Vídeo/Analógico PAL, vídeo digital e microfilmes). Alguns projetos de restauro estavam em implementação, havendo a referir o programa Aurora (Automated Restoration on Original Film and Video Archives), aplicado na RTP durante a Expo'98, com a recuperação de várias horas de arquivos documentais televisivos sobre o tema dos oceanos, e ainda parcerias pontuais com o ANIM-Arquivo Nacional de Imagens em Movimento para a recuperação pontual de sequências em película.

Foram identificados também projetos de digitalização em curso para uma maior facilitação da consulta para rede interna (dois projetos em Intranet) e outro para acesso público (Internet). Foram-nos ainda referidos à época os Projetos Vidion Digital, que disponibilizaria para consulta cerca de 5 mil horas de material informativo e desportivo recente e a Emissão RTP 1 e RTP 2 para verificação, descrição de conteúdos de Arquivo e Estatística; e o Projecto Alert (Alert System for Selective Dissemination of Multimedia Information), projeto este que visava disponibilizar um sistema de Difusão Seletiva de Informação Multimédia. Esperava-se, entretanto, a partir do ano 2000, um aumento de produções já em formato digital a partir da produção de informação baseada num Centro de Emissão digital e com suporte de vídeo-servers e uma futura operacionalização da infraestrutura do Arquivo Digital desenvolvido no âmbito de um projecto PRAXIS XXI: Vidion - Vídeo Digital On-line.

De acordo com António Granado (2002), a RTP foi o primeiro meio de comunicação social português a registar oficialmente o seu domínio, justamente em 28 de Maio de 1993 (rtp.pt), sendo que em Novembro de 1995 a RTPi inaugurava a sua página na Internet. Desde então, e baseando-nos na periodização proposta por Hélder Bastos (2010) específica dos websites com informação jornalística, mas que é relevante também para esta nossa análise pela sua exclusividade, podem identificar-se três grandes períodos na história do jornalismo português *online*, muito embora não se trate de períodos absolutamente estanques, dada a diversidade de situações então existentes: i) o período de 1995–1998, de implementação, que corresponde à criação dos primeiros *websites* dos media; ii) uma segunda fase (1999-2000) considerada de “expansão”, em que se verifica uma forte aposta dos *media* tradicionais no digital; e a terceira (2001–2010) intitulada como de “depressão”, esta sobretudo associada ao facto de muitos dos investimentos bastante significativos então feitos em Portugal não terem gerado qualquer tipo de rentabilidade, ou trazido novos públicos, pelo que houve uma clara recessão no modelo de migração com o fecho de alguns portais que haviam gerado algumas expectativa por parte dos grupos de *media* (veja-se por exemplo o caso do portal da Abril/Controljornal – o Directo.co.pt).

Ora, convirá acrescentar a este quadro uma outra proposta (Cunha, 2017) que nos sugere que no início, ainda nos anos 90, há um modelo de migração e publicação digital que podemos referir como “shovelware”, de mera reprodução do que se fazia

no analógico, passando-se a uma fase de adaptação ao digital em que são introduzidas hiperligações e peças multimédia ainda com os conteúdos muito próximos dos *media* tradicionais, sendo que no final da década de 1990 se verifica uma clara ruptura com uma cada vez maior atualização dos conteúdos para a Net, podendo chamar-se a esta fase a da “web first”.

De referir, ainda, as conclusões de Fernando Zamith (2008) com a sua avaliação da situação genérica dos *media online* portugueses cerca de 10 anos após o arranque do ciberjornalismo em Portugal, em que este investigador considerava, a partir de uma grelha de análise de conteúdos, que eram ainda algo limitadas as opções utilizadas pelos meios *online* não chegando a um quarto das potencialidades disponibilizadas pela nova tecnologia: “O nível de aproveitamento global das potencialidades da Internet situa-se em 21,5% nos conteúdos e dispositivos de acesso livre, que constitui o tipo de acesso claramente dominante (92%). Juntando os conteúdos e dispositivos acessíveis mediante registo gratuito, o nível de aproveitamento sobe ligeiramente para 22,2%.” (Zamith, 2008: 182). Para este investigador, o jornal Público, com 43%, era então a publicação online que tirava maior partido das potencialidades ciberjornalísticas da Internet, seguindo-se o Portugal Diário e a RTP, respetivamente com 38% e 36%. No conjunto, se a multimedialidade (áudio, vídeo, imagem fixa, infografia) era uma das categorias que ultrapassava a média, com 26,5%, uma outra das categorias centrais neste processo – a interatividade – não passava dos 17,5%, o que para o autor confirmava a “grande distância” a que os ciberjornais ‘mainstream’ mantinham visitantes e utilizadores no contexto do processo de produção de informação, facilitação de *e-mail* dos jornalistas, disponibilização de fóruns de discussão, salas de “chat”, blogs ou wikis aberto à participação do público, etc., de forma a que os leitores pudessem integrar mais facilmente o processo de interação com a redação.

Entre as obras que nos ajudam a compreender todo o contexto em que os media públicos, nomeadamente, foram desenvolvendo as suas estratégias para a Internet, está o estudo de Tânia de Moraes Soares (2006), intitulado “Cibermedi@: Os Meios de Comunicação Social Portugueses Online”, baseado na sua tese de mestrado sobre a presença *online* dos meios de comunicação social portugueses, procurando analisar, em particular, fatores de mudança associados ao âmbito específico da informação televisiva *online*. O estudo abarca um conjunto alargado de meios de comunicação social portugueses no início do seu processo de migração para o digital, sobretudo no período entre 1998 e 2003, sendo que, relativamente ao período 1998-2000 a obra inclui dados obtidos no contexto do Projecto Ciberfaces: A Sociedade de Informação em Análise - Internet, Interfaces do Social, do Programa PRAXIS XXI da FCT, desenvolvido por uma equipa de investigação coordenada por José Manuel Paquete de Oliveira e por José Jorge Barreiros, ambos do ISCTE.

De acordo com a autora, “Os meios de comunicação social portugueses online evoluíram, entre 1999 e 2003, na tomada de consciência relativamente à necessidade de criar interfaces com o seu público electrónico, conferindo a este a sensação de poder interagir com os conteúdos e com os emissores e rentabilizando a capacidade de identificar e fidelizar esse mesmo público” (Soares, 2006: 225), reconhecendo, muito embora, que já então era observável que as características sociográficas do público dos media *online* eram diferenciadas face aos dos media tradicionais.

Outra tendência observável neste contexto emergente de migração para o digital pela autora prendia-se com a recolha de dados, opiniões, comentários, com o objetivo de registar e fidelizar os novos “consumidores online” tendo em vista as estratégias de viabilização económica dos novos serviços. Neste caso, verificava-se já a existência de publicidade comercial em geral e também de publicidade mais direcionada para bens culturais, indústrias culturais em geral, ou para as áreas tecnológicas, de lazer, turismo, etc. Sob o ponto de vista da apresentação e organização da informação, usabilidade dos interfaces, etc., a autora considerava que o modelo era em geral muito “analógico”, baseado no modelo clássico dos jornais: “o facto é que a maioria das páginas Web de televisões, jornais, revistas e algumas de rádio, se aproximam verdadeiramente da lógica do jornal tradicional, ao organizarem os seus conteúdos seguindo as suas categorias e o seu padrão, e ao recorrerem ao texto escrito e à imagem estática como forma dominante de disponibilização de informação” (Soares, 2006: 229-230). E acrescentava:

“O meio líder que domina tradicionalmente em termos de audiência e em termos de lançar a agenda do dia dos media que os outros seguirão, que é a televisão, surge agora *online* subordinado às formas de apresentação e organização da informação mais próxima das lógicas da imprensa escrita, dando-se, num suporte que é multimédia, uma clara dominação do texto escrito como modo fundamental de comunicação. A incorporação de suportes existe, o texto, a imagem e o som aparecem integrados na Internet. Mas, em termos de organização formal das páginas, as lógicas, as categorias e o modo de comunicação escrito parecem liderar novamente. Aquilo que parecia estar a perder audiência – “a escrita”, dita agora as regras na última das novidades tecnológicas.” (Soares, 2006: 230).

O diagnóstico então produzido por Tânia de Moraes Soares aborda também a questão comparativa entre imprensa e meios audiovisuais. Este aspeto é relevante porque é justamente a imprensa, meio mais tradicional, que parece adaptar-se melhor, nesta primeira fase da migração, às exigências do digital. Curiosamente era entre os jornais que se encontram as páginas Web mais desenvolvidas. Pelo contrário, os media audiovisuais, como as páginas de televisão e de rádio, apresentavam-se com características menos definidas “parecendo por isso modelos mais provisórios e menos

instalados do que os dos jornais.” (Soares, 2006: 231). Daí que a análise dos meios televisivos refira também um “acentuar da negligência face à função entretenimento na maioria dos media online, remetida agora para um plano secundário, quando no suporte tradicional e, nomeadamente, na televisão tradicional offline, ela se assume como a rainha dos géneros televisivos” (Soares, 2006: 230). Em síntese, se, por um lado, os *media* portugueses legitimavam, de certo modo, as novas estratégias para o *online* sobre uma relação de credibilidade de que a imprensa em geral sempre desfrutou relativamente às suas audiências, por outro lado, estavam “claramente a inserir-se em lógicas de apresentação na Internet mediadas por representações clássicas ou tradicionais, inerentes às próprias características dos meios de comunicação (2006: 233).

De um modo geral podemos concluir, no âmbito desta análise, que houve uma evolução positiva dos meios de comunicação social portugueses *online* ao longo deste primeiro período aqui em análise (1998-2003) e, depois, com Zamith (2006-2007), passando-se de uma fase em que tipicamente importava estar *online*, a par dos concorrentes, e seguindo a tendência internacional, para uma fase intermédia em que eram já patentes objetivos mais exigentes, quer do ponto de vista da produção de conteúdos de informação, usabilidade, grafismos e estrutura geral das páginas, quer ainda no plano do acesso à emissão *online* (sobretudo na rádio), acesso a arquivo e inclusive alguns modelos embrionários de interatividade.

3 Para uma análise da TV *online* em Portugal

Vejamos agora uma outra análise, posterior a estas últimas, de Fernando Zamith e de Tânia Soares, em que pretendíamos fazer um ponto de situação relativamente à evolução entretanto ocorrida nos websites dos canais da televisão pública existentes na Web. Do nosso ponto de vista, em particular a evolução dos websites “televisivos” desde finais dos anos 90 não registava dinâmicas substancialmente diferentes daquelas que seria expectável prever dez anos antes, tendo em conta o modelo da RTP que considerávamos então “insuficiente”, isto porque não se compaginava de todo com atribuições e competências que se exigiam ao operador público nos ambientes web emergentes. Dez anos volvidos, o *website* da RTP consolidava-se progressivamente, muito embora se continuassem a verificar problemas já identificados no passado. Uma frágil afirmação da cidadania e das atribuições e competências do operador público, por exemplo a emissão online era habitualmente a da RTPN. Verificava-se também uma secundarização da área de vídeo, num movimento contrário ao que se estava a observar nos sites dos *media* escritos, onde o

acesso aos *players* e a ficheiros vídeo ganhavam uma importância cada vez maior nas páginas principais dos media. Outra questão era a insuficiência da informação sobre os próprios programas em destaque, por vezes dando só o título ou o tema do programa como sucedia em regra com o Prós e Contras. Ou a indisponibilidade de sistemas de comunicação interactiva entre os editores e/ou jornalistas e os cidadãos e/ou telespectadores. E também a “reduzida disponibilidade de arquivo em consulta aberta, limitada a um conjunto restrito de programas recentes” Cádima (2008: 107), portanto a indisponibilidade de conteúdos do arquivo histórico da RTP. Pensávamos então que “aquilo que se espera dos novos *media* (...) emergentes será a construção de um modelo de comunicação que se venha a configurar como estruturante na consolidação de um novo projecto da experiência democrática” (Cádima, 2008), e a verdade é que, curiosamente, esse viria a ser o princípio prevalecente da Communication Broadcasting Communication (2009) da Comissão Europeia, quando esta referia que importava manter os conteúdos do Public Service Media (PSM) relevando prioritariamente das necessidades democráticas, sociais e culturais da sociedade, que vinha ao encontro também da Comunicação da CE (2001) sobre os auxílios estatais ao serviço público.

Outro tipo de avaliação que foi já feita no passado e que importa ter agora presente – e que tem tido desenvolvimentos recentes –, prende-se com o estado da acessibilidade dos conteúdos Web à luz das WCAG do W3C (Web Content Accessibility Guidelines, do World Wide Web Consortium (ERC, 2014). Sobre este ponto mais específico veja-se ainda a DIRETIVA (UE) (2016) relativa à acessibilidade dos sítios Web e a tese de Carlos Raposo (2017). Vamos basear-nos, essencialmente, no estudo pioneiro da autoria de Jorge Fernandes (2011), onde, após uma análise aos conteúdos de primeira página dos websites das televisões generalistas portuguesas se começava por concluir genericamente o seguinte:

“Os conteúdos da TVI são os que melhor respondem aos requisitos de acessibilidade do *World Wide Web Consortium* (W3C). A afirmação condicional não é mero efeito estilístico literário. Na verdade, fruto de estudos anteriores, o melhor dos resultados, o da TVI, se relativamente é o melhor dos 3, em termos absolutos ele não reflete uma prática excepcional. Afinal **nenhum** dos sítios analisados do lote da imprensa televisiva lograram sequer alcançar o nível mínimo de conformidade do W3C: **o nível de conformidade A.**” (Fernandes: 2011: 9).

Basicamente, no que diz respeito ao telejornalismo *online* das três televisões generalistas portuguesas, e em particular ao caso da RTP, que no presente contexto mais nos interessa, e começando justamente pelo menu principal, era referido que a RTP optava então, no período em análise (Março a Agosto de 2011), por um menu principal em “painel”, que são em geral menus bastante “pesados”, declinando depois,

em simultâneo, múltiplas opções ao utilizador. Ora, de acordo com a análise feita, desaconselhava-se o uso de painéis para cada uma das opções do menu principal dado tratar-se de uma técnica que gerava menus enormes, difíceis de gerir, o que dificultava, portanto, as questões de acessibilidade: “Num sítio Web grande é fundamental cuidar da estrutura da informação para dar a possibilidade aos utilizadores de tecnologias de apoio a possibilidade de saltar por listas, cabeçalhos, parágrafos, tabelas, formulários, imagens, etc. A estrutura enriquece as possibilidades de navegação pelas páginas.” (Fernandes, 2011: 13).

Outros problemas identificados no estudo: i) inserção no website de “molduras de informação” de terceiros sem padrões de acessibilidade (módulos directos do Facebook via *iframe*, ou informação da meteorologia e trânsito via *javascript*); ii) *links* não encontrados, vídeos que não funcionam, motores de busca bastante fracos; iii) as dificuldades de utilização do vídeo por pessoas com deficiência (os vídeos propriamente ditos e a interface do *player* que permite controlar o vídeo) estando baseado em Flash não permitia o uso do teclado, sendo então fundamental aqui, por um lado, o uso de *players* que sejam controláveis com rato e com teclado, e, por outro, a disponibilização de alternativas à imagem e ao som: legendagem, língua gestual portuguesa, audiodescrição – veja-se neste caso em particular o Estudo sobre a recepção de audiodescrição (2016), e mesmo transcrição textual – o que no caso da RTP1 sucedia com o programa Bom Dia Portugal e com o Jornal da Tarde quando repetia à tarde na RTP2. Claramente positivo era o facto de o website da RTP ter uma funcionalidade de acessibilidade relevante que permitia a leitura de artigos através de um sintetizador de fala em Português, considerado de “alta qualidade” e ainda o facto de estar a ser então já desenvolvido entre RTP, Priberam e INESC-ID, um motor de busca avançado para pesquisas de informação nas peças de vídeo. Nenhum operador disponibilizava então programas *online* com legendagem. “A LGP (Língua Gestual Portuguesa) é o único equivalente alternativo que marca presença *online*. Contudo tem a desvantagem de ser uma cópia do vídeo que passa em televisão. Deveriam de “descolar” o *frame* de LGP e dar-lhe, no mínimo, metade do ecrã.” (Fernandes, 2011: 17). Numa rápida síntese sobre a RTP, no âmbito da avaliação do website associado ao registo televisivo, o estudo de Jorge Fernandes apontava a RTP como pioneira no uso do símbolo de acessibilidade e o único também com uma página a descrever as funcionalidades de acessibilidade disponíveis na *Web* e na emissão televisiva.

Outras investigações a que faremos referência prendem-se com pesquisas relacionadas com formação avançada, nomeadamente teses de mestrado. Veremos, em primeiro lugar, a tese de mestrado em Novos Media e Práticas Web de Sónia Santos Dias (NOVA FCSH, 2010) intitulada “Web TV – Análise e melhores práticas em OCS nacionais e internacionais”. Os objetivos deste trabalho de projeto eram, nomeadamente, analisar vídeos e Web TV dos *media* e as reportagens em vídeo realizadas especificamente para a Internet e também identificar as melhores práticas a

serem utilizadas numa Web TV; problematizar as estratégias adotadas pelos *media* na disponibilização de conteúdos de informação na Internet tendo em atenção o carácter jornalístico dos conteúdos colocados *online*. Dado que, nomeadamente a RTP, o nosso estudo de caso, não pôde ser considerada no âmbito desta investigação de mestrado, uma vez que não produzia à altura informação em exclusivo para a Net, não considerámos, portanto, as conclusões desta tese neste nosso trabalho. Uma outra tese, esta sim com dados relevantes para este nosso enquadramento, é a de Diana Bernardo, intitulada “As Televisões generalistas portuguesas online – Estudos sobre a presença de conteúdos informativos nos sites da RTP, SIC e TVI” (ESCS, 2012). Neste caso, Diana Bernardo faz uma avaliação qualitativa dos *websites* das televisões generalistas portuguesas procurando analisar diferentes parâmetros, nomeadamente o número de peças diárias, respetiva categoria, recurso a elementos de áudio, vídeo e fotografia, hiperligações, atualizações, etc.

Complementarmente, são aplicadas metodologias inicialmente desenvolvidas por Schultz (1999) e posteriormente atualizadas por Zamith (2008), avaliando outras dimensões, a saber: a interatividade, a hipertextualidade, a multimedialidade, a instantaneidade, a ubiquidade, a memória, a personalização e a criatividade. Também de acordo com os resultados apresentados por Diana Bernardo a RTP posicionava-se ligeiramente acima das suas concorrentes privadas: “A conclusão mais evidente a tirar destes resultados é que apenas a RTP ultrapassa metade da pontuação máxima possível (100), com 58 pontos. Todos os outros sites analisados situam-se aquém desse valor, o que demonstra que não estarão a utilizar todas as potencialidades que a web oferece” (Bernardo, 2012: 37). Entre os principais aspetos a serem melhorados, encontramos claramente a questão da pesquisa em arquivo e o problema do aprofundamento da interatividade, designadamente entre os jornalistas e o seu público, uma velha pecha da profissão há muito identificada em estudos idênticos e que ainda nos dias de hoje não está resolvida.

Para além dos objetivos estarem centrados no modelo mais tradicional de *website*, são agora identificadas também novas aplicações estratégicas por parte de todos os operadores de televisão generalistas como, nomeadamente, a *mobile TV* e as redes sociais. As versões de *mobile TV* são, no entanto, consideradas relativamente pobres quando comparadas com as aplicações para *Smartphone*. Em relação às redes, a RTP surgia com várias páginas no Facebook e contas no Twitter associadas a vários canais, a programas em específico e à própria redação, como era o caso da conta “@rtpnoticias”, gerida pela redação multimédia da RTP. Após a análise das notícias disponibilizadas nos sites da RTP, SIC e TVI ao longo de um período de sete dias, Diana Bernardo apresenta os seguintes resultados relevando ainda o facto de a RTP potenciar recursos vídeo, e também deter a área da Rádio, o que sucedia menos com SIC e TVI, que se limitam mais ao formato tradicional da informação:

“(…) A TVI produz um número de notícias maior que a RTP e, sobretudo, que a SIC, sendo que esta última aparece como a marca que menos notícias disponibiliza online. No geral, as notícias começam a ser disponibilizadas nos sites por volta das 7h/8h da manhã (a RTP é o operador que tem a informação disponível mais cedo) e continuam, regularmente, até cerca da meia-noite (um pouco mais cedo na RTP). (...) A RTP é o operador cujo site faz mais uso de conteúdos de vídeo, 58% das notícias produzidas têm vídeos que as acompanham, sendo que esses vídeos são quase exclusivamente transposições das notícias emitidas nos serviços informativos do canal (contendo, algumas vezes, até a parte do *pivot*). (Bernardo, 2012: 51).

No quadro dos estudos já referidos, aquele que, entretanto, veio acrescentar algum valor ao atual estado da arte é o relatório de Diogo Cunha (2017) sobre as transformações da presença dos jornais portugueses na Web (1996-2016). A partir do portal Arquivo.pt, que permite fazer pesquisas exaustivas da Web portuguesa desde 1996 (por endereço, por termo, etc.), Cunha desenvolveu um interessante projeto de investigação em torno da análise da evolução dos *websites* de jornais portugueses nos últimos 20 anos, trabalhando parâmetros diversos como por exemplo a arquivabilidade do *website*, o estado técnico atual de preservação digital, a evolução das versões, dos *layouts*, etc. Não abordando o caso da RTP, consideramos, apesar disso, o interesse deste estudo no âmbito do nosso estudo. Veja-se, para o caso, o eloquente exemplo da questão da preservação digital (que envolve questões de acessibilidade, coesão, meta-dados e conformidade de padrões). A análise feita através do sistema ArchiveReady deu os seguintes resultados (22/7/2017): cmjornal.pt – 79%; dn.pt – 62%; expresso.sapo.pt – 56%; e publico.pt – 64%. Significa que os *media* fazem, fundamentalmente, uma acumulação descontrolada da informação que geram, deitando a perder todo o seu valioso património. De acordo com o autor, CM, DN, Expresso e Público “não têm uma cultura de preservação digital desenvolvida e informada, nem possuem políticas de preservação digital estruturadas. Graças a isso, o que esteve nos seus websites pode estar perdido para sempre e o que ainda neles se encontra pode estar prestes a perder-se. Parece assim justificar-se que se fale de problemas de memória no jornalismo português”. (Cunha, 2017: 49). Ora, como bem sintetiza o autor no seu estudo:

“Estas evidências mostram que a ideia de “arquivo” dos jornais está ainda muito focada num modelo de *shovelware* e que, ainda assim, nem todos os materiais impressos dos jornais foram digitalizados e disponibilizados nos respectivos websites. Quanto aos conteúdos dos *websites* propriamente ditos, nada garante que estão todos nos *websites* visto que não há colecções dos conteúdos dos *websites* organizadas. Mais claro é o facto de que muito embora alguns desses conteúdos mais antigos (não parece haver nada anterior a 2000), até possam estar nos *websites*, os *websites* actuais não reproduzem as condições de leitura

digital que os *websites* onde tais conteúdos foram primeiramente colocados tinham.” (Cunha, 2017: 47).

Interessante é também a análise das diferentes versões de endereços que foram sendo criadas ao longo dos últimos 20 anos. No primeiro levantamento do investigador, os resultados conseguidos aparentavam já ter uma relevância significativa, mas verificou-se, entretanto, que pecavam por defeito: A primeira análise da evolução dos *media* portugueses feita até 2015 sugeria os seguintes valores: Correio da Manhã - 1996-2015: 1016 versões; Diário de Notícias - 2001-2015: 783 versões; Público - 2005-2015: 630 versões; Expresso - 2007-2015: 737 versões. Posteriormente, Diogo Cunha aprofunda o estudo, utilizando o sistema de pesquisa por endereço do Arquivo.pt para procurar os endereços dos *websites* dos quatro jornais em estudo até final do período em análise (de 01/01/1996 a 31/12/2016), tendo chegado aos seguintes valores: CM: 3128 versões; DN: 5568; Expresso: 4144; e Público: 8308 versões. Portanto, essa diferença abissal das 3166 versões dos *websites* dos jornais arquivados no Arquivo.pt para as 21148 versões detetadas das páginas principais dos *websites* dos quatro jornais com a atualização do estudo, mostra o nível da extensão e, portanto, quão complexos são os dados, as versões, atualizações, etc., e, portanto, o tipo de arquivo em análise. Ainda outro aspeto de relevante interesse tem a ver com a comparação entre os diferentes *layouts* que permitiu identificar algumas tendências gerais de desenvolvimentos dos *websites* em análise:

“As páginas web são cada vez mais extensas, sobretudo na vertical; (...) vão tendo progressivamente uma orientação verticalizada com grandes barras de scroll, embora sejam inseridos pequenos espaços com galerias ou pequenas barras de scroll; (...) vão apresentando um acréscimo de estabilidade estética, consolidando a identidade visual do jornal; as mudanças são cada vez mais difíceis de assinalar na medida em que deixa são gradualmente menos “macro” e mais “micro”, o que implica uma certa adaptação da perspectiva de análise; vão surgindo cada vez mais imagens e vídeos, muitas vezes enquadradas em galerias, aumentam também o número de hiperligações, botões, menus e barras de scroll.” (Cunha, 2017: 108).

Especificamente em relação à RTP *online*, do modelo “shovelware” e em “painel”, relativo à primeira década do *website*, que basicamente reproduzia notícias e conteúdos de uma forma digamos “proto-digital”, evoluiu-se para uma consolidação e maior coesão dos temas centrais dos conteúdos de serviço público em aspetos que consideramos decisivos na web: as questões da usabilidade, acessibilidade, diversidade, privacidade e arquivabilidade. Mas também no plano da solidariedade e da responsabilidade social. Era salvaguardada também, sobretudo nos últimos anos, a dimensão da herança cultural projetada no *online* através da abertura ao valioso espólio do Arquivo da RTP. Mas não basta arquivar conteúdos online: é essencial

preservar toda a estrutura das páginas web em consonância com as WCAG e ter uma política de arquivo assertiva adequada aos princípios basilares do Internet Archive e ao Arquivo.pt. Do ponto de vista da UI/UX, a plataforma da RTP tem ainda campo para melhorar: da arquitetura da informação à experiência do utilizador há trabalho a fazer para ser mais perceptível, operável, compreensível e robusta. E para ser ajustada aos princípios e da verificabilidade (*fact checking*) e da proporcionalidade (*public value tests*) (Ridinger, 2009; Svendsen, 2011; Michalis, 2012; Moe and Donders, 2012; Page, 2015; IRIS, 2015; Castro e Freire, 2018; Cádima, 2019). Ainda a necessidade de reforço das questões de cidadania, satisfazendo as necessidades democráticas, sociais e culturais da sociedade, e de aprofundamento da divulgação do conhecimento e da difusão da herança cultural portuguesa e europeia. Neste ponto é fundamental o reforço da presença de conteúdos associados a programação cultural, ficção, séries e documentários de origem europeia. No fundo, importa consolidar o *website* da RTP e o seu potencial de transferência e disseminação do conhecimento com impacto social nos atores do sistema de *media* e na comunidade, procurando que seja acima de tudo um referente/regulador de boas práticas do sistema de *media* em Portugal.

4 Por uma Política de Arquivo da Web

Mas é o contexto da preservação que nos parece merecer uma maior atenção face aos dados disponibilizados. É um facto, de acordo com Diogo Cunha, que “o que hoje é notícia amanhã poderá estar esquecido”, daí ser importante reter aquela sua conclusão como um alerta para toda a área Web portuguesa, em particular para o sector dos *media online* – é imperioso, de um ponto de vista da preservação deste património fundamental da *web* portuguesa que os média e muito em particular o serviço público de média, neste caso a RTP, dê o exemplo relativamente à aplicação de políticas – e práticas – de preservação de preservação digital estruturada e dedicada, sendo absolutamente certo, tal como refere Cunha (2017: 106) que a conceção e a ideia de que basta organizar a preservação de “conteúdos” não é adequada porque o essencial é preservar toda a estrutura das páginas *web*.

Uma coisa é, portanto, o Direito ao Esquecimento – o direito que todos devemos ter de apagar ou gerir os nossos dados pessoais na Internet, e esse começa a ser assegurado pelas políticas de privacidade dos websites em geral, reforçadas recentemente pelo RGPD – Regulamento Geral de Proteção de Dados, criado no âmbito da União Europeia, em vigor desde 25 de Maio de 2018. Outra coisa é a Web poder “cair no esquecimento”, não ter o seu repositório, o seu arquivo global, isto é, não haver uma disposição específica semelhante à que existe para a privacidade, mas agora direcionada para a preservabilidade e a arquivabilidade. Ou seja, é imperioso

evitar que uma parte importante do conteúdo da Web vá desaparecendo, ao sabor deste alegre “laissez faire” de postagens e de apagamentos de *bytes* ou de *terabytes* desta nossa contemporaneidade digital, sem apelo nem agravo.

Perder o arquivo e o rasto histórico da Web (Boran, 2019), seja o que o Facebook apaga de “fake news”, ou toda a informação registada na plataforma Google + agora fechada, ou ainda, por exemplo, muita da “desinformação” apagada das redes sociais sobre as recentes Eleições europeias de 2019, ou outro qualquer conteúdo, real ou “fake”, é perder uma parte vital do nosso património atual. É impedir o estudo desses mesmos fenómenos e a sua compreensão. É destruir a possibilidade de uma “arqueologia” da contemporaneidade.

Perguntar-se-á se o direito ao esquecimento não colide com o dever de arquivabilidade. Em matéria de direito à privacidade isso acontecerá certamente, mas tal como prescreve, por exemplo, o Regime Geral dos Arquivos e do Património Arquivístico (Artº 17º), haverá uma dilação temporal para um determinado tipo de documentos ou arquivos, nomeadamente os “nominativos”, que contenham dados pessoais da esfera privada. Por exemplo, no caso do Arquivo Salazar, este tipo de documentos teve uma primeira dilação temporal de 50 anos (Decreto-Lei n.º 16/93), recentemente atualizada para 30 anos (Artigo 44.º da Lei n.º 26/2016), permitindo o acesso mais cedo do que o esperado.

O problema da arquivabilidade da Web não tem tido, do nosso ponto de vista, a atenção que necessita, e que é cada vez mais urgente. Veja-se que a União Europeia se tem preocupado muito – e bem – com as políticas da privacidade e do direito ao esquecimento, mas não se preocupa com algo bem mais importante que é o facto de uma parte significativa dos conteúdos da Web ir caindo no esquecimento, ou desaparecer mesmo para sempre, criando uma espécie de Idade das Trevas digital que jamais se poderá resgatar.

Isto apesar dos esforços de algumas instâncias públicas ou privadas, como o Internet Archive, o Web Archivability Community Group, ou, no caso português, o Arquivo.pt, que têm procurado defender a honra do convento – mas não chega. A plataforma portuguesa de preservação da Web – o Arquivo.pt, disponibiliza formação e indicações concretas de como publicar informação na Web por forma a que seja preservada, ou sobre acesso e processamento automático de informação preservada da Web através de APIs, contribuindo assim para a disseminação do princípio da preservabilidade. Veja-se que nesta plataforma a única maneira de preservar conteúdos publicados em data anterior é obtendo-os a partir das entidades que os tenham guardado, isto porque a partir do momento em que um conteúdo deixa de estar disponível publicamente na Web torna-se impossível arquivá-lo.

Mas importa ir mais longe neste desígnio. Deixo aqui, portanto um apelo aos historiadores da Web e da Internet, aos governos e à Comissão Europeia, para que se assuma este importante desafio no plano global no sentido de ser criada regulamentação específica, de âmbito europeu, sobre a matéria. Urge, portanto, uma iniciativa global por uma Política de Arquivo para a Web.

Referências bibliográficas

- BASTOS, H. (2010): *Origens e evolução do ciberjornalismo em Portugal*. Porto: Edições Afrontamento.
- BERNARDO, D. (2012): “As Televisões generalistas portuguesas online – Estudos sobre a presença de conteúdos informativos nos sites da RTP, SIC e TVI”. Tese de Mestrado. Lisboa: ESCS.
- BORAN, M. (25 de Abril de 2019): “Archiving the Net: ‘Preserving the web isn’t impossible’”. *The Irish Times*. Disponível em: <https://www.irishtimes.com/business/technology/archiving-the-net-preserving-the-web-isn-t-impossible-1.3863450>
- BROADCASTING COMMUNICATION (2009): Communication from the Commission on the application of State aid rules to public service broadcasting (2009/C 257/01). [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009XC1027\(01\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52009XC1027(01)&from=EN);
- CÁDIMA, F. R. (2019): “Uma análise do website da RTP e os ‘novos serviços audiovisuais’ da televisão pública”. In Cádima, F. R. (Org.). *Diversidade e Pluralismo nos Média*. Lisboa: ICNOVA, pp. 93-108. http://www.icnova.fcsh.unl.pt/wp-content/uploads/sites/38/2019/04/ICNOVA_Diversid_Plura_Analise.pdf
- (2008): “Web TV local/regional em Portugal: Que alternativa à TV?”. *Anuário Internacional de Comunicação Lusófona*. Comunicação e Cidadania, pp. 99-110. Universidade do Minho – CECS. <http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/anuario/article/view/745/666>
- (2000): “Acessibilidade aos Conteúdos Públicos” in *As Indústrias de Conteúdos Culturais em Portugal* (Coord: Roberto Carneiro), Grupo Fórum, para os Ministérios da Cultura e da Economia, Lisboa.
- CASTRO, M. R., e FREIRE, F. C. (2017): "The notion of public value in European public broadcasters: The cases of the United Kingdom, Austria and Germany," 2017

- 12th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI), Lisbon, 2017, pp. 1-6.doi: 10.23919/CISTI.2017.7976033
- COMUNICAÇÃO DA CE (2001): Relativa à aplicação das regras em matéria de auxílios estatais ao serviço público de radiodifusão (2001/C 320/04). Jornal Oficial das Comunidades Europeias, 15.11.2001. Disponível em: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2001:320:0005:0011:PT:PDF>
- CUNHA, D. (2017): Transformações da presença dos jornais portugueses na web (1996-2016): Correio da Manhã, Diário de Notícias, Expresso e Público Relatório final de um estudo de caso do projecto “Investiga XXI”. FCT/FCCN. http://sobre.arquivo.pt/wp-content/uploads/ds_cunha_fccn_2017-1.pdf
- DIAS, S. S. (2010): “Web TV – Análise e melhores práticas em OCS nacionais e internacionais”. Tese de Mestrado. Lisboa: NOVA FCSH. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10362/6008>.
- DIRETIVA (2016): Diretiva (UE) 2016/2102 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 26 de outubro de 2016 relativa à acessibilidade dos sítios Web e das aplicações móveis de organismos do setor público. Disponível em: <http://www.acessibilidade.gov.pt/publicacoes/diretiva2016-2102>
- ERC (2014): “ERC recomenda as WCAG 2.0 aos Operadores de Televisão”. Deliberação 4/2014. Disponível em: <http://www.acessibilidade.gov.pt/arquivo/1054>
- ESTUDO SOBRE A RECEÇÃO DE AUDIODESCRIÇÃO TRANSMITIDA PELA RTP (2016): Unidade ACESSO do DSI da FCT. Disponível em: http://www.acessibilidade.gov.pt/estudos/2016_estudo_audiodescricao.pdf
- FERNANDES, J. (2011): “Os Media Portugueses na Internet: Acessibilidade dos conteúdos Web da imprensa escrita, radiofónica e televisiva segundo as WCAG 1.0 do W3C”. UMIC, Setembro de 2011. Disponível em: http://www.acessibilidade.gov.pt/media/media_internet.doc
- GRANADO, A. (2002): “Os media portugueses na Internet”. Disponível em: <http://ciberjornalismo.com/mediaportugueses.htm>
- IRIS SPECIAL (2015): *Online activities of public service media: remit and financing*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory. Strasbourg: OEA. Disponível em: <https://book.coe.int/en/european-audiovisual-observatory/6725-iris-special-online-activities-of-public-service-media-remit-and-financing.html>
- MICHALIS. M. (2012): Assessing the British Public Value Test: Benefits, limitations and challenges ahead. *International Journal of Media & Cultural Politics*, Volume 8, Number 1, 23 April 2012, pp. 13-30(18).

- MOE, H. and DONDEERS, K. (Eds.) (2011): *Exporting the Public Value Test The Regulation of Public Broadcasters' New Media Services Across Europe*. University of Gothenburg: Nordicom.
- PAGE, M. F. (2015): The development of BBC on-demand strategy 2003-2007: the Public Value Test and the iPlayer. PhD thesis. <http://theses.gla.ac.uk/6779/1/2015floodpagephd%20.pdf>
- RAPOSO, C. (2017): “Estado e sociedade na era da internet em Portugal - acessibilidade dos sítios na web do Governo e das instituições públicas em 2015”. Tese de Mestrado em Novos Media e Práticas Web. Lisboa: NOVA FCSH. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10362/20710>
- RIDINGER, M. (2009): “The Public Service Remit and the New Media”, *IRIS plus*, supplement to IRIS, Legal Observations of the European Audiovisual Observatory, Issue 2009-6, Strasbourg. <http://www.obs.coe.int/documents/205595/264587/IRIS+plus+2009en4LA.pdf/3febdb44-89f8-452a-98fc-fa63067e5452>.
- SOARES, T. M. (2006): *Cibermedi@ - Os Meios de Comunicação Social Portugueses Online*, Lisboa: Escolar Editora.
- SCHULTZ, T. (1999): “Interactive Options in Online Journalism: A Content Analysis of 100 U.S. Newspapers”. *Journal of Computer-Mediated Communication*. Volume5, Issue 1, September 1999. Disponível em: <http://jcmc.indiana.edu/vol5/issue1/schultz.html> (01-09-2006).
- SVENDSON, E. (2011): “Two Steps Towards a Public Value Test. Danish Public Service Broadcasting Between Two Lines of Control”. In Moe, Hallvard and Donders, Karen (Eds.) (2011). *Exporting the Public Value Test The Regulation of Public Broadcasters' New Media Services Across Europe*. University of Gothenburg: Nordicom, pp 117-126.
- ZAMITH, F. (2008): Uma Proposta Metodológica para analisar o Aproveitamento das Potencialidades Ciberjornalísticas da Internet. *Observatorio (OBS*) Journal*, 2 (2), 165- 191. <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/109/154>

Websites:

AccessMonitor: <http://www.acessibilidade.gov.pt>

Arquivo.pt: <http://arquivo.pt/>

Internet Archive: <https://archive.org/>

Web Content Accessibility Guidelines (WCAG): <https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/>

CRISES E IMPERMANÊNCIAS DO JORNALISMO EM UM CENÁRIO DIGITAL- EXPECTATIVAS NO HORIZONTE

*Crisis and impermanences of journalism in a digital scenario-
expectations on the horizon*


DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.03>

Enviado: 21/10/2019

Aceptado: 15/12/2019

Publicado: 15/12/2019

Ana Regina Rego

ORCID  0000-0002-0915-8715

Universidade Federal do Piauí, Brasil

anareginarego@gmail.com

Como citar este artículo: REGO, Ana Regina (2019): "Crises e impermanências do jornalismo em um cenário digital-expectativas no horizonte", en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación* (13), pp. 29-52.

Resumo: Este texto apresenta dois polos de observação do ambiente jornalístico contemporâneo. De um lado, nosso olhar se volta para a inegável crise que se alastra pelos meios de comunicação tradicionais já há alguns anos. Este primeiro olhar é embasado por um referencial teórico em torno dos conceitos de crise, acontecimento e verdade que transportamos ao jornalismo. De outro, novas práticas, processos e linguagens informacionais que surgem diacronicamente no campo da comunicação, propondo mutações ao ethos jornalístico moderno que vigorou durante o século XX. Nesse segundo momento, nossa observação e interpretação tem como foco um horizonte de expectativas em que as mídias livres ganham espaço no cenário de disputas narrativas do século XXI.

Palavras-chave: Crises; Jornalismo; Comunicação; Mídias Livres

Resumen: Este texto presenta dos polos de observación del entorno periodístico contemporáneo. Por un lado, nuestra mirada se dirige a la crisis innegable que se ha extendido a través de los medios tradicionales durante algunos años. Este primer vistazo se basa en un marco teórico en torno a los conceptos de crisis, evento y verdad que llevamos al periodismo. Por otro lado, nuevas prácticas, procesos y lenguajes informativos que surgen diacrónicamente en el campo de la comunicación, proponiendo mutaciones al ethos periodístico moderno que prevaleció durante el siglo XX. En este segundo momento, nuestra observación y interpretación se convierte en un horizonte de expectativas en el que los medios libres ganan espacio en el escenario de las disputas narrativas del siglo XXI.

Palabras clave: Crisis; Periodismo; Comunicación; Midias Libres

Abstract: This text presents two observation poles of the contemporary journalistic environment. On the one hand, our gaze turns to the undeniable crisis that has been spreading through the traditional media for years now. The first look is based on a theoretical framework around the concepts of crisis, event and truth that we carry to journalism. On the other, new informational practices, processes and languages that emerge diachronically in the field of communication, proposing mutations to the modern journalistic ethos that prevailed during the twentieth century. In this second moment, our observation turns to a horizon of expectations in which free media gain space in the scenario of 21st century narrative disputes.

Keywords: Crisis; Journalism; Communication; Free Media

1 Introdução

Instigados a falar sobre a *História dos novos meios no cenário digital*, nos vimos diante de paradoxos que se entrecruzam entre os campos da historiografia da comunicação e do jornalismo e que nos suscitam inquietações. ¿O primeiro questionamento que poderíamos lançar à temática a ser abordada diz respeito à história, ou, a que historiografia poderíamos nos referir? Efetivamente, não seria uma história na concepção de Certeau (2011), ou seja, como um corpo morto, uma presença de uma ausência entre presentes, muito embora, tanto quanto na proposição deste historiador francês, nos exigiria uma operação historiográfica, considerada em seu tripé de constituição e, portanto, como um lugar social, uma prática e uma escrita. A segunda inquietação posta refere-se ao conceito de *novo* enquanto novidade tecnológica inserida no campo comunicacional. O *novo* concebido e naturalizado como tudo o que se refere ao ambiente digital. Mas o que seria esse *novo*, já que há mais de duas décadas o campo comunicacional, a mídia e as tecnologias da comunicação e da informação no ambiente virtual estão trabalhando de forma intrínseca e possuem uma incontestável centralidade na vida das pessoas em sociedade?

O paradoxo inserido no título, portanto, se localiza na interseção entre o passado enquanto histórico e o futuro enquanto tempo da novidade, o passado enquanto uma experiência inacabada, mas que reclama para ser contada nos anais da historiografia e o futuro passado, cuja expectativa se narra como novo. Em verdade, a história dos *novos meios* quer se impor como a história de um presente em ruptura, nas palavras de Arendt (*apud* Hartog, 2015:22), localizado em um estranho entremeio, “entre as coisas que não são e as coisas que ainda não são”.

Diante do paradoxo, optamos por abordar *as crises e impermanências do jornalismo no cenário digital*, que nos permite trabalhar tanto uma história inicial do campo, como sua historicidade transformadora.

Por outro lado, desenvolver este texto tendo como foco as crises do jornalismo nos permite deixar claro o nosso lugar social (CERTEAU, 2011), intrínseco às ciências humanas e sociais, e tendo como certo o ataque generalizado que o campo científico sofre no Brasil, em que se pratica uma narrativa holística de combate às ciências e que descredencia as humanidades como campos científicos.

O objetivo do presente artigo é expor a partir de um processo hermenêutico, as crises e impermanências que acontecem no campo comunicacional e jornalístico e que extrapolam a jurisdição destes campos e se estabelecem de forma reticular com os diversos cruzamentos narrativos que disputam a atenção dos públicos, tanto no mercado, como nos cenários mais íntimos. Para tanto, procuramos interpretar as ações das mídias livres no cenário brasileiro contemporâneo.

Por outro lado, mas no mesmo caminho, vale destacar que, tendo em vista nossa observação focada no ambiente jornalístico brasileiro contemporâneo, não podemos deixar de considerar contextualidade e temporalidade imbricadas em uma leitura do tempo que nos fornece narrativas atuais sobre um cenário sombrio em que o papel da comunicação tem sido de grande relevância para o sucesso das narrativas políticas conservadoras e, em alguns casos, devastadoras, no Brasil.

Contextualidade entendida aqui, conforme Barbosa e Rêgo (2017: 10), enquanto um “ [...] ambiente em que se constitui a essência das mutações, dos acontecimentos e de constituição dos próprios campos”. Logo, considerando que a nossa relação contextual/temporal contemporânea tem imposto ao campo da comunicação, do jornalismo e da informação, reações às práticas midiáticas concentradoras e muitas vezes manipuladoras dos meios já tradicionais¹ e, principalmente, às práticas cada vez mais comuns do que se denomina pós-verdade² e “*fakes news*”, que proliferam pelas mídias sociais digitais; propomos um olhar sobre as mídias livres, ou o midialivrismo, como um horizonte que se impõe e impõe transformações nas práticas, nos processos e formas de narrar a informação.

Este texto se estrutura e se desenvolve em torno de alguns pontos principais de observação. Em um primeiro momento, destacamos a crise, trazendo o conceito para o campo da comunicação. Posteriormente, trabalhamos o acontecimento, a verdade e a não verdade. Em seguida, trazemos críticas e proposições epistemológicas, para depois nos debruçarmos sobre as potencialidades das mídias livres como horizontes alternativos ao cenário de crise vivenciado pelo jornalismo tradicional e que nascem exatamente como resultantes do processo de crítica ao mercado da informação e do jornalismo.

O processo metodológico é pautado na hermenêutica da consciência histórica proposta por Ricoeur (2010) em que a compreensão e interpretação das narrativas são mediadas pelos conceitos de tradição, tradicionalidade e tradições, observando ainda as entradas temporais para interpretação da narrativa, dentro do círculo hermenêutico, em que primeira mimese (pré-figuração), segunda mimese(configuração) e terceira mimese (refiguração) da ação narrativa se apresentam como portas cíclicas do processo interpretativo.

¹ Compreendido no terceiro sentido proposto por Ricoeur (2010) ou seja, tradição enquanto portadora de uma verdade do passado.

² *Oxford Dictionaries* conceituam a pós-verdade como “[...] circunstâncias em que os fatos objetivos são menos influentes em formar a opinião pública do que os apelos à emoção e à crença pessoal” (Oxford Dictionaries, 2016).

2 Crise: do conceito histórico político ao campo jornalístico

Nossa abordagem tem como guia inicial o pensamento de Reinhart Koselleck (2009) que afirma que a crise nasce da dissociação e perda do vínculo com o passado, que, por sua vez, convoca distintos vínculos com o futuro. Por outro lado, a crise também se instaura, na visão deste autor, pela atuação do pensamento crítico numa esfera política. A crise tem, dentre outros processos de acionamento, a crítica a um passado rejeitado em uma conjuntura de um determinado presente que logo se transforma em um futuro passado, em que a crise se arrasta, às vezes, de forma contumaz.

Para François Hartog (2015), o processo de crise tem como ponto nevrálgico uma assimetria exposta entre a experiência e a expectativa. Logo, quanto menos se conhece o passado, quanto menos se confia na história, mais se tem medo do futuro, mais a expectativa se transforma em angústia, provocando dúvidas e lutas permanentes que são motivadoras e mantenedoras da crise.

Na atualidade, tanto quanto em momentos anteriores da história, as crises se agravam e se estendem entre os campos político e comunicacional. Nesse sentido é que as palavras que Koselleck (2009:138) destina ao tempo das luzes, da crítica e do progresso podem também ser aplicadas ao momento presente, sobretudo quando destaca que “ [...] a realidade da crise é a transferência, para a política, de uma luta de forças supostamente polares. A jurisdição moral determinava a consciência política nascente”. Nesse ponto, o autor já nos fala sobre a instauração de um desentendimento no seio da sociedade, em que o dualismo determina a vida política, considerando que a decisão política passa a ser o resultado de um processo moral de julgamento.

O conceito de crise, portanto, compreende uma unidade dos eventos e não deixa espaço para divisões dualistas que deixam um domínio extra-estatal intocado. Mas o conceito de crise, vinculado por Rousseau ao sentido de anarquia política, a crise como ruptura de toda ordem, como desmoronamento de todo o regime de propriedade, ligada a convulsões e agitações imprevisíveis, ou seja, a crise como crise política do Estado como um todo, não representava de modo algum a forma como se exprimia a consciência burguesa dessa mesma crise. Ao contrário, a consciência pré-revolucionária da crise se alimenta da forma específica de crítica política feita pela burguesia ao Estado absolutista (KOSELLECK, 2009: 145-146).

A crise potencializada caminha para rupturas do *status quo* então vigente. Nesse sentido é que Koselleck destaca que o resultado de uma crise política pode ser a liberdade ou a escravidão, como pontos culminantes de uma visão que cada sociedade tem si mesma em seu tempo. “De fato, ela é somente o fim do processo crítico que a

sociedade, separada do Estado, moveu contra este Estado” A crítica se transforma em um tribunal moral, cujas leis estão escritas nos corações dos críticos burgueses” (KOSELLECK, 2009: 150).

Do ponto de vista histórico, as rupturas sempre foram pontos de interesse para uma narrativa historiográfica, portanto, o presente histórico sobre o qual nos debruçamos carrega em si a potência de sua historicidade. Não falamos, como dito, em história enquanto corpo completamente morto, na concepção de Certeau (2011), mas nos situamos no momento de sua construção social, em que memória e história, mãe e filha, *Mnemosyne* e Clio se constroem, se estruturam e se alimentam.

Nesse ponto, vale ponderar que as crises atuais no ambiente jornalístico partem não somente de uma dissociação com o passado, mas de uma revelação da íntima ligação que o *ethos* jornalístico (LEAL, 2018), forjado na modernidade, manteve e ainda mantém com o mercado da informação, como também da visibilidade dos caminhos que o jornalismo construiu para dotar a sua narrativa de uma credibilidade vendável. Nesse mesmo lugar, as práticas predatórias de um jornalismo que se autolegitima como credor da verdade se tornaram transparentes, trazendo consequências ao mercado e ao campo.

Por outro lado, o empoderamento social possibilitado pelas tecnologias e, sobretudo, pela comunicação reticular e em rede tem abalado as estruturas tradicionais de produção e circulação de notícias, com produção e fruição de falsas informações. Além disso, em um cenário virtual, o nascimento de novos modelos de negócio tem impactado no mercado tradicional.

Todo esse cenário tem acarretado em crises no ambiente jornalístico, e falamos em crises no plural porque são processos críticos que colocam em cheque o próprio *ethos jornalístico* e tem abalado as estruturas mais seguras do campo, questionando os valores e a importância do jornalismo em um ambiente em que a sociedade não mais se enxerga como da informação, visto que o excesso se transformou em desinformação, mas sim se situa em um contexto em que o controle e a disputa pela atenção se sobressaem.

A crise no jornalismo, portanto, parte da consciência que a sociedade adquire das práticas do campo, como também do uso abusivo de práticas manipulatórias e intrínsecas ao jornalismo no mercado da informação, dentre outros fatores acima já relacionados. Em xeque: acontecimento, notícia e verdade em confronto com a não verdade.

2.1 O acontecimento, a verdade e a não verdade

Nesse sentido, há que se considerar que, dentre as inúmeras abordagens possíveis para se adentrar e compreender as crises por que passa o jornalismo e seu mercado, é importante perceber que a compreensão que a sociedade tem sobre os acontecimentos nos dias atuais passou a ser, em larga escala, tensionada por narrativas emocionais e não factuais, pautada em valores individuais e coletivos, o que nos leva a uma das questões centrais do *ethos* jornalístico moderno (LEAL, 2018), qual seja: seu atrelamento ao fato e seu reconhecimento social como um lugar destacado de onde se emana uma determinada “verdade” aceita e reconhecida socialmente. O novo posicionamento do público rompe de certa forma com o contrato de leitura³ proposto por Veron(2004) e impõe ao jornalismo reformulações e novas posições.

Nesse caminho, é importante pensar o acontecimento por diversas perspectivas, sobretudo as que tem procurado não somente desconstruir, mas apresentar outros prismas possíveis de compreensão dos fatos e de seu atrelamento a uma interpretação do real e de uma possível verdade. A visão de Slavoj Zizek (2017), polêmico psicanalista e filósofo esloveno da atualidade, por exemplo, desconstrói o conceito através de uma viagem filosófica. Um dos eixos de partida é a questão sobre a natureza do conceito: seria o acontecimento uma mudança na realidade ou nossa compreensão da realidade? O autor apresenta, assim, uma oposição conceitual em que uma abordagem ontológica contrapõe uma abordagem transcendental, podendo o acontecimento ser uma propriedade do real ou uma apreensão desse real. Com inspiração hegeliana e lacaniana, sobretudo, Zizek elabora os acontecimentos da filosofia e os acontecimentos da psicanálise, destacando a fluidez nos campos e entre os campos.

Já Jacques Rancière (1995) é bem preciso. Para este filósofo, o acontecimento é

[...] a conjunção de um conjunto de fatos e de uma interpretação que designa esse conjunto de fatos como acontecimento singular. Em outras palavras, é a conjunção de um conjunto de fatos e uma subjetivação. Não há acontecimento sem sentido de acontecimento, sem subjetivação de acontecimento. Para empregar uma palavra má reputada, não há acontecimento sem “ideologia”, sem um alguém por quem e para quem ele tem sentido de acontecimento (RANCIÈRE, 1995: 239).

³ O conceito de contrato é uma espécie de espaço imaginário onde percursos múltiplos são propostos ao leitor, paisagens onde o leitor pode escolher um caminho mais ou menos de liberdade, onde zonas nas quais ele possa se perder, ou seja, perfeitamente balizado. Ao longo da estrada o leitor encontra personagens diversos que lhe propõem atividades várias, através das quais se vêem possíveis traços de relações, segundo as imagens que estes lhes passam. Um discurso é um espaço habitado de atores, de objetos e ler é colocar em movimento este universo, aceitando ou recusando, indo mais além à direita ou à esquerda, investindo mais esforços [...] (VERÓN, 2004: 216).

Adriano Rodrigues (1993), ao tratar do acontecimento jornalístico, lembra que este seria algo que irrompe na superfície da história se destacando em meio a uma infinidade de fatos. O acontecimento jornalístico termina sendo construído a partir de um processo de produção noticiosa que dota o fato de argumentos do campo jornalístico/midiático para que este se torne vendável e capaz de chamar e manter a atenção do público. Não falaremos aqui do processo de construção/produção das notícias, nem tampouco de sua complexidade, todavia, vale chamar atenção para o fato de que historicamente, tanto no ambiente da historiografia, quanto do jornalismo, o acontecimento mantém íntima ligação com a “verdade”, ou com a política de verdade (Foucault, 2008) da sociedade em que surge/irrompe, temporalmente e contextualmente.

Acontecimento e verdade estiveram atrelados nos campos do conhecimento, durante a vigência da modernidade e suas narrativas científicas objetivas. Por outro lado, e, segundo Foucault, a verdade não está fora do poder. A verdade mundana é construída graças a coerções múltiplas e seus efeitos no mundo são regrados pelo poder.

Cada sociedade tem seu regime de verdade, sua “política geral” da verdade, isto é, os tipos de discursos que ela aceita e faz funcionar como verdadeiros; os mecanismos e as instâncias que permitem distinguir os enunciados verdadeiros ou falsos, a maneira como se sancionam uns e outros, as técnicas e os procedimentos que são valorizados para obtenção da verdade, o estatuto daqueles que têm a função de dizer o que funciona como verdadeiro (FOUCAULT, Ditos e Escritos III: 112).

É nesse escopo, enquanto uma instituição construtora, verbalizadora, projetora, mas também reguladora de uma verdade, que o jornalismo enquanto fenômeno contemporâneo se projetou socialmente como uma fala credível, a partir do lugar que ocupava como um dos *lócus* detentor do estatuto de verdade. Lugar este que vem perdendo velozmente, tanto pelo empoderamento da sociedade nas redes sociais, como pela implosão interna provocada pela visibilidade de seus reais processos e condutas. O jornalismo vive, portanto, em permanente crise, nos termos que Koselleck (2009) argumenta, visto que a crítica encontrou terreno fértil para crescer e a crise terreno aberto para se instalar.

Em meio à crise de credibilidade das instituições que antes eram suportes para “emissão” de “verdades”, e, sobretudo, no que concerne ao mundo político atual, nos inquieta a proliferação de narrativas no ambiente político midiático que possuem como foco central não o acontecimento, ou, construção do fato, ou mesmo uma representação deste, mas narrativas que se centram na emoção e nos valores e que muitas vezes são pautadas em discursos que não possuem nenhum fundo de real, o que nos leva novamente a Arendt (2011: 288) para quem

[...] embora as verdades de maior importância política sejam factuais, o conflito entre verdade e política foi descoberto e articulado pela primeira vez com respeito à verdade racional. O contrário de uma asserção racionalmente verdadeira é ou erro e ignorância, como nas Ciências, ou ilusão e opinião, como na Filosofia. A falsidade deliberada, a mentira cabal, somente entra em cena no domínio das afirmações factuais; e parece significativo.

Esse embate entre o fato e sua ligação com a verdade e as narrativas emocionais e não verdadeiras, que são objeto das observações e ponderações de Arendt (2009, 2011), quando se debruça sobre o holocausto e os extremismos da segunda guerra, em que crise, catástrofe e traumas emergem em nível mundial, retorna nos dias atuais a partir do avanço conservador na esfera política no ocidente. Para Kukatani (2018:11), o declínio da verdade revela o enfraquecimento do papel dos fatos na vida pública,

E não são só notícias falsas: também existe a ciência falsa (produzida por negacionistas das mudanças climáticas e anti-vaxxers, os ativistas do movimento antivacina), a história falsa (promovida por revisionistas do Holocausto e supremacistas brancos) , os perfis falsos de norte-americanos no Facebook (criados por *trolls* russos) e os seguidores de “likes” falsos nas redes sociais (gerados por bots).

D’Ancona (2018), por sua vez, em análise similar, nos alerta para o que chama de tendência global que seria o desmoronamento do valor de verdade, que ele compara ao colapso de uma moeda. Para este autor, não existe mais fé pública em instituições e atores sociais que antes representavam lugares consagrados de construção e emissão de narrativas de verdade, tais como o jornalismo, a academia, a ciência etc.

Uma questão interessante é que ambos os autores mencionados por último - a saber: Kukatani e D’Ancona - elencam que, na esteira e como influência do afastamento do fato das narrativas midiáticas e históricas, estaria a desconstrução do real e da verdade trabalhados pelos filósofos, sociólogos e teóricos pós-modernos, cujos ensinamentos de algum modo teriam chegado de forma equivocada ao *establishment* político e ao homem comum, ou, como prefere Foer (2018), ao mundo que não pensa, influenciando e levando a um descrédito das narrativas midiáticas/jornalísticas, como também, das narrativas científicas e históricas.

2.2 Em busca de caminhos epistemológicos, de novas práticas, novos processos e novos horizontes

A contextualidade exposta é, portanto, complexa e pressupõe novas posturas aos profissionais e cientistas que trabalham com proximidade ao factual e precisam reforçar seus lugares de produção de narrativas credíveis, sejam elas científicas, históricas ou jornalísticas, uma vez que a crença se destaca nos dias atuais, impulsionada por valores pessoais e, em grande medida, por uma narrativa religiosa conservadora de grande alcance e repercussão.

Nesse sentido é que Muniz Sodré (2014), imbuído de uma intencionalidade crítica, mas também de fortalecimento da epistemologia do campo da comunicação, propõe uma ciência /do comum que comporte a sociedade atual.

[...] O que muda na sociedade contemporânea é a profunda afetação da experiência atual pela acessibilidade imediata das novas tecnologias da comunicação, que acaba transformando a “ferramenta” (o dispositivo técnico) numa espécie de morada permanente da consciência. O tempo da existência se inscreve na causalidade maquinal da eletrônica. Assim, a temporalidade se acelera, criando efeitos de simultaneidade e sensações do imediatismo dos acontecimentos. O “efeito SIG” (simultaneidade, instantaneidade e globalidade) já está definitivamente inscrito na temporalidade cotidiana, abolindo todas as distâncias espaciais pela prevalência do tempo (SODRÉ, 2014:115).

Nesse cenário, se seguirmos com Sodré e Wolton, por exemplo, vamos perceber, pelo menos de imediato, um dos lados do processo de crítica que culmina com a crise holística que se estabelece nos meios jornalísticos no cenário digital. Visto que os

[...] mediadores, para se protegerem das pressões que sofrem do exterior, se autolegitimam e consideram suas escolhas como objetivas e justas. Eles estão convencidos – e isto é, sobretudo, verdadeiro para a elite jornalística - de desempenhar um papel essencial. O enorme sistema de comunicação de nossas sociedades chega assim ao resultado paradoxal de só iluminar um número limitado de problemas e de interlocutores (SODRÉ, 2014:116).

Nesse diagnóstico inicial, o autor aponta para vertentes problemáticas e concernentes ao campo da comunicação e do jornalismo. De um lado, a autolegitimação acarreta em contrafeitos epistemológicos, uma vez que, “[...] o discurso produzido pela mídia sobre a mesma perturba o princípio epistemológico da não consciência, segundo o qual são inadequadas as motivações dos agentes sociais para se estabelecer o sentido de suas ações” (*idem*). O que por sua vez acarreta em um conflito no campo das representações que a comunicação constrói sobre si mesma.

Imerso numa insólita continuidade entre o sujeito e o objeto, o meio profissional constrói uma narrativa sobre a sua própria atividade, com um fundo pedagógico, mas certamente diferente da reflexão escolarizada (a educação sistemática) que a disciplina científica favorece, embora o jornalismo dito “de qualidade”, pari passu com o declínio generalizado da forma escolar, tenha assumido aos poucos o discurso das ciências sociais (SODRÉ, 2014:118).

Em outro prisma, os meios jornalísticos de “referência” comumente, como afirma Sodré acima, limitam os atores sociais que podem ter suas falas visibilizadas através da grande m  dia, deixando grande parte da sociedade sem acesso a uma voz que tenha alcance nacional. O monopólio da fala reduz a diversidade narrativa, deixando que poucas versões discursivas prevaleçam, muitas vezes forjando um consenso a partir da agenda da média.

O fato    que, analisando as práticas e não as constru  es epistemológicas, como faz Sodré, nós nos deparamos com a mesma tensionalidade, uma vez que “[...]mergulhados na onipresença da informa  o e das redes, na qual cada um    potencialmente capaz de se exprimir, os públicos não se deixam constituir facilmente como objetos de análise [...]” (SODRÉ, 2014: 118). Como bem destaca o autor, há um hibridismo entre os atores da produ  o e do consumo, ou melhor, entre o conhecimento e o consumo que “[...] manifestadamente se confundem, estreitando o espaço para a emergência de um campo aut  nomo do saber comunicacional que deveria funcionar como um novo tipo de media  o crítica entre os atores sociais afetados pela dimensão tecnomercadol  gica” (*idem*).

Por outro lado, a sociedade da desinforma  o, ao lado das estratégias de um mercado que disputa nossa aten  o o tempo todo, nos leva, em diversas vertentes, a uma impotência do agir comunicativo, o que, por sua vez, converge para questões complexas e provoca pontos de ruptura, como dito, entre os contratos de leitura anteriormente vigentes entre os meios jornalísticos e a sociedade, sob a vigência do desentendimento⁴ de caráter político, no sentido de Ranc  re (2018). Na economia da aten  o,

⁴ Por desentendimento entendemos um tipo determinado de situa  o de fala: aquela em que um dos interlocutores ao mesmo tempo entende e não entende o que o outro diz. O desentendimento não    o conflito entre aquele que diz branco e aquele que diz preto.    o conflito entre aquele que diz branco e aquele que diz branco, mas não entende a mesma coisa, ou não entende o que o outro diz a mesma coisa com o nome de brancura. A generalidade da fórmula exige evidentemente algumas precisões e obriga a fazer distin  es. O desentendimento não    o desconhecimento. O conceito de desconhecimento pressupõe que um outro dos interlocutores ou os dois - pelo efeito de uma simples ignorância, de uma dissimula  o concertada ou de uma ilusão constitutiva - não saibam o que um diz ou que diz o outro. Tampouco    o mal-entendido produzido pela imprecisão das palavras (RANCI  RE, 2018:10).

[...] em um mundo rico de informações, a riqueza de informações significa a escassez de algo mais: a escassez do que quer que seja que a informação consume. O que ela consome é bem óbvio: a atenção de seus recipientes. Assim, uma riqueza de informação cria uma pobreza de atenção e a necessidade de alocar a atenção eficientemente entre uma super-abundância de fontes de informação que pode consumi-la (SIMON,1979).

Por outro lado, como dito, impõe-se uma impotência do agir comunicativo⁵ enquanto gerador de racionalidade, criticidade e razoabilidade e proposto enquanto uma alternativa pra uma ação estratégica intencional e manipuladora (HABERMAS, 2019). O agir comunicativo seria o motivador para o diálogo, objetivando o entendimento pautado em decisões consensuais.

Todavia, tomando como base os atuais processos comunicativos, degenera-se a capacidade para o diálogo e as bolhas se estabelecem intencionalmente pelas estratégias de marketing pautadas em uma psicologia behaviorista, que se estruturam e se disseminam, em grande medida, por meio de *bots* e algoritmos, como no caso das campanhas políticas desenvolvidas pela *Cambridge Analytic* na Europa, África e América do Norte que tem como mote estratégias intencionais de construção da ignorância.

No jornalismo é interessante acompanhar o processo de implosão dos valores de uma sociedade e de suas construções basilares e constituídas no regime de historicidade da modernidade (HARTOG, 2015), cujos pilares estão sofrendo embates e críticas diárias.

O fato é que o *ethos* jornalístico constituído em um ambiente moderno, sobretudo como uma prática social mercadológica e vendável por sua proximidade com a factualidade, através de métodos criados para manter essa proximidade minimamente visível aos olhos do público; tem sido contestado e apropriado pelo *mainstream* político de vários países, mas também, pela sociedade e pelo mercado da desinformação que, empoderados, produzem conteúdos sem ter a factualidade ou uma proximidade possível com a verdade, como preocupação.

A credibilidade de um jornalismo que se constituiu mercadologicamente como lugar de fala respeitável está sendo contestada e novos métodos, ou a prática de tornar métodos antigos visíveis, estão sendo testados, através, por exemplo, das agências de checagem. Todavia, tais práticas, a nosso ver, não são suficientes para que estabeleçamos um novo pacto social em torno da importância da factualidade na sociedade contemporânea.

⁵ Habermas (2019) define algumas normas universais características do agir comunicativo, como o diálogo imparcial, a inclusão completa da oposição, a liberdade de opinião e a facilidade de interação, dentre outros.

Velhos meios em “novos” suportes trazem velhas e “novas” práticas, objetivando fazê-las conviver em uma sociedade que não mais faz parte do contrato estabelecido no passado. Nossa sociedade já estabeleceu novos processos de construção de cadeias informativas que muitas vezes não passam sequer pelo jornalismo, mesmo enquanto lugar de checagem.

As rupturas estão visíveis. A estrutura está exposta. Quais caminhos há para seguir?

Mesmo assim, ainda vivemos no Brasil uma grande concentração de empresas de comunicação em mãos de poucos grupos familiares e empresariais. Segundo o *Media Ownership Monitor*⁶, os 50 maiores veículos de comunicação do Brasil, considerando a audiência como principal parâmetro do ranking realizado pelo MOM, são controlados por poucos grupos e 26 deles estão ligados a apenas 5 famílias.

Todavia, desde o início da atual década, tem surgido no Brasil práticas de um jornalismo híbrido que tanto carrega um lastro do passado enquanto prática social, como um encontro com um horizonte de expectativas (KOSELLECK, 2015). Essas práticas podem ser visualizadas no que se está denominando de mídia livre, como também em sites de jornalismo interpretativo e explicativo, mas que, em si, se revelam como um jornalismo que aponta seu lado e se propõe a ser resistência em um cenário político extremamente complicado.

Esses sites e plataformas seguem os passos do Indymedia (2000), CMI (2001), dentre inúmeros outros, do então denominado jornalismo cidadão, que se destacaram com o *webjornalismo* entre os séculos XX e XXI.

3 Um olhar inicial para as mídias livres no Brasil

No começo deste texto, deixamos claro o seu caráter híbrido, portanto teórico-empírico, ensaístico e interpretativo, cujo processo de análise e interpretação tem como guia a hermenêutica da consciência histórica de Ricoeur (2010). O intuito inicial foi proporcionar um encontro entre epistemologias, teorias e conceitos em transição e a prática jornalística, em um exercício da praxe.

Todavia, não há aqui uma intencionalidade de análise profunda e resultados definitivos, mas tão somente um processo de interpretação ainda inicial que esperamos, possa levar a pesquisas mais aprofundadas.

⁶ O *Media Ownership Monitor* é uma iniciativa do Ministério de Cooperação Econômica da Alemanha em parceria com a Organização *Repórteres sem Fronteiras*.

No ambiente das mídias livres, portanto, voltamos nosso olhar para dois dos principais coletivos que tem sede no Brasil, a saber: *Mídia Ninja* e *Jornalistas livres*.

3.1 Mídia Ninja

A *Mídia Ninja* (Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação), nascida em 2011 a partir de uma articulação da rede de coletivos denominada *Fora do Eixo*, se configura como uma rede de mídia declaradamente de inclinação ideológica de esquerda, com uma atuação sociopolítica, e se declara como uma alternativa à imprensa mercadológica. A rede encontra-se presente em mais de 250 cidades brasileiras.

A *Mídia Ninja*, além de ser uma rede de jornalistas, colunistas e colaboradores que se espalham pelo país, trabalha a partir da integração das mídias e das redes sociais com canais no Facebook, Twitter, Flickr, Tumblr e Instagram, para além do seu portal de notícias. As práticas da *Mídia Ninja* se estruturam, sobretudo, a partir de um fluxo de vídeos em tempo real, aos quais se seguem notas curtas ou notícias mais explicativas.

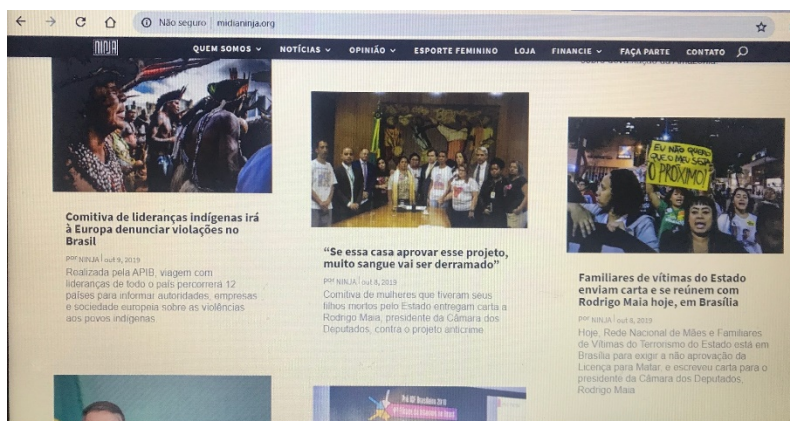


Figura 1- Portal Mídia Ninja (<http://midianinja.org/>)

Em seu portal, localizamos uma relação de perguntas sobre os principais pontos de seu modelo de trabalho no campo da comunicação, ou, como denominam, de seu arranjo. A primeira das perguntas se refere ao jornalismo: A Mídia Ninja é jornalismo? Resposta: “Sim. O Jornalismo é uma das ferramentas e linguagens que utilizamos para levantar temas e debates, fortalecendo narrativas que não têm visibilidade nos meios convencionais de comunicação”. Ainda no campo das características do *ethos* jornalístico moderno, a segunda pergunta enfoca a questão da imparcialidade. E a resposta é enfática: a *Mídia Ninja* não é imparcial.

Defendemos abertamente a parcialidade enquanto um princípio de nosso trabalho, por acreditar que nenhuma construção humana é capaz de ser imparcial, já que resulta da soma e do acúmulo de todas as suas experiências anteriores e de nossas visões de mundo.

O Jornalismo – assim como a ciência – apoiaram-se historicamente na noção de imparcialidade como forma de ter credibilidade e legitimidade. Contudo, com uma nova lógica de troca de conteúdo e com novas possibilidades de audiência, mais do que buscar uma única “verdade” para os fatos, temos hoje uma multiplicidade de leituras e possibilidades, e isso é o que qualifica atualmente o conteúdo e é a base da troca de informação e credibilidade.

Valorizamos a multiplicidade de parcialidades e buscamos alinhar a informação com um conjunto de valores e direitos sociais, com os quais temos compromisso e que para nós são fundamentais. Nossas pautas são nossas causas. Acreditamos no movimento e na transformação social, a partir de uma experiência radical de mídia livre e distribuída, a serviço de uma nova narrativa social, mais comunitária e mais afetiva (MÍDIA NINJA, 2019).

Ainda sobre a atuação no campo da comunicação, a rede esclarece o que pensa sobre as mídias tradicionais. Para a Mídia Ninja,

As grandes corporações de mídia vivem uma intensa crise. Esse momento pode ser entendido em dois aspectos principais: no âmbito econômico, de um modelo pautado pela venda de anúncios e a circulação física de publicações que não conseguem se adaptar aos novos tempos digitais, e de credibilidade, por anos e anos de omissão e manipulação de informações em prol do poder econômico e de grupos políticos de seu interesse.

A velha mídia está amarrada a uma linguagem e a um padrão de qualidade que são paradigmas do jornalismo comercial, com pouca abertura para experimentação e adaptação às novas formas de produção e interação com a informação permitidas pela explosão das redes sociais (MÍDIA NINJA, 2019).

Em grande medida, as mídias livres estão conseguindo pautar os meios de comunicação tradicionais, em parte pela grande rede que possuem com tentáculos em todo o país e, em todos os eventos, manifestações e nas mais longínquas cidades. Os jornalistas e cidadãos vinculados ou não às mídias livres, ao transmitir os eventos e denunciar situações políticas, sociais, culturais, etc., se comunicam diretamente com cada mídia, pelas redes sociais, marcando as hashtags do momento, retirando comunidades inteiras do silêncio imposto pelas mídias tradicionais. A visibilidade proporcionada pelas redes está pautando em grande medida os grandes veículos de jornalismo tradicional. Inúmeros exemplos podem ser acompanhados diariamente em temáticas que surgem na *Mídia Ninja* e que a noite se colocam como destaques no telejornalismo. Todavia, há também pautas muito divulgadas pelas mídias livres e através das redes sociais sobre as quais a mídia de “referência” se cala e tenta silenciar, visto que são pautas sociais que não fazem parte de seu interesse mercadológico e/ou político.

O site ainda esclarece como se relaciona com outras mídias livres e com a mídia tradicional. Sobre outras mídias independentes, a *Mídia Ninja* adota uma postura de positividade.

Acreditamos na colaboração e cooperação como princípios básicos para criação de novas formas de sociabilidade na sociedade contemporânea. Além disso, entendemos que neste novo contexto global, a descentralização e a democratização da comunicação são fundamentais para dar conta dos desafios de consciência dos cidadãos do mundo. Defendemos e acreditamos que é fundamental o surgimento e o desenvolvimento das mídias independentes e buscamos fomentar essa perspectiva a partir de nossas ações. Apenas com a união e colaboração entre as mídias independentes é que poderemos apresentar novas alternativas de jornalismo e comunicação e fazer contraponto a uma mídia tradicional altamente verticalizada pelos interesses econômicos e políticos estabelecidos. Sendo assim, colocamos este portal à disposição de coletivos e veículos midiativistas para divulgação de seus conteúdos e trocas de experiências. Vida longa ao midialivismo! (MÍDIA NINJA, 2019).

Já no que concerne às mídias e veículos jornalísticos mercadológicos e tradicionais, a *Mídia Ninja* se coloca como sendo um fator de transformação no campo comunicacional e jornalístico.

A Experiência da *Mídia NINJA* causou um grande abalo e trouxe novos enfoques ao debate de comunicação no Brasil. O que garantiu essa potência foi uma soma de fatores: mais de uma década de acúmulo das reflexões e práticas de *Mídia Livre*, o surgimento constante de novas tecnologias que barateiam e democratizam o acesso à produção e à distribuição de conteúdo, uma crise no sistema de comunicação que entende a informação como *commodity* e, principalmente, a existência de uma arquitetura de rede, construída a partir da experiência do *Fora do Eixo*, que foi capaz de difundir com muita eficiência o conteúdo produzido pela *Mídia NINJA*.

No contexto das Jornadas de Junho, no qual assistimos a um salto de consciência política do País, o registro e a transmissão dos protestos feitos de dentro e com múltiplos pontos de vista, apresentou um material que ao mesmo tempo ganhava muita credibilidade e era viralizado pelo público, que não se via representado pela cobertura da velha mídia. Esse quadro instigava os veículos tradicionais a tratarem o próprio projeto da *Mídia NINJA* como notícia.

Todo esse arranjo gerou ampla visibilidade e ajudou a mudar as ideias de comunicação, a partir de um exemplo prático de cobertura independente feita em rede (MÍDIA NINJA, 2019).

Consideramos, portanto, a *Mídia Ninja*, parcialmente, dentro de um escopo de uma pós-modernidade e intencionalmente e conscientemente fora de uma concepção de jornalismo pautado em um *ethos* construído dentro de um regime de historicidade da modernidade e cuja credibilidade e reputação foram construídas a partir de um pretenso lugar social de verdade, em que um método, pautado em práticas de apuração, pretensas objetividade e fidelidade ao fato, imparcialidade conferida pela oportunidade de fala das partes envolvidas no acontecimento, regia tanto a forma de atuação dos jornalistas que usavam um óculos especial e possuíam um determinado *habitus* que os relacionava diretamente ao valores do campo (BOURDIEU, 1989,1997).

Consideramos a *Mídia Ninja* parcialmente imersa na pós-modernidade, porque esta, mesmo se afastando dos métodos “antigos” de construção de narrativas informativas/jornalistas procura trabalhar em prol de uma verdade, trazendo a autoridade jornalística do passado, enquanto tradição do campo, reforçando que a verdade sobre a verdade passa por nós, jornalistas. Por outro lado, se utiliza tanto da linguagem jornalística configurando a formação das tradições instituídas no passado, como trabalha como uma correia de transição para as novas verdades anunciadas, conformando um processo de tradicionalidades, conforme Ricoeur (2010).

A *Mídia Ninja* é clara ao explicitar o seu modo de trabalho e de compreensão do jornalismo e anuncia, assim, um horizonte que se interliga a uma experiência, visto que, até o final do século XIX, o jornalismo se manifestava de forma parcial através das folhas políticas e opinativas. A *Mídia Ninja* inova com um posicionamento subjetivo e parcial, mas, tanto quanto no passado do jornalismo político, deixa claro o seu lugar social (CERTEAU, 2011).

O horizonte anunciado nos faz recorrer a Gadamer (2015), para quem nem toda verdade necessita, primordialmente, de um método moderno, ela pode estar pautada em uma visão clara de mundo que contemple os valores de uma sociedade em sua contemporaneidade. Toda objetividade passa antes por um processo de escolha subjetivo, logo, em que pese que todo jornalismo é uma narrativa feita de escolhas, há que se conferir o lugar primordial que a subjetividade possui nesse processo. Por outro lado, o reconhecimento da parcialidade como algo inerente à condição humana dota a prática jornalística de uma flexibilidade narrativa; todavia, não reduz a responsabilidade do narrador, ao contrário, se impõe um imperativo ético que interliga o profissional, o acontecimento e a narrativa exposta ao público. Novamente, tradição, tradições e tradicionalidades se fazem presentes como marcas da experiência do campo jornalístico e comunicativo que embora mutante, não se desprende completamente do passado, reforçando a necessidade de manutenção de vínculos com a experiência.

3.2 Jornalistas Livres

Os *Jornalistas Livres* se autodenominam uma rede de coletivos cuja característica primordial é a diversidade. “Existimos em contraponto à falsa unidade de pensamento e ação do jornalismo praticado pela mídia tradicional centralizada e centralizadora”.

A rede de coletivos se coloca em oposição ao mercado jornalístico midiático e faz questão de colocar sua independência em relação ao mercado, padrões ou empresas, destacando como primordial princípio a liberdade e a defesa desta.

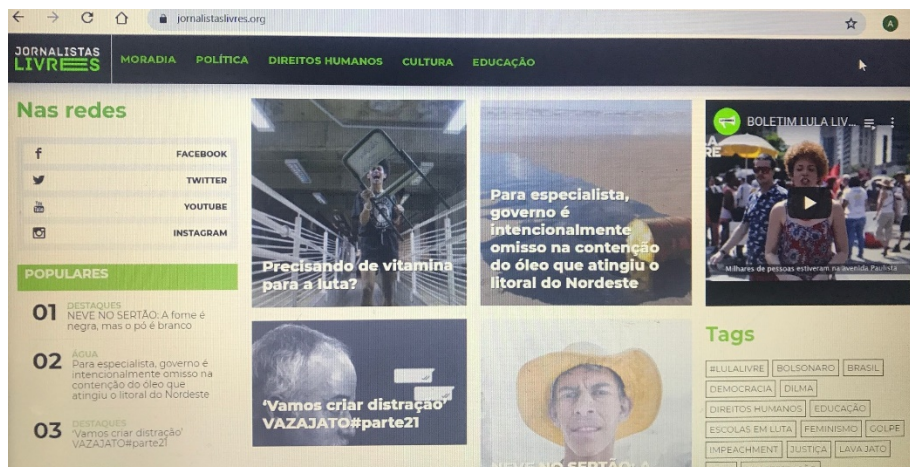


Figura 2- Jornalistas Livres (<https://jornalistaslivres.org/>)

No que concerne ao modelo narrativo adotado pela rede, destacam que produzem reportagens e lamentam

[...] o confinamento a que a indústria midiática relegou ao mais nobre dos gêneros jornalísticos e trabalhamos para reduzir o abismo de desequilíbrio. A matéria-prima de nossas reportagens é HUMANA. Almejamos um jornalismo humano, humanizado e humanizador, ancorado principalmente em personagens da vida real (não só em estatísticas), na frondosa diversidade da vida dentro da floresta (não à distância robocop das tomadas aéreas panorâmicas), na fortuna das histórias (não dos cifrões) (JORNALISTAS LIVRES, 2019).

A luta pela democratização da informação e da comunicação, assim como a luta contra a mídia tradicional que impõe um modo de pensar e de produzir jornalismo, encontra-se na pauta central dos Jornalistas Livres.

Agimos por espírito público, jamais por interesses privados. Produzimos reportagem, crônica, análise, crítica, nunca publicidade ou lobby privado. Somos jornalistas-cidadãos e jornalistas-cidadãos, **comprometidos** a informar sob a égide da cidadania e do combate às desigualdades. Trazemos notícias **dos fracos e oprimidos**, sabendo que individualmente também somos **fracos e oprimidos**[...] (JORNALISTAS LIVRES, 2019).

No que concerne à imparcialidade, tanto quanto a *Mídia Ninja*, os *Jornalistas Livres* são enfáticos:

[...] não observamos os fatos como se estivéssemos deles distantes e **alienados**. Sabemos que a mídia, o jornalismo e os jornalistas interferem diretamente naquilo que documentamos, reportamos e interpretamos. Não nos anulamos, não nos apagamos das fotografias, não nos escondemos atrás dos fatos para manipulá-los. Nos assumimos como participantes **ativos** dos fatos que reportamos. Participamos da realidade como cidadãos e cidadãs **movidos** pelo interesse coletivo: transparentes, **francos, abertos, democráticos** (JORNALISTAS LIVRES, 2019).

Destacam que, enquanto rede, não competem entre si, e que cada um tem seu próprio lado, sendo que, individualmente, não são neutros, não são imparciais. “Nossa pluralidade é resultado do agrupamento de todos nós, não da ruptura interna de nossos corpos e mentes individuais (JORNALISTAS LIVRES, 2019).

Os *Jornalistas Livres* ressaltam que acreditam no jornalismo como potencial conhecimento transformador e formador de opinião, capaz de dar visibilidade e transpor desigualdades em prol de um mundo menos “[...] autoritário e menos concentrado”. Por outro lado, destacam não tolerar manipulações midiáticas ou políticas.

Os *Jornalistas Livres* afirmam praticar uma observação do cotidiano e aplicar o senso crítico sob um prisma positivo.

Nosso jornalismo é afirmativo, jamais reativo ou reacionário. Não somos jornalistas contra (tudo e todos), somos jornalistas a favor (da justiça, do aprimoramento humano, da convivência em sociedade, da troca, da alegria, da felicidade, da sexualidade, da paixão, do amor, da luta por um planeta mais limpo para as gerações que virão) (JORNALISTA LIVRES, 2019).

Do ponto de vista de um *ethos* jornalístico moderno, os *Jornalistas Livres* contestam a imparcialidade e, de certa forma, a objetividade, ao se reconhecerem dentro do acontecimento observado, mas reforçam a importância da instituição e das suas formas de narrar. Reforçam seu atrelamento devido ao fato e a versões de verdade que devem se aproximar de um real, obviamente, considerando que os processos de produção da notícia, desde o *gatekeeping* até publicação no portal e nas diversas redes sociais, são hoje pautados pela sociedade e atravessados pelas possibilidades tecnológicas.

Para os *Jornalistas Livres*, o jornalismo em mutação deve manter seus principais pilares, que, em seu modo de visão, não se encontram no mercado midiático, mas na potencialidade do campo e de seus atores, aos quais se incorporam os cidadãos que

podem contribuir com a notícia de boa qualidade. Aqui a presença da experiência se manifesta pela necessidade de uma tradição enquanto verdade do passado, vínculo principal com uma construção da reputação do campo jornalístico. Por outro lado, também se estrutura através da manutenção de uma linguagem jornalística, mesmo com as inovações tecnológicas acidentais e intencionais, assim, as tradicionalidades enquanto *links* que estruturam novos contratos entre público e veículo, se anunciam e correm pela rede formada em torno dos *Jornalistas Livres*.

4 Ilação

Em grande medida, o midialivrismo encontra-se relacionado a uma produção midiática a partir das comunidades, coletivos e, em muitos pontos, se confunde com um ativismo midiático, ambos correndo pelas vias alternativas e buscando uma democratização do acesso à informação.

De um ponto de vista histórico, lembramos que desde a década de 1990 já havia uma blogosfera alternativa com jornalistas e cidadãos “nadando” na contracorrente do mercado de comunicação centralizador que, no Brasil, como visto, é dominado por poucos grupos. No final do século XX, nasceu o webjornalismo cidadão, com sites articulados em rede, como o *Indymedia* e o *CMI-Centro de Mídia Independente*, com “filiais” em todo o mundo, dentre outros. Eles se estruturaram e ganharam a adesão de colaboradores em várias partes do globo. O *Overmundo*⁷, site que destaca atividades culturais do Brasil, possui colaboradores de todos os estados e ainda se encontra em atividade.

Desse cenário inicial, proliferaram inúmeros meios e as formas e as práticas jornalísticas foram se transformando. Mais recentemente, creio ser necessário destacar, de um lado, a proliferação das mídias alternativas que ganham a rede mundial de computadores se apropriando das possibilidades tecnológicas e da convergência, modificando o processo de filtragem das informações e de construção do processo noticioso e, de outro, o fato de que os veículos de comunicação corporativos tradicionais se apropriam tanto das possibilidades tecnológicas quanto das novas linguagens e modos livres de produzir e fazer fruir a informação criadas dentro de uma rede de midialivrismo e/ou de ativismo. Então, se, por um lado, há a inserção inegável de novas falas no campo comunicacional e na interação deste com a sociedade, por outro, há uma apropriação do campo tradicional do que há de novo e uma tentativa do mercado de manter o controle dos fluxos de comunicação e da

⁷ <http://www.overmundo.com.br/>

possibilidade de atuar como formador de opinião, em muitos casos como detentor de um monopólio da fala.

Contudo, é válido observar que a comunicação segmentada que flui via redes sociais digitais e embasada em bases não factuais e, portanto, em grande medida fomentada por narrativas mentirosas, vai em certa medida ultrapassar negativamente os processos comunicacionais tanto do midialivrismo quanto das mídias tradicionais, visto que ambos, pelo imperativo da instituição jornalística na qual se inserem, são fundamentados no factual.

Os “canais” de midialivrismo nos trazem a possibilidade de acompanhar outros ângulos dos acontecimentos, além de possibilitar a participação comunitária sob diversas formas e fazer fruir a informação, se utilizando positivamente do arcabouço disponibilizado pelas grandes empresas do ambiente virtual, mas também procurando manter em grande medida a tradição do campo jornalístico, se utilizando das linguagens enquanto tradições e criando vínculos de tradicionalidades que interligam o passado do campo às novas experiências que se anunciam.

Do ponto de vista da centralidade midiática, na sociedade brasileira temos algumas características a serem consideradas, pois ao tempo em que as mídias eletrônicas chegam a todos os lares brasileiros, somos a sociedade com o maior número de usuários de mídias sociais digitais no mundo (REUTERS INSTITUTE, 2019). A formação das “almas” (CARVALHO, 1996), portanto, aparentemente, de um lado, ainda está nas mãos do mercado midiático/jornalístico tradicional. Entretanto, temos no Brasil, por exemplo, cerca de 120 milhões de contas de WhatsApp, aplicativo que em nosso país se transformou em rede social, a partir dos usos grupais que foram feitos no período do pleito eleitoral de 2018. A mesma pesquisa do Reuters Institute revela que um grande número de brasileiros se informa pelas redes sociais, o que abre espaço tanto para a proliferação das falsas informações, como para narrativas de proximidade que não têm o fato como guia.

Nesse contexto, portanto, as mídias livres manifestam sua importância como narradores de pontos de vista sobre acontecimentos que não se coadunam com os veículos de comunicação do mercado tradicional, nem tampouco se assemelham ao trabalho do mercado da desinformação. A importância dos veículos livres está justamente na possibilidade de não se situar acima, abaixo ou ao lado de qualquer mídia tradicional, mas em transpassar essas e se colocar no momento necessário, tensionando o campo. O *lócus* dessas mídias é o tensionamento social, com versões factuais distintas das veiculadas pelas tradicionalidades midiáticas.

A não submissão às regras de um mercado da informação, nem tampouco a um *ethos* jornalístico completamente pautado na objetividade e imparcialidade, possibilita transformações transgressoras e, ao mesmo tempo, portadoras de uma historicidade

que revela os anseios de uma sociedade em que a isenção não é mais aceita como natural. As mídias livres, como dito, possibilitam o acesso a versões factuais distintas das veiculadas comumente nos meios tradicionais. Trazem, em outro prisma, a possibilidade de produção de conteúdo e informação em comunidades fora do eixo, ao tempo em que reforçam o ativismo cultural e o mídia ativismo.

No que concerne a uma participação e formação política do cidadão comum, as articulações reticulares das mídias livres chegam a envolver jornalistas e cidadãos de todo o mundo. O uso que fazem das redes sociais e das possibilidades de caminhos para potencializar a visibilidade de forma positiva é de máxima importância para dar voz aos que não têm voz e para projetar o que comumente seria silenciado pelo mercado da informação.

Outro ponto de destaque é que as mídias livres assumem suas posições políticas partidárias e ideológicas sem abandonar a base factual de produção da informação, mantendo o vínculo com a tradição⁸ do campo.

Dentro de uma historicidade da comunicação, percebemos que em cada temporalidade as comunidades criam meios alternativos de contra discursos oficiais ou tradicionais. Se no século XIX tínhamos os panfletários do primeiro e segundo reinado, se na ditadura civil-militar tínhamos os jornais alternativos, hoje temos uma mídia livre que ocupa linhas de tensão entre os campos político, midiático e cultural. Logo, a existência do midialivismo é uma necessidade de nosso tempo.

Por fim, vale destacar que as mídias livres aqui relacionadas e que compõem o movimento denominado midialivismo, no que concerne ao campo jornalístico, trazem importantes contribuições que apontam horizontes em que a informação permanece como um necessário bem público. Apontam também para rupturas do fazer jornalístico de um passado recente. Talvez o que o futuro nos reserva nem mesmo venha a se denominar jornalismo, visto que as formas de filtragem, apuração e produção, tanto quanto as formas de narrar e os processos de fruição da informação, já são bem diferentes do que se praticava e, em certa medida, ainda se pratica em grande parte dos meios jornalísticos tradicionais. Todavia, para além das transformações que estamos vivenciando, há no horizonte uma esperança para sociedade e esta passa pela qualidade da informação a que a população tem acesso. Isto se refere tanto à informação jornalística quanto à científica, histórica, política, concernente à saúde etc.

Encerro, assim, como iniciei, com Koselleck (2009), para quem todo processo de crítica e de crise, embora se estabeleça em grandes períodos, traz avanços para as sociedades. Esperamos que tragam formas promissoras para o campo jornalístico,

⁸ Na Hermenêutica da Consciência Histórica de Ricoeur (2010) os conceitos de tradição, tradições e tradicionalidades também apresentam aspectos positivos.

cujas crises e impermanências nos levam a um novo pensar para o ambiente profissional.

Referências bibliográficas

- ARENDT, Hannah (2011). *Entre o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectiva.
- (2009). *Origens do Totalitarismo*. São Paulo: Cia das Letras.
- BOURDIEU, Pierre (1997). *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Zahar Ed.
- (1989). *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.
- BARBOSA, Marialva e RÊGO, Ana Regina (2017). Historicidade e Contexto em perspectiva Histórica e Comunicacional. In: *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, v. 24, n. 3, setembro, outubro, novembro e dezembro.
- CARVALHO, José Murilo de (1996). *A formação das almas*. São Paulo: Cia das Letras.
- CERTEAU, Michel (2011). *A escrita da história*. São Paulo: Cia das Letras.
- D'ANCONA, Matthew (2018). *Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake News*. Barueri: Faro Editorial.
- FOER, Franklin (2018). *O mundo que não pensa*. Rio de Janeiro: LeYa, 2018.
- FOUCAULT, Michel (2008). *Ditos & escritos III: arqueologia das Ciências e história dos sistemas de pensamento*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- HABERMAS, Jürgen (2019). *Teoria do Agir Comunicativo*. São Paulo: WMF Martins Fontes.
- HARTOG, François (2015). *Regimes de historicidade: presentismo e experiências do tempo*. Belo Horizonte: Autêntica.
- KOSELLECK, Reinhart (2009). *Crítica e crise*. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2009.
- (2015). *Futuro passado*. Rio de Janeiro: Contraponto.
- KUKATANI, Michico (2018). *A morte da verdade*. Rio de Janeiro: Intrínseca.
- LEAL, Ranielle (2018). *O jornalismo nas crônicas de Rachel de Queiroz e Maria Judite de Carvalho*. Porto Alegre: FAMECOS-PUC-RS [TESE].
- RANCIÈRE, Jacques (2018). *O Desentendimento*. São Paulo: Ed. 34.

- (1995). *Políticas da escrita*. Rio de Janeiro: Editora 34.

RICOEUR, Paul (2012). *A memória, a história, o esquecimento*. Campinas: Ed. Unicamp.

-(2010). *Tempo e Narrativa*. V.1,2,3. São Paulo: Ed. WMF Martins Fontes.

RODRIGUES, Adriano Duarte (1993). O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo: teorias, questões e histórias*. Lisboa: Vega.

SIMON, Hebert (1979). Rational Decision Making in Business Organization. *American Economic Review*. v. 69, September, 1979, p. 493-513.

SODRÉ, Muniz (2014). *A ciência do Comum: notas para o método comunicacional*. Petrópolis: Vozes.

ZIZEK, Slavoj. *Acontecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 2017.

ANÁLISIS DE LAS RELACIONES ENTRE MEDIOS DE COMUNICACIÓN DIGITALES: EJEMPLOS DEL PANORAMA ESPAÑOL

Analysis of the relations among digital media: examples of the Spanish panorama


DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.04>

Recibido: 14/10/2019

Aceptado: 28/11/2019

Publicado: 15/12/2019


Alicia De Lara González

ORCID  0000-0001-5556-6317

Universidad Miguel Hernández de Elche, España

a.lara@umh.es

Lorena Santos Maestre

ORCID  0000-0002-5349-6914

Universidad Miguel Hernández de Elche, España

lsantos@umh.com

Como citar este artículo: DE LARA GONZÁLEZ, Alicia y SANTOS MAESTRE, Lorena (2019): "Análisis de las relaciones entre medios de comunicación digitales: ejemplos del panorama español", en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación* (13) , 53. 70.

Resumen: *El panorama nacional de medios digitales cuenta con multitud de ejemplos en los que las iniciativas interactúan unas con otras e incluso crean proyectos de forma conjunta. Ante esta tendencia a la colaboración, propia de los proyectos que nacen en la red, la presente investigación analiza las colaboraciones y asociaciones que se han producido entre las iniciativas periodísticas españolas consideradas como más innovadoras, de acuerdo a dos proyectos de referencia: el Ranking de Innovación Periodística, elaborado por la Universidad Miguel Hernández de Elche y a la web del Observatorio de Nuevos Medios, coordinada por un equipo de especialistas en diversas áreas. A través de una selección de entrevistas a los responsables de algunos de los medios, del estudio y análisis de contenido de sus plataformas y de documentos y páginas web relacionadas con el panorama mediático nacional, se estudia la simbiosis entre diferentes medios para la creación de proyectos con más o menos continuidad; la absorción de unos por otros o las colaboraciones puntuales para la puesta en marcha de nuevos formatos.*

Palabras clave: *innovación, periodismo, colaboración, medios de comunicación, competencia*

Abstract: *The national digital media landscape has many examples in which initiatives interact with each other and even create projects together. Given this trend of collaboration, typical of the projects that are born in the network, this research analyzes the collaborations and associations that have taken place between the Spanish journalistic initiatives considered as more innovative, according to two reference projects: the Ranking of Innovation Journalism, prepared by the Miguel Hernández University of Elche and the New Media Observatory website, coordinated by a team of specialists in various areas. Through a selection of interviews with those responsible for some of the media, the study and analysis of the content of their platforms and of documents and web pages related to the national media landscape, the symbiosis between different means for the creation of projects is studied. with more or less continuity; the absorption of some by others or the punctual collaborations for the start-up of new formats.*

Keywords: *innovation, journalism, collaboration, media, competition*

1 Marco teórico

El informe elaborado por la Universidad de Oxford y el Instituto Reuters (Borchardt et al., 2019) sobre las necesidades en las redacciones de los medios en tres países europeos revela que existe una importante preocupación entre los líderes de los medios por encontrar y atraer la combinación correcta de talento para acceder a diferentes audiencias e inspirar su confianza. La investigación descubrió asimismo que existe una notable falta de diversidad en las redacciones de los medios, lo que indica que es necesario mejorar los procesos de reclutamiento y la definición de los equipos de trabajo.

Ante un panorama mediático en continua transformación, los trabajos sobre cómo el desarrollo de internet ha revolucionado la industria periodística se publican desde hace ya más de una década, son prolíficos y adoptan enfoques y perspectivas diferentes. Vemos cómo la red ha transformado la producción de los contenidos (Canavilhas, 2009; Cebrián Herreros, 2010; García-Avilés, 2016); los cambios que conciernen a las audiencias (Flores Vivar, 2009; Túnñez, 2009; Meso Ayerdi: 2013) o la transformación de la organización de las redacciones (Domingo, 2005; Puerta, 2006; Meier, 2010; García-Santamaría, Fernández y López-Aboal, 2013).¹

Todas estas investigaciones han demostrado cómo las tecnologías digitales han traído consigo un enriquecimiento de la actividad periodística. Como explicaba Salaverría (2009: 3) hace ahora una década:

Con la entrada del nuevo siglo, las organizaciones periodísticas se enfrentan a un contexto en el que las reglas de juego han cambiado sustancialmente. Desde los primeros pasos del proceso de producción hasta las etapas finales de la difusión y comercialización de los contenidos periodísticos, todos los eslabones de la cadena productiva han experimentado cambios radicales.

De nuevo Salaverría señalaba en uno de sus primeros trabajos sobre Prensa Digital (2006) cuatro “retos pendientes” que consideraba “de especial relevancia para el desarrollo futuro del ciberperiodismo” y que, una década después, continúan siendo un desafío: 1) la exploración de nuevos lenguajes periodísticos para aprovechar las posibilidades comunicativas de la Red; 2) la consolidación de nuevos estándares profesionales para el ejercicio del ciberperiodismo; 3) la instauración de modelos de negocio sostenibles en internet y 4) la formación de los periodistas en el uso de las nuevas tecnologías.

Especialmente, el tercer punto sigue preocupando tanto a los experimentados empresarios como a los nuevos: la búsqueda de un modelo informativo. Pero esta cuestión no se restringe a la producción ni a las audiencias ni a los contenidos. La sostenibilidad del negocio periodístico tiene que ver con todo el proceso y también con el entorno. Hasta el punto de que el propio concepto de innovación se entiende como “una creación de valor añadido para que el producto periodístico aparezca atractivo a los ojos del consumidor, pero también como la búsqueda de un modelo que permita la rentabilidad económica y el ahorro de costes de producción y distribución” (Valero Pastor, 2015).

En la línea de Salaverría y en lo que se refiere a los cambios en el sector empresarial, Becerra ya apuntaba en el año 2000 que se empezaba a apreciar no solo la progresiva diversificación de canales de distribución por parte de los grandes grupos de

¹ Una versión previa de este texto fue presentada al XVI Congreso de AsHisCom de Santiago de Compostela.

comunicación, sino también la cooperación entre empresas de medios más modestas y la cooperación de iniciativas periodísticas con otras organizaciones de sectores distintos (Becerra, 2000). La utilización de recursos ajenos, como los de los propios usuarios, implica una nueva disminución de los costes, que para las organizaciones supone la distribución de contenidos en Internet basados en el uso de recursos que no son propios (García-Avilés, Salaverría y Masip, 2008). En un principio, los cambios en cuanto a relaciones empresariales en el panorama mediático se caracterizaron por la concentración empresarial, pero no todos son fruto de la reducción de personal y del descenso del presupuesto y de los recursos. Otros factores, principalmente el papel de la tecnología, influyen en la organización de las nuevas redacciones y en la transformación de las ya consolidadas.

De esta manera, las relaciones que se están generando en la actualidad entre las iniciativas periodísticas digitales no se caracterizan tanto, o no solo, por la concentración o la absorción de unas por otras, sino más bien por la colaboración y la creación de proyectos conjuntos. En este sentido conviene tener en cuenta que analizar la innovación conlleva centrarse no solo en los productos, sino en los procesos que crean los productos y que pueden incorporar innovaciones de modo tangible o intangible (Dogruel, 2013: 57-8). Pero también en las estructuras de las propias empresas informativas quienes, como señala Briggs (2012), están poniendo cada vez más énfasis en los entornos de trabajo flexibles, la investigación y uso innovador de la tecnología.

En el presente artículo nos centramos en describir las relaciones entre los medios, las relaciones con la competencia, y cómo los medios más innovadores establecen alianzas para alcanzar audiencias diversificadas, pero con intereses comunes ante ciertos contenidos. Estudiar las nuevas rutinas de trabajo y la forma de relacionarse entre los profesionales y los medios nos dará pistas sobre un panorama en el que el concepto de “inteligencia colectiva” que apuntaba Jenkins cobra todo su sentido. Una especie de red no solo digital en la que, según el experto, los límites geográficos se diseminan, surgen nuevas formas de comunidad y de afiliaciones, que comparten intereses y necesitan cambiar y evolucionar y pertenecer a otras comunidades. Comunidades que, según el experto y como veremos que sucede entre algunas iniciativas periodísticas, funcionan como lugares para la discusión colectiva, la negociación y el desarrollo.

1.1 La colaboración como forma de convergencia periodística

Tal y como se desprende de las conversaciones con los profesionales, "la forma de organizar los equipos se rige tanto por la reducción de costes, como por la necesidad

de flexibilizar las rutinas de trabajo y la toma de decisiones" (De Lara et al. 2014: 32). Sin embargo, aunque se palpa la transformación, lo cierto es que el peso de la herencia de lo tradicional todavía es considerable. Un aspecto que dejó patente Boczkowski (2006) en su estudio llevado a cabo sobre diferentes salas de redacción online. Según esta investigación, los proyectos web más innovadores implementaron una función editorial estructurada en torno a un enfoque menos tradicional, entendiendo al público como un conjunto de avezados productores de información, mientras que las redacciones online dependientes de sus homólogas impresas se limitaron a trasponer a la red "los modos del periódico impreso".

En su libro, Boczkowski (2006) insiste en que se desdibujan tanto las fronteras entre las organizaciones, como las que separan a las organizaciones del público al cual se dirigen. Y de esta transformación se desprende el término Conexión Comunitaria, que alude a un nuevo sistema de producción de contenidos informativos en los medios online que permite la existencia de múltiples flujos de información, tanto con la audiencia, como con otros medios.

El *Informe Anual de la Profesión Periodística* contabilizaba en 2015 12.200 puestos de trabajo perdidos en todos los medios de España durante la crisis. Como se percibe en el número de medios que han cerrado en los últimos años, 375 medios, según los datos recogidos en el Informe Anual de la Profesión Periodística elaborado por la *Asociación de la Prensa de Madrid* (APM), los cambios más significativos en las redacciones tradicionales, en cuanto a organización, han tenido que ver principalmente con la reducción de personal y el descenso del presupuesto y de los recursos. Asimismo, la situación de los contratados en periodismo y comunicación es notablemente peor que la del conjunto nacional, según el Informe Anual de la Profesión Periodística 2018. Por lo tanto, resulta lógico pensar que las innovaciones que se adopten en este sentido tendrán como principal objetivo la reducción de costes y la flexibilidad de las rutinas de trabajo.

También conviene poner el foco en los cambios que se han producido en cuanto a los lugares y entornos, los posibles avances en relación a la proximidad con las audiencias y las nuevas rutinas de cooperación, ya se trate entre departamentos del propio medio o incluso entre personal de iniciativas periodísticas distintas que trabajen juntas en determinados proyectos. Incluso, como señala Steen Steensen (2009: 826), conviene tener en cuenta factores como la capacidad de liderazgo de los periodistas, algo que a juicio del autor resulta decisivo en el éxito de los procesos de innovación.

Como explica Cabrera González (2010: 51), la colaboración entre iniciativas se concibe como una forma de convergencia y de integración de redacciones. El autor señala: "Se inicia la convergencia empresarial y la integración de redacciones cuando dos o más medios deciden compartir la producción y la explotación de sus contenidos". El autor también alude a la convergencia profesional, que, según detalla, se produce cuando

“las tareas -antes repartidas entre varios profesionales- comienzan a recaer sobre uno solo y polivalente, es decir, capaz de trabajar para distintos medios”.

Parece evidente que la convergencia está reconfigurando las relaciones fundamentales entre periodistas, sus fuentes y sus audiencias (García-Avilés et. al 2009), porque “propicia la cooperación entre empresas de sectores distintos y la progresiva diversificación de soportes y canales de distribución por parte de los grandes grupos de comunicación”. Se trata de un fenómeno que “afecta al trabajo de los profesionales y la organización de los medios y las redacciones, ya que ha desencadenado profundas transformaciones a la hora de concebir la información y el entretenimiento (García-Avilés et. Al 2009).

Como explican Salaverría, García- Avilés y Masip (2008: 35), la convergencia periodística “no se agota en la mera integración redaccional”. En la obra, los autores hablan de cierto miedo ante la concentración mediática, pero se trata de un miedo que no se percibe en las nuevas fusiones, cuyo objetivo no es exclusivamente económico, puesto que también se llevan a cabo para mejorar la calidad de los contenidos o simplemente a modo de colaboración. La diferencia fundamental entre el panorama de hace una década y el actual, la encontramos en la propia definición que ofrecen los autores de convergencia empresarial: "Cambios estructurales protagonizados por las grandes corporaciones de lo que podemos denominar industrias culturales, informáticas y de telecomunicaciones".

Como se verá en los ejemplos analizados, en la actualidad los cambios no solo los protagonizan las grandes corporaciones, sino también las nuevas iniciativas digitales que, aunque modestas, cuentan con un importante capital creativo. El informe titulado Punto de Inflexión. Impacto, amenazas y sustentabilidad: estudio de emprendedores de medios digitales latinoamericanos, llevado a cabo en 2017 por SembraMedia, en su apartado de recomendaciones, sugiere a las iniciativas construir puentes y alianzas para extender sus audiencias y compartir recursos. En este sentido, este informe también revela que las organizaciones de medios lideradas por mujeres son más cooperadoras, más proclives a formar alianzas y compartir recursos.

2 Metodología

Se estudia -mediante un análisis de casos y a través de entrevistas a los responsables de iniciativas innovadoras- la simbiosis entre diferentes medios para la creación de proyectos con más o menos continuidad; la absorción de unos por otros o las asociaciones y fusiones entre iniciativas o con organizaciones ajenas a la industria periodística. A continuación, se detalla una breve presentación de las dos páginas web

sobre las que se asienta el análisis de casos de los medios llevado a cabo en el presente artículo:

Ranking de Innovación Periodística 2014 elaborado por la Universidad Miguel Hernández de Elche (UMH). Dicho ranking expone los proyectos periodísticos más innovadores en el ámbito español en 2014. Contempla las cuatro áreas principales del proceso periodístico: a) el producto o el servicio en sí mismo; b) los procesos de producción y distribución; c) la naturaleza de la organización o el equipo; d) y las acciones y estrategias de comercialización y marketing. El Ranking de innovación periodística fue publicado el 4 de diciembre de 2014 y fue elaborado por el siguiente equipo de investigadores profesores e investigadores de la UMH: Miguel Carvajal (diseño de la investigación); José Alberto García-Avilés (investigador senior); José Luis González Esteban (investigador senior); Alicia de Lara (coordinación y análisis); Félix Arias (algoritmos, datos y filtrado) y los investigadores juniors: José María Valero, Miguel Palazón y Borja García.

➤ <http://mip.umh.es/ranking/index.html>

El *Observatorio de los Nuevos Medios*, es un proyecto financiado por el programa de “Ayudas a Investigadores y creadores culturales 2015” de la Fundación BBVA, llevado a cabo por la profesora Marga Cabrera. Cabrera es doctora en Comunicación Audiovisual y profesora en la Universitat Politècnica de València, además de directora del Máster Universitario de Contenidos y Aspectos Legales en la Sociedad de la Información (CALSI). Coordinó el libro de la Fundéu BBVA “Escribir para internet: guía para los nuevos medios y las redes sociales”, dirigido por Mario Tascón. Y es coautora, junto a Bárbara Yuste, del libro “Emprender en periodismo. Nuevas oportunidades para el profesional de la información”, editado por la UOC.

➤ <http://www.nuevosmedios.es/>

El universo de medios tenidos en cuenta parte de la consulta de ambos proyectos. En primer lugar, se han analizado los 25 medios que conforman el *Ránking de Innovación Periodística 2014*, poniendo el foco en los acuerdos y relaciones que existen entre ellos y con otros medios no contemplados en el ranking. En segundo lugar, para completar la muestra se consultó la página web del *Observatorio de los Nuevos Medios*. En un principio, se preguntó a los profesionales que se referencian a continuación a través de la entrevista sobre acuerdos y relaciones existentes entre medios e iniciativas periodísticas del panorama nacional, pero con el objetivo de contar con una muestra abundante que no se limitara a las relaciones existentes entre los medios mencionados por las fuentes consultadas, se consultó también las webs de los primeros 100 medios que ofrece la búsqueda en el proyecto limitada al panorama español. De nuevo se puso el foco en posibles relaciones con otras empresas y proyectos informativos dedicando entre 5 y 10 minutos (dependiendo de la complejidad de la web) a cada una de las páginas.

Las entrevistas sobre las que se asientan los resultados del trabajo han sido realizadas por los profesores y alumnos colaboradores del Máster de Innovación de Periodismo de la UMH. Las cuestiones planteadas estaban relacionadas con conceptos relacionados con la innovación aplicada a las cuatro áreas principales del proceso periodístico: producto, distribución, comercialización y organización, siendo esta última área en la que se ha profundizado en el presente trabajo. El cuestionario contemplaba las siguientes 7 cuestiones:

1. ¿Qué entienden por innovar en periodismo?
2. ¿De qué modo tratan de innovar en la producción, organización, gestión, distribución y relación con la audiencia?
3. Formación para la innovación: con departamentos propios de innovación, fundaciones, universidades, entidades innovadoras (Medialab Prado...)
4. ¿Colaboradores externos? ¿Perfiles de los colaboradores externos? ¿Qué criterios priman en la contratación de nuevo personal?
5. Colaboraciones y acuerdos con otros proyectos: diferenciar entre las acciones conjuntas con otros medios
6. ¿Han recurrido a la investigación, consultoría o asesoramiento externo a la hora de innovar?
7. Número de personas que integran el proyecto sus perfiles

A continuación, se exponen los detalles de las 4 fuentes consultadas:

Alonso, Julio: fundador de *Weblogs*. Es autor del blog *Merodeando*, en el que trata temas relacionados con internet y el marketing digital. Durante seis años ha formado parte de la lista de *El Mundo* de las 25 personas más influyentes en internet en España. Entrevista realizada por Mari Carmen Borrull, octubre de 2016.

Belmonte, Eva: responsable de proyectos de la *Fundación Civio*. Alguno de los proyectos más conocidos de esta iniciativa son *El BOE nuestro de cada día* o *Españopoly*. También colabora con *La Marea*. Entrevista realizada por José María Valero en noviembre de 2015.

Espinosa, María Jesús: jefa de proyecto de *Podium Podcast*. Además, es la cofundadora de El Extrarradio, emisora de radio online ganadora del Premio Nacional Ondas 2013 a la Innovación Radiofónica. Colabora con otros medios como *El País*, *Radio Nacional España* o *Jot Down*. Entrevista realizada por Mari Carmen Borrull en enero de 2017.

Juan Luis Sánchez: cofundador y subdirector de *eldiario.es*. Está especializado en contenidos digitales y nuevos medios. También es uno de los fundadores de Periodismo Humano y fue su editor hasta 2012. Entrevista realizada por Lis Gaibar en noviembre de 2014.

El objetivo de esta investigación se centra en detectar y describir ejemplos representativos de las relaciones y acuerdos que se crean entre los medios de comunicación y las iniciativas periodísticas del panorama nacional. Se trata de un trabajo en progreso -no finalizado y que requiere una continua actualización- que pretende alcanzar un registro de alianzas en el panorama nacional no configurado hasta el momento y que ayuda a arrojar luz sobre el complejo y cambiante panorama mediático español.

3 Resultados

Son varios los casos en los que los nuevos medios interaccionan con otras iniciativas periodísticas nacionales e internacionales. Del estudio de las relaciones que se generan entre los medios digitales del panorama nacional, se pueden establecer tres tipos de relaciones que se detallan a continuación. De cada uno de los tipos señalados se incluyen ejemplos concretos detectados del análisis de los diferentes casos y sus principales características.

3.1 Un nuevo proyecto que nace de la unión de otros proyectos

En este primer tipo de relación entre medios se engloban aquellos casos en los que iniciativas que presentan cierta afinidad en su filosofía y contenidos se asocian para concebir un nuevo producto, fruto del trabajo de las distintas organizaciones colaboradoras. Tal y como se observa en los ejemplos descritos a continuación, no son muchos los casos en los que se percibe este tipo de vínculos. Encontramos tres casos, entre ellos un ejemplo del año 2013 que no perdura en la actualidad y otro caso actual que sí se presenta como un proyecto con futuro en el panorama mediático nacional.

En febrero de 2013, vio la luz el experimento editorial denominado Five, una selección de grandes y detallados artículos de cinco medios: Yorokobu, Diario Kafka, Naukas, Politikon y Jot Down Magazine. Cinco revistas que, tal y como se detallaba en aquel entonces eran “de reciente creación” y entendían el periodismo y la distribución de contenidos de una forma diferente a la visión tradicional de los medios convencionales. Se llegaron a publicar dos ediciones de esta revista.

El ejemplo más interesante de este tipo de relación mediática lo constituye Diagonal, ahora El Salto. Este proyecto colaborativo se basa en la creación de “un nuevo medio junto con 20 proyectos críticos. Un medio descentralizado y horizontal, un gran medio

financiado por la gente”, tal y como se explica en la propia web del proyecto. En la presentación de las líneas estratégicas de El Salto, que tuvo lugar en Madrid en noviembre de 2016, se explicó que el proyecto suponía “la creación de un nuevo medio de comunicación de calidad, incisivo, con nuevos formatos y hecho desde las premisas de la economía social”.

El proyecto está formado, con distintos niveles de integración, por: Diagonal, Pikara Magazine, El Salmón Contracorriente, Arainfo (Aragón), Directa (Catalunya), La Marea, Praza Pública (Galiza), Último Cero (Valladolid), entre otros medios e iniciativas. Según sus impulsores, “El Salto es mucho más que una red de medios, puesto que constituye una apuesta por alcanzar una escala más grande gracias a una mirada construida colectivamente”. Y su objetivo persigue la creación de una federación de medios en forma de cooperativa que reorganice el panorama mediático español y en el sur de Europa.

Otro proyecto en el que se encuentra implicado Diagonal, en este caso junto a La Marea es el monográfico impreso Cercanías. Consiste, según su web en “la primera publicación conjunta entre dos proyectos de referencia del periodismo autogestionado e independiente en el Estado español”. Una sentencia con la que subraya la apuesta por el periodismo independiente alejándose de la relación con estamentos de poder. El artículo continúa explicando que estas dos iniciativas unen sus fuerzas con el siguiente objetivo de ofrecer información rigurosa y cercana al ciudadano. Es decir, una apuesta por periodismo local e independiente.

Como se puede apreciar, en los tres ejemplos se presentan proyectos que nacen del trabajo conjunto de diferentes medios, pero que no suponen la desaparición de los mismos.

3.2 Colaboraciones

El segundo tipo de relación entre iniciativas periodísticas es el que aglutina los diferentes ejemplos de colaboraciones con mayor o menor continuidad. Como se observa en el análisis de los casos, los medios pueden establecer acuerdos puntuales para llevar a cabo acciones concretas o colaborar entre sí, por ejemplo, para recibir formación o un servicio concreto en un campo específico en el que una de las dos iniciativas es puntera.

Un caso representativo de este tipo de colaboración es el evento Ciencia Jot Down, que, desde 2014, continúa celebrándose en Sevilla. En este certamen colabora estrechamente desde su puesta en marcha la revista de divulgación científica Naukas. La idea surgió precisamente en una de las primeras concentraciones de fans de la divulgación científica organizada por la publicación.

Un ejemplo más fundamentado en la diversificación del negocio es el que presenta la Fundación Civio, que ha organizado seminarios para periodistas de medios tradicionales, como es el caso de El Mundo y El País. Pero también dirigidos a funcionarios públicos, tanto en Aragón como en la Administración General del Estado, con el objetivo de abordar la publicación de datos de una manera accesible, no solo para periodistas, sino también para ciudadanos. Eva Belmonte, responsable de proyectos de la Fundación Ciudadana Civio opina que lo más difícil a la hora de innovar en Periodismo es conseguir financiación. A su juicio, los modelos en los que está funcionando un sistema de socios potente tienen éxito porque “no solo venden esa información, sino que hacen sentir a los socios parte de una comunidad”. En este sentido, la experta está aludiendo al marketing que llevan a cabo determinados medios digitales con el objetivo de crear comunidad, una estrategia documentada en estudios sobre medios como El Español (Doval-Avendaño, 2017) o el programa radiofónico Carne Cruda (Olmedo Salar y López Villafranca, 2018).

Por otra parte, Fíltrala es una plataforma independiente de denuncia ciudadana a través de la cual cualquier persona puede revelar información de interés público a medios de comunicación y organizaciones de la sociedad civil de manera segura y anónima. Entre los medios colaboradores con esta iniciativa destacan: Revista Mongolia, Critic, Directa, La Marea, Fundación Civio, Diagonal y eldiario.es. Otras organizaciones colaboradoras son: porCausa, La Plataforma en Defensa de la Libertad de Información (PDLI) y CEACCU, que es la primera organización de consumidores de España.

Las relaciones entre las iniciativas que constituyen este segundo tipo de colaboración mediática presentan un menor grado de fusión que las que se recogían en el tipo anterior. En esta ocasión, las iniciativas se relacionan entre sí no para crear contenido fruto del trabajo conjunto, sino para aprender, retroalimentarse u organizar actividades concretas afines a las audiencias de ambos medios.

En algunas ocasiones, como fue el caso de Jot Down Smart y El País la colaboración finalizó porque una de las partes quiso modificar los términos del contrato inicial para rediseñar un producto (Jot Down Smart) más afín al medio principal de distribución (El País). Tras esta ruptura, Jot Down Smart funciona mediante suscripción.

3.3 Asociaciones, fusiones y adquisiciones

El tercer y último tipo de relación estudiada y que constituye la más común entre las iniciativas digitales de nuestra muestra de estudio es la que engloba tanto las asociaciones entre medios como las fusiones.

El primer ejemplo de este tipo de relación se remonta a septiembre de 2014 y lo protagoniza el *diario.es* quien acoge bajo su paraguas al programa *Carne Cruda*: la república independiente de la radio, con el periodista Javier Gallego a la cabeza. Sin duda, una buena simbiosis, tanto por espíritu como por estar basados ambos en un modelo de negocio que apuesta por los socios y fans. Juan Luis Sánchez, cofundador y actual subdirector de *eldiario.es* defiende que “los modelos de innovación tienen sentido si uno conoce sus fortalezas y sus debilidades” y reivindica la importancia de un equipo multidisciplinar en el ámbito digital: “Hay que ser consciente de que el periodismo no sólo se hace con periodistas”.

De nuevo *eldiario.es* destaca por incluir en algunas de sus secciones noticias publicadas tanto en blogs propios, como de otros proyectos asociados. Por ejemplo, contenidos de ámbito cultural, con *Jot Down*, o económico tecnológico, con *Hemerotek-Tecnoeconomía*. Además, *eldiario.es* publica contenidos relacionados con los eventos promovidos por de la Revista Mongolia, incluyendo el enlace a la publicación.

En mayo de 2016, el portal web *Blupper*, especializado en noticias sobre televisión, se unió a *El Español*. Y en agosto de ese mismo año se produjo la fusión entre *El Español* y *La Crónica*, una alianza que el propio medio describió como “un ambicioso proyecto de suma de contenidos, cruce de participaciones y colaboración mutua a favor de los lectores”. Asimismo, en noviembre de 2019, *El Español* se hace con el medio de información financiera de Telefónica Invertia. En este caso no hablamos de una fusión, ni asociación, se trata de una adquisición de un millón de euros con la que el diario pretende incrementar su influencia en los ámbitos económicos del panorama nacional.

El caso de *El Español* requiere, de hecho, una mención aparte, puesto que se ha podido ver cómo en los últimos años ha apostado por adquirir varias cabeceras digitales, entre las que se encuentran, aparte de *Blupper* o *La Crónica*, otros títulos como *Vandal* y *Omicrono*. Una estrategia que le permitió en agosto de 2019 situarse como el sexto periódico digital más leído de España.

Por otra parte, la revista cultural conocida como *El Asombrario* se encuentra asociada al diario *Público* y, a su vez, concentra una serie de blogs como: *Bonsauvage*, *Vías de Escape*, *Escuela de escritores* y *La sombra de Houdini*, todos ellos en consonancia con los contenidos de la revista: arte y literatura, espectáculos, cine y música.

Asimismo, la fusión entre *Contexto y Acción* (CTXT) y *Público* se presenta como “medios amigos” a través de una alianza editorial. Las informaciones del semanario se difunden desde el 1 de junio el pasado año en este diario para enriquecer la oferta con contenidos “elaborados desde una perspectiva reposada y analítica”. Según la web del propio diario *Público*, se lleva a cabo “una nueva colaboración editorial y publicitaria con la revista digital CTXT, con la que una y otra publicación pretenden revalorizar su

oferta informativa, reforzar su presencia en las redes y afianzar su viabilidad económica”. Asimismo, CTXT fue fundado en enero de 2015 por 14 periodistas con experiencia, procedentes de diarios como *El País*, *El Mundo* o *La República*, con la aspiración de ofrecer información más elaborada, a un ritmo pausado y con un enfoque analítico.

Otro ejemplo es la conocida empresa aglutinadora de blogs *Weblogs*, que se define como “el principal grupo de medios digitales especializados en español. Con presencia en España y en Latinoamérica”. Gestiona más de 40 publicaciones propias que cada mes leen más de 55 millones de usuarios. Como explica el fundador de *Weblogs*, Julio Alonso, “los blogs tienen la ventaja de que abres uno y tienes la capacidad de llegar al público. De ahí la repercusión, aunque hay que trabajarlo mucho. La virtualidad acaba con el monopolio de los medios tradicionales ya que no pueden forzar a que la agenda informativa vaya por un solo lado. Ese papel de que los medios importantes vayan todos en una línea se ha roto, en parte, gracias a los blogs”. El portal *Weblogs* se encuentra entre los 600 principales grupos de publicaciones en internet en el mundo, según los datos de ComScore. En España, se sitúa entre los 10 primeros grupos de publicaciones.

El último ejemplo de fusión de iniciativas lo constituye la plataforma de podcasting *Podium Podcast*, la red de contenidos sonoros de Prisa Radio, que fue galardonada con un Premio Ondas a la mejor plataforma radiofónica de emisión online en 2016. En esta ocasión, una misma web engloba en formato podcast los diferentes programas del conglomerado mediático, además de crear nuevos contenidos tanto en el terreno de la ficción como en el informativo. Al frente de la plataforma se encuentra María Jesús Espinosa, quien explica el éxito del proyecto como una fusión de la búsqueda de nuevos formatos y la recuperación de contenidos rescatados de la fonoteca del mayor grupo radiofónico en español.

Los diferentes casos analizados constituyen ejemplos de cómo los medios más innovadores establecen alianzas para alcanzar audiencias diversificadas, pero con intereses comunes ante ciertos contenidos.

Del estudio de las relaciones que se generan entre los medios digitales del panorama nacional, se pueden establecer tres tipos de relaciones atendiendo a tres parámetros que permiten sistematizar la clasificación: a) la duración o continuidad del acuerdo o colaboración; b) la afinidad de los contenidos y c) la afinidad existente entre las audiencias.

El primer tipo de relación hace referencia a aquellos casos en los que iniciativas que presentan cierta afinidad en su filosofía y contenidos se asocian para concebir un nuevo producto, fruto del trabajo de las distintas iniciativas colaboradoras. En este

tipo de relaciones, entre las que se encontraba el caso de *El Salto*, se observan los siguientes parámetros:

- a. Continuidad indefinida
- b. Necesaria afinidad de contenidos
- c. Necesaria afinidad de audiencias

El segundo tipo de relación entre iniciativas periodísticas es el que aglutina los diferentes ejemplos de colaboraciones. Como se observa en el análisis, los medios establecen acuerdos puntuales para llevar a cabo acciones concretas o que colaboran entre sí, por ejemplo, para recibir formación o un servicio concreto. Entre los ejemplos mencionados está la *Fundación Cívica* ofreciendo servicios puntuales a otros medios. Vemos cómo, en esta ocasión, los parámetros se presentan con la siguiente combinación:

- a. Continuidad esporádica
- b. No es necesaria la afinidad de contenidos
- c. No es necesaria la afinidad de audiencias

El tercer tipo de relación estudiada y que constituye la más común entre las iniciativas digitales analizadas es la que engloba tanto las asociaciones entre medios como las fusiones. En este caso también entrarían las adquisiciones, como el reciente caso de *El Español* comprando *Invertia* u otras adquisiciones más o menos recientes entre las que se podría mencionar el caso de *Prisa* adquiriendo *Meristation*, el *Grupo Herald* con *La Información* o *eldiario.es* cuando se hizo con *Vertele*.

- a. Continuidad estable
- b. No es necesaria la afinidad de contenidos
- c. No necesaria afinidad de audiencias, pero sí preferible dependiendo del caso

4 Discusión y conclusiones

Entre los ejemplos expuestos se descubren relaciones entre medios e iniciativas periodísticas de carácter muy diferente pero que resultan clasificables en tres categorías si se atiende a los tres parámetros descritos: continuidad o no de la relación; tipo de contenido y tipo de público al que se pretenden alcanzar. Las categorías definidas son: 1) Nuevo proyecto que nace de la unión de dos o más proyectos 2) Colaboraciones 3) Asociaciones, fusiones y adquisiciones.

Con esta propuesta pretendemos esbozar una clasificación que permita estudiar mejor el cambiante panorama de relaciones existente entre los medios e iniciativas periodísticas. Una propuesta de clasificación no cerrada y que necesita ser testada, pero que puede arrojar -ampliando el número de casos analizados- tendencias de

interés sobre el comportamiento de los medios de comunicación en el terreno de las colaboraciones y su relación con la competencia.

En la mayoría de los ejemplos, además de los intereses de promoción y distribución, se pone de relieve la colaboración basada en la necesidad de alcanzar audiencias con intereses similares. También vemos cómo se asocian medios de diferente canal de distribución, como puede ser un diario nativo digital y un contenido radiofónico, algo que sucede en el caso de *eldiario.es* y el programa *Carne Cruda*. En este caso el nexo sobre el que se fundamenta la hermandad tiene un claro componente ideológico. Y, en este sentido, merece especial mención en el conjunto de casos expuestos el de *Diagonal*, que engloba a más de 20 medios de comunicación, de nuevo bajo un espíritu compartido de apuesta por lo social.

Estas son solo algunas de las alianzas que han tenido lugar en los últimos años entre iniciativas periodísticas que, por motivos estratégicos de diversa índole, han decidido fusionarse o colaborar, ya que el análisis se encuentra en proceso de ampliación, revisión y actualización constante. A pesar de tratarse de un *work in progress*, el trabajo consigue dejar patente que el conjunto de alianzas describe un interesante panorama que arroja un concepto de competencia diferente a la tradicional en la filosofía periodística de los nuevos medios.

A pesar de esta tendencia incipiente, el análisis también permite observar que las absorciones y adquisiciones son un tipo de relación entre medios con un gran peso. El caso de *El Español* es uno de los más representativos en este sentido, puesto que en los últimos años se ha hecho con diversas cabeceras digitales hasta alcanzar en verano de 2019 los 14,9 millones de visitantes únicos en Comscore, el medidor de referencia del mercado publicitario digital.

Es necesario señalar entre las limitaciones de la presente investigación que requiere de una actualización constante que garantice un seguimiento a los proyectos fruto de las relaciones entre medios, a las asociaciones entre iniciativas y a los acuerdos y absorciones. Hoy por hoy, resulta imposible asegurar la viabilidad de algunos de los ejemplos mencionados porque las alianzas todavía son recientes. Llevar a cabo este seguimiento es una de las metas de este trabajo, porque consideramos que documentar de una manera sistematizada este conjunto de relaciones y analizar sus características podrá ofrecer a la investigación periodística pistas sobre la viabilidad de los proyectos y algunas claves para su supervivencia.

5. Referencias bibliográficas

Asociación de la Prensa de Madrid (APM) (2015): *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Madrid. Recuperado de: <https://www.apmadrid.es/noticias-destacados/1-columna-arriba-2/informe-anual-de-la-profesion-periodistica-2015?Itemid=>

Asociación de la Prensa de Madrid (APM) (2018): *Informe Anual de la Profesión Periodística*. Madrid. Recuperado de:

https://cdn27.hiberus.com/uploads/documentos/2018/12/10/_informeannual2018baja1_3d6ba497.pdf

BORCHARDT, A., LÜCK, J., KIESLICH, S., SCHULTZ, T., & SIMON, F. M. (2019): *Are Journalists Today's Coal Miners? Oxford University and Reuters Institute*. Oxford and Mainz https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-07/Talent-and-Diversity-in-the-Media-Report_0.pdf

BOCZKOWSKI, P. J. (2006): *Digitalizar las noticias: Innovación en los diarios online*. Buenos Aires. Ediciones Manantial.

BRIGGS., M. (2012): *Entrepreneurial Journalism*. London: Sage

BECERRA, M. (2000): "De la divergencia a la convergencia en la sociedad informacional: fortaleza y debilidades de un proceso inconcluso". Revista de *Estudios de Comunicación ZER*, núm.8, pp. 93-112. Disponible en: <http://www.ehu.eus/ojs/index.php/Zer/article/view/17418>

CABRERA GONZÁLEZ, M. Á. (2010): *Evolución tecnológica y cibermedios* (Vol. 34). Sevilla-Zamora. Comunicación Social.

CANAVILHAS, J. (2009): "Contenidos informativos para móviles: estudio de aplicaciones para iPhone". *Textual & visual media*, (2), 61-80. Disponible en: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-contenidos-informativos-para-moviles.pdf>

CEBRIÁN HERREROS, M. (2010): *Desarrollos del periodismo en Internet* (Vol. 37). Sevilla-Zamora. Comunicación Social.

De LARA GONZÁLEZ, CARVAJAL PRIETO, M., GARCÍA-AVILÉS, J. A., & Arias Robles, F. (2014): Innovar más allá del producto periodístico. El caso de las 25 iniciativas del Ranking de Innovación Periodística en España 2014. Conference: XIII Congreso de Periodismo Digital de Huesca.

DE LARA GONZÁLEZ, A., ÁRIAS-ROBLES, F., CARVAJAL-PRIETO, M., & GARCÍA-AVILÉS, J. A. (2015): "Ranking de Innovación Periodística en España 2014. Selección y análisis de 25 iniciativas". *El profesional de la información*, 24(3). Disponible en: <https://recyt.fecyt.es/index.php/EPI/article/download/epi.2015.may.02/19952>

DOMINGO, D. (2005): Rutinas profesionales y valores en las redacciones de medios digitales catalanes: periodismo digital en contextos reales. En II Congreso Online del Observatorio de la Cibernsiedad.

DOGRUEL, L. (2013): "Opening the Black Box - Conceptualizing of Media Innovation". En S. Storsul & A. H. Krumsvik (eds.), *Media Innovation. A Multidisciplinary Study of Change*. Göteborg: Nordicom, 29-44.

- DOVAL-AVENDAÑO, M. (2017): La creación de comunidad en Twitter alrededor de un medio inexistente, *El Español. Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23(1), 391.
- FLORES VIVAR, J. M. (2009): Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales. *Comunicar*, nº 33, v. XVII, 2009, Revista Científica de Educomunicación; ISSN: 1134-3478; páginas 73-81 Disponible en <http://rabida.uhu.es/dspace/handle/10272/2843>
- GARCÍA-AVILÉS, J. A., CARVAJAL-PRIETO, M., De LARA-GONZÁLEZ, A., & ARIAS-ROBLES, F. (2016): Developing an Index of Media Innovation in a National Market: The case of Spain. *Journalism Studies*, 1-18.
- GARCÍA-AVILÉS, J. A.; SALAVERRÍA, R., y MASIP, P. (2008): Convergencia periodística en los medios de comunicación. Propuesta de definición conceptual y operativa, en: I Congreso de la Asociación Española de Investigadores en Comunicación, Santiago de Compostela.
- GARCÍA-AVILÉS, J. A. G. (2009): La comunicación ante la convergencia digital: algunas fortalezas y debilidades. *Signo y pensamiento*, 28(54), 102-113. Disponible en: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/4529>
- García-AVILÉS, J. A. G., PRIETO, M. C., KALTENBRUNNER, A., MEIER, K., & KRAUS, D. (2009): Integración de redacciones en Austria, España y Alemania: modelos de convergencia de medios. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (38), 173-198. Disponible en: <http://dspace.umh.es/bitstream/11000/4559/1/14-convergencia%20de%20medios.pdf>
- GARCÍA-AVILÉS, J. A. G. (2016): La información ya no es lo que era". En Diez propuestas sobre el periodismo en la Sociedad Red. *RAE-IC*, p 1-8. Disponible en: <http://www.revistaec.eu/index.php/raeic/article/view/114>
- GARCÍA-SANTAMARÍA, J. V., Fernández, C., Dolores, M., & López Aboal, M. U. (2013). "La organización de las redacciones en los nuevos diarios digitales españoles y su relación con los nuevos modelos de negocio". *Textual & Visual Media* 6, 2013. Disponible en: <http://www.textualvisualmedia.com/index.php/txtvmedia/article/view/81>
- JENKINS, H.(2008). *Convergence culture. La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*, Barcelona, Paidós.
- MESO AYERDI, K. (2013). "Periodismo y audiencias: inquietudes sobre los contenidos generados por los usuarios". *Cuadernos. info*, (33), 63-73. Disponible en: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0719-367X2013000200006&script=sci_arttext

- OLMEDO SALAR, S. y López Villafranca, P. (2018). Nuevos medios independientes en el panorama mediático digital. Las emisoras de radio *online* en España: el caso de *Carne Cruda* y *Radiocable*. *index.comunicación*, 8(3), 135-155. Disponible en: <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/422/430>
- PASTOR, J. M. V. (2015): Tendencias de la innovación mediática en Estados Unidos. *Miguel Hernández Communication Journal*, (6), 161-193. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5281775>
- PUERTA, S. V. (2006): Las estructuras, la cultura y el clima organizacional en la empresa informativa: la tensión entre la administración y el valor periodístico. *NOVUM: Revista de Ciencias Sociales Aplicadas*, (31), 77. Disponible en: <https://revistas.unal.edu.co/index.php/novum/article/view/45655>
- SALAVERRÍA, R. (2009): Los medios de comunicación ante la convergencia digital, Actas del I Congreso Internacional de Ciberperiodismo y Web 2.0 (CD-Rom), Bilbao, 11-13 noviembre 2009. Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. ISBN 978-84-9860-058-2.
- SembraMedia (2017): *Punto de inflexión. Impacto, amenazas y sustentabilidad: estudio de emprendedores de medios digitales latinoamericanos*. Recuperado de: <http://data.sebramedia.org/wp-content/uploads/2017/09/Punto-de-Inflexion-SembraMedia-span-7-24.pdf>
- STEEN STEENSEN (2009): What's stopping them? Towards a grounded theory of innovation in online journalism. *Journalism Studies*, 10, 6, 821-836
- TÚÑEZ, M. (2009): Jóvenes y prensa en papel en la era Internet. Estudio de hábitos de lectura, criterios de jerarquía de noticias, satisfacción con los contenidos informativos y ausencias temáticas. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 15, 503-525. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/38814119.pdf>

LA COBERTURA INFORMATIVA DE *EL PAÍS* SOBRE LA RED SOCIAL *FACEBOOK* EN 2018

*The El País information coverage of the social network
Facebook in 2018*


DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.05>

Recibido: 18/10/2019

Aceptado: 11/12/2019

Publicado: 15/12/2019

Sara Fuentes Garzón

ORCID  0000-0002-6453-0284

Universidad Complutense de Madrid, España

sfuent01@ucm.es

Como citar este artículo: FUENTES GARZÓN, Sara (2019): "La cobertura informativa de *El País* sobre la red social *Facebook* en 2018", en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación* (13), pp. 71-90.

Resumen: *En la adaptación de los medios de comunicación tradicionales a nuevos formatos y soportes digitales el diario español El País ha optado por formar parte de Facebook Journalism Project. Considerando el año 2018, el presente artículo tiene por objeto realizar un análisis cuantitativo y cualitativo de la cobertura informativa llevada a cabo desde la versión digital de El País sobre la red social Facebook. Nos cuestionamos la relación entre ambos espacios digitales, su propósito común por ejercer un periodismo de calidad y qué tipo de información se ha ofrecido finalmente al lector de El País.*

Palabras clave: *El País, Facebook, redes sociales, Facebook Journalism Project, periodismo digital.*

Abstract :

In the adaptation from traditional media to new formats and digital media, the Spanish newspaper El País has chosen to be part of the Facebook Journalism Project. Considering the year 2018, the purpose of this article is to carry out a quantitative and qualitative analysis of the information coverage, from the digital version of El País, about the social network Facebook. We question the relation between both digital spaces, their common purpose for exercising a quality digital journalism and what type of information has finally been offered to the reader of El País during the year.

Keywords: *El País, Facebook, social network, Facebook Journalism Project, digital media.*

1 INTRODUCCIÓN ¹

El auge de la comunicación digital ha generado de forma sobresaliente a partir de la primera década del siglo XXI una interdependencia entre la actividad de las redes sociales y la correspondiente al desarrollo de la versión digital de los medios de comunicación tradicionales. A la hora de producir y difundir contenidos informativos en el sistema de comunicación digital se ha constatado que “las redes necesitan contenido y quién mejor que los medios y sus periodistas para llenarlas con sus contenidos profesionales” (Cobo, 2012: 119). La actividad periodística aporta otro tipo de interés y nivel de calidad que el usuario de Internet demanda ante el casi intangible volumen de información al que tiene acceso. Asimismo, considerando los medios de comunicación como parte de esa dinámica comunicativa se determina que “el periodismo digital requiere el dominio de los principios que rigen las redes sociales debido a que es ahí donde se encuentran las audiencias para difundir sus contenidos” (Rosero, 2018: 10). Los medios de comunicación en su versión digital desarrollan múltiples estrategias en relación a la gestión, uso y consumo de sus propios contenidos periodísticos. Sin embargo, en el desarrollo de su actividad precisan la actuación resolutoria de las redes sociales para mejorar la eficacia de su comunicación ante la

¹ Una versión previa del texto fue presentada en el XVI Congreso AsHisCom, en Santiago de Compostela.

diversificación tanto del producto periodístico como de su público receptor y emisor de los mismos.

En el periodismo digital se promueve un modelo de comunicación adaptado a Internet y, a pesar de ello, resulta necesario considerar siempre que “si Internet ofrece nuevas oportunidades, los medios de comunicación deberían estar pensando en qué pueden ofrecer online para mantener su valor como referente y, sobre todo, en cómo cuantificarlo” (Domínguez, 2010: 48). En consecuencia, cuestiones relevantes como la búsqueda de lectores, la innovación en formatos y soportes digitales, la diversificación de la oferta informativa, conllevan una actualización continua sin dejar a un lado el rigor profesional y la exigencia de contar con un acceso fácil y visible. En un ritmo vertiginoso los periodistas realizan su trabajo e interactúan con los usuarios consumidores. Y en esa misma dinámica informativa confluye la actividad de las redes sociales, teniendo en cuenta que “ofrecen a los lectores una variedad de nuevas formas de consumir la información que les importa” (Steffes Hansen, 2015: 165). Como resultado, se constata el progreso de una relación de dependencia recíproca entre los medios de comunicación digitales y las redes sociales donde no sólo son canales de comunicación sino que se comienza a vislumbrar los resultados de sinergias y proyectos innovadores como es el caso de *Facebook Journalism Project* y, más en concreto, entre *Facebook* y *El País*.

El principal objetivo del presente estudio consiste en analizar la cobertura informativa del diario *El País* en su versión digital durante el 2018 en relación a la red social *Facebook*. Se trata de un año que conlleva un momento de evaluación de los posibles resultados de la iniciativa *Facebook Journalism Project* y del cuestionado compromiso por fomentar el progreso de un periodismo digital de calidad. El diario *El País* declaró su colaboración, como socio en este proyecto empresarial, en enero de 2017 debido a que se pretendía “destacar la información contrastada y veraz” y se aplicaría el desarrollo de formatos innovadores¹. Por consiguiente, el estudio realizado comprende un análisis cuantitativo y cualitativo de la cobertura informativa realizada por el diario en su versión digital, es decir, de aquellas informaciones publicadas en la Web de *El País* en 2018. La selección de los contenidos en cuanto a su temática consistirá en si se trata de informar sobre los múltiples aspectos de las funcionalidades de Facebook, sobre las novedades de *Facebook Journalism Project*, si se analiza la participación directa de *El País* y, también, de cómo se han comunicado las múltiples situaciones polémicas que han erosionado la imagen de la compañía de Zuckerberg en ese mismo periodo de tiempo.

La problemática planteada consiste en poder describir y comprender los argumentos expuestos por *El País* en 2018 cuando se trata de informar a los lectores sobre *Facebook*. El principal condicionante es que públicamente se ha explicado que el diario se ha interesado en formar parte de un proyecto periodístico que dirige y gestiona una

red social, como es *Facebook*. Asimismo, resulta interesante analizar de qué manera el diario ha podido otorgar una mayor relevancia a la posibilidad de reafirmar la utilidad de esa red social para fines periodísticos y no solo como un canal más de difusión de información. Por otra parte, en ese doble interés por comunicar la actualidad y legitimar la existencia de la red social, consideramos relevante comprobar si durante el 2018 el diario ha tratado de explicar a los lectores las diversas opciones que se presentan a través de *Facebook* con el fin de valerse de una nueva plataforma digital, de comunicar determinados contenidos y de acercarse a un tipo de lector para transmitir una misma realidad sin olvidar la identidad del medio tradicional.

Teniendo en cuenta la exposición realizada, nos planteamos en primer lugar la hipótesis en relación a la posibilidad de contabilizar el número total de publicaciones empleando únicamente las prestaciones de la página Web de *El País*. Una segunda cuestión hace referencia a si se puede concluir qué tipo de presentación, análisis y reflexión son propuestas en *El País* en relación con *Facebook* y su influencia en la actividad periodística. Y, por último, nos cuestionamos si realmente se comenta a través de la información publicada por el diario el progreso o posible éxito de su participación en *Facebook Journalism Project* o, si por el contrario, predominan otras temáticas con mayor relevancia o interés para el usuario y que, al mismo tiempo, permitan conocer con mayor precisión la red social *Facebook*.

En primer lugar, la elección del diario *El País* dentro de *Facebook Journalism Project* puede justificarse si consideramos que es una de las principales cabeceras de la prensa española. En 2012 se definía como diario líder de audiencia, con un total de 1.862.000 lectores. Del mismo modo, era líder en número de seguidores en su perfil de *Facebook*, con 160.611 usuarios contabilizados en los meses de octubre a diciembre de ese mismo año. Asimismo, en ese periodo de tiempo *El País* publicó 726 mensajes en la red social y fueron 41.718 veces compartidos (Segado-Boj, Díaz-Campo y Soria, 2015: 156). Como resultado, se puede afirmar que cuenta con un amplio público y ha destacado de forma sobresaliente por su participación e impacto en *Facebook*. Su posicionamiento como principal diario español de referencia se ha mantenido en estos años y su evolución en el entorno digital hace que sea considerado como un modelo actual de empresa periodística. Según los últimos datos publicados por PRISA Brand Solutions, el diario *El País* se define como el diario de referencia de España dado que contabiliza en torno a 1,1 millones de lectores diarios y una difusión de 175.065 ejemplares diarios de los cuales el 56% son ventas en quioscos. Asimismo, es reconocido como líder en generación de contenidos audiovisuales y con una influencia en redes sociales notable donde cuenta con 4,7 millones de seguidores en *Facebook*².

² Datos obtenidos de la Web de PRISA Brand Solutions. En: <https://www.prisabs.com/es/info/el-pais> (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).

En segundo lugar, hemos presenciado desde el año 2004, momento en el que se fundó la red social *Facebook*, una evolución de la compañía de Zuckerberg que pretendía responder a las expectativas y exigencias de un mercado global de medios y redes sociales. Un modelo de consumo informativo en el que convergen la interactividad, la inmediatez y el interés que suscitan las redes sociales. Y en ese contexto el usuario de *Facebook* se inscribe sin plantearse probablemente la razón de “necesitar un sitio de Internet para compartir su vida con las personas que conoce” (Faerman, 2010: 21) cuando decide crear su cuenta. En septiembre de 2006, en *Facebook* se determinó que toda persona podría convertirse en usuario con la única condición de contar con un mínimo de edad, definido en los 13 años (Delcroix y Martin, 2008: 7). De este modo, la red social se aseguraba aproximarse y comprender todos los perfiles posibles de un gran público joven y también adulto. La principal problemática de ese espacio comunicativo surgía ante la constatación de que “es fácil combinar noticias con comentarios, lo que probablemente sea la razón por la cual el público, cuando es encuestado, dice que desconfía de los medios. La gente confunde fácilmente a los dos” (De Jarnette y Madison, 2018: 120).” La red social había permitido la presencia y participación de los medios de comunicación en su espacio digital. El principal problema consiste en resolver la cuestión fundamental de cómo hacer visible la diferencia entre una información y un comentario y, en definitiva, se trata de afrontar los numerosos casos de desinformación.

A su vez, en ese entorno digital, la multiplicidad de contenidos que se difunden de forma viral hace que los principios fundamentales de la profesión periodística sean cuestionados dado que “si la recomendación social sigue siendo el eje de nuestro consumo digital, los periodistas deben preguntarse qué valor tienen y merecen como prescriptores de la Red” (Noguera, 2012:61). No obstante, como explica el director de Producto de la compañía *Facebook*, el desarrollo de la red social tiene en cuenta también la resolución de los desafíos actuales y mantienen el propósito de que “a medida que buscamos apoyar el periodismo, también trabajaremos en nuevas formas de ayudar a brindar información a las personas para que puedan tomar decisiones inteligentes sobre las noticias que leen y tener conversaciones significativas sobre lo que les importa” (Simo, 2019: *Facebook*). El tipo de relación que determinen desarrollar los medios de comunicación con *Facebook* puede conducir a la confusión por parte de los usuarios si tenemos en cuenta que “mientras el periodismo esté en manos ajenas al propio periodismo no habrá periodismo, habrá información, empresas de servicios y de asesoramiento en comunicación pero ya no se podrá confiar en los medios tradicionales” (Mancinas-Chávez y Reig, 2016: 137). Una de las principales consecuencias más severas implicaría la pérdida de legitimación de los usuarios, lectores antiguos, nuevos o ajenos de la prensa tradicional que promueven la difusión, también digital, de los contenidos periodísticos en sus múltiples formatos y plataformas.

A principios del año 2017, *Facebook* decidió impulsar la colaboración con determinados medios de comunicación de referencia internacional, entre los que se encuentran *New York Times*, *The Guardian*, *BuzzFeed* y *El País*, al implantar *Facebook Journalism Project*. Con esta iniciativa se logró que a través de *Instant Articles* se alcanzase “una descarga 10 veces más rápida que los artículos convencionales, un aumento de 20% en las lecturas de contenidos debido a la velocidad y un 70% menos de abandono por artículo” (Figueroa y Codina, 2017: 239). En consecuencia, resulta evidente que la empresa de Zuckerberg intenta demostrar que se encuentra en constante evolución. Dispone también de capacidad suficiente para ofrecer resultados positivos a los medios de comunicación. Sin embargo, resulta necesario revisar la idoneidad de su estrategia en tanto que modelo de negocio ante los numerosos casos de desinformación, noticias falsas (*fake news*) y el uso de datos de usuarios un tanto controvertido.

2 Cuestión metodológica

A la hora de definir el objeto de estudio propuesto se ha realizado un análisis cuantitativo y cualitativo sobre la cantidad de contenidos periodísticos publicados desde la versión digital del diario *El País* y con relación al tipo de información que se ha comunicado en el periodo en cuestión, el año 2018. Para acceder al conjunto de las informaciones publicadas hemos utilizado exclusivamente la herramienta “Buscador”, que se encuentra en la propia Web de *El País* en la parte superior derecha con la imagen de una lupa. Después de varios procesos de selección para determinar la muestra definitiva que conforma el objeto de estudio se ha llevado a cabo un análisis más específico de los contenidos teniendo en cuenta el género periodístico, la temática, la sección correspondiente de la publicación, el tipo de titular y el uso de infografía.

Para analizar el seguimiento informativo llevado a cabo por el diario se han examinado los resultados provenientes de la herramienta “Buscador”, dado que sirve para consultar un repositorio de los múltiples contenidos digitales publicados por *El País*. En esta sección se accede a una presentación de un total de 20 resultados en cada página y los principales parámetros de clasificación disponibles son la “fecha” y el “índice de coincidencia”. En un primer momento, nos encontramos con una suma de 43.969 contenidos publicados en la versión digital del diario. Se analizaron el total de 360 resultados considerando un índice de coincidencia superior al 60%, el alto grado de dispersión de la muestra resultante y teniendo en cuenta las condiciones de uso de la Web de *El País*. En consecuencia, analizando ese 0,82% del volumen total de información, el conjunto de la muestra definitiva comprende 82 contenidos

periodísticos que responden a la temática del objeto de estudio, se corresponde al espacio temporal establecido previamente y se ha logrado al menos precisar un mínimo de informaciones publicadas en cada mes.

Parámetros utilizados en la selección de contenidos	
Resultados del “Buscador”	Herramienta de búsqueda en la versión digital de <i>El País</i>
Fecha de publicación	Año 2018
Porcentaje de coincidencia	Más del 60% establecido por el buscador
Temática del estudio	<i>Facebook Journalism Project ; Facebook ; red social ; periodismo</i>

Elaboración propia

El volumen inicial de resultados en la búsqueda implicaría la publicación en la versión digital de *El País* de una media de 120 informaciones diarias, considerando asimismo ese tipo de periodicidad. Sin embargo, una vez que se identifica el gran número de contenidos periodísticos que no corresponden a los parámetros de selección pero que aparecen entre los resultados de la búsqueda, se ha obtenido un 22,7% de contenidos que forman la muestra final de informaciones periodísticas relacionadas con el caso de estudio y que podría equivaler al 22,46% de la publicación anual del diario en su versión digital, si estableciésemos que fuese un asunto tratado diariamente.

En relación a la dispersión de la muestra inicial, hemos constatado que en cuanto a la clasificación por fecha en cada página de resultados se encuentran de dos a cuatro contenidos que no corresponden con la temática del estudio o se han publicado en un periodo de tiempo distinto al indicado. Aparece un mayor número de publicaciones en fechas alternas y sin ningún tipo de orden cronológico a medida que se avanza en el análisis de resultados. La clasificación a partir del “porcentaje de coincidencia” permite la visualización de una presentación jerarquizada, por un orden de mayor a menor coincidencia, pero aparecen intercalados contenidos de temáticas ajenas, una media de uno a tres resultados. En el empleo de ambos parámetros no se dispone de la opción para seleccionar diferentes intervalos, ni ordenar o reducir los mismos, a fin de mejorar la búsqueda. Sin embargo, es preciso tener en cuenta que, como se explica desde *El País*, esta hemeroteca, configurada a partir del gestor *Autonomy*, trata de proporcionar al usuario un acceso a la intranet corporativa con el propósito de facilitar la búsqueda concreta de información a través de un lenguaje cotidianoⁱⁱ. Por tanto, presenta un diseño muy visual, detallado y dispuesto para realizar un uso intuitivo y sencillo.

Cada resultado cuenta con una serie de elementos comunes como la fecha y hora CET de publicación, la representación gráfica del porcentaje de coincidencia, el titular completo, nombre y apellidos del autor o autora, el subtítulo íntegro y una imagen del contenido informativo o del vídeo empleado en la publicación. Asimismo, se presentan los vínculos de “Noticias relacionadas” y “Archivado en” como opciones para llevar a cabo diferentes niveles de lectura y tipos de búsqueda teniendo la posibilidad de llegar a otro espacio informativo donde se accede al perfil de *El País* en *Facebook*. El conjunto de estos elementos y comprender el funcionamiento del “Buscador” de *El País* nos ha permitido identificar y seleccionar correctamente las publicaciones sujeto de estudio.

Para acceder a esa muestra final empleada en la presente investigación se ha considerado el hecho de aceptar, de forma limitada, el uso de datos de navegación para proseguir con una correcta utilización de la página Web del periódico. Es decir, en un primer momento el usuario tiene que aprobar el uso de *cookies* porque “PRISA utiliza cookies propias y de terceros para mejorar sus servicios, elaborar información estadística y mostrar publicidad, contenidos o servicios personalizados a través del análisis de su navegación”³. De este modo, resulta indispensable aceptar estas condiciones de uso para poder consultar los contenidos del medio digital y consintiendo también, entre otros parámetros, la visualización de publicidad de forma continuada. En el caso del estudio realizado y según indica el navegador, se han cedido un total de 120 elementos del historial de navegación y la suma de 226 datos de navegación correspondientes a *cookies* y otros datos de sitios Web. En consecuencia, se ha optado por imprimir en versión PDF cada uno de los 82 contenidos periodísticos seleccionados para proseguir en el análisis de contenido y tratamiento informativo.

3. Resultados

La muestra seleccionada como objeto de estudio comprende el total de meses del año 2018. Se ha conseguido al menos un mínimo de 2 informaciones, como es el caso de los meses de junio y julio, y contamos con un máximo de 13 informaciones en el mes de marzo. La presencia de un mayor número de contenidos publicados a nivel anual se debe a que en los meses de febrero y marzo tuvo lugar el caso de *Cambridge Analytica* y, en consecuencia, *El País* realizó un seguimiento más exhaustivo.

³ Nota informativa al inicio del uso de la página Web de *El País*: <https://elpais.com> (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).

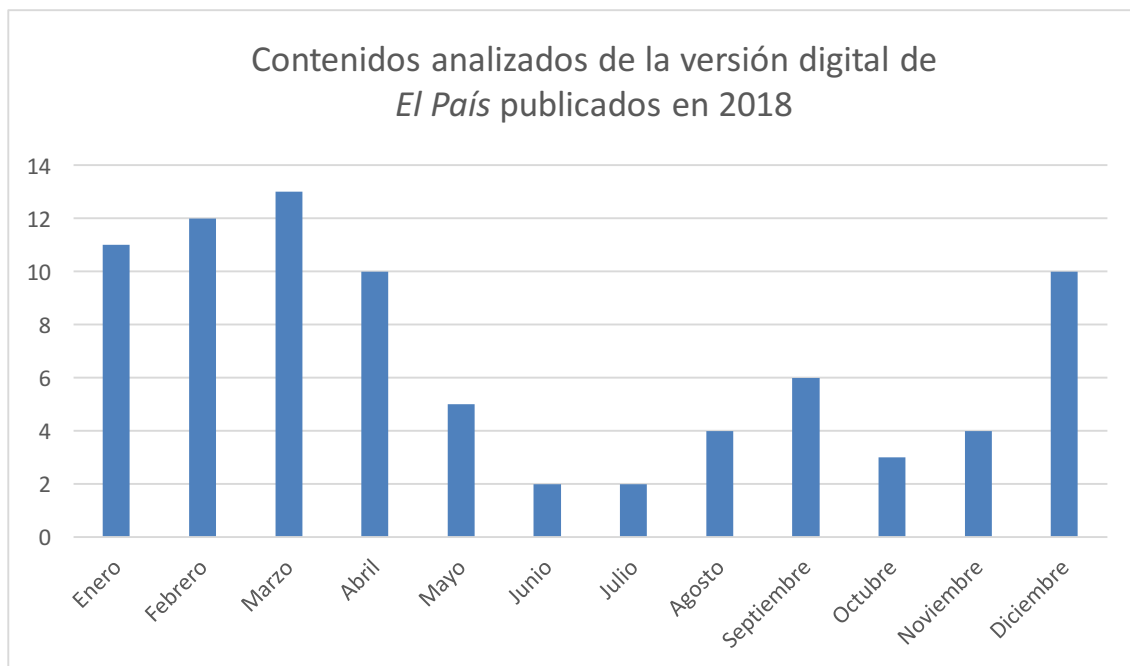


Gráfico de elaboración propia, creado a partir de los resultados obtenidos del “Buscador” de *El País*.

La sección principal para publicar los contenidos analizados es “Tecnología”, seguido de “Internacional” y “Economía”. En menor medida se encuentran informaciones en las secciones de “Opinión”, “Cultura” y “Ciencia”. De forma puntual podemos contar con publicaciones en “Gente” y “Babelia”. Por consiguiente, podemos afirmar que la muestra hace referencia a diferentes secciones temáticas propias del diario.

En relación al tipo de géneros periodísticos, contabilizamos tanto contenidos informativos como de opinión. Al analizar el conjunto de contenidos periodísticos, un mayor número corresponde a noticias; seguido de reportajes y en menor medida crónicas. Asimismo, se cuenta de forma puntual con artículos de opinión, como columnas y editoriales. A la hora de analizar los titulares, podemos determinar que suelen ser de una extensión entre siete y doce palabras; de tipo informativo, muy explicativos y empleando un lenguaje sencillo. En todos los contenidos analizados se ha redactado un subtítulo extenso, que puede alcanzar las tres líneas de texto, que completa el sentido del titular y consigue captar la atención del lector por el uso de un lenguaje comprensible y utilizado de forma clara y concisa. Asimismo, el total de los 82 contenidos periodísticos seleccionados presentan elementos infográficos, en la mayoría de los casos son imágenes de gran tamaño y de un gran atractivo visual, que contienen una carga informativa y se sitúan entre el subtítulo y el desarrollo del texto principal.

A lo largo del año 2018, desde el diario *El País* se incide en tres temáticas principales donde se analiza el valor del usuario, las crisis de reputación y escándalos acontecidos en esos meses y en comprender la ambivalencia de Facebook como espacio

comunicativo. El periódico apuesta por destacar la importancia de la red social debido a sus capacidades y prestaciones. Sin embargo, no se obvian sus deficiencias y aquellos altercados que han cuestionado la imagen de la empresa de Zuckerberg y su viabilidad en tanto que alternativa para promover el desarrollo de un periodismo de calidad.

3.1 La preponderancia de la comunidad digital en *Facebook* para el 2018

A mediados de enero de 2018 *El País* publicaba la decisión que había comunicado Mark Zuckerberg, cofundador y presidente ejecutivo de *Facebook*, por alcanzar el propósito para ese año de impulsar la difusión de los contenidos personales generados por los propios usuarios y reducir los correspondientes de páginas de empresas, marcas y medios de comunicación. Por consiguiente, a través de preguntas directas sobre las experiencias en tanto que miembros de la red social, se consideraba que los usuarios estarían más dispuestos a contar más información sobre sí mismos y podrían también visualizar en primer lugar las publicaciones de familiares y amigos. Tal y como explicaba Zuckerberg, lograr una mejora en la identificación de ese sentimiento de pertenencia a una comunidad permitiría demostrar que en *Facebook*, que dispone de más de 2.200 millones de usuarios mensualesⁱⁱⁱ, se valoran principalmente las experiencias de cada uno de ellos. Asimismo, se puede deducir que esta determinación por predominar el valor de los intereses y de las publicaciones de sus usuarios se explicaría por la necesidad fundamental de mantener un alto número de usuarios y en constante incremento porque, mediante su interactividad, son la base de la economía de la red social.

En cuanto a la presencia de los vídeos y contenidos promocionales, el número total de publicaciones disminuiría y su posicionamiento dependería del interés y la confianza que los usuarios hubiesen declarado a través de un sistema de valoración propio de *Facebook*. En consecuencia, las noticias de los medios de comunicación se redujeron en un 20% y la veracidad de los medios de comunicación quedó en manos de los usuarios porque, según la red social, se trata únicamente de “medir la confianza que desprenden los medios para dar prioridad a su contenido en la portada de su red social”^{iv}. Sin tener en cuenta sus audiencias, tendencia política, calidad informativa, nivel de actualidad o el tamaño de la empresa, y con un mayor interés por los medios de comunicación locales, este cambio impactaría en el funcionamiento de las páginas de los mismos en *Facebook* y en los enlaces que los usuarios decidieran publicar en sus respectivos muros. Una vez más, el incremento de participación de los medios de comunicación y su cercanía al público lector quedaría supeditado por las preferencias personales de los propios usuarios a la hora de favorecer la comunicación y difusión de esos contenidos.

Una de las primeras reacciones por parte de los medios de comunicación y, asimismo, de los pocos ejemplos que podemos constatar que se haya analizado en *El País*, corresponde al diario *Folha de S. Paulo*, considerado el mayor diario de Brasil, líder tanto en su edición impresa como en los medios digitales. *El País* expuso en una noticia del 9 de febrero de 2018^v que el periódico brasileño abandonaba Facebook porque, si anteriormente poseía poca relevancia como canal de distribución, ahora supondría una pérdida notable de influencia en la adhesión de lectores para las ediciones digitales. Siendo el primer diario que toma esta decisión, la respuesta de la red social consistió en justificar su medida aludiendo que sólo tienen por objetivo favorecer las relaciones de los usuarios dado que han constatado que se dedica 50 millones de horas diarias menos en los “muros”. Si los usuarios publican o redactan menos contenidos en la red social, sean de carácter personal o de otro tipo, es una cuestión que no está sujeta al hecho de promover el interés de los usuarios por compartir contenidos periodísticos, informarse de la actualidad mediante Facebook o generar el hábito de acceder a los medios de comunicación a través de la red social. Y otro aspecto remarcable es la posible sensación de sobreinformación ante una gestión inadecuada de los “muros” al encontrar una gran diversidad de temáticas no siempre afines y una mayor presencia de publicidad. No obstante, resulta evidente que Facebook necesita recuperar y preservar el interés de sus usuarios porque, a menos tiempo de uso de la red, disminuye el volumen de información que generan y que, al mismo tiempo consumen, y ese proceso conlleva pérdidas en el emplazamiento de publicidad y menor cesión de datos entre otras cuestiones.



Imagen 1. Noticia de El País, 9 de febrero de 2018.

La relación con los medios de comunicación no se limita en determinar el posicionamiento, visibilidad y difusión de sus contenidos. Desde el diario *El País* se informa de cómo *Facebook* también ha realizado pruebas internacionales sobre la gestión de la información periodística y la utilidad de contar su presencia en su espacio informativo. Más en concreto, el último caso corresponde al 2 de marzo de 2018^{vi} cuando se desestimó el último experimento de la red social debido a la ambigüedad y poca utilidad que expresaron los usuarios. No obstante, desde octubre de 2017, en las cuentas de *Facebook* de Sri Lanka, Bolivia, Guatemala, Camboya, Serbia y Eslovaquia los usuarios contaron con dos muros diferentes, el habitual de contenidos personales y otro denominado desde la sección “Explorar” para acceder a los enlaces de las noticias de los medios de comunicación. Este es un ejemplo de cómo la red social prosigue en la búsqueda para conciliar la relación con los medios de comunicación aunque la acción más relevante corresponde a *Instant Articles*, donde se pretende impulsar la suscripción a medios de comunicación a fin de facilitarles ingresos digitales en el espacio *Facebook*.

3.2 Red social recomendable a pesar de las diversas crisis de reputación

La decisión por dar mayor relevancia a los contenidos de los usuarios fue un asunto también cuestionado en *El País*, mediante reportajes y artículos de opinión, donde se explica abiertamente que el 95% de la publicidad digital a nivel mundial es controlada por *Facebook*, *Twitter* y *Google*. Ante esta realidad no dudan en afirmar que los anunciantes de publicidad son los verdaderos clientes en ese modelo de negocio a pesar de que se promueva una real comunicación interpersonal. Su estructura empresarial se basa en un sistema informático en el que la atención por analizar las preferencias de los usuarios se combina con los múltiples sucesos de desinformación y esta realidad se justifica teniendo en cuenta que “el algoritmo no distingue verdadero o falso, y nos presenta lo falso como verdadero, porque está diseñado con un objetivo, y solo con un objetivo: maximizar el impacto, la viralidad”^{vii}. Asimismo, existen los recursos técnicos para resolver esta dinámica de difusión de contenidos o incluso dotar de un mayor control de la información a los propios usuarios pero, en tanto que empresas tecnológicas, quedan exentas de esa decisión y de su correspondiente responsabilidad.

En los meses de marzo y abril de 2018 se comunica con mayor frecuencia el conocimiento público de uno de los casos más relevantes en cuanto a la utilización que lleva a cabo *Facebook* de los datos de usuarios. La consultora *Cambridge Analytica* habría empleado los datos de unos 87 millones de usuarios de la red social para establecer perfiles psicológicos de posibles votantes aplicándolos posteriormente en la

campana electoral de Donald Trump en 2016. Como consecuencia, *Facebook* afronta una de las mayores crisis hasta el momento en su sistema de negocio publicitario. No sólo son frecuentes las investigaciones y sanciones impuestas por la Comisión Europea desde 2016, sino también se llegan a conocer las acciones emprendidas por cada país tras el suceso *Cambridge Analytica*. En el mes de octubre, Reino Unido multó a *Facebook* con la suma de 500.000 libras (565.000 euros) y la Autoridad de Competencia y Garantía del Mercado (ACGM) de Italia impuso en diciembre dos multas de un total de 10 millones de euros^{viii}, lo que supone la más alta sanción europea recibida hasta el momento. La empresa tecnológica de Zuckerberg no queda exenta ante el no respeto al Código del Consumidor mediante la venta de datos de usuarios y, asimismo, precisan que debería resolverse la falta de claridad a la hora de informar al usuario de *Facebook* en el momento de su registro de que todos los datos que faciliten conllevarán ganancias a nivel comercial aunque se trate de un servicio gratuito en tanto que red social.



Imagen 2. Noticia de El País, 10 de diciembre de 2018.

La empresa de Zuckerberg tiene que resolver también la falta de credibilidad generada desde que se identificaron más de 260 millones de cuentas duplicadas y falsas, lo que supone un 10% del total, y que la posibilidad de comprar 1000 "Me gusta" cuesta entre 5 y 20 euros^{ix}. La situación se agrava ante la constatación de la injerencia de los medios rusos por difundir contenidos falsos y generar mayor desinformación. Y en esa circulación constante de contenidos, se ha demostrado que el negocio publicitario de la red social, fundamentado en los intereses de los usuarios, favorece la difusión de "mensajes extremos o los intensamente emotivos que crean discordia, lo cual, a su vez, puede alimentar las "ciberburbujas" de grupos que reflejan y refuerzan

mutuamente sus opiniones, contribuyendo a impulsar la difusión de contenidos más extremos y facilitando un nicho a los bulos”^x. Facilitar la comprensión de las dinámicas comunicativas de *Facebook* completa el seguimiento informativo sobre su actividad que resulta habitual en *El País*, puesto que también informa de los fallos de seguridad de la red social. En el mes de diciembre se comunicó un “hackeo” de datos de 29 millones de usuarios a mediados de septiembre y durante doce días 1.500 aplicaciones también pudieron acceder a las fotos de 6,8 millones de usuarios, ya fuesen fotos públicas, del “*Stories*” o aquellas subidas pero no compartidas^{xi}. La falta de privacidad, incluso debido a errores o ataques al sistema informático, resulta otro de los elementos clave a sobreponer en esa crisis que ya en España ha supuesto pérdidas de 1 millón de euros^{xii}.

3.3 Un gran espacio de contenidos que depende de la participación de los usuarios

La posibilidad de mantener e incrementar el número de usuarios en *Facebook* no resulta una cuestión compleja para la empresa de Zuckerberg a pesar de tratarse de un año complicado. En octubre de 2018 se contabilizaron 2.200 millones de cuentas activas en el mundo, lo que significa casi un tercio de la humanidad. Como explicaron desde *El País*, aunque se encuentre prohibido en Estados como Siria, Irán, Corea del Norte o China, *Facebook* está presente en más de 200 países y se dirige a encontrar nuevos usuarios en África y en Asia Central. En Europa, Noruega, Suecia y Dinamarca efectúan el mayor acceso a la red social, más del 76% de la población respectiva es usuario diario. En cuanto a España, el 65% de la población dispone de cuenta en *Facebook*. Si consideramos que en el segundo trimestre de 2018 los ingresos medios por usuario procedentes de anuncios alcanzaron los 8,62 euros por cada usuario en Europa, se puede afirmar que en España lograron ganar alrededor de 25 millones de euros^{xiii}. Los resultados de su actividad empresarial muestran que es un modelo sólido y en constante innovación.

El público que decide formar parte de *Facebook* comprende todos los perfiles posibles teniendo en cuenta que la edad mínima legal para hacerse una cuenta en la red es de 13 años. Aunque resulta menos interesante en los adolescentes, a partir de entre los 18 y los 20 años se incrementa notablemente el número de creación de cuentas de usuario y se trata de nuevos miembros de *Facebook* de larga duración. La red social también comprende a la tercera edad y, en consecuencia, sigue conservando la exclusividad en cuanto al tipo de audiencia que entra en contacto con sus anunciantes. En el diario *El País* se tiende a explicar los motivos de los beneficios de formar parte de *Facebook* porque, aunque sea adictivo y fomente la envidia y la depresión, es la red social donde se cuenta con la mayor oferta de herramientas y funciones de

expresión^{xiv}. Del mismo modo, el diario hace de plataforma para trasladar consejos sobre cómo gestionar la privacidad y cómo realizar un buen uso de la red social al estar conectado. En el Día Internacional de la Protección de Datos Facebook presentó por primera vez sus siete principios de privacidad fundamentales e informó de la incorporación de un servicio de vídeos educativos, disponible en la sección de “Noticias” (News Feed), en cuanto a la administración de la información y la gestión de datos de los usuarios en la plataforma.



Imagen 3. Noticia de El País, 20 de octubre de 2018.

El espacio de comunicación que otorga Facebook llega a albergar múltiples utilidades con fines muy diversos. Como usuario, tan pronto puedes avisar de haber sobrevivido a una catástrofe natural a través de la herramienta “Safety Check” como promover una recogida de fondos benéficos a través de “Facebook Social Good”. En el mes de marzo se dio a conocer en el diario las prestaciones de Facebook a fin de promover la proactividad de los usuarios en sus relaciones interpersonales y, asimismo, facilitar las herramientas digitales para generar un mayor impacto social. No obstante, Facebook también ha sido empleada para fines delictivos, como se constata su implicación en tanto que plataforma para la organización de saqueos en el Estado de México en los meses de enero y marzo de 2018 según informó *El País*. Convertirse en un espacio de incitación y difusión de odio y de violencia también resulta factible. La red social estuvo implicada en los delitos que tuvieron lugar en Myanmar, donde más de la mitad de la población posee una cuenta en Facebook y el 44% realiza un uso diario, porque se llevó a cabo la difusión de ataques y discursos de odio contra los rohingya y las distintas comunidades religiosas del país^{xv}. La permisible reprobación y control de la información en la red social llega a aplicarse contrariamente en casos que resultan un tanto desacertados, como sucedió en febrero al censurar la publicación de la obra *El*

origen del mundo, pintura de Gustave Courbet, o en marzo la imagen de la *Venus de Willendorf*.

A la hora de afrontar la cuestión de la desinformación y la circulación de noticias falsas (*fake news*), la empresa tecnológica también invierte en nuevos proyectos en inteligencia artificial y centros de control de contenidos. En España, tal y como se informa en *El País*, se instaló a principios del mes de mayo un equipo logístico en la Torre Glòries de Barcelona, muy similar al centro de Essen, para suprimir el contenido perjudicial existente. Recuperar la credibilidad de los usuarios en la red social también se promueve desde la evaluación de la propia confianza que los usuarios generan como resultado de su actividad en *Facebook*. La red social ha establecido un sistema de valoración del nivel de credibilidad aplicable a los usuarios según las denuncias que reciban y la labor de revisión de contenidos que realizan los técnicos colaboradores de *Facebook*. En consecuencia, su visibilidad quedaría limitada al predominar una clasificación que privilegia las publicaciones de aquellos usuarios que cuentan con un mayor grado de confianza. Una vez más, la gestión y visibilidad de determinados tipos de contenidos es en gran medida responsabilidad de los usuarios de la red social según sus criterios de preferencia y el buen uso que puedan desarrollar de ese espacio comunicativo. Aunque desde *Facebook* se esté procurando iniciar un control para garantizar un cierto nivel de calidad y veracidad de la información se trata de una iniciativa que todavía se encuentra en proceso de nuevos resultados y en el que la máxima de Zuckerberg consiste en preservar que la disposición de las publicaciones y los contenidos que se ofrecen determinen a su vez el tipo de consumo informativo.

4 conclusiones

La participación de *El País* como socio desde principios de 2017 en el proyecto *Facebook Journalism Project* podría generar un alto grado de desconfianza hacia el diario y aumentar la controversia sobre el progreso de la red social *Facebook*. Por tanto, el 2018 ha sido un año clave para comprender el nivel de compromiso de *El País* a la hora de comunicar a sus lectores consumidores digitales toda aquella información relacionada con *Facebook*. La cobertura informativa que ha llevado a cabo el diario se puede consultar desde su página Web siguiendo diferentes niveles de lectura y de búsqueda, siempre complementadas a partir de una estructura hipertextual y elementos multimedia. Resulta complicado contabilizar con exactitud el número total de publicaciones en el medio digital, aunque se realice una búsqueda rápida, simple e intuitiva. No obstante, siempre que se acepten las condiciones de uso de la Web, el usuario tiene la posibilidad de dirigir por sí mismo y según sus intereses la propia

búsqueda. Asimismo, es posible acceder rápidamente a diversos espacios informativos continuando la lectura sobre una misma temática.

El estudio presentado muestra que el periódico *El País* no ha optado por una comunicación constante y exhaustiva sobre un posible balance de resultados de la participación del propio diario en *Facebook Journalism Project*, de las innovadoras funcionalidades que van a desarrollar o de las herramientas periodísticas que implementarán. Por el contrario, se analizan las características de la red social, las posibilidades e inconvenientes al definirse como un espacio informativo innovador. Y también se informa sobre las múltiples crisis de reputación y controversias que la empresa de Zuckerberg ha tenido que afrontar durante el año 2018.

Considerando los resultados obtenidos, es posible afirmar que existe un mayor interés por describir la red social como un verdadero espacio donde leer las noticias del diario ordenadas según las preferencias de los usuarios-lectores. En este aspecto, en *El País* prevalece el discurso sobre impulsar una plataforma de difusión de información y de buena comunicación con los lectores incentivando su responsabilidad y curiosidad. Por tanto, se hace referencia a cuestiones relevantes y de actualidad al comentar de forma argumentada que la gestión de datos también corresponde al propio usuario que genera esa información, que es posible determinar el nivel de privacidad y que se asume una responsabilidad al formar parte de una comunidad digital como *Facebook*.

El presente estudio nos permite comprender de forma más precisa de qué manera a través de un medio de comunicación es posible conocer también una red social. Considerando esa relación de interdependencia, es posible determinar cómo *El País* ha informado sobre la red social *Facebook* en 2018 realizando un seguimiento informativo online completo, diverso y riguroso. A través de diferentes tipos de textos periodísticos publicados han explicado los motivos de cómo *Facebook* pretende definirse como un espacio comunicativo con múltiples informaciones para todo tipo de públicos. Del mismo modo, se presenta diversas acciones previstas para mejorar las prestaciones de la red social, resolver los problemas de confidencialidad, suprimir contenidos violentos y evitar casos de desinformación. El diario se convierte en un espacio informativo y de reflexión para los lectores al cuestionar cómo *Facebook* podría mejorar la actividad de los medios de comunicación en el entorno digital y que el usuario continúe decidiendo libremente cómo participar, qué compartir y qué se considera relevante.

A partir del estudio propuesto es posible sugerir otras investigaciones posteriores. Por una parte, sería interesante realizar una comparativa de la cobertura informativa llevada a cabo en el mismo periodo de tiempo por los otros medios de comunicación que también son socios en *Facebook Journalism Project*. El objetivo principal del estudio sería determinar hasta qué punto o de qué manera un medio de comunicación llegaría a modificar sus contenidos periodísticos ante la influencia de otras sinergias empresariales. Tal vez, no todos los diarios implicados se han interesado por los

misimos asuntos, relevantes o secundarios, o, probablemente, han comenzado a seguir un mismo proceder a la hora de difundir determinados contenidos periodísticos.

Por otra parte, en relación a la evolución del proyecto, también sería interesante analizar la cobertura informativa realizada a medio o largo plazo por un mismo medio de comunicación considerando su actividad o el tipo de colaboración en *Facebook Journalism Project*. En este supuesto, sería posible cuestionarse el éxito de esa iniciativa innovadora basada en llevar a cabo un periodismo de calidad adaptado al entorno digital. Habría que plantearse si aquello que entendemos como “periodismo digital de calidad” ha variado al formar parte de un entorno cambiante y ante la intervención de nuevos actores o elementos externos. Por tanto, se podría comparar de qué modo han evolucionado los medios de comunicación implicados en el proyecto, cómo ha sido desarrollado el vínculo de la red social y el medio de comunicación, cómo ha cambiado su actividad periodística digital. Teniendo en cuenta estos tres parámetros, el propósito sería poder establecer un análisis cuantitativo y cualitativo considerando los resultados de un posible progreso y teniendo como referencia los principios fundamentales acordados en los inicios de *Facebook Journalism Project*.

Referencias bibliográficas y fuentes

COBO, Silvia (2012): *Internet para periodistas: kit de supervivencia para la era digital*. Barcelona, España: UOC.

DE JARNETTE, Ben, y MADISON, Ed (2018): *Reimagining Journalism in a Post-Truth World: How Late-Night Comedians, Internet Trolls and Savvy Reporters Are Transforming News*. California, Estados Unidos: Praeger.

DELCROIX, Éric, y MARTIN, Alban (2008): *Facebook: On s’y retrouve*. París: Pearson Editions.

DOMÍNGUEZ, Eva (2010, 1ª edición): *El Cuarto BIT: Una década de reflexiones sobre periodismo e Internet*. Barcelona, España: UOC.

FAERMAN, Juan (2010, 1ª edición): *Faceboom: Facebook, el nuevo fenómeno de masas*. Barcelona, España: Alienta.

FIGUEROA ENCINA, Patricio, y CODINA, Lluís (2017): “Nuevos formatos móviles para noticias: El caso de El País y la utilización de los Instant Articles de Facebook”, en DE LARA GONZÁLEZ, Alicia y ARIAS ROBLES, Félix (coords.): *Mediamorfosis. Perspectivas sobre la innovación en periodismo*. Elche, España: Universidad Miguel Hernández de Elche, pp. 230-249.

- MANCINAS-CHÁVEZ, Rosalba y REIG, Ramón (2016): “Poder y ética periodística en la era digital”, en CRUZ ÁLVAREZ, Jesús y Suárez Villegas, Juan Carlos (eds.): *Desafíos éticos en el periodismo digital*. Madrid, España: Dykinson, pp. 133-148.
- NOGUERA, José Manuel (2012): *Redes y periodismo: cuando las noticias se socializan*. Barcelona, España: UOC.
- ROSETO VACA, Fabricio (2018, 1ª edición) “Periodismo digital y el camino a la democratización de la comunicación”, en LARREA, Ana María, MANTILLA, Paola y ROSETO VACA, Fabricio (coords.): *Periodismo Digital: Tras las comunidades sostenibles en el ciberespacio*. Egrejus Ediciones, pp. 9-10.
- SEGADO-BOJ, Francisco, DÍAZ-CAMPO, Jesús y SORIA, María (2015) “La viralidad de las noticias en Facebook. Factores determinantes”, en DÍAZ-GARRETA, Alejandro (ed.): *TELOS 100: La era digital. Balance y tendencias*. Febrero-Mayo. Madrid, España: Fundación Telefónica, pp. 152-161.
- STEFFES HANSEN, Sara (2015, 2ª edición) “Social Media”, en FILAK, Vicent F. (ed.): *Convergent Journalism: An Introduction. Writing and Producing across Media*. Burlington, Estados Unidos: Focal Press. pp. 165-186.
- SIMO, Fidji (2019): *Introducing the Facebook Journalism Project*. Publicado en la Web de Facebook: <https://www.facebook.com/journalismproject/introducing-facebook-journalism-project> (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).

Publicaciones citadas de *El País* en su versión digital:

- ⁱ Seco, Raquel. “Facebook apuesta por el periodismo de calidad”, sección *Tecnología*. Publicado el 11 de enero de 2017. En: https://elpais.com/tecnologia/2017/01/11/actualidad/1484145535_207227.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).
- ⁱⁱ Reventós, Laia. “El buscador, puerta de entrada a la intranet corporativa”, sección *Internet*. Publicado el 8 de mayo de 2018. En: https://elpais.com/diario/2008/05/08/ciberpais/1210213467_850215.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).
- ⁱⁱⁱ Torres Menárguez, Ana. “Facebook por dentro: un día en el imperio de Zuckerberg”, sección *Tecnología*. Publicado el 2 agosto de 2018. En: https://elpais.com/tecnologia/2018/07/30/actualidad/1532948227_667966.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).
- ^{iv} Jiménez Cano, Rosa. “Facebook dará más relevancia a los medios veraces”, sección *Tecnología*. Publicado el 20 de enero de 2018. En: https://elpais.com/tecnologia/2018/01/20/actualidad/1516405376_224940.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).
- ^v Martín, María. “El mayor diario brasileño deja de publicar su contenido en Facebook”, sección *Tecnología*. Publicado el 9 de febrero de 2018. En: https://elpais.com/tecnologia/2018/02/09/actualidad/1518170231_523757.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).
- ^{vi} Jiménez Cano, Rosa. “Facebook recula y pone fin al experimento de excluir a los medios de los muros de los usuarios”, sección *Tecnología*. Publicado el 2 de marzo de 2018. En:

https://elpais.com/tecnologia/2018/03/02/actualidad/1519982738_951932.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).

^{vii} Garicano, Luís. “Bulos en las redes sociales: ¿debemos regular los algoritmos?”, sección *Economía*. Publicado el 21 de enero de 2018. En: https://elpais.com/economia/2018/01/19/actualidad/1516353089_781462.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).

^{viii} Agencias. “Italia sanciona a Facebook con 10 millones de euros por vender datos de usuarios”, sección *Economía*. Publicado el 10 de diciembre de 2018. En: https://elpais.com/economia/2018/12/10/actualidad/1544439119_932684.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).

^{ix} Peinado, Fernando; Alameda, David. “El mercado global de los “me gusta” falsos”, sección *Internacional*. Publicado el 7 de abril de 2018. En: https://elpais.com/internacional/2018/04/03/actualidad/1522769651_850596.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).

^x Vince, Gaia. “Por qué las buenas personas se vuelven ‘trolls’ en Internet”, sección *Tecnología*. Publicado el 22 de abril de 2018. En: https://elpais.com/tecnologia/2018/04/16/actualidad/1523871306_559376.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).

^{xi} Pérez Colomé, Jordi. “Un fallo de Facebook permite que 1.500 apps accedan a fotos de 6,8 millones de usuarios”, sección *Tecnología*. Publicado el 14 de diciembre de 2018. En: https://elpais.com/tecnologia/2018/12/14/actualidad/1544803995_355729.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).

^{xii} Sérvulo González, Jesús. “Facebook declara pérdidas en España y los auditores avisan del riesgo de su estrategia tributaria”, sección *Economía*. Publicado el 25 de septiembre de 2018. En: https://elpais.com/economia/2018/09/24/actualidad/1537815104_191690.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).

^{xiii} Pérez Colomé, Jordi. “Un artículo científico desglosa por primera vez las cifras de Facebook (y son apabullantes)”, sección *Tecnología*. Publicado el 4 de octubre de 2018. En: https://elpais.com/tecnologia/2018/10/03/actualidad/1538596216_048867.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).

^{xiv} Brake, David R. “Las consecuencias sociales de que los adolescentes abandonen Facebook”, sección *Tecnología*. Publicado el 20 de octubre de 2018. En: https://elpais.com/tecnologia/2018/10/16/actualidad/1539703179_416049.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).

^{xv} Pérez Colomé, Jordi. “Así contribuye Facebook a la violencia, y no tiene una solución fácil”, sección *Tecnología*. Publicado el 12 de noviembre de 2018. En: https://elpais.com/tecnologia/2018/11/12/actualidad/1541989953_312010.html (Última consulta: 10 de diciembre de 2019).

CAMINOS DE LA HISTORIA DE LA TELEVISIÓN DIGITAL EN RIO GRANDE DO NORTE

Historical paths of Digital Television in Rio Grande do Norte


DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.06>

Recibido: 17/10/2019

Aceptado: 16/12/2019

Publicado: 15/12/2019


Valquiria Aparecida Passos Kneipp

ORCID  0000-0001-5522-6961

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

valquiriakneipp@yahoo.com.br

Luciana Salviano Marques da Silva

ORCID  0000-0002-3932-4761

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil

luciana.salvianoms@gmail.com

Como citar este artículo: PASSOS KNEIPP, Valquiria y SALVIANO MARQUES DA SIVLA, Luciana (2019): "Caminos de la historia de la televisión digital en Rio Grande do Norte", en Revista Internacional de Historia de la Comunicación (13), ISSN 2255 -5129, pp. 91-106.

Resumen: Este texto es parte del proyecto desarrollado en la Universidad Federal de Rio Grande do Norte en los años 2017 y 2018. El objetivo fue identificar cómo se dio la trayectoria de la televisión digital en Rio Grande do Norte. Entre los objetivos se buscó mapear el proceso de desarrollo de la tecnología digital en las emisoras de televisión, investigar la trayectoria de migración de las emisoras analógicas a digitales, comprender los motivos del relativo retraso tecnológico de las emisoras regionales y la actual crisis de los medios globales. Para la realización del mapeo fueron empleadas y combinadas la investigación documental, en los periódicos de la ciudad, entrevistas con los profesionales, realizadas a partir de algunos preceptos de la historia oral, como la grabación en video. Se buscó personas en todas las emisoras, para en un primer momento identificar una cronología de la implantación de la televisión digital en el Estado. Las entrevistas grabadas fueron transcritas para ser utilizadas como fuente de información y serán divulgadas a través de una publicación para la referencia de investigadores, estudiantes y la sociedad en general. El Estado de Rio Grande do Norte tuvo su primera emisora de televisión en 1972, la TVU fue implantada con la primera programación local en el Estado. Antes algunas retransmisoras fueron instaladas desde el final de la década de 1950, primero por toda región sudeste y sur de forma gradual. En el noreste el proceso fue más largo. Por eso, se hace necesario investigar y entender cómo se dio el proceso de digitalización de estos medios tan importante en la vida de las personas. Hay un espacio en la historia y en la memoria de la sociedad Potiguar para pensar y problematizar como ocurrió el desarrollo de las emisoras en el RN.

Palabras clave: Televisión, Rio Grande do Norte, Historia Oral, Trayectoria, Digital.

Abstract: This text is part of the project developed at the Federal University of Rio Grande do Norte, in the years 2017 and 2018. The objective was to identify how the digital television trajectory occurred in Rio Grande do Norte. The objectives were to map the process of developing digital technology in television stations, to investigate the migration path from analogue to digital broadcasters, to understand the reasons for the relative technological backwardness of regional broadcasters and the current global media crisis. In order to carry out the mapping, documentary research was used and combined in the city newspapers, interviews with professionals, based on some precepts of oral history, such as video recording. People were sought in all the stations, in order to first identify a chronology of the implantation of the digital television in the State. The work followed with the formation of some networks of interviewees, which were grouped by period and by broadcaster. The recorded interviews were transcribed to be used as a source of information and will be disseminated through a website ([memoriadatvpotiguar](http://memoriadatvpotiguar.com.br)) and will also compose a publication for the reference of researchers, students and society in general. The State of Rio Grande do Norte had its first television station in 1972, TVU was implemented with the first local programming in the State. Some retransmitters have been installed since the late 1950s, primarily throughout the Southeast and South gradually. In the northeast the process was more time consuming. Therefore, it is necessary to investigate and understand how the process of digitization of this important media in people's lives took place. There is a space in the history and memory of the Potiguar society to think about and problematize how the development of the stations in the RN occurred.

Keywords: Television, Rio Grande do Norte, Oral History, Trajectory, Digital.

Marco teórico

Este artigo é resultado do projeto de pesquisa¹, que deu continuidade a uma pesquisa inicial desenvolvida de 2014 até 2016, intitulada “Trajetória da TV no RN”. Visto que no primeiro projeto de pesquisa foi realizado um levantamento da trajetória das emissoras de televisão no Estado do Rio Grande do Norte, desde a chegada da TV no Brasil em 1950 até os dias atuais. A referida pesquisa contou com uma bolsa de iniciação científica² custeada pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte, por meio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, CNPq. A primeira etapa resultou na organização de um livro com textos sobre a trajetória das quatro primeiras emissoras do Rio Grande do Norte, e também com participação de pesquisadores de todo Brasil sobre temas que englobam a história da mídia, intitulado: “Trajetória da Televisão no Rio Grande do Norte - a fase analógica” - Volume 1. O livro encontra-se disponível no repositório da Editora da UFRN (https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/24528/1/Trajectoria_da_TV_no_RN_a_fase_analogica.pdf).

Para o segundo projeto de pesquisa pretendeu-se dar continuidade a primeira etapa e, desta vez, investigar as emissoras de televisão na era digital, com o objetivo de compreender como se deu o processo de implantação e desenvolvimento desta inovação nas emissoras de televisão do Estado do Rio Grande do Norte.

No Brasil, o início do processo de digitalização da televisão se deu no dia 02 de dezembro de 2007 na cidade de São Paulo. A finalização deste processo, com o desligamento total do sinal analógico, de acordo com o Ministério das Comunicações está prevista para 2023.

O Estado do Rio Grande do Norte teve sua primeira emissora de televisão nos anos de 1970, depois de 22 anos da chegada da televisão no Brasil. Em 1972, a TV Universitária (TVU) foi implantada como a primeira, com programação local no Estado. Antes dela, apenas algumas retransmissoras foram instaladas desde o final da década de 1950. O desenvolvimento da televisão no país se intensificou primeiramente, por toda região sudeste e sul de forma gradual. No nordeste o processo foi mais demorado. Por isso, depois de mais de 40 anos se faz necessário investigar e entender, além de dar continuidade à pesquisa de como se deu o processo de implantação desta mídia tão importante na vida das pessoas. Existe um espaço na história e na memória da sociedade Potiguar para se pensar e problematizar como ocorreu o desenvolvimento das emissoras no Rio Grande do Norte. No primeiro projeto de pesquisa, aprofundaram-se nas primeiras cinco emissoras (TVU, InterTV, TV Ponta Negra, TV Tropical e Band Natal) existentes no Estado, que foram instaladas no período analógico. Agora se pretendeu

¹ Una versión previa del texto fue presentado al XVI Congreso de AsHisCom de Santiago, en 2019.

² A aluna de graduação Luciana Salviano Marques da Silva foi bolsista no projeto.

avanzar para a era digital, e mostrar como está o processo de digitalização das emissoras, e, ainda, identificar as novas formas de televisão existentes, bem como as emissoras legislativas e as transmissões via internet. A Universidade Federal do Rio Grande do Norte mostrou-se ser um local adequado para abrigar a pesquisa. Estamos em plena era digital, onde as emissoras estão passando por um novo processo de mudança na transmissão de sinal, e esta história precisa ser contada, registrada e publicada, como uma forma de manter a memória e valorizar a trajetória e desenvolvimento do veículo. Por meio da pesquisa pretende-se organizar uma nova publicação para dar continuidade à primeira.

Dentre os objetivos da pesquisa está a identificação da trajetória da televisão digital no Rio Grande do Norte desde a digitalização da primeira emissora. Além disso, objetiva-se também mapear o processo de desenvolvimento da tecnologia digital nas emissoras de televisão; investigar a trajetória de migração das emissoras analógicas para digitais no RN, no contexto do país e da região nordeste; compreender os motivos do relativo atraso tecnológico das emissoras regionais e a atual crise da mídia global.

Esta pesquisa faz-se necessária como uma forma de investigar, registrar e divulgar para a sociedade acadêmica todo o processo pelo qual passou e vem passando a televisão Potiguar, no seu passado, como subsídio para o entendimento do estágio atual. No Rio Grande do Norte existem cinco emissoras comerciais abertas em funcionamento na cidade de Natal. Sendo importante destacar que todas elas estão transmitindo com sinal digital (afiliadas das Redes Record, Bandeirantes, Globo, TV Brasil e SBT). Além das já citadas, existem outras 16 emissoras entre TVs legislativas, comunitárias, dentre outras. O estágio de midiaticização da sociedade vem impondo um novo ritmo às mídias, e por esta razão a televisão passa por mais um processo de mudança, adaptação e hibridação com a internet, na busca pela audiência. Esse novo cenário de convergência, segundo Jenkins (2009) propõe uma narrativa transmídia, com o processo crescente de participação do espectador, que deixa de ser apenas um agente passivo e receptor. Desta forma a televisão, a partir do processo de digitalização passou a ter novas configurações, tanto no processo de transmissão quanto no processo de produção de conteúdos. E, portanto, dar continuidade ao processo de investigação que busca compreender como a televisão no Rio Grande do Norte atravessou toda essa trajetória torna-se fundamental para o campo da pesquisa em comunicação, principalmente como forma de contribuir para a história da mídia regional.

1 A Televisão no cenário de convergência digital

Para Cannito (2010) a pesquisa e a inovação são os novos paradigmas para televisão digital, diante da revolução tecnológica em curso. O autor se refere ao momento histórico pelo qual a televisão brasileira está passando, com a mudança do sinal analógico para o digital. Ele ressalta ainda que passado o momento de transformações tecnológicas, “o diferencial estará nos conteúdos” (251). De acordo com o pesquisador, o conteúdo é fundamental porque, “abarca muito mais que o próprio mundo digital. A cultura digital é multiplataforma por definição, daí as mídias não digitais também serem importantes” (CANNITO, 2010: 251).

A convergência conceituada por Jenkins (2009) está diretamente ligada ao processo de digitalização da televisão no Brasil. Para o autor, a palavra define mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais da maneira como as mídias circulam na cultura. “Algumas das ideias expressas por este termo incluem fluxo de conteúdos através de várias plataformas de mídia, a coperação entre múltiplas indústrias midiáticas, a busca de novas estruturas de financiamento das mídias” (Jenkins, 2009: 377). Para ele a convergência pode ser alternativa, corporativa, cultural e tecnológica. De forma que cada uma delas apresenta algumas peculiaridades. Na convergência alternativa, por exemplo, “fluxo informacional e às vezes não autorizado de conteúdos de mídia quando se torna fácil aos consumidores arquivar, comentar os conteúdos, apropriar-se deles e colocá-los de volta em circulação” (377), já na corporativa isso não ocorre devido ao “fluxo comercialmente direcionado de conteúdos de mídia”. As aproximações que estão mais voltadas para o objeto desta pesquisa são a convergência tecnológica que é a “combinação de funções dentro do mesmo aparelho tecnológico” (377), que foi o que a digitalização da televisão acabou propiciando para o telespectador; e a convergência cultural, que trata da ação de todo este processo na sociedade porque propõe uma “mudança na lógica pela qual a cultura opera, com ênfase no fluxo de conteúdos pelos canais de mídia” (377).

2 A oralidade como método de pesquisa

Para o desenvolvimento desta pesquisa, selecionou-se um instrumental metodológico contando com várias técnicas e estratégias. Desde a pesquisa bibliográfica, pesquisa documental, nos jornais da cidade, em publicações, bem como entrevistas com os profissionais da área, que foram realizadas a partir de alguns preceitos da história oral, como a gravação em vídeo para a formação de um banco de imagens, posteriormente. Inicialmente foram selecionadas estas ferramentas metodológicas, no entanto durante

o desenvolvimento do projeto outras práticas foram incorporadas ou substituídas, de acordo com a necessidade do mesmo. Além da busca por documentos, as entrevistas identificaram pessoas em todas as emissoras existentes na cidade de Natal, para em um primeiro momento organizar uma cronologia da implantação da televisão digital no estado do Rio Grande do Norte.

O uso da história oral como metodologia se justifica no desenvolvimento desta pesquisa por se tratar de um fenômeno contemporâneo em pleno desenvolvimento, e de acordo com José Carlos Sebe Bom Meihy “a História oral é um recurso moderno usado para a elaboração de documentos, arquivamento de estudos referentes à experiência social de pessoas e grupos. Ela é sempre uma história do “tempo presente” e também reconhecida como “história viva”” (2005: 17). A partir dos dois gêneros propostos pelo autor, a saber: história oral de vida e história oral temática, esta pesquisa enquadrou-se em história oral temática porque se buscou entrevistados, das diversas emissoras do estado do Rio Grande do Norte para relatar a experiência e o processo de implantação da televisão digital. A partir disso, iniciou-se a formação da colônia, ou seja, da escolha dos entrevistados, que teve como objetivo identificar pessoas em todas as emissoras para a sua formação.

O conceito de colônia está relacionado exclusivamente ao fundamento da identidade cultural do grupo; são os elementos amplos que marcam a identidade geral dos seguimentos dispostos à análise. Classe social, gênero e etnia são pontos básicos do conceito de colônia (José Carlos Sebe Bom Meihy, 2005: 177).

Desta forma, a Colônia foi formada com integrantes das cinco emissoras selecionadas. Neste artigo, apresentamos, conforme o quadro 1, as entrevistas com alguns dos profissionais de três das cinco emissoras pesquisadas. No momento da escrita deste trabalho as demais entrevistas ainda estavam sendo realizadas e outras em fase de transcrição.

Quadro 1: Colônia dos primeiros entrevistados

Colônia dos profissionais de Comunicação da televisão do Rio Grande Norte	Profissionais da InterTV Cabugi (Globo)
	Profissionais da TV Ponta Negra (SBT)
	Profissionais da TV Tropical (Record)
	Profissionais da TVU (TV Brasil)
	Profissionais da Band Natal (Bandeirantes)

(Elaborado pelas autoras)

A partir da definição da colônia dos entrevistados começou-se a identificar os entrevistados nas respectivas emissoras para a formação da rede, que vem a ser uma subdivisão da colônia, funcionando assim, como um indicativo de modo a articular as

entrevistas. “A colônia é sempre um grupo amplo, da qual a rede é a espécie ou parte menor que possa caber nos limites de um projeto plausível de ser executado” (José Carlos Sebe Bom Meihy, 2005: 177). Com isso, começou-se a elaborar a rede como uma subdivisão da colônia a fim de “estabelecer parâmetros para decidir sobre quem se deve e quem não deve entrevistar” (José Carlos Sebe Bom Meihy, 2005; 177). Os cortes realizados para chegar à escolha final dos entrevistados basearam-se na disponibilidade que os profissionais demonstraram para conceder as entrevistas, conforme pode ser visto no quadro 2, com o primeiro grupo entrevistado e a formação de suas respectivas redes.

Quadro 2 – Redes formadas pelas emissoras e os entrevistados

Redes	Entrevistados	Cargos
1-) InterTV Cabugi	Filipo Cunha Luiz Veiga Diana Barreto	Chefe de Reportagem Diretor de Jornalismo Produtora de Jornalismo
2-) TVU	Iano Maia	Chefia de jornalismo
3-) TV Ponta Negra	Rafael Cruz	Gerente de Programação

(elaborado pelas autoras com base nas entrevistas já realizadas)

Depois da Colônia e das Redes definidas partiu-se para elaboração do roteiro de entrevista a ser seguido durante as entrevistas, visto que os objetivos delas era compreender como cada emissora passou pelo processo de digitalização do sinal analógico. Partindo de uma pergunta de corte, que de acordo com José Carlos Sebe Bom Meihy deve ser uma questão que perpassa todas as entrevistas e que deve referir à comunidade de destino que marca a identidade do grupo analisado, quase sempre a pergunta de corte vem no final da entrevista. No caso desta pesquisa foi solicitado a cada um dos entrevistados, ao final da entrevista, que fizesse considerações sobre a transmissão do sinal digital para o Rio Grande do Norte. Além disso, foi perguntado também temas como: início do processo de digitalização, sobre projeto para divulgar a mudança; sobre as principais modificações técnicas sofridas ao longo do processo; sobre a necessidade de ajustes na programação durante a mudança; sobre a necessidade de capacitação para a equipe técnica/jornalística; sobre a realização alguma pesquisa para saber se o sinal digital está funcionando; e sobre a questão envolvendo a participação dos telespectadores, a partir do sinal digital.

As primeiras entrevistas gravadas³, até o momento, foram transcritas para serem utilizadas como fonte de informação e serão divulgadas por meio de uma publicação para a referência de pesquisadores, estudantes e a sociedade em geral. O processo de transcrição proposto pela história oral não foi desenvolvido porque não se trata de um projeto específico para este fim, e sim uma apropriação da história oral, como ferramenta metodológica de pesquisa, que se utiliza da entrevista, e coloca o

³ As entrevistas foram realizadas pelo bolsista de iniciação científica Rafael Barbosa.

entrevistado na perspectiva de colaborador, “é um termo importante na definição do relacionamento entre o entrevistador e o entrevistado. Sobretudo, é fundamental porque estabelece uma relação de compromisso entre as partes” (José Carlos Sebe Bom Meihy, 2005: 124).

3 Resultados

A partir do instrumental metodológico utilizado nesta pesquisa, com o objetivo de mapear os caminhos que levaram à implantação da televisão digital no Rio Grande do Norte, é possível, com o apoio dos primeiros resultados, observar que o desligamento do sinal analógico, no dia 30 de maio de 2018, na capital do Rio Grande do Norte e grande Natal ocorreu em um clima de tranquilidade. As cinco principais emissoras do Estado, mesmo que tendo passado por momentos de instabilidade na transmissão do sinal, que caracterizou a fase de implantação da televisão digital, conseguiram concretizar o processo no prazo estabelecido pelo Ministério das Comunicações. De forma que não houve casos de comunidades ou indivíduos que ficaram sem o sinal digital. Apesar dos altos índices de pobreza no Estado do Rio Grande do Norte, uma intensa campanha, com a distribuição de equipamento para a adaptação do sinal dos aparelhos analógicos foi desenvolvida. A organização não-governamental Seja Digital (EAD Entidade Administradora da Digitalização de Canais TV e RTV), que é uma empresa sem fins lucrativos, foi responsável por operacionalizar a migração do sinal analógico para o sinal digital da televisão no Brasil. A empresa foi criada por determinação da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações), e tem como missão garantir que a população tenha acesso à TV Digital, oferecendo suporte didático, desenvolvendo campanhas de comunicação e mobilização social, além de distribuir kits para a implantação da TV digital para as famílias cadastradas em programas sociais do Governo Federal. Ainda entre os objetivos, também é necessário aferir a adoção do sinal de TV digital, remanejar os canais nas frequências e garantir a convivência sem interferência dos sinais da TV e 4G após o desligamento do sinal analógico de televisão. De acordo com site da empresa, “Esse processo teve início em abril de 2015 e, de acordo com o cronograma definido pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações, mais de 1300 municípios terão o sinal analógico desligado até 2018”⁴.

Por meio das informações apuradas durante as entrevistas com os profissionais e de consultas aos sites das emissoras de Natal foi possível observar, em conformidade com o quadro 3, que as cinco principais emissoras de Natal estão transmitindo o sinal digital, e que o processo começou com a InterTV Cabugi (Globo), em 22 de março de 2010,

⁴ <http://www.sejadigital.com.br/sobre>

depois disso, a segunda emissora a passar pelo processo de transição foi a Band Natal (Bandeirantes), no dia 11 de junho de 2010. A terceira emissora a se converter em digital no estado do Rio Grande do Norte foi a TV Ponta Negra (SBT), no dia 25 de junho de 2014, em seguida foi a vez da TVU (TV Brasil), no dia 15 de maio de 2015, e finalmente, a última a digitalizar o seu sinal foi a TV Tropical (Record), no dia 07 de maio de 2018. Esta cronologia demonstra que foram necessários cerca de oito anos para que processo de digitalização fosse completamente implementado nas principais emissoras comerciais da capital e região metropolitana do Rio Grande do Norte. No interior do estado ainda existe a dupla distribuição de sinais, ou seja, atuam com o analógico e o digital, pois o processo ainda está em curso.

Quadro 3 – Cronologia da digitalização em Natal

ORDEM	EMISSIONA	DATA DE DIGITALIZAÇÃO
1ª	Inter TV Cabugi/ globo	22de março de 2010
2ª	band natal/ bandeirantes	11 de junho de 2010
3ª	tv ponta negra/ sbt- 13.1	25 de junho de 2014
4ª	tvu – ufrn/ tv brasil	15 de maio de 2015
5ª	tv tropical/ record	07 de maio de 2018

(Elaborado pelas autoras com base nas entrevistas realizadas e em sites das emissoras)

A partir do acompanhamento e a observação do processo de digitalização em Natal, por intermédio do acompanhamento da programação das emissoras e também, a partir das entrevistas realizadas pode-se ter uma dimensão de como se deu a trajetória de digitalização da televisão no Rio Grande do Norte.

Para este artigo, contamos com as impressões de profissionais de três das cinco emissoras pesquisadas, visto que as duas outras entrevistas ainda estão em fase de transcrição no momento do fechamento deste texto.

Na InterTV Cabugi, o processo ocorreu de forma gradual e com uma programação determinada pela emissora de rede (Globo). De acordo com diretor de jornalismo da InterTV Cabugi, na época, o jornalista Luiz Veiga, o processo teve início em novembro de 2010. Segundo ele, foi necessário fazer duas emissoras, durante o período de transição, “uma analógica e outra digital. À medida que o tempo foi passando, foi deixando apenas o digital” (Luiz Veiga, 2018). A mesma programação era exibida em dois canais (analógico e digital). Na parte técnica, houve treinamento com os fabricantes dos equipamentos, e palestras nas praças que iniciaram o processo antes, como Rio de Janeiro e São Paulo. A emissora desenvolveu uma intensa campanha de conscientização voltada para o público, com o objetivo de informar quais as mudanças o sinal digital traria para o telespectador. A respeito da interação que a televisão digital proporciona ao público, o diretor de jornalismo da InterTV Cabugi revela que,

nós tivemos uma maior participação dos telespectadores. Feedbacks com relação à qualidade, isso aconteceu bastante certo. Realmente com elogios em relação à diferença de qualidade. Mas basicamente esta campanha que houve para o desligamento foi quem fez essa interação maior entre público e televisão (Luiz Veiga, 2018).

Em suas considerações, o diretor de jornalismo da InterTV Cabugi esclareceu que o sinal digital tem uma qualidade superior ao analógico, tanto em relação à imagem quanto ao som. “É uma tecnologia que está em constante desenvolvimento. Ou seja, o que nós temos hoje pode ser que não tenhamos daqui a cinco anos. Seja uma tecnologia deferente” (Luiz Veiga, 2018). Ele ressalta que o processo é irreversível para enfrentar a concorrência com os outros meios. “O primeiro passo foi dado, a gente era obrigado a ter essa melhoria em nosso sinal, frente aos outros meios que também evoluíram: internet, TV por demanda, TV a cabo que também se tornaram digitais”.

Para a produtora de jornalismo Diana Barreto (informação verbal, 2018) a transição foi aos poucos, mas houve um marco na produção de telejornalismo, “a gente marcou este momento fez um jornal especial, com uma transmissão ao vivo explicando para os telespectadores como seria essa mudança e principalmente porque seria um momento uma transição”. Para ela, além de mais qualidade na imagem, é possível entregar um produto melhor para o telespectador. Durante a transição foi exibida uma série de reportagens para explicar ao telespectador o que é a TV digital. “Porque tem toda uma parte mais burocrática, mais técnica, mas a gente tentou traduzir isso em formato de matéria, e a gente fez uma série de reportagens explicando exatamente o que era o sinal digital” (Diana Barreto, 2018). Para os jornalistas da redação, principalmente os que aparecem no vídeo (repórter e apresentador), a produtora revela que houve algumas mudanças:

Existia uma preocupação dos próprios profissionais em relação à imagem, já que o sinal digital dá um detalhe maior, um detalhe melhor. Então até com relação à maquiagem, à iluminação, à roupa. Tudo isso teve uma preocupação e uma adaptação para o sinal digital (Diana Barreto, 2018).

Para Barreto (2018) houve uma aproximação da equipe de jornalismo com o telespectador,

porque a pessoa começa a perceber que aquele sinal é um sinal de qualidade, é um produto de qualidade que a gente entrega pro telespectador [...] e as pessoas gostam realmente de ter essa qualidade em casa e se sente mais próximo até do profissional, mais perto do apresentador. Você consegue ver aquilo com mais nitidez. E isso agrega pra gente e agrega para o telespectador (Diana Barreto, 2018).

O chefe de reportagem da InterTV Cabugi, Filipo Cunha (2018) revelou, que a primeira transmissão digital, em Natal, aconteceu no ano de 2014. Na Copa do Mundo, onde as duas emissoras que tinham o direito de transmissão eram a Globo e a Bandeirantes, “de forma aberta e gratuita foi na Copa do Mundo da Africa do Sul. Então é ali que começa, um pouquinho antes, os preparativos de digitalização, mas o impacto no ar foi na Copa de 2014, o primeiro grande evento transmitido por TV digital, em sinal aberto” (Filipo Cunha, 2018). De acordo com ele, houve um processo operacional na parte da engenharia da emissora, “a transformação do sinal digital implica em algumas coisas técnicas e operacionais, muito mais voltadas na parte da engenharia do que da parte do jornalismo” (Filipo Cunha, 2018). Na parte do jornalismo existem algumas preocupações, como por exemplo, a TV passa a ser exibida no formato 16X9, que fica naquele tamanho mais largo do que o tradicional 4X3 quadrado. “Isso implicou em o repórter poder ficar longe pra fazer uma entrevista, se não ele aparecia muito mais no quadro do que antigamente. Então estas adaptações dentro do jornalismo foram mais simples” (Filipo Cunha, 2018). Esta mudança no formato do quadro ampliou o campo de cobertura da câmera, “o editor consegue ver muito mais coisas na TV, a imagem é muito mais ampla. Então muda um pouquinho para o cinegrafista, para o repórter cinematográfico” (Filipo Cunha, 2018). Para ele, não muda o conteúdo, mas muda como chega este conteúdo. “Esse pacote visual, ele muda. Então os editores tiveram imagens melhores para trabalhar, porém com a imagem precisava de maior atenção. Os repórteres também, mais qualidade na imagem, mas também tem que se cuidar mais” (Filipo Cunha, 2018).

Na TV Ponta Negra, o processo de digitalização iniciou em 2014, quando a emissora foi vendida para o grupo Hapvida. De acordo com o gerente de programação da emissora, Rafael Cruz, o primeiro passo foi “a compra do transmissor digital e gerada a imagem digital. Sendo que antes já havia também uma compra de equipamentos, como câmera” (Rafael Cruz, 2018). Depois disso, várias outras atividades e campanhas se desenvolveram, como a campanha institucional da emissora, conforme imagem 1 abaixo, que mostra por meio de um vídeo disponível no canal do YouTube da emissora, com as principais características e qualidades da televisão digital. Além disso, uma série de reportagens, em parceria com a ONG Seja Digital, com o acompanhamento de seu trabalho nos bairros da periferia da cidade, distribuindo o kit para TVs analógicas poderem receber o sinal digital, “foi uma informação muito maciça, muito presente. Tanto é que Natal cumpriu o prazo. Dentro do previsto foi desligado o sinal analógico porque cumpriu aquela meta de 93% dos lares com acesso ao sinal digital” (Rafael Cruz, 2018).



Fonte: www.youtube.com/watch?v=-Bby1u3ILU8

De acordo com ele, a mudança só pode ser observada em sua íntegra a partir de 2018, com o desligamento do sinal analógico, “houve uma transformação profunda porque a gente teve que trocar as câmeras, as câmeras de estúdio. É uma outra iluminação” (Rafael Cruz, 2018). Além disso, os espaços físicos da emissora tiveram que ser readaptados. “Os cenários foram refeitos e tiveram que ser repensados, já na apuração do HD que pega os detalhes como a profundidade, o relevo” (Rafael Cruz, 2018). Na parte técnica houve um processo intenso, que alterou o dia a dia da empresa. “As nossas ilhas de edição tiveram que passar por upgrade porque o material em HD demanda mais memória, demanda mais tempo pra transferir um arquivo para o exibidor” (Rafael Cruz, 2018). Para realizar todo o processo, a equipe de engenharia da emissora inicialmente estudou as possibilidades e em seguida fez um cronograma por etapas. Na primeira etapa, a emissora começou a transmitir no estúdio em HD. Numa segunda etapa, passou a transmitir também as matérias, “não foi feito tudo de uma vez não. Isso contribuiu para que a gente pudesse absorver todas estas mudanças” (Rafael Cruz, 2018). As mudanças mexeram com a rotina de produção da redação de jornalismo. “Principalmente nessa coisa da velocidade da informação que hoje a gente concorre não só com TVs concorrentes, com a própria internet, com outros veículos” (Rafael Cruz, 2018). No departamento de jornalismo, o processo de informação e capacitação dos profissionais começou em 2010. “Nós não estávamos nem ainda operando em sinal digital, mas naquela época, nós tivemos um treinamento de jornalismo, com a vinda de uma pessoa do SBT pra falar um pouco de figurino, de maquiagem, do que iria mudar com a chegada do digital” (Rafael Cruz, 2018). Outras discussões seguiram sobre os mais variados temas que se relacionam com a televisão digital, como um novo modelo de negócio, e as possibilidades de interatividade. Em 2018 o grupo Opinião, do qual a TV Ponta Negra faz parte, reuniu todas as emissoras do sistema para discutir questões relacionadas ao conteúdo digital. “Nem tanto mais a parte técnica que está aí, mas a parte do conteúdo e dos novos modelos de negócio” (Rafael Cruz, 2018).

Em relação ao orçamento e aos custos de todo o processo de digitalização da TV Ponta Negra, Rafael Cruz revela que a empresa seguramente já investiu cerca de quatro milhões de reais. De modo que em 2018 foram gastos um milhão e meio, com a troca da mesa de corte, câmeras de estúdio e de externa, cabeamento, entre outros equipamentos. “Fora o nosso transmissor que também custa nesta faixa de um milhão e meio de reais” (Rafael Cruz, 2018). Agora, o desafio da TV digital é estar 100% no interior do estado também. “Existe um processo de expansão, de interiorização, que vai ser executado no próximo ano. A região Seridó precisa do nosso sinal digital, o mais extremo oeste alí do Estado, na tromba do elefante” (Rafael Cruz, 2018).

Na TVU, que foi a primeira emissora do estado, o sinal digital começou a ser transmitido a partir do dia 15 de maio de 2015, mas o processo de migração do sinal analógico para o digital começou por volta de 2010, quando foi aprovado o projeto de financiamento do transmissor digital, “que envolvia várias áreas de conhecimento da universidade, vários professores, e que inclusive financiou um processo de elaboração de novas linguagens em TV digital” (Iano Maia, 2018). Segundo Iano Maia (2018) foi um projeto chamado XPA Lab. “Esse projeto que foi financiado pelo CTINFA, que é um edital nacional. Ele começou a ser executado em 2011. Esse projeto viabilizou a compra do transmissor digital” (Iano Maia, 2018).

Com o início das transmissões digitais, a TVU ficou em fase experimental, mas depois teve problemas técnicos, o que deixou a emissora seis meses fora do ar. O sinal digital foi restabelecido no dia 31 de maio de 2018. O projeto institucional desenvolvido pela TVU era só uma das etapas – a de transmissão digital. “Todo o outro processo de transição digital nunca foi executado. A gente tá agora começando a se preparar pra isso, mas todo o nosso parque de equipamento está obsoleto” (Iano Maia, 2018). O processo de mudança na produção de conteúdo continua analógico, apesar de a transmissão ser digital, “não melhorou qualidade de imagem, a gente não mudou formato de programa, a gente não mudou nada no estúdio, e nada nas externas” (Iano Maia, 2018). Em 2018 iniciou-se a produção de conteúdo em alta definição, mas não para ser exibido na televisão, e sim para ser usado na internet. Este fato revela, que mesmo já tendo sido desligado o sinal analógico, e com a transmissão digital, a produção de conteúdo da emissora continua analógica. Mesmo com um investimento de cerca de um milhão e meio de reais, feito pela Finepe para a implantação do transmissor digital, a TVU continua produzindo conteúdo analógico e ainda tem um longo caminho até chegar completamente à era digital.

4 Discussões e considerações finais

Com o objetivo de mapear a trajetória de implantação da televisão digital do Rio Grande do Norte, este artigo buscou apresentar uma parte dos resultados obtidos até o momento. Com a amostra, adquirida a partir de entrevistas realizadas com profissionais de três emissoras foi possível considerar que o processo, na sua plenitude, ainda está em andamento, mas muito ainda deve ser feito. Mesmo que o sinal analógico tenha sido desligado em maio de 2018, uma das emissoras (TVU) continua produzindo conteúdo analógico e transmitindo em digital, dessa forma, o produto que chega para o telespectador ainda é de baixa qualidade e por isso a experiência do telespectador fica prejudicada.

Outro dado importante é em relação aos investimentos realizados para a migração do sinal analógico para o digital, no qual duas emissoras fizeram aproximações a respeito dos valores gastos no processo, mas uma delas optou por omitir os valores, e por isso fica difícil ter uma real dimensão do esforço que foi despendido para que o processo de digitalização fosse concretizado, além de demonstrar um receio por meio da emissora de apresentar os dados de maneira clara e objetiva. O que de maneira geral dificultou nossa análise, uma vez que uma das etapas que perpassa o processo de digitalização da televisão são os investimentos financeiros das emissoras para que a conversão seja feita de maneira eficaz e completa.

Por se tratar de um processo radical de mudança, observou-se o período entre o início e o término da migração do sinal analógico para o digital, são necessários de 4 a 5 anos de planejamento, desenvolvimento e efetivação propriamente dita da mudança. Isso porque durante boa parte deste processo funcionam simultaneamente duas emissoras, sendo uma delas com sinal analógico e outra com sinal digital. Em alguns casos a mudança vai sendo realizada por etapas, já que não é possível realizar tudo de uma só vez, devido ao alto custo de investimento em tecnologia e treinamento dos profissionais. Este artigo tentou demonstrar a complexidade deste processo e como o planejamento ou a falta dele pode resultar em uma dificuldade de implementação do sinal digital, como observamos na TV Universitária.

Quanto aos benefícios gerados pelo sinal digital, destacam-se a melhoria na qualidade da imagem em formato retangular (16X9), em substituição ao anterior quadrado (4X3), e do som, com substancial melhoria na qualidade de recepção do sinal, com eliminação de chuviscos e perdas de sinal. Além dos benefícios já citados, pode-se identificar por parte das equipes de produção de jornalismo um aumento na participação do telespectador, devido ao que Jenkins (2009) denominou de convergência. Comprovou-se a ligação existente entre o termo (convergência) e o processo de digitalização da televisão, porque ele define as mudanças tecnológicas, industriais, culturais e sociais relativas às novas maneiras como as mídias circulam na cultura, e que abre possibilidades

para novos modelos de negócios, conforme foi observado nas entrevistas realizadas ao longo da pesquisa.

Além dos benefícios técnicos, observamos que o processo de digitalização envolve mais que somente as emissoras, a comunidade deve estar preparada para receber o sinal digital, entender a importância de ter televisores e conversores que tornam possível a recepção do sinal digital em todas as residências. Por isso, o papel da ONG Seja Digital foi de extrema importância para democratizar o acesso à parte da população de baixa renda e que não teria como arcar com os custos de novos aparelhos televisivos ou de conversores digitais. Em um país como o Brasil, onde a desigualdade é o grande vilão, iniciativas de democratização ao acesso à televisão digital são sempre necessárias, já que a televisão está presente em 97%⁵ dos lares brasileiros e é, ainda hoje, a mídia mais vista no Brasil.

Por fim, a utilização de alguns preceitos da história oral, por meio da formação de uma colônia e de redes de entrevistados como parte da metodologia possibilitou uma aproximação com profissionais identificados nas emissoras, o que nos permitiu contar uma parte da trajetória de digitalização da televisão no Rio Grande do Norte e dar mais um passo em direção à memória e resgate da história da televisão local. Lembrando que este é só o primeiro passo da caminhada em busca de compreender os processos que levaram à digitalização da televisão no Rio Grande do Norte. Esperamos ao fim da pesquisa ter um panorama geral das ações realizadas, das dificuldades enfrentadas, erros e acertos ao longo do desenvolvimento da digitalização, para desta maneira poder escrever mais um capítulo da história da televisão potiguar e, assim, compreender a evolução do meio televisivo em um panorama local e como ele se relaciona com as mudanças que estão ocorrendo em todo o mundo.

Referencias bibliográficas

ASSMANN, A. (2011). *Espaços da recordação – formas e transformações da memória cultural*. Campinas: Unicamp.

BARRETO, D. (2018) *Chefe de Reportagem*. Entrevistado em Natal durante a realização da pesquisa; Inter TV Cabugi.

BOURDIEU, P. (1997). *Sobre a Televisão*. Rio de Janeiro: Zahar.

⁵ <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-02/uso-de-celular-e-acesso-internet-sao-tendencias-crescentes-no-brasil>

- CANNITO, N. (2010). *A televisão na era digital*. São Paulo: Summus.
- CUNHA, F. (2018). *Chefe de Reportagem*. Entrevistado em Natal durante a realização da pesquisa; Inter TV Cabugi, 2018.
- CRUZ, R. (2018) Gerente de Programação. Entrevistado em Natal durante a realização da pesquisa; TV Ponta Negra.
- DIGITA. S. (2018). Disponível em: <http://www.sejadigital.com.br/sobre> Acesso em 05 de maio de 2019.
- DUARTE, J. ; BARROS, A. (2005). *Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. São Paulo: Editora Atlas.
- FREITAS, S. M. de. (2006). *História Oral: procedimentos e possibilidades*. São Paulo: e-book.
- GAGNEBIN, J. M.(2005). *Sete aulas sobre linguagem, memória e história*. Rio de Janeiro: Imago.
- KNEIPP, V. A. P. (2017). Trajetória da televisão no Rio Grande do Norte: a fase analógica. Natal: EDUFRN. Recuperado em 22 de abril de 2019, https://repositorio.ufrn.br/jspui/bitstream/123456789/24528/1/Trajectoria_da_TV_no_RN_a_fase_analogica.pdf.
- LOPES, M. I. V. de. (1994). *Pesquisa em Comunicação Formulação de um modelo metodológico*. São Paulo: Loyola.
- MACHADO, A. (2000). *A televisão levada a serio*. São Paulo: Senac.
- MAIA, I. (2018). Chefia de Jornalismo. Entrevistado em Natal durante a realização da pesquisa; TVU.
- MATTOS, S. A. S. (2002). *História da televisão brasileira - uma visão econômica social e política*. São Paulo: Vozes.
- MAUAD, A. M. (2016). *História oral e mídia*. São Paulo: Letra e Voz,.
- MEIHY, J. C. S. B. (2005). *Manual de História Oral*. São Paulo: Edições Loyola.
- THIOLLENT, M. J. M. (1980). *Crítica metodológica, investigação social & enquête operária*. Polis.
- VEIGA, L. (2018). *Diretor de Jornalismo*. Entrevistado em Natal durante a realização da pesquisa; Inter TV Cabugi.

EL BICENTENARIO DEL GENERAL PRIM Y LA POLÉMICA SOBRE SU ASESINATO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN ESPAÑOLES

*The bicentennial of General Prim and the controversy on his
murder in the Spanish media*


DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.07>

Recibido: 26/09/2019

Aceptado: 01/11/2019

Publicado: 15/12/2019

Diego Cameno Mayo

ORCID  0000-0003-1204-6236

Universidad Complutense de Madrid, España

diegocamenomayo@gmail.com

Como citar este artículo: CAMENO MAYO, Diego (2019): "El bicentenario del general Prim y la polémica sobre su asesinato en los medios de comunicación españoles", en: *RIHC: Revista Internacional de Historia de la Comunicación* (13), pp. 107-128.

Resumen: Desde algunos sectores de la historiografía española, en connivencia con varios medios de comunicación, se pretendió convertir el año 2014 en el “Año Prim”. El bicentenario de su nacimiento ofrecía una oportunidad inmejorable para acercar esta trascendental figura de nuestra Historia a una sociedad que parece haberla olvidado. Sin embargo, ciertos ámbitos del periodismo aprovecharon la coyuntura para difundir una serie de polémicas teorías que, propagadas por los medios, empañaron el bicentenario del general Prim. El objetivo del presente artículo es analizar el papel que jugaron dichos medios de comunicación en esta controversia, su impacto en la sociedad y evaluar el tratamiento que Prim recibió en el año 2014 en prensa, radio y televisión.

Palabras clave: Prim, bicentenario, polémica, medios.

Abstract: From some sectors of Spanish historiography, in collusion with certain media, it was intended to turn the year 2014 into the « Prim Year ». The bicentennial of his birth offered an unbeatable opportunity to bring this transcendental figure of Spanish History closer to a society that seems to have forgotten him. However, certain areas of journalism took advantage of the situation to disseminate a series of controversial theories that, propagated by the media, blurred the bicentennial of General Prim. The objective of this article is to analyze the role played by the media in this controversy, its impact and evaluate the treatment that Prim received in 2014 in press, radio and television.

Keywords: Prim, bicentennial, controversy, media.

Introducción

Madrid, 27 de diciembre de 1870. Hacia las siete y media de la tarde la nieve cae copiosamente sobre las calles de la capital. Las vías del centro de la ciudad, escasamente iluminadas, muestran menor actividad de lo normal, pero el intenso frío de una noche invernal puede servir de explicación a tan anómala situación. No obstante, en la intrincada calle del Turco, a pocos metros del Congreso de los Diputados, un ir y venir de coches de caballos y viandantes desafía a la tranquilidad reinante. El silencio se rompería definitivamente pocos minutos después, cuando una serie de gritos, detonaciones, latigazos y el galopar de los caballos haría retumbar los cimientos de una nación entera. Los autores de dicho tiroteo continúan, a día de hoy, en el anonimato, no así la víctima: el antaño conspirador infatigable y, en ese momento, presidente del Consejo de Ministros y ministro de la Guerra, general Juan Prim y Prats (Reus, 1814- Madrid, 1870)¹.

¹ El escritor canario Benito Pérez Galdós, retrató a Prim en sus *Episodios Nacionales* como un conspirador incansable, que no se detuvo hasta lograr la expulsión de Isabel II del trono de España. (Pérez Galdós, 2007).

Desde el mismo momento del crimen, Madrid se llenó de rumores que no cesaron con el paso del tiempo, resistiendo hasta nuestros días. La berlina en la que viajaba Prim salió a toda velocidad de la calle del Turco y llegó, en pocos minutos, al cercano palacio de Buenavista, residencia del herido. A partir de ese momento, las versiones difieren en extremo. Benito Pérez Galdós reflejó en una de sus novelas un Prim levemente herido que accedió a sus aposentos por su propio pie y que, además, era capaz de tranquilizar a su asustada esposa (Pérez Galdós, 2009: 227-228). Otros autores, como Rafael Olivar Bertrand, no otorgaron excesiva credibilidad a ese relato o, por el contrario, afirmaron que Prim debió llegar inconsciente al palacio de Buenavista (Olivar Bertrand, 1975: 534 y Pérez Abellán, 2014a: 114). Esto es tan solo una muestra de la controversia que el atentado de la calle del Turco provocó en la historiografía. Sin embargo, no es la única. El siglo XXI trajo nuevas polémicas que, gracias a la difusión otorgada por los medios de comunicación, empañaron las insoslayables teorías expuestas hasta el momento.

1 Objetivos y metodología

Si hasta comienzos del presente siglo el único debate que parecía quedar abierto era el de la identidad de los asesinos, en la última década se empezó a dudar de la forma en que murió el general Prim. La versión oficial siempre mantuvo que el herido falleció tres días después del asalto, el 30 de diciembre de 1870, a consecuencia de la infección provocada por las heridas sufridas. Esto comenzó a ser cuestionado por una serie de criminólogos e investigadores que, al filo del bicentenario del nacimiento de Juan Prim (celebrado en el año 2014) y gracias a nuevos análisis forenses realizados a la momia del general, lanzaron ciertas teorías que iban desde el cambio de fecha del deceso (que se habría producido el mismo 27 de diciembre) hasta la forma en que falleció el ilustre herido (estrangulado a lazo y apuñalado por la espalda en su lecho de muerte).

Estas tesis enturbiaron la celebración del bicentenario del general Prim y su voluntad de acercar la figura del insigne general a la sociedad española. Puesto que los medios de comunicación jugaron un importante papel en la consolidación y divulgación de las nuevas teorías sobre el crimen de la calle del Turco, la voluntad de este artículo es analizar la forma en que la prensa, radio y televisión abordaron los actos de conmemoración así como la polémica surgida en torno al fallecimiento del que fuera presidente del Consejo de Ministros. Para realizar esta labor, se han empleado diferentes medios, desde hemerografía digital (estudiando plataformas como *Libertad Digital*, *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *Público*, *La Razón*, *El Diario* o *National Geographic*) hasta canales de televisión y radio como Cuatro TV, Televisió de Catalunya, TeleMadrid o Radio Televisión Española, que trataron la cuestión a través de documentales,

programas de entretenimiento, entrevistas e, incluso, películas. A continuación, se expondrá, de forma diacrónica, la manera en que cada una de estas plataformas de comunicación presentaron a Prim en el momento de su bicentenario, los profesionales con los que contaron y la credibilidad que otorgaron a las polémicas hipótesis formuladas tras el análisis de la momia del general por un grupo de forenses y criminólogos.

2 Sociedad Bicentenario General Prim (1814-2014) y Comisión Prim de Investigación

Aprovechando la oportunidad que suponía el bicentenario del nacimiento del general Prim, diversos organismos, como el Ayuntamiento de Reus, decidieron poner en marcha una serie de iniciativas con el objetivo de promocionar su ciudad a través de la figura de su héroe local. Otras, como la Sociedad Bicentenario General Prim, optaron por difundir la vida y trayectoria del insigne general, acercándolas a una sociedad que parece haber olvidado a uno de los personajes más importantes de la Historia de España reciente. Este organismo participó en numerosos actos que iban desde obras de teatro, exposiciones, presentaciones de libros hasta seminarios –siempre con la figura del general como indiscutible protagonista–². Además de todo esto, dicha Sociedad tomó parte, el día 27 de diciembre de 2012, en la inauguración de una placa en la calle Marqués de Cubas (antigua calle del Turco) que, desde entonces, nos recuerda lo que allí sucedió un mismo 27 de diciembre pero 142 años atrás³.

² En el siguiente enlace se pueden ver las conmemoraciones que Prim recibió durante el año 2014 (Fecha de consulta: 23/04/2018): <http://www.cepc.gob.es/docs/default-source/prensa/exposiciones-y-conferencias-honar%C3%A1n-a-prim-en-bicentenario-de-su-nacimiento.pdf?sfvrsn=0>

FELIPE ARRANZ, D. (28/12/2014): “Presentación del libro “El General Prim en su bicentenario 1814-2014. Ciclo de Mesas Redondas en Madrid”, editado por Fundación Independiente” en *Todoliteratura.es*. Disponible en internet (23/04/2018): <http://www.todoliteratura.es/articulo/eventos/presentacion-libro-general-prim-bicentenario-1814-2014-ciclo-mesas-redondas-madrid-editado-fundacion-independiente/20141228073610030422.html>

“Homenaje al General Prim en el Congreso de los Diputados” (27/12/2012) en *Mariajoserubio.com*. Disponible en internet (23/04/2018): <http://www.mariajoserubio.com/2012/12/homenaje-al-general-prim-en-el-congreso-de-los-diputados/>

³ La prensa se hizo eco ampliamente de la iniciativa, encontrándose distintos medios que publicaban la noticia, entre ellos: “Madrid descubre hoy una placa en memoria de Prim asesinado hace 142 años” (27/12/2012) en *Eldiario.es*. Disponible en internet (23/04/2018): https://www.eldiario.es/politica/Madrid-descubre-memoria-Prim-asesinado_0_83991611.html; “Madrid inaugura una placa para conmemorar el asesinato del general Prim” (27/12/2012) en *Madrididiario.es*. Disponible en internet (23/04/2018):

Por último, habría que citar la colaboración de la Sociedad Bicentenario del General Prim en un documental coproducido por Televisión Española (TVE) y Televisió de Catalunya (TV3) que, finalmente, solo se emitió en la televisión autonómica catalana pero que refleja la voluntad de divulgar la importancia del general por todos los canales disponibles⁴.

La Sociedad Bicentenario no fue la única nacida al calor de la conmemoración de los doscientos años del nacimiento del conde de Reus. Al amparo de la Universidad Camilo José Cela, se creó la Comisión de Investigación sobre el general Prim. Esta comisión se definía a sí misma como «una institución voluntaria y altruista, multidisciplinar, sin ánimo de lucro, [...] compuesta de modo libre y voluntario por profesores y doctores, cuyo objetivo es promover la investigación en la universidad en general y la alianza investigadora entre universidades»⁵.

Mientras los organismos oficiales como el Ayuntamiento de Reus, o sociedades como la del Bicentenario del General Prim, buscaban transmitir la importancia de Juan Prim en la Historia de España, la Comisión Prim se planteó como objetivo conocer con exactitud los detalles del atentado de la calle del Turco y, además de desenmascarar de una vez por todas a los asesinos, quiso analizar la momia del general para determinar la causa del fallecimiento. La fecha de 2014 era inmejorable, porque el general Prim saldría a escena y eso brindaba una oportunidad para mostrarse al público que no podía ser desaprovechada. El inconveniente era que, para atraer la atención de los medios, no se puede repetir la historia de siempre, por lo que era necesario dar un nuevo giro al caso Prim. Antes de entrar en las polémicas y discusiones que se generaron en torno al análisis de la momia, y que se mantienen hasta la actualidad, hay que señalar que la intención de la Comisión Prim fue, desde el principio, encontrar algo novedoso, y cualquier indicio que pudiese apartarse de la historia oficial sería bien recibido (Pérez Abellán, 2018).

<https://www.madridiario.es/noticia/226058/madrid/madrid-inaugura-una-placa-para-conmemorar-el-asesinato-del-general-prim.html>; FRAGUAS, R. (10/01/2013): "Juan Prim, ecos de un magnicidio" en *Elpais.com*. Disponible en internet (23/04/2018): https://elpais.com/ccaa/2013/01/10/madrid/1357837329_164777.html; HIDALGO, J.C. (28/12/2012): "Madrid descubrió una placa en memoria del general Prim" en *Lavanguardia.com*. Disponible en internet (23/04/2018): <http://www.lavanguardia.com/fotos/20121228/54356672885/madrid-descubre-placa-memoria-del-general-prim.html>

⁴ El documental, *Prim, anatomía de un general*, será analizado posteriormente.

⁵ Esas son las palabras con las que la definía su presidente, Francisco Pérez Abellán, periodista especializado en Criminología: PÉREZ ABELLÁN, F. (16/02/2013): "Las conclusiones de la comisión de investigación sobre Prim" en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (24/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/espana/2013-02-15/las-conclusiones-de-la-comision-de-investigacion-sobre-prim-1276482429/>

2.1 Un polémico estrangulamiento

Cuando en septiembre de 2012, el cuerpo momificado del general Prim era trasladado al Hospital Universitario Sant Joan de Reus, el presidente de la Comisión Prim, Francisco Pérez Abellán –participante en el análisis del cadáver y cuyos resultados aún no conocía– ya dejaba claro al lector que su objetivo era cambiar la Historia (inventada y falseada en el franquismo, según su opinión). En un primer momento, él ya tenía una teoría que la momia solo podía confirmar: Prim murió el 27 de diciembre de 1870⁶. Esta hipótesis fue la que se barajó hasta el descubrimiento de otra más succulenta y con más posibilidades de llamar la atención: la momia de Prim presentaba unos surcos en el cuello que, según una forense del equipo que realizaba el análisis, podrían ser compatibles con una estrangulación a lazo.

El ya citado documental, *Prim, anatomía de un general*, además de intentar acercar la figura de Prim a los españoles, tenía por objetivo documentar y difundir el análisis al que se estaba sometiendo a la momia⁷. En este documento participaron historiadores y escritores de la talla de Emilio de Diego, biógrafo de Prim, (De Diego, 2003 y De Diego, 2014), y que, además, actúa como vocal de la Junta Directiva de la Sociedad Bicentenario General Prim; María José Rubio, licenciada en Geografía e Historia, escritora y secretaria general de la Sociedad Bicentenario General Prim; Luis Alejandro, General y antiguo Jefe de Estado Mayor del Ejército que ha trabajado sobre la vida de Prim (Alejandro, 2010); también contó con las intervenciones (estas en catalán) de Josep Pich i Mitjana, doctor en Historia Contemporánea por la Universidad Pompeu Fabra; Alfredo Redondo, historiador; Pere Baltà, escritor y periodista; y Enric Vila, historiador y escritor. Además, en el documental, el análisis del cuerpo es explicado por Aitor Curiel, médico especialista en medicina legal y forense; e incorporó las intervenciones de María del Mar Robledo, bióloga y especialista en antropología forense, quien afirma que el informe de autopsia de 1870 contenía errores, (entre ellos la afectación de la articulación del codo izquierdo)⁸.

⁶ PÉREZ ABELLÁN, F. (05/10/2012): “Prim en Reus” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (24/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/opinion/francisco-perez-abellan/prim-en-reus-65863/>. La hipótesis que afirma que Prim falleció el mismo 27 de diciembre no era nueva. El autor José Andrés Rueda Vicente ya la apuntaba en su obra *¿Por qué asesinaron a Prim? La verdad encontrada en los archivos*, publicada por EUNSA en el año 2000, aunque para Javier Rubio se trata de un «dislate». RUBIO, J. (2017). *Juan Prim. Sus años de gobernante. Su asesinato: una revisión necesaria*. Madrid: Biblioteca Diplomática Española (Ministerio de Asuntos Exteriores), p. 544. Pérez Abellán no fue el único que la consideró acertada, ya que García Rodríguez también la recogió en su biografía sobre el duque de Montpensier: GARCÍA RODRÍGUEZ, J.C. (2015): *Montpensier. Biografía de una obsesión*, Córdoba, Almuzar, p. 248.

⁷ El vídeo está disponible en internet (Fecha de consulta, 24/04/2018): <http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/sense-ficccio/prim-anatomia-dun-general/video/5325273/>

⁸ La autopsia afirmaba que la cabeza del radio estaba fracturada, sin embargo, María del Mar Robledo niega tal lesión.

El forense Aitor Curiel es el encargado de transmitir a los espectadores el objetivo del análisis, que no era otro que corroborar o desmentir las causas del fallecimiento: el *shock* séptico (versión oficial de la muerte), el *shock* traumático, *shock* hemorrágico y la posibilidad de que Prim hubiese muerto por asfixia causada por un estrangulamiento. El doctor Curiel reconoce que la forense María del Mar Robledo insistió en analizar unas marcas que la momia presentaba en el cuello y que podrían haber sido causadas por una estrangulación a lazo. Esta misma forense reconoce, en el propio documental, que nunca afirmaron que la causa de la muerte fuese la estrangulación, sino que presentaba unos surcos que podían ser compatibles con ella. Curiel lamenta que, pese a ser la hipótesis más inverosímil –y solo defendida por María del Mar Robledo–, esta teoría se filtrase a la prensa, incluso cuando la investigación no estaba concluida. Pese a que la mayor parte de los investigadores abandonaron la Comisión por no estar de acuerdo con la versión del estrangulamiento, esto no evitó que se iniciase la polémica que rodea a la muerte de Prim desde principios de la década de 2010 hasta la actualidad.

Rápidamente, la prensa se hizo eco de las nuevas noticias y, a finales de 2013, comenzaron a publicarse artículos que defendían la hipótesis del estrangulamiento. Francisco Pérez Abellán, presidente de la Comisión Prim de Investigación, había encontrado lo que buscaba: una nueva teoría que explicase la muerte del general Prim, que hiciese necesario cambiar los libros de Historia y que le convirtiese en el investigador que había resuelto el misterioso asesinato de Prim. Así lo defendió en el medio “Libertad Digital”, poco tiempo después de que la antropóloga forense, María del Mar Robledo, apuntase la posibilidad de que Prim pudiera haber sido estrangulado⁹.

Es cierto que una teoría o especulación no llama tanto la atención como una verdad absoluta, así que la Comisión Prim no tuvo más remedio que pasar de la conjetura a la verdad. El problema que conlleva afirmar tajantemente una hipótesis es que provoca que otros investigadores corroboren o desmientan dicha teoría y esto es lo que sucedió con el estrangulamiento de Prim, desembocando en una gran confusión en los medios de comunicación y, por ende, en la sociedad¹⁰.

⁹ Ya en el año 2013 publicaba dos artículos que iban en esa línea, afirmando rotundamente lo que, *a priori*, podría ser tan solo una hipótesis: PÉREZ ABELLÁN, F. (18/02/2013): “Falsedades, equivocaciones y maldades” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (25/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/opinion/francisco-perez-abellan/falsedades-equivocaciones-y-maldades-67467/>

¹⁰ Entre finales de 2012 y principios de 2014, la prensa digital española publicaba artículos contradictorios, encontrando quienes afirmaban rotundamente que Prim murió estrangulado, como por ejemplo: PÉREZ ABELLÁN, F. (17/11/2012): “Descubren que Prim fue estrangulado.” *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (26/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/espana/2012-11-16/prim-fue-estrangulado-1276474475/>; “El general Prim fue estrangulado mientras se desangraba.” (15/02/2014). *Larazón.es*. Disponible en internet (26/04/2018): <https://www.larazon.es/cultura/el-general-prim-fue->

Retomando el documental, en él se muestra al espectador una noticia de TV3 de diciembre de 2013 en la que se desmiente la teoría del estrangulamiento. Además, cuenta con la colaboración de Bernardo Perea, director de la Escuela de Medicina Legal y Forense de la Universidad Complutense de Madrid, que afirma que los surcos que la momia presentaba en el cuello eran marcas *post-mortem* causadas, probablemente, por la vestimenta; y de Francisco Pera, médico forense y especialista en Medicina Legal, que tampoco acepta la teoría de la estrangulación y se inclina más por la versión oficial de la muerte por infección. Ambos aparecen como firmantes del *Informe sobre el estudio médico-legal de la momia del general Prim* (2013), en el que, además de ellos, intervienen:

María José Anadón Baselga, directora del Departamento de Toxicología y Legislación Sanitaria de la Facultad de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid.

José Antonio Sánchez Sánchez, profesor Titular del Departamento de Toxicología y Legislación Sanitaria de la Facultad de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid, director del Museo de Antropología Médica, Forense, Paleopatología y Criminalística de la Escuela de Medicina Legal de Madrid, presidente de la Asociación Española de Antropología y Odontología Forense.

Enrique Dorado Fernández, médico forense, encargado del laboratorio de Antropología Forense del Instituto Anatómico Forense de Madrid, profesor Asociado del Departamento de Toxicología y Legislación Sanitaria de la Facultad de Medicina de la Universidad Complutense de Madrid, especialista en Antropología Forense.

[estrangulado-mientras-se-desangraba-HC5523669](#) ; Otros medios lo ponían en duda, pero se mostraban favorables a esa teoría: “El general Prim pudo morir estrangulado.” (25/02/2013). *Nationalgeographic.com*. Disponible en internet (26/04/2018): http://www.nationalgeographic.com/es/historia/actualidad/el-general-prim-pudo-morir-estrangulado_7084

Otros lo negaban: “El general Prim no murió estrangulado.” (18/12/2013). *Publico.es*. Disponible en internet (26/04/2018): <http://www.publico.es/culturas/general-prim-no-murio-estrangulado.html>; “Prim no murió estrangulado.” (19/12/2013). *Abc.es*. Disponible en internet (26/04/2018): <http://www.abc.es/cultura/20131218/abci-prim-murio-disparo-infeccion-201312181645.html>. De todos ellos, los casos más llamativos son los de *El País* y *El Mundo*, que tras afirmar tajantemente en varios artículos que Prim fue estrangulado: FRAGUAS, R. (11/02/2013): “El general Prim fue estrangulado tras ser tiroteado en la calle del Turco.” *Elpais.com*. Disponible en internet (26/04/2018): https://elpais.com/ccaa/2013/02/11/madrid/1360590460_511531.html; “Estrangularon a Prim.” (14/02/2013). *Elpais.com*. Disponible en internet (26/04/2018): https://elpais.com/elpais/2013/02/13/opinion/1360786888_337266.html; GUERRERO, T. (11/02/2013): “El general Prim fue estrangulado.” *Elmundo.es*. Disponible en internet (26/04/2018): <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/02/11/ciencia/1360619166.html>

Poco después negaban el estrangulamiento: PÉREZ PONS, M. (11/12/2013): “Prim falleció por una complicación infecciosa.” *Elpais.com*. Disponible en internet (26/04/2018): https://elpais.com/ccaa/2013/12/11/catalunya/1386796450_160830.html; “Un estudio forense descarta que el general Prim fuese estrangulado”. (11/12/2013) en *Elmundo.es*. Disponible en internet (26/04/2018): <http://www.elmundo.es/ciencia/2013/12/11/52a88ca863fd3d5e2b8b4574.html>

Manuel Francisco Carrillo Rodríguez, profesor Asociado del Departamento de Cirugía, Ciencias Médicas y Sociales de la Universidad de Alcalá de Henares, especialista en Medicina Legal y Forense, especialista en Antropología Forense.

El informe consta de 34 páginas en las que se pueden encontrar numerosas fotografías de la momia del general Prim. Tras realizar un análisis de las partes del cuerpo en el que se encontraron heridas, los forenses –requeridos por la Sociedad Bicentenario General Prim para corroborar la tesis del estrangulamiento– llegaron a la misma conclusión que la expuesta por Bernardo Perea y Francisco Pera: Prim no murió estrangulado sino por una complicación infecciosa.

Lejos de acabar con la polémica, este informe enconó aún más los ánimos y fue respondido (desacreditado, más bien) por el presidente de la Comisión Prim en distintos artículos de prensa, así como en su obra: *Prim. La momia profanada* (Pérez Abellán, 2014b). No solo los investigadores, historiadores y profesionales de la medicina forense utilizaron los artículos de divulgación y prensa para sus disputas. En el mismo año 2013, dos de los investigadores que formaron parte de la Comisión Prim, Aitor Curiel y Ángel García Collantes –ambos abandonaron el proyecto debido a una serie de discrepancias y manipulaciones– publicaron un artículo titulado *Análisis criminalístico del magnicidio de Prim* (García Collantes y Curiel López, 2013). Pese a ser dos de los criminólogos que trabajaron con la momia del general, en este artículo trataron otro tipo de cuestiones, como la descripción de la berlina en la que viajaba Prim y los desperfectos que sufrió o las armas que pudieron ser empleadas en el atentado. Mucho más extenso es el artículo firmado por María del Mar Robledo y Ioannis Koutsourais, especialista en antropología forense y en investigación criminal y fotógrafo científico (Robledo Acinas y Koutsourais Rodríguez, 2014a). Ambos firmaron un escrito en el que se llegaba a una serie de conclusiones que se pueden resumir en las siguientes frases: Prim no fue tratado quirúrgicamente, nunca se le realizó la autopsia porque no se aprecia en la momia que se hubiese practicado una apertura de cavidades (aunque, meses antes, Robledo afirmase que el informe de autopsia contenía errores¹¹), además de las heridas descritas en el sumario, Koutsourais y Robledo encontraron dos más: las citadas marcas del cuello que, tras analizar la ropa con la que fue enterrado el general, quedaba claro que fueron producidas por una estrangulación a lazo, y otra en la espalda, que no podía ser un orificio de salida de ningún proyectil, ni tampoco un corte quirúrgico (como se especificaba en el informe de autopsia que, según ellos, no se practicó) y, por lo tanto, solo podía responder a una lesión por arma blanca. Es decir, según estos forenses, Prim, además de ser estrangulado, fue apuñalado por la espalda.

Siendo 2014 el año del bicentenario su nacimiento, los miembros más destacados de la Comisión Prim no dejaron pasar la ocasión y dieron un paso al frente, pasando de

¹¹ Véase nota 8.

escribir artículos de prensa a publicar libros sobre el tema. El primero de ellos vio la luz en 2014. Titulado *Matar a Prim* y con el subtítulo “Por fin se resuelve el asesinato que cambió la historia de España” (Pérez Abellán, 2014a). Francisco Pérez Abellán se presentaba como el único poseedor de la verdad absoluta en todo aquello que girase en torno al asesinato de Prim. En esta obra, el autor pretende demostrar la hipótesis aceptada por los miembros que no abandonaron la Comisión Prim. De una forma un tanto desordenada, Pérez Abellán mezcla datos biográficos, carentes de sentido, de Prim, del general –y regente de España en ese momento– Francisco Serrano y del republicano José Paúl y Angulo. Dotando a su historia de un halo de veracidad e innovación, ofrece al lector una serie de datos que, en realidad, carecen de novedad¹².

El libro finaliza con unas conclusiones que, básicamente, son las ideas que se intentan defender en la obra pero que quedan diluidas entre tanta información irrelevante para su propósito: demostrar que Prim fue asesinado en la cama, estrangulado a lazo. Para Pérez Abellán, Prim no murió en la calle del Turco el 27 de diciembre pero tampoco el 30; fue asesinado poco después del atentado. Serrano ordenó su estrangulamiento (y si no lo hizo, tampoco trató de evitarlo) y nombró al almirante Juan Bautista Topete (que también estaba implicado en el asesinato) sustituto de Prim. Práxedes Mateo Sagasta, ministro de Gobernación, e Ignacio Rojo Arias, gobernador civil de Madrid, también participaron en el crimen. El duque de Montpensier actuó como financiador¹³. La masonería no fue responsable del crimen, pero tanto los asesinos como el propio Prim eran masones, por lo que el asesinato pudo provocar un enfrentamiento dentro de la misma. Los criminales no solo cubrieron el trayecto que conectaba el Congreso con la residencia del general, sino que también dispusieron de efectivos en la calle de Cedaceros, por si Prim decidía acudir al banquete masónico en la fonda de *Las Cuatro Estaciones*. El Gobierno mintió al afirmar que las heridas sufridas por el Presidente eran leves, ya que él y su equipo habían demostrado que fueron lo suficientemente graves como para impedirle hablar, caminar o escribir. Pese a todo, Prim no murió en el acto, lo que no quiere decir que sobreviviese hasta el día 30. La causa de la muerte fue una estrangulación a lazo. En cuanto al sumario y los desperfectos sufridos por la berlina del general, Pérez Abellán no aporta nada novedoso (Pérez Abellán, 2014a: 321-331).

¹² Algunos autores llegaron a acusar a Pérez Abellán de plagio, como se expone más adelante.

¹³ Don Antonio de Orleans, duque de Montpensier, hijo del que fuera rey de Francia, Luis Felipe I de Orleans, y marido de la hermana de Isabel II, Luisa Fernanda. Tiempo antes del derrocamiento de Isabel II ya ambicionaba ser coronado rey de España, por lo que colaboró con los revolucionarios de 1868. Pese a contar con el apoyo de ciertos sectores militares y políticos, el general Prim nunca le consideró seriamente como candidato al Trono. Este hecho despertó el odio y la oposición de Montpensier, hasta el punto de ser considerado uno de los sospechosos principales (como instigador y financiador) del atentado que acabó con la vida de Juan Prim. GARCÍA RODRÍGUEZ, J. C. (2015): *Montpensier. Biografía de una obsesión*, Córdoba, Almuzar; ROS, C. (2000): *El duque de Montpensier. La ambición de reinar*, Sevilla, Castillejo y FERNÁNDEZ ALBÉNDIZ, M. C. (1998): “El Duque de Montpensier y sus aspiraciones a la corona española”, en *Revista de Historia Contemporánea*, 8, pp. 51-76.

El libro fue redactado en el año 2013 pero se publicó en 2014 (coincidiendo con el bicentenario del nacimiento de Prim), en un momento en el que tanto historiadores como investigadores forenses ponían en duda la hipótesis de Abellán. Pese a esta oposición, los medios se hicieron eco de este documento y los espectadores pudieron ver a Pérez Abellán en televisión, defendiendo su teoría y cargando duramente contra todos aquellos que no la aceptaban¹⁴.

2.2 ¿Prim apuñalado?

Según avanzaba el año 2014 y las discusiones sobre la muerte de Prim, cada día más encarnizadas, casi ensombrecían la conmemoración del bicentenario de su nacimiento, la Comisión Prim, no satisfecha con su teoría del estrangulamiento, publicaba dos libros más, en los que se ofrecían más datos sobre el crimen. Para María del Mar Robledo, Pérez Abellán y Ioannis Koutsourais, Prim, además de estrangulado, fue apuñalado por la espalda. Esta nueva hipótesis sirvió para la publicación de dos nuevos libros (ambos en 2014, fecha no casual): el ya citado *Prim. La momia profanada*, y *Las muertes de Prim. Estudio médico legal del general Prim* (Robledo y Koutsourais, 2014b)¹⁵. El primero de ellos, además de responder a todos aquellos que cuestionaron la hipótesis del estrangulamiento¹⁶, tiene por objetivo reforzar dicha teoría, añadiendo el detalle del apuñalamiento.

La polémica del estrangulamiento sobrepasó los límites de la ciencia forense y, como era de esperar, los historiadores no guardaron silencio ante estas hipótesis oportunistas defendidas por investigadores solitarios que, más que la verdad,

¹⁴ "Periodista Digital. Entrevistas. "Matar a Prim". (13/01/2014). Disponible en internet (28/04/2018): <https://www.youtube.com/watch?v=oZ-u1cKNTOE>; "Crónica Negra. Pérez Abellán presenta "Matar a Prim". (28/01/2014). Disponible en internet (28/04/2018): <https://www.youtube.com/watch?v=VKlaB9UU3wc>

Incluso programas como *Cuarto Milenio* de Cuatro TV y *El Punto sobre la Historia* de Telemadrid: "La Conspiración Prim. Cuarto Milenio. 9x20." (26/01/2014). Disponible en internet (28/04/2018): <https://vimeo.com/96354717>; "El misterioso asesinato de Prim." (24/06/2016). *Telemadrid.es*. Disponible en internet (28/04/2018): <http://www.telemadrid.es/programas/punto-sobre-la-historia/el-misterioso-asesinato-de-prim>; "Crónica Negra. Muerte de Prim." (01/07/2014). Disponible en internet (28/04/2018): <https://www.youtube.com/watch?v=bh8eQqr1c-U>; en estos dos últimos ya afirma, sin ningún tipo de reparo, que Prim fue apuñalado, aunque en su libro *Matar a Prim* no dice nada al respecto (p. 143).

¹⁵ Estos libros también gozaron de espacio en los medios: "Periodista Digital. Entrevistas. Francisco Pérez Abellán, autor de "Prim, la momia profanada". (12/12/2014). Disponible en internet (28/04/2018): https://www.youtube.com/watch?v=N_-6K8jJNNk; "Detrás de la verdad. El libro "Las muertes del general Prim" arroja nuevos datos. Fue asesinado en su residencia." (04/07/2014). Disponible en internet (28/04/2018): <https://www.youtube.com/watch?v=-VcH7bGa-30>

¹⁶ Pérez Abellán se muestra perseguido y acosado. Tanto es así que el mismo subtítulo del libro dice lo siguiente: "La batalla de un investigador solitario para desmontar una de las mayores mentiras de la historia de España".

buscaban notoriedad y llamar la atención, atacando, sin el menor pudor, a la Historia y a sus profesionales. Emilio de Diego fue el primer autor en hacerse eco de la teoría de Pérez Abellán en su obra *Prim. Mucho más que una espada*, publicada también en 2014 (De Diego, 2014: 431-434). De Diego no responde a este investigador, simplemente denuncia su oportunismo, su esperpento y su empeño en cambiar la Historia desde el primer momento, incluso antes de ver la momia del general, modificando su versión según avanzaba la investigación (muerte de Prim en la misma calle del Turco, estrangulamiento, apuñalamiento), en busca de la teoría más extravagante con el único fin de llamar la atención. Pese a los duros ataques que Abellán lanza siempre contra todo aquel que cuestiona su hipótesis¹⁷, Emilio de Diego se muestra correcto y denuncia la amplia cobertura de medios que han brindado a este individuo que no busca la divulgación histórica, sino la notoriedad pública, hiriendo gravemente a la disciplina histórica¹⁸. De Diego finaliza el capítulo remitiendo al lector a un anexo en el que se pueden leer las conclusiones del informe pericial del equipo de forenses de la Universidad Complutense de Madrid.

Javier Rubio es otro de los autores que no dejaron pasar las palabras de Pérez Abellán y aprovechó para responderle en su obra de 2017. En un apartado titulado “Iniciativas y publicaciones diversas” (Rubio, 2017: 565-578), Rubio hace un repaso a las publicaciones que vieron la luz en el año del bicentenario del nacimiento de Prim. Además de reseñar las actividades de la Sociedad Bicentenario del General Prim, Rubio trata la biografía de Prim publicada ese mismo año por Emilio de Diego. Este autor achaca al profesor De Diego la falta de contundencia a la hora de denunciar la tesis de Pérez Abellán. En su opinión, el biógrafo de Prim debería haber desmontado dicha hipótesis con argumentos sólidos y fiables, y tendría que haber citado al autor de las

¹⁷ PÉREZ ABELLÁN, F. (09/01/2014): “Memoria de ignorantes en el “Any Prim” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (29/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/opinion/francisco-perez-abellan/memoria-de-ignorantes-en-el-any-prim-70452/>

¹⁸ Ya se han tratado anteriormente los medios en los que aparecieron tanto los miembros de la Comisión Prim (y sus escritos) como sus teorías. Sin embargo, no todo el mundo se hizo eco de la hipótesis de Abellán. La Real Academia de la Historia se negó a aceptar su teoría, lo que provocó la dura respuesta de Pérez Abellán: PÉREZ ABELLÁN, F. (15/02/2015): “Bingo en la Academia de la Historia” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (29/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/cultura/2015-02-15/francisco-perez-abellan-bingo-en-la-academia-de-historia-74816/>

También se encontró con la oposición del Ateneo de Madrid, aunque, pese a aparecer su conferencia como cancelada, finalmente sí se llevó a cabo: Conferencia “La muerte del General J. Prim y las consecuencias e investigación del magnicidio” por Francisco Pérez Abellán. (11/12/2013). *Ateneodemadrid.com*. Disponible en internet (25/04/2018): <https://www.ateneodemadrid.com/index.php/Agenda/Actividades/CANCELADO.-Conferencia-La-muerte-del-General-J.-Prim-y-las-consecuencias-e-investigacion-del-magnicidio-a-cargo-de-Francisco-Perez-Abellan>

PÉREZ ABELLÁN, F. (13/12/2013): “No asesinaréis a Prim por tercera vez” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (25/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/opinion/francisco-perez-abellan/no-asesinareis-a-prim-por-tercera-vez-70250/>

teorías. Acto seguido, Javier Rubio inicia su comentario acerca de las obras de Pérez Abellán. En primer lugar, se centra en la repercusión que tuvo la nueva hipótesis de la Comisión Prim en relación al asesinato de Prim, que no solo caló en capas de la sociedad no especializadas en la disciplina histórica sino –lo que es más preocupante– también en personas vinculadas a la historiografía o las ciencias sociales (Rubio, 2017: 571-572). Rubio no solo niega que Pérez Abellán consultase todas las fuentes disponibles relacionadas con el atentado y fallecimiento de Prim –aunque presuma de ello–, sino que, además, le acusa de plagio (Rubio, 2017: 574-575). Javier Rubio sí responde a Pérez Abellán, calificando su teoría del estrangulamiento de “dislate” y dando mayor credibilidad al informe emitido por los forenses de la Universidad Complutense que a las conclusiones (porque ni siquiera hay informe) extraídas por la Comisión Prim (Rubio, 2017: 571-575 y 673-676).

3 Año 2014: Prim en radio, televisión y cine

Coincidiendo con el bicentenario de su nacimiento, tanto periodistas como cineastas y novelistas decidieron otorgar al general Prim un papel protagonista en sus trabajos. Además del citado documental *Prim, anatomía de un general*, RTVE dedicó, en diciembre de 2014, parte de su programación al general nacido en Reus¹⁹. Radio Nacional de España, dentro de su serie *Documentos Radio Nacional*, emitió el 6 de diciembre de 2014 un documental titulado *El general Prim, de conspirador a hombre de Estado*²⁰, en el que se repasa la carrera del conde de Reus desde su nacimiento hasta su muerte, incluyendo extractos de los discursos del general que pueden llamar la atención del oyente. Cuenta con las voces de los ya citados Emilio de Diego y Josep Pich i Mitjana, así como con la de Antonio Moliner Prada, doctor en Historia y profesor en la Universidad Autónoma de Barcelona, quienes realizan una excelente síntesis de su vida, ofreciendo al público una visión muy completa acerca de la figura del general Prim y su importancia en la Historia. Este reportaje dedica sus diez últimos minutos a la cuestión del magnicidio. Esta parte difiere del resto del documento porque introduce nuevas voces que solo tratan este tema: en primer lugar, se incluye el testimonio de

¹⁹ Los espectadores pudieron ver en la televisión pública a historiadores de la talla de Emilio de Diego y Antonio Moliner Prada: “Para todos La 2. Debate. El bicentenario de Prim”. (14/01/2015) en *Rtve.es*. Disponible en internet (26/09/2019): <http://www.rtve.es/alacarta/videos/para-todos-la-2/paratodosla2-20150114-1140-prim/2951297/>

²⁰ Documentos RNE. “El general Prim, de conspirador a hombre de Estado”. (23/07/2015) en *Rtve.es*. Disponible en internet (29/04/2018): <http://www.rtve.es/alacarta/audios/documentos-rne/documentos-rne-230715/3225338/>

Antonio Pedrol Rius²¹. *Documentos* también dio espacio a la teoría de Pérez Abellán, cuya voz también se escucha en este reportaje. Sin embargo, el documental no apoya la hipótesis del estrangulamiento, sino que, tras las declaraciones de Pérez Abellán, informan al oyente de las respuestas que recibió tal teoría, ofreciendo, además, las conclusiones del informe de los forenses de las Universidades Complutense y de Alcalá. En definitiva, se trata de un documental muy interesante, que cuenta con colaboraciones de primer nivel y muy recomendable para todos aquellos amantes de la radio, de la historia o de ambas, que quieran acercarse más a una de las figuras más importantes de la Historia del siglo XIX.

El mismo mes de diciembre de 2014, TVE emitía una película titulada *Prim. El asesinato de la calle del Turco*²². La película narra el último año de vida del general Prim, en el que se presentan al espectador todos los retos y tareas que él, como presidente del Consejo de Ministros, debía solucionar. De todos ellos, el más acuciante era el de encontrar un candidato que pudiese ocupar el vacío trono de España. El *film* tiene como protagonistas a los principales sospechosos de haber acabado con la vida de Juan Prim, lo cual no es de extrañar, ya que la película se presenta como ficticia pero basada en hechos reales²³.

Serrano aparece como firme partidario del duque de Montpensier y como participante activo en la trama que pondría fin a la vida del marqués de los Castillejos. Sagasta, a su vez, también se muestra a favor del Duque, si bien no se aprecia su implicación en la conspiración. El duque de Montpensier también es incluido en el grupo de los conjurados, pero se le mantiene al margen para no comprometerle en exceso, siendo su ayudante, Felipe Solís y Campuzano, el que actúa en su nombre. La cuestión de Montpensier es interesante en la película porque muestra cómo, para algunos, el duelo a pistola con su pariente, Enrique de Borbón, le hace perder todos los derechos al trono, mientras que para otros, incluidos el propio Duque o el almirante Topete, esa

²¹ Este abogado catalán fue de los primeros en estudiar el sumario judicial del caso Prim y se convirtió en referencia para todos aquellos interesados en el crimen de la calle del Turco. Su trabajo fue publicado en forma de libro: PEDROL RIUS, A. (1990). *Los asesinos del general Prim (aclaración a un misterio histórico)*. Madrid: Civitas.

²² Dirigida por Miguel Bardem, con Nacho Faerna y Virginia Yagüe como guionistas.

²³ La documentación histórica y asesoramiento (a cargo de los historiadores Gregorio de la Fuente y José Álvarez Junco) son excepcionales, como se puede comprobar en el libro: FAERNA, N., y YAGÜE, V. (2015): *Prim. El asesinato de la calle del Turco. Guión de la TV movie*, Madrid, Ocho y medio. Libros de cine. Pese a todo, esta película recibió duras críticas –incluso antes de emitirse– por parte de Pérez Abellán, defraudado al enterarse de que su tesis no era la única que se exponía en la obra: PÉREZ ABELLÁN, F. (16/05/2014): “Prim, en manos de Bardem” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (30/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/opinion/francisco-perez-abellan/prim-en-manos-de-bardem-71571/>

PÉREZ ABELLÁN, F. (18/07/2014): “Prim: productos tóxicos para TVE” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (30/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/cultura/2014-07-18/francisco-perez-abellan-prim-productos-toxicos-para-tve-72969/>

cuestión es irrelevante y hasta el final se mantendrá intacta su ambición por la corona²⁴. Ignacio Rojo Arias, quien aparece como gobernador civil de Madrid durante todo el año de 1870, también estaría dentro de la conjura, por lo que, siguiendo la película, no solo sería sospechoso de facilitar el crimen por negligencia, sino que participó activamente en él. José Paúl y Angulo es presentado como un radical, violento y resentido con Prim por haber traicionado a la Revolución de 1868; sin embargo, su postura es ambigua, quedando en el aire si participó en el atentado de la calle del Turco (al contrario que su amigo Montesinos, que sin duda se implicó) o no, dejando al espectador que saque su propia conclusión. Quizás este sea uno de los aciertos de la película (aunque para algunos sea un despropósito): el final abierto.

El protagonista de este *thriller* histórico es un Benito Pérez Galdós convertido en Sherlock Holmes. Nada se le escapa a Galdós en esta película, ni un dato ni un nombre; además, tras producirse el atentado, el escritor canario no se fía de la versión oficial y no se detiene hasta encontrar la verdad. De esta forma, el final de la película nos muestra distintas versiones:

1) Los conjurados se comunicaron utilizando la técnica del telégrafo fosfórico. En la calle del Turco, Paúl y Angulo dio la orden de fuego, Prim fue herido pero llegó vivo al palacio de Buenavista, donde entró por su propio pie y tranquilizó a su esposa. Serrano se presentó allí inmediatamente y encargó a Topete sustituir a Prim.

2) Galdós va a ver a una testigo que presenció lo que sucedió en la calle del Turco. Josefa Delgado, cuyo nombre aparece en el sumario, pedía limosna en los alrededores de la calle del Turco. Allí vio a media docena de hombres esperando una señal, que consistiría en una serie de silbidos. Uno de ellos le dio unas monedas y le instó a marcharse. Josefa reconoció a ese hombre: José María Pastor, jefe de la escolta del general Serrano, el último de los personajes protagonistas de esta película que aparece, inequívocamente, como uno de los que participaron en la conjura. Obviamente, Galdós no se atrevió a contar a nadie este testimonio, puesto que vio clara la relación entre Pastor y su superior, Serrano, lo que implicaría al Regente en un atentado contra el presidente del Consejo de Ministros.

3) Ángel González Nandín, uno de los ayudantes de Prim que le escoltaban la noche del atentado, es el último entrevistado por Galdós. Este confirma la comunicación por silbidos y niega que fuese Paúl y Angulo el que dio la orden de fuego, aunque no lo exculpa, sembrando la duda en el espectador. Tampoco da verosimilitud a la versión que se difundió de un Prim levemente herido subiendo a pie las escaleras de Buenavista. El general llegó inconsciente, algo que coincide con las

²⁴ Sobre las interpretaciones de este duelo véase ESPERÓN FERNÁNDEZ, A. J. "Honor y escándalo en la encrucijada del Sexenio Democrático: la opinión pública ante el duelo entre Montpensier y Enrique de Borbón", en Sánchez, R y Guillén Berrendero, J.A. (coords). (2019). *La cultura de la espada. De honor, duelos y otros lances*. Madrid: Dykinson.

noticias de los médicos que le atendieron, los cuales afirmaron que el Presidente no sobreviviría mucho tiempo.

El desenlace muestra la versión oficial (Prim murió el día 30 a causa de las heridas) pero la película finaliza con otra versión: Serrano afirma que se difundirá el bulo de que Prim se hallaba ligeramente herido y que, aunque falleciese, la noticia no variaría hasta que el rey Amadeo I desembarcase en territorio español, como así sucedió. Los autores del atentado fueron los republicanos, con Paúl y Angulo a la cabeza. Nadie podría ver a Prim (ni siquiera el juez²⁵) aunque este quedaría –por orden de Serrano– al cuidado de Pastor, quien informa de la muerte del general (el mismo día 27). En ningún momento se muestra si el general murió por sus heridas o por la acción de Pastor, insinuando, de esta manera, que Prim pudo ser rematado (estrangulado o apuñalado) por el propio José María Pastor, dejando espacio a la teoría de Pérez Abellán y su equipo.

Conclusiones y resultados

Por último, es necesario remarcar la polémica surgida en los últimos años y los intentos de difundir la figura del general Prim entre la sociedad española. El 2014 pretendió ser, por parte de los historiadores, el año Prim. Esta loable tarea se vio ensombrecida por aquellos que nunca buscaron divulgar la vida y obra del personaje. Simplemente se valieron de artículos sensacionalistas y escritos oportunistas para acaparar la atención de medios y ciudadanos. No es el primer caso de oscuros personajes que, sin ser historiadores, pretenden reescribir la Historia, no con fines didácticos sino anhelando la notoriedad y el reconocimiento individual; si la Historia sale malparada por el camino poco importa. El caso Prim es un ejemplo de la facilidad con la que una extravagante teoría puede gozar de espacio en los medios, altavoz principal a una sociedad (por desgracia poco versada en Historia) que, bien empleado, puede ser un instrumento fundamental para difundir nuestro trabajo. Siempre existirá divulgación histórica y en nuestras manos está que se lleve a cabo a través de periodistas, novelistas (cuando no oportunistas) o por historiadores. Este caso ejemplifica la necesidad de que investigadores profesionales y medios de comunicación estrechen sus relaciones y trabajen más unidos, evitando que tesis poco o nada contrastadas calen en nuestra sociedad, dificultando en extremo nuestra labor.

Afortunadamente, no todos los medios de comunicación dieron pábulo a estas teorías y acudieron a los profesionales de la Historia para documentarse. Aciertos como el

²⁵ Algo que despertó los recelos de uno de los implicados: Paúl y Angulo. PÁUL Y ANGULO, J., (1886): *Los asesinos del general Prim y la política en España*, París, Dentu, p. 76.

documental de Radio Nacional de España (que mostró la controversia creada por la Comisión Prim pero, al menos, contaron con testimonios de historiadores profesionales) o el de TV3, (que actuó de forma similar) deberían servir de ejemplo para acercar las desconocidas figuras históricas de nuestro pasado al público general. En esta línea se mueve también la *tv movie* sobre Prim que registró buenos datos de audiencia²⁶ y que, aunque deja el final abierto –lo que puede llevar al espectador a exculpar a quien no debería y exagerar la culpabilidad de otros– sirve, al menos, para que la sociedad reciba noticias de Prim y su asesinato, pudiendo despertar la curiosidad del más suspicaz, alentándole a decantarse por un libro sobre la vida, obra o asesinato de don Juan Prim y Prats como su próxima lectura.

Referencias bibliográficas

ALEJANDRE SINTES, L. (2010): *La aventura mexicana del General Prim*, Barcelona, EDHASA.

DE DIEGO, E. (2003): *Prim. La forja de una espada*, Barcelona, Planeta.

- (2014): *Prim. Mucho más que una espada*, Madrid, Actas.

ESPERÓN FERNÁNDEZ, A. J. (2019): “Honor y escándalo en la encrucijada del Sexenio Democrático: la opinión pública ante el duelo entre Montpensier y Enrique de Borbón”, en Sánchez, R. y Guillén Berrendero, J.A. (coords), *La cultura de la espada. De honor, duelos y otros lances*, Madrid, Dykinson, pp. 245-285.

FAERNA, N. (2014): *Prim. El asesinato de la calle del Turco*, Barcelona, Espasa.

FAERNA, N., y YAGÜE, V. (2015): *Prim. El asesinato de la calle del Turco. Guión de la TV movie*, Madrid, Ocho y medio Libros de cine.

FERNÁNDEZ ALBÉNDIZ, M. C. (1998): “El Duque de Montpensier y sus aspiraciones a la corona española”, en *Revista de Historia Contemporánea*, 8, pp. 51-76.

GARCÍA COLLANTES, A. y CURIEL LÓPEZ DE ARCAUTE, A. (2013). “Análisis criminalístico del magnicidio de Prim”. *Cuadernos de criminología: revista de criminología y*

²⁶ Casi dos millones y medio de espectadores vieron el estreno de la película en TVE: “Audiencias del lunes 15 de diciembre de 2014” (16/12/2014) en *Formulatv.com*. Disponible en internet (01/05/2018): <http://www.formulatv.com/noticias/42586/audiencias-la-que-se-avecina-bate-record-frente-estreno-prim/>

ciencias forenses, 23, pp. 1-11 GARCÍA RODRÍGUEZ, J.C. (2015): *Montpensier. Biografía de una obsesión*, Córdoba, Almuzar.

OLIVAR BERTRAND, R. (1975): *Prim*, Madrid, Tebas.

PAÚL Y ANGULO, J. (1886): *Los asesinos del general Prim y la política en España*, París, Dentu.

PEDROL RIUS, A. (1990): *Los asesinos del general Prim (aclaración a un misterio histórico)*, Madrid, Civitas.

PEREA PÉREZ, B., PERA BAJO, F., ANADÓN BASELEGA, M. J., SÁNCHEZ SÁNCHEZ, J. A., DORADO FERNÁNDEZ, E. y CARRILLO RODRÍGUEZ, M. F. (2013). *Informe sobre el estudio médico-legal de la momia del general Prim*.

PÉREZ ABELLÁN, F. (2014a): *Matar a Prim*, Barcelona, Planeta.

- (2014b): *Prim. La momia profanada*, Madrid, Poe Books.

- (2018): *El vicio español del magnicidio*, Barcelona, Planeta.

PÉREZ GALDÓS, B. (2009): *España trágica*, Madrid, Alianza. [Ed. Original: 1909].

- (2007): *Prim*, Madrid, Alianza. [Ed. Original: 1906].

ROBLEDO ACINAS, M^a. M., y KOUTSOURAIS RODRÍGUEZ, I. (2014a). "Estudio médico legal del general Prim". *Revista del Instituto de Ciencias Jurídicas de Puebla A.C.*, Vol. VIII, 34, pp.198-218.

- (2014b): *Las muertes de Prim. Estudio médico legal del general Prim*, Madrid, Tébar Flores.

ROS, C. (2000): *El duque de Montpensier. La ambición de reinar*, Sevilla, Castillejo.

RUBIO, J. (2017): *Juan Prim. Sus años de gobernante. Su asesinato: una revisión necesaria*, Madrid, Biblioteca Diplomática Española (Ministerio de Asuntos Exteriores).

RUEDA VICENTE, J.A. (2000): *¿Por qué asesinaron a Prim? La verdad encontrada en los archivos*, Pamplona, EUNSA.

Hemerografía digital

FELIPE ARRANZ, D. (28/12/2014): "Presentación del libro "El General Prim en su bicentenario 1814-2014. Ciclo de Mesas Redondas en Madrid", editado por Fundación Independiente" en *Todoliteratura.es*. Disponible en internet (23/04/2018):

<http://www.todoliteratura.es/articulo/eventos/presentacion-libro-general->

prim-bicentenario-1814-2014-ciclo-mesas-redondas-madrid-editado-fundacion-independiente/20141228073610030422.html

FRAGUAS, R. (10/01/2013): “Juan Prim, ecos de un magnicidio” en *Elpais.com*. Disponible en internet (23/04/2018): https://elpais.com/ccaa/2013/01/10/madrid/1357837329_164777.html

FRAGUAS, R. (11/02/2013): “El general Prim fue estrangulado tras ser tiroteado en la calle del Turco” en *Elpais.com*. Disponible en internet (26/04/2018): https://elpais.com/ccaa/2013/02/11/madrid/1360590460_511531.html

GUERRERO, T. (11/02/2013): “El general Prim fue estrangulado” en *Elmundo.es*. Disponible en internet (26/04/2018): <http://www.elmundo.es/elmundo/2013/02/11/ciencia/1360619166.html>

HIDALGO, J.C. (28/12/2012): “Madrid descubrió una placa en memoria del general Prim” en *Lavanguardia.com*. Disponible en internet (23/04/2018): <http://www.lavanguardia.com/fotos/20121228/54356672885/madrid-descubre-placa-memoria-del-general-prim.html>

PÉREZ ABELLÁN, F. (05/10/2012): “Prim en Reus” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (24/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/opinion/francisco-perez-abellan/prim-en-reus-65863/>

PÉREZ ABELLÁN, F. (06/11/2014): “Prim profanado” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (28/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/opinion/francisco-perez-abellan/prim-profanado-73940/>

PÉREZ ABELLÁN, F. (09/01/2014): “Memoria de ignorantes en el “Any Prim” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (29/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/opinion/francisco-perez-abellan/memoria-de-ignorantes-en-el-any-prim-70452/>

PÉREZ ABELLÁN, F. (13/12/2013): “No asesinaréis a Prim por tercera vez” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (25/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/opinion/francisco-perez-abellan/no-asesinareis-a-prim-por-tercera-vez-70250/>

PÉREZ ABELLÁN, F. (15/02/2015): “Bingo en la Academia de la Historia” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (29/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/cultura/2015-02-15/francisco-perez-abellan-bingo-en-la-academia-de-historia-74816/>

PÉREZ ABELLÁN, F. (15/11/2014): “Prim: el “informe fantasma” de la Universidad Complutense” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (28/04/2018):

<https://www.libertaddigital.com/opinion/francisco-perez-abellan/prim-el-informe-fantasma-de-la-universidad-complutense-74018/>

PÉREZ ABELLÁN, F. (16/01/2014): “El informe que avergüenza a los forenses españoles” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (28/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/opinion/francisco-perez-abellan/el-informe-que-averguenza-a-los-forenses-espanoles-70501/>

PÉREZ ABELLÁN, F. (16/02/2013): “Las conclusiones de la comisión de investigación sobre Prim” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (24/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/espana/2013-02-15/las-conclusiones-de-la-comision-de-investigacion-sobre-prim-1276482429/>

PÉREZ ABELLÁN, F. (16/05/2014): “Prim, en manos de Bardem” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (30/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/opinion/francisco-perez-abellan/prim-en-manos-de-bardem-71571/>

PÉREZ ABELLÁN, F. (17/11/2012): “Descubren que Prim fue estrangulado” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (26/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/espana/2012-11-16/prim-fue-estrangulado-1276474475/>

PÉREZ ABELLÁN, F. (18/02/2013): “Falsedades, equivocaciones y maldades” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (25/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/opinion/francisco-perez-abellan/falsedades-equivocaciones-y-maldades-67467/>

PÉREZ ABELLÁN, F. (18/07/2014): “Prim: productos tóxicos para TVE” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (30/04/2018): <https://www.libertaddigital.com/cultura/2014-07-18/francisco-perez-abellan-prim-productos-toxicos-para-tve-72969/>

PÉREZ ABELLÁN, F. (20/12/2013): “Un profesor que se hace pasar por catedrático, enemigo de la estrangulación de Prim” en *Libertaddigital.com*. Disponible en internet (24/09/2019): <https://www.libertaddigital.com/espana/2013-12-20/un-profesor-que-se-hace-pasar-por-catedratico-enemigo-de-la-estrangulacion-de-prim-1276506931/>

PÉREZ PONS, M. (11/12/2013): “Prim falleció por una complicación infecciosa” en *Elpais.com*. Disponible en internet (26/04/2018): https://elpais.com/ccaa/2013/12/11/catalunya/1386796450_160830.html

“Audiencias del lunes 15 de diciembre de 2014” (16/12/2014) en *Formulatv.com*. Disponible en internet (01/05/2018):

<http://www.formulatv.com/noticias/42586/audiencias-la-que-se-avecina-bate-record-frente-estreno-prim/>

“El general Prim fue estrangulado mientras se desangraba” (15/02/2014) en *Larazón.es*. Disponible en internet (26/04/2018): <https://www.larazon.es/cultura/el-general-prim-fue-estrangulado-mientras-se-desangraba-HC5523669>

“El general Prim no murió estrangulado” (18/12/2013) en *Publico.es*. Disponible en internet (26/04/2018): <http://www.publico.es/culturas/general-prim-no-murio-estrangulado.html>

“El general Prim pudo morir estrangulado” (25/02/2013) en *Nationalgeographic.com*. Disponible en internet (26/04/2018): http://www.nationalgeographic.com.es/historia/actualidad/el-general-prim-pudo-morir-estrangulado_7084

“Estrangularon a Prim” (14/02/2013) en *Elpais.com*. Disponible en internet (26/04/2018): https://elpais.com/elpais/2013/02/13/opinion/1360786888_337266.html

“Homenaje al General Prim en el Congreso de los Diputados” (27/12/2012) en *Mariajoserubio.com*. Disponible en internet (23/04/2018): <http://www.mariajoserubio.com/2012/12/homenaje-al-general-prim-en-el-congreso-de-los-diputados/>

“Madrid descubre hoy una placa en memoria de Prim asesinado hace 142 años” (27/12/2012) en *Eldiario.es*. Disponible en internet (23/04/2018): https://www.eldiario.es/politica/Madrid-descubre-memoria-Prim-asesinado_0_83991611.html

“Madrid inaugura una placa para conmemorar el asesinato del general Prim” (27/12/2012) en *Madrididiario.es*. Disponible en internet (23/04/2018): <https://www.madrididiario.es/noticia/226058/madrid/madrid-inaugura-una-placa-para-conmemorar-el-asesinato-del-general-prim.html>

“Prim no murió estrangulado” (19/12/2013) en *Abc.es*. Disponible en internet (26/04/2018): <http://www.abc.es/cultura/20131218/abci-prim-murio-disparo-infeccion-201312181645.html>

“Un estudio forense descarta que el general Prim fuese estrangulado” (11/12/2013) en *Elmundo.es*. Disponible en internet (26/04/2018): <http://www.elmundo.es/ciencia/2013/12/11/52a88ca863fd3d5e2b8b4574.html>

Vídeos, documentales y entrevistas

“Crónica Negra. Muerte de Prim” (01/07/2014). Disponible en internet (28/04/2018): <https://www.youtube.com/watch?v=bh8eQqr1c-U>

“Crónica Negra. Pérez Abellán presenta “Matar a Prim” (28/01/2014). Disponible en internet (28/04/2018): <https://www.youtube.com/watch?v=VKlaB9UU3wc>

“El misterioso asesinato de Prim” (24/06/2016) en *Telemadrid.es*. Disponible en internet (28/04/2018): <http://www.telemadrid.es/programas/punto-sobre-la-historia/el-misterioso-asesinato-de-prim>

“La Conspiración Prim. Cuarto Milenio. 9x20” (26/01/2014). Disponible en internet (28/04/2018): <https://vimeo.com/96354717>

“Periodista Digital. Entrevistas. “Matar a Prim” (13/01/2014). Disponible en internet (28/04/2018): <https://www.youtube.com/watch?v=oZ-u1cKNTOE>

“Prim, anatomía d’un general” (19/07/2017) en *ccma.cat*. Disponible en internet (24/04/2018): <http://www.ccma.cat/tv3/alacarta/sense-ficcio/prim-anatomia-dun-general/video/5325273/>

“Periodista Digital. Entrevistas. Francisco Pérez Abellán, autor de “Prim, la momia profanada” (12/12/2014). Disponible en internet (28/04/2018): https://www.youtube.com/watch?v=N_-6K8jJNNk

“Detrás de la verdad. El libro “Las muertes del general Prim” arroja nuevos datos. Fue asesinado en su residencia” (04/07/2014). Disponible en internet (28/04/2018): <https://www.youtube.com/watch?v=-VcH7bGa-30>

Documentos RNE. “El general Prim, de conspirador a hombre de Estado”. (23/07/2015) en *Rtve.es*. Disponible en internet (29/04/2018): <http://www.rtve.es/alacarta/audios/documentos-rne/documentos-rne-230715/3225338/>

“Para todos La 2. Debate. El bicentenario de Prim”. (14/01/2015) en *Rtve.es*. Disponible en internet (26/09/2019): <http://www.rtve.es/alacarta/videos/para-todos-la-2/paratodosla2-20150114-1140-prim/2951297/>

EL PALETO (1902- 1936), ESTUDIO DE UN CASO DE PRENSA LOCAL EN LA CIUDAD DE OSUNA


***El Paleta (1902- 1936), study of a local newspaper of the city of
Osuna***

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.08>

Recibido: 15/10/2019

Aceptado: 27/11/2019

Publicado: 15/12/2019

María Jesús Moscoso Camúñez
Universidad Sevilla, España
mjesusmoscosocamunez@gmail.com
ORCID  0000-0002-5507-0298

Como citar este artículo: MOSCOSO CAMÚÑEZ, María Jesús (2019): "El Paleta (1902- 1936), estudio de un caso de prensa local en la ciudad de Osuna", en: *RiHC: Revista Internacional de Historia de la Comunicación* (13), pp. 129-157.

Resumen: *Hablar de El Paleta supone hacer referencia al periódico más longevo de la localidad de Osuna (Sevilla). Más exactamente desde 1902 a 1936. Treinta y cuatro años en los que el periódico tuvo que hacer frente a numerosas vicisitudes así como a los diferentes regímenes políticos que se sucedieron durante este periodo histórico en España. Se incluye un recorrido desde los inicios del periodismo en Osuna, desde 1882 hasta la actualidad, para hacer hincapié en el valor de El Paleta: sus orígenes, su estructura y, sobre todo, su contenido más interesante y atractivo a través del que comprobaremos qué línea editorial adopta el rotativo atendiendo a quién se encuentre en el poder en uno u otro momento durante su existencia. Con el objetivo de estudiar en profundidad el rotativo, procederemos a un análisis de contenido para llegar a las conclusiones que nos permitirán conocer más acerca de El Paleta.*

Palabras clave: *Prensa, Osuna, Local, Sevilla, Paleta*

Abstract: *Talking about El Paleta means talking about the longest running newspaper in the town of Osuna, in the province of Seville. More precisely from 1902 until 1936. Thirty four years during which the newspaper had to face numerous difficulties, such as the different political regimes that took place over this historical period in Spain. A journey back to the beginning of journalism in Osuna, from 1882 upto now with a focus on El Paleta: its origin, its structure and, above all, its most interesting content. Through this process, we will look at the editorial line the paper adopted depending on the government that happened to be in power in the specific moments throughout history. With the objective of studying this newspaper, we will analyze the contents of it in order to know more about El Paleta.*

Keywords: *Press, Osuna, Local, Seville, Paleta*

1 Introducción

1.1 Los estudios de la prensa local

Situar a *El Paleta*, cronológicamente hablando, supone ceñirnos a dos momentos históricos fundamentales en la historia de España: el año en el que Alfonso XIII alcanzaba la mayoría de edad (1902) y el inicio de la guerra civil (1936). Una etapa histórica de lo más convulsa durante la que se publicará el periódico más longevo de la villa ducal de Osuna.

El nacimiento de *El Paleta* cuenta con el respaldo de la Ley de Policía de Imprenta. Legislación que favorecerá, desde su promulgación el 26 de julio de 1883, la proliferación de impresos y la actividad periodística tal y como muy bien cita María José

Ruiz Acosta¹. Aunque estuvo vigente hasta la guerra civil española, no tuvo efecto durante la Dictadura de Primo de Rivera ni durante la II República y fue sustituida en 1938 por la muy restrictiva Ley de Prensa en la España de lo que ya era régimen de Franco.

Acometemos, por tanto, un estudio histórico que, siguiendo los postulados de diversos autores en sus obras de investigación acerca de la historia en general y de la del periodismo en particular, nos hace comprender la evolución que la humanidad ha tenido. Entre otros, destaca la labor de Antonio Miguel Bernal que propone, en primer lugar, desterrar mitos así como prejuicios sobre la historia local. Para el autor, algo tendrá esta forma de concebir la historia cuando es el género más “antiguo y primigenio”². Compartimos los postulados de Bernal en tanto elevan esta historia local a una especie de historia total de una comunidad en la que se unen aspectos sociales, políticos, económicos o culturales con la vida cotidiana. Por su parte, la prensa se presenta como un pilar más con el que mostrar y dar forma a una realidad que, consecuencias inevitables del paso del tiempo, tuvo su propia razón de ser otrora y cuyos cambios y modificaciones no podemos percibir más que a través de diversos documentos gráficos que así nos la muestran. Entre estos, destaca el estudio del periodismo escrito:

[...] como medio privilegiado de la comunicación social, por su función formadora-informadora de la opinión pública y como estructura de poder para los que la rigen y domina, la prensa es al mismo tiempo, en sus más mínimos aspectos, el lugar nodal y vehículo de expresión ideológica, de la representación justificadora y del control social. [...] La prensa es por consiguiente, en sí, una estructura estructurante, clave en la época contemporánea, mientras otros medios de comunicación de masas no llegan a hacerle la competencia; y como proyecto coherente, aun cuando no tiene el porvenir por horizonte aparente de espera, es objeto específico para la historia³.

Atendiendo a lo señalado por el doctor Reig en su obra *El Periodista en la Telaraña*⁴, se pone de manifiesto las más que estrechas relaciones que existen entre el poder

¹ RUIZ ACOSTA, M. J. (1998): “La prensa sevillana de principios del siglo XX: el nacimiento de un nuevo modelo informativo (1898- 1914)”, en Reig García, R., y Ruiz Acosta, M. J.: *Sevilla y su prensa: Aproximación a la historia del periodismo andaluz contemporáneo:(1898-1998)*. Universidad de Sevilla: Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación. Sevilla, 1998, pp. 20- 21.

² BERNAL, A.M.: “Riesgo y ventura de la historia local”, en *Actas del Primer Encuentro Provincial de Investigadores Locales*. Diputación de Sevilla. Sevilla, 2003, pp. 13- 22.

³ BOTRE, A.M.; DESVOIS, J.M. y AUBERT, P.: “Prensa e historia: para una historia objeto de la prensa. La prensa objeto polimorfo de la historia”, en Castillo, S. (coord.): *Estudios de Historia de España. Homenaje a Manuel Tuñón de Lara*. Universidad Internacional Menéndez y Pelayo. Madrid, 1981, pp. 501- 502.

⁴ REIG GARCÍA, R.: *El periodista en la telaraña*. Anthropos. Barcelona. 2007.

(económico, político, financiero, etc.) y los medios de comunicación. En consecuencia, podemos llegar a entender el interés que las empresas y los distintos gobiernos tienen con respecto al control de la información surgiendo, así, disciplinas como puede ser la economía política encargada de “describir y examinar el significado de las instituciones responsables de la producción, distribución e intercambio de las mercancías de comunicación y regulación del mercado de comunicación”⁵. Todo ello nos lleva a pensar en el importante papel que juegan los gobiernos a la hora de regular los mercados para controlar la información y acabar con el pluralismo favoreciendo, en consecuencia, la concentración mediática, en la actualidad, y la manipulación de los contenidos que aparecen sesgados, tanto hoy en día como años, e incluso siglos, atrás.

Cuestiones actuales pero que también veremos cómo ocurrían en el pasado, y no solo a nivel nacional sino también local. De ahí que destaquemos la importancia y necesidad de llevar a cabo estudios de la prensa local con el fin de “[...] examinar su papel socio-político en el espacio local y constatar el hecho de que la historia de la prensa local de la época puede ser particularmente fecunda para la enseñanza de la Historia Contemporánea. [...]”⁶. Todo ello teniendo en cuenta que el carácter de la prensa local no viene marcado: “tanto por el lugar donde se edita (no siempre en el mismo núcleo donde se imprime) como por la temática y, sobre todo, en función de los lectores a los que se dirige. Se trata de informar, opinar, etc., de acuerdo con los particulares y específicos intereses geográficos- sociales de una comunidad determinada”.

Aunque, como indica Celso Almuiña, ello no implique un enfoque localista⁷.

1.2 Estado de la cuestión

A pesar de que existía un trabajo sobre la prensa del siglo XIX del ursoonense Rodolfo Álvarez Santaló y otros estudios sobre la prensa del siglo XX, no había un estudio en profundidad del periódico más longevo de la villa ducal de Osuna⁸. También los trabajos

⁵ MOSCO, V.: “La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años más tarde” en *CIC: Cuadernos de información y comunicación*, (11). Universidad Complutense de Madrid. Madrid, 2006, p. 67.

⁶ GARCÍA ANDREU, M. y SANTACREU, J.M.: “Prensa, sociedad y política provinciana (1902- 1939): el caso de Alicante”, en *Actas de las Jornadas sobre prensa y sociedad en la Murcia Contemporánea*. Departamento de Historia Moderna. Murcia, 1994, p. 180.

⁷ ALMUIÑA, C.: “Fondos y metodología para el análisis de la prensa local” en *Fuentes y métodos de la Historia local*, Instituto de Estudios Zamoranos “Flores de Ocampo”. Zamora, 1991, p.389.

⁸ ÁLVAREZ SANTALÓ, R.: “Osuna y su prensa en los últimos años del siglo XIX” en *Archivo Hispalense: Revista histórica, literaria y artística*. Tomo LXII (189). Sevilla, 1986. También del mismo: *Rodríguez Marín, periodista (1880- 1886)*. Fundación de Cultura “García Blanco” del Ayuntamiento de Osuna. Osuna, 1993; y *La vieja prensa de Osuna y El Paleto. 2ª Época*. Fundación de Cultura “García Blanco” del Ayuntamiento de Osuna. Osuna, 2000.

de Antonio Sánchez Morillo⁹. Esta situación que hacía necesaria abordar esta investigación sobre la prensa local de la que nace esta publicación¹⁰. El contenido de treinta y cuatro años de periodismo, su contenido y su trascendencia para la conformación de la idiosincrasia de un pueblo y su aportación al conocimiento de la evolución de la prensa, merecían un análisis de sus artículos y columnas con el fin de contribuir a la memoria. Así como las relaciones entre el poder y los medios de comunicación y, sobre todo, las relaciones de la política local con la nacional.

1.3 Objetivos y metodología

Teniendo en cuenta que *El Paleta* se muestra como una llave que nos permitirá acercarnos al pasado de la ciudad de Osuna, los objetivos que se han pretendido alcanzar con esta investigación son los siguientes:

- 1) Analizar la evolución de la prensa a nivel local.
- 2) Contribuir a la historia local mediante el análisis de las distintas noticias y artículos que dieron forma a los ejemplares publicados entre 1902 y 1936.
- 3) Proporcionar un soporte digital a todos los ejemplares que han ganado la batalla al paso del tiempo.
- 4) Mostrar la relación existente, así como las críticas y/ o alabanzas, entre el rotativo y el poder local. Para ello analizaremos las noticias relacionadas con aspectos políticos y de gestión, tanto a nivel local como provincial, autonómico o nacional así como de temas comprometidos – política o socialmente hablando –.

Acometer este estudio supuso enfrentarse a los pros y los contras de trabajar una temática de la que, prácticamente, había que partir de cero por la práctica inexistencia de estudios de investigación al respecto. En una primera toma de contacto, se procedió a la localización y lectura de los primeros 123 ejemplares que se publicaron entre 1902 y 1904 – de cuatro páginas cada uno -. El paso previo fue la búsqueda, documentación y catalogación de toda la prensa que en manos públicas (Biblioteca Municipal de Osuna) se encontraba ya que el grueso de los archivos se hallaba en manos privadas, más concretamente en la colección del sobrino político de Manuel Ledesma Vidal, José

⁹ SÁNCHEZ MORILLO, A.: “La prensa en Osuna: contexto y fuentes”, en *Cuadernos de los Amigos de los Museos de Osuna*, Nº. 9, 2007, pp. 86-88. SÁNCHEZ MORILLO, Antonio y Aguilar Majarón, Isabel: “El periodismo en Osuna: una etnografía del oficio”, en *Cuadernos de los Amigos de los Museos de Osuna*, Nº. 8, 2006, pp. 62-65.

¹⁰ MOSCOSO CAMÚÑEZ, M.J. *El Paleta ante los distintos regímenes políticos de la España de 1902 a 1936*, Tesis doctoral. Puede consultarse en: (2017- 09- 21). Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. idUS: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/71288>

Torrejón Real. A continuación, se procedió a la digitalización y lectura de todo el contenido de los ejemplares que se publicaron durante veintitrés años conservados (faltando varios años hasta completar los 34). Así, se clasificó y analizó el contenido publicado durante todos estos años con el fin de localizar aquellas noticias o artículos de opinión en los que se detectara la temática política y la postura del periódico.

Por otro lado, y con el fin de ofrecer una visión global de lo que significó el periodismo a nivel local, se tuvieron en cuenta las referencias que a la prensa del municipio se han realizado a lo largo del siglo XX, tanto en publicaciones periódicas como académicas y que se citaron en el estado de la cuestión.

De este modo, abordamos un estudio microhistórico que, atendiendo a lo enunciado por Giovanni Levi, se muestra, en la mayoría de los casos, necesario si, además, no se han abordado estudios en profundidad al respecto:

El enfoque microhistórico aborda el problema de cómo acceder al conocimiento del pasado mediante diversos indicios, signos y síntomas. Es un procedimiento que toma lo particular como punto de partida (particular que es a menudo altamente específico e individual y sería imposible calificar de caso típico) y procede a identificar sus significados a la luz de su contexto específico. [...] ¹¹

Los estudios sobre prensa local son cada vez más valorados a la vez que la historia de la comunicación se muestra como un importante banco de recursos que permite sacar a la luz un pasado que, en muchos casos, se encuentra sesgado. De ahí la importancia de las fuentes hemerográficas que nos permitirán acceder a un tiempo y lugar concretos. Efectivamente, como afirma Vázquez Montalbán, la prensa es “*medio de comunicación social hegemónico durante la segunda mitad del siglo XIX y primer cuarto del siglo XX*”¹².

De cualquier modo, el estudio de la historia de la prensa, de los medios y de la comunicación debiera ir acompañado de la disciplina de la que forma parte y de la que, a su vez, se desgaja: de la historia general y superar el estatus de fuente documental, a secas, que se le ha venido confiriendo en los últimos años:

No se trata, pues de una disciplina que pueda evolucionar al margen de la investigación histórica general. Es más, se integra en ella de tal modo que posee incluso la virtualidad de contribuir clarificadamente a la reinterpretación de la historia general¹³.

¹¹ LEVI, G.: “Sobre microhistoria” en BURKE, P. (ed.): *Formas de hacer historia*. Alianza Editorial. Madrid, 2003, pp. 119- 144.

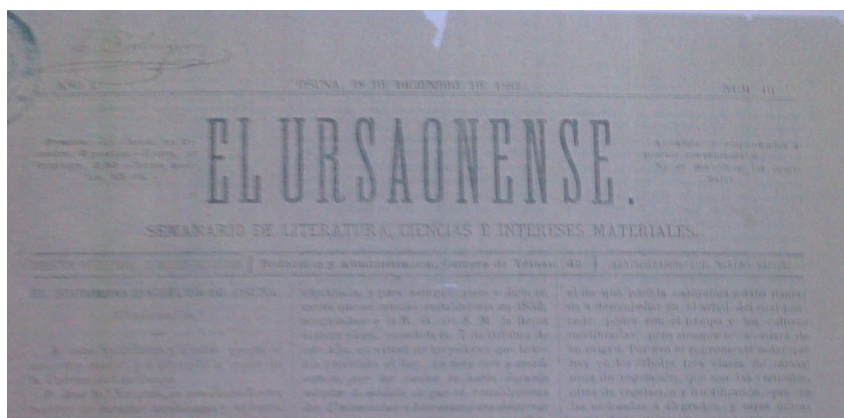
¹² VÁZQUEZ MONTALBÁN, M.: *Historia y comunicación social*. Alianza Editorial. Madrid, 1982, p. 154.

¹³ GARCÍA GALINDO, J.A.: “La Historia de la Comunicación Social: algunas propuestas en torno a la investigación científica y la docencia universitaria”, en GÓMEZ MOMPART, J.L. y MARÍN OTTO, E.: *Historia del periodismo universal*. Madrid, 1999, p.37.

2 Osuna y su prensa

A pesar de que el profesor Checa Godoy habla de la existencia de un rotativo nacido en 1851, no tenemos datos para confirmar su existencia. Asimismo, señala la existencia de tres títulos de los que no se tiene constancia y que son: *El Ursaonense*, *El Cronista* y *Vida Nueva*. El primero de ellos abriría la vida del periodismo local teniendo en cuenta que data su aparición en 1851 y su desaparición en 1852 aunque el nacimiento del periodismo en Osuna se viene situando en 1882 con *El Ursaonense*, al que también se refiere Checa pero que no muestra como pionero periodístico¹⁴.

La prensa de Osuna (provincia de Sevilla), tiene su origen a finales del siglo XIX, más concretamente en 1882. No es casual que nos remitamos a los años de la Restauración, etapa que vivió una edad dorada del periodismo gracias a las facilidades de las nuevas leyes y a la paz política. En este contexto, nacía el periódico *El Ursaonense*. El primer impreso de la ciudad que es creado por un grupo de intelectuales, siendo su fundador Enrique Rodríguez Durán, doctor en matemáticas. Sin embargo, fue, en realidad, Francisco Rodríguez Marín -erudito español nacido en Osuna en 1855, Director de la Biblioteca Nacional que murió en Madrid en 1943- el verdadero director y escritor de todo el periódico.



En 1885 *El Ursaonense* desaparecía y el propio Pascual Recuero¹⁵ afirmaba que dejó de publicarse como consecuencia de la crisis desatada tras la muerte de Alfonso XII. Aún así, parece ser que la decadencia del periódico ya había comenzado con carácter previo a dicho acontecimiento, achacándose su extinción, más bien, a las influencias e intereses de aquellos a los que el carácter crítico de la publicación no les beneficiaba.

Si en 1885 desaparecía *El Ursaonense*, el 7 de febrero de 1886 veía la luz *El Centinela de Osuna*. “Semanario de literatura e intereses morales y materiales” que desaparecerá el 25 de septiembre de 1886. Se publicó los domingos bajo la dirección de

¹⁴ CHECA GODOY, A.: *Historia de la prensa andaluza*. Ediciones Alfar. Sevilla, 2011, p. 360.

¹⁵ PASCUAL RECUERO, P.: “Antonio M^a García Blanco y el hebraísmo español del S. XIX” Granada, Universidad. 1986. Página 318 en: RAMÍREZ OLID, J. M.: *Osuna durante la Restauración (1875- 1931)*, p. 608.

Francisco Rodríguez Marín y la administración de Manuel Vela Arjona y se funda como un “[...] un periódico polemista y áspero [...]”¹⁶. Asimismo, a fecha 9 de octubre de 1887, Eulogio Jurado Fernández, colega de Rodríguez Marín que también ostentó la dirección del periódico, escribía en una especie de bando que *El Centinela* había muerto debido a la morosidad de sus suscriptores – el documento en cuestión aparece sellado por el Ayuntamiento Constitucional de Osuna –.



El 11 de marzo de 1888, nace *El Vigilante*. “Semanario de literatura e intereses morales y materiales”. Publicándose los domingos, a partir del 7 de junio de 1888 comenzó a publicarse los jueves mientras que, a partir del 5 de enero de 1889, se publicará seis veces al mes hasta que desaparezca a fecha 31 de mayo de 1889. Se crea bajo la dirección y administración de Eulogio Jurado Fernández, el que será redactor jefe de *El Paleta* años más tarde. Precisamente, *El Paleta* publicaba una necrológica y una carta de despedida en su honor en la portada del 24 de septiembre de 1904.

Hasta la aparición de *El Popular* en abril de 1893, no podemos dejar de mencionar la creación, el 5 de mayo de 1888, de lo que en principio era una hoja diaria de información y, posteriormente, se convirtió en una publicación trisemanal: *Osuna al Día*. Será el ursonés, Álvarez Santaló, quien nos ilumine al respecto y por él sepamos que deja de publicarse un año después cuando afirma: “Se conserva un buen paquete de números de los cuatro años que dura la publicación, aunque muy descabalados. Parece que deja de publicarse en julio de 1892”¹⁷.

¹⁶ ÁLVAREZ, R., ZAMORA, M. y LEDESMA, F.: *La vieja prensa de Osuna y El Paleta* 2ª Época. Fundación de Cultura “García Blanco” del Ayuntamiento de Osuna. Osuna, 2000, p. 25.

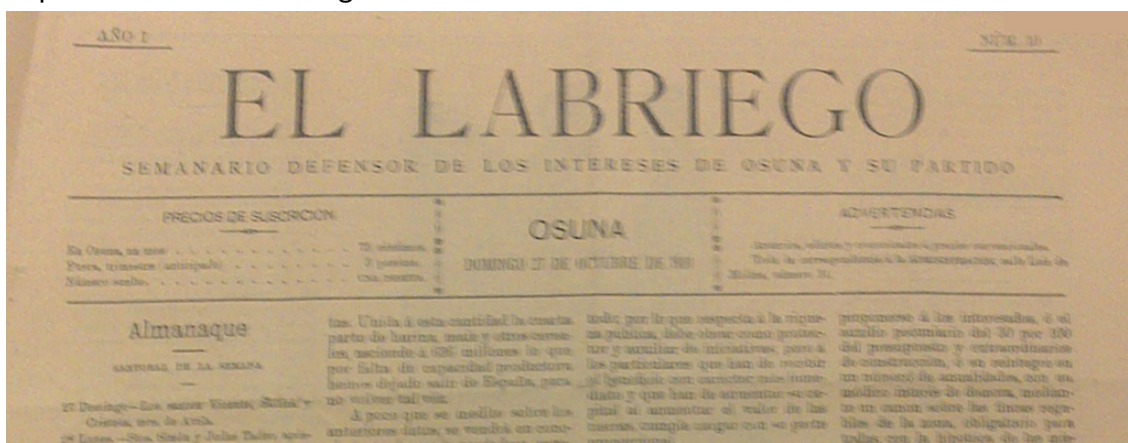
¹⁷ RAMÍREZ OLID, J. M.: *Osuna durante la Restauración: 1875- 1931. Volumen II*. Ayuntamiento de Osuna. Osuna, 1999, p. 82.

Atendiendo a lo publicado por Santaló, tenemos conocimiento de un periódico de crítica festiva: *El As de Bastos* cuyo contenido debió ser bastante crítico ya que, tras varias quejas, el ayuntamiento mandó retirar la edición y su director terminó en la cárcel. Ello explica que su segundo número, a pesar de ver la luz, acabase siendo requisado. Igualmente explica que no se conozcan ejemplares de números posteriores. El propio Santaló también cita otros dos títulos periodísticos: *El Liberal* y *El Combate* que, a pesar de aparecer nombrados en *El Popular* y en *Osuna al Día*, respectivamente, no existe constancia de su existencia física.



El primer número de *El Popular* sale a la luz en abril de 1893 hasta que deja de publicarse en septiembre de 1898, definiéndose a sí mismo como “*Periódico de literatura, noticias e intereses morales y materiales*”.

Cuatro años después de su desaparición, en 1902, aparecería *El Paleta*, coincidiendo en el tiempo con *El Labriego*. Pocos ejemplares y datos obran en nuestro poder a excepción de su número 10, publicado el 27 de octubre de 1901, localizado en la sala destinada a la prensa del Museo Etnográfico de Osuna.



Además de *El Paleta*, que sería el siguiente en aparecer, localizamos diferentes iniciativas periodísticas durante el tiempo que nuestro objeto de estudio continuó publicándose. *El Obrero*, creado, también, en 1902, del que solo se conservan el número uno y tres en la colección privada de José Torrejón Real; *Humanidad*, será la siguiente iniciativa periodística mientras que de *La Semana* pocos datos existen. Sabemos de él por una referencia en *El Paleta* que nos hace ver que debió aparecer en los primeros días de abril de 1916. De *El Timbre* conocemos de su existencia por una carta de Rodríguez Marín al director de *El Paleta* haciendo ver que su publicación pudo iniciarse a finales de 1917. *El Eco de Osuna* ve la luz el 1 de octubre de 1922 mostrándose como un periódico semanal independiente de intereses morales y locales que se publicó los domingos. *La Voz de Osuna* se publica por primera vez el 8 de mayo de 1927 como un “*Semanario independiente de interés general*” aunque no tuvo una vida larga ya que el último número que se conserva es de fecha 27 de noviembre de 1927. *La Razón* será el último rotativo que se publique antes de que estalle la Guerra Civil española.

Una vez iniciada la contienda, la labor periodística se paraliza y tendremos que esperar algunos años para volver a ver nuevas ediciones en el municipio, más concretamente a noviembre de 1949 con la creación de *El Defensor* que dejará de publicarse en junio de 1950. Con la llegada de la democracia, nacerá un nuevo periódico: *El Paleta. 2ª Época* que, realizando un guiño al pasado, recupera en su cabecera el nombre del periódico más longevo de la localidad. En los años siguientes, hasta la actualidad, diversos serán los títulos que se sucedan en el tiempo hasta llegar a nuestros días: *La Gaceta de la comarca Osuna- Estepa*, *Torre del Agua*, *Sierra Sur de Sevilla Información* o *El Pespunte*, periódico que se mantiene vigente en la actualidad en su versión digital.

3 El Paleto, testigo directo de la historia de España



Realizado un breve recorrido por la historia de la prensa en Osuna, nos centramos, a continuación, en nuestro objeto de estudio. El rotativo que más años se publicó en Osuna: treinta y cuatro años, de julio de 1902 a julio de 1936.

Estos datos, a priori, ponen de manifiesto la excepción que supone la existencia de *El Paleto* para la historia de la prensa ursonense así como para la historia del periodismo local de la Restauración, tal y como afirma el profesor Antonio Checa: “[...] No abundan los periódicos duraderos, por la inestabilidad política, tampoco los ingresos publicitarios muestran la generosidad de los años veinte, sin contabilizar revistas religiosas, suponen una veintena de títulos... y otras dos en Sevilla, “La Voz” de Écija y “El Paleto” de Osuna [...]”¹⁸.

¹⁸ RAMÍREZ OLID, J. M.: *Osuna durante...*, Op. cit., p. 445.

3.1 Aproximación al objeto de estudio

El periódico local *El Paleta* ve la luz de la mano de su creador: Manuel Ledesma Vidal y de su redactor jefe: Eulogio Jurado Fernández, promotores de esta iniciativa periodística que a lo largo de los treinta y cuatro años de su existencia, evolucionará su línea editorial paralelamente a los regímenes políticos que se sucedan durante estos años a nivel nacional: monarquía, dictadura y república.

En los primeros años de vida, *El Paleta* parece mostrar su lado más crítico al no tener impedimento en arremeter contra el gobierno local en relación a aquellas cuestiones que estima oportuno. Publicaciones que harán peligrar, incluso, la vida de su director que sufrió un atentado contra su persona tras publicar críticas al mal estado de los alimentos en la plaza de abastos. La información al respecto la leemos en la portada del 1 de octubre de 1916 donde, bajo el titular “¡Como en el Riff! ¡Asesinato frustrado!”, el periódico narra cómo un funcionario, tras las acusaciones vertidas, se tomó la justicia por su mano disparando a Ledesma. Una actitud crítica que oscilará dependiendo de si, durante el sistema de turnos, se encuentran en el poder liberales o conservadores, así como si nos encontramos ante el periodo dictatorial o durante el gobierno republicano: “[...] la malquerencia de los que no ven con buenos ojos que haya quien se permita lanzar á [SIC] los vientos de la publicidad ideas contrarias al propio criterio y, sobre todo, el egoísmo [SIC] dominante hoy en la sociedad, la cual, viendo amenazados sus antiguos cimientos, cree notar enemigos en todas partes”. (20-7-1902: 1).

Un rotativo, sobre el que, hasta el momento, no se ha podido investigar acerca del público lector que se acercó a su contenido y que abre en su cabecera con la inscripción: “Periódico defensor de intereses morales y materiales y principalmente de agricultura” con una periodicidad semanal que más adelante pasará a editarse cada diez días. Consta de cuatro páginas conformadas por diversas secciones que, distribuidas en tres columnas, tratan temáticas que, a nivel local, provincial, regional, nacional e incluso internacional, afectan a Osuna siendo, en su mayoría, asuntos relacionados con el mundo de la agricultura así como de la economía en general o del trabajo realizado por los políticos. La portada, en este periódico de formato tabloide, suele destinarse a acoger artículos de fondo mientras que en la segunda y tercera página encontramos la “Sección recreativa”, “Ayuntamiento”, “Noticias” o “Conocimientos útiles”, entre otras. Finalmente, la cuarta y última página se destina, a página completa, a insertar publicidad a pesar de que existe la posibilidad de encontrar anuncios en la tercera y a partir de 1912 será habitual localizarlos en todas las páginas del rotativo.

3.2 Temas centrales en *El Paleto* durante el reinado de Alfonso XIII

A finales del siglo XIX tenía lugar la pérdida de la tutela de la casa de Osuna. Consecuentemente, Osuna pasa a ser una ciudad provinciana que basó su economía en la agricultura. Cuando comienza el siglo XX, la localidad se encontraba bien insertada en el sistema de la Restauración reproduciéndose en la política municipal el turnismo del gobierno de Estado. Los dos grandes partidos que se van a disputar la alcaldía de Osuna – reflejando la realidad nacional a nivel local – van a ser cómplices del sistema turnista que hará del caciquismo su principal arma para conseguir sus objetivos.

El inicio del periodo monárquico protagonizado por el rey Alfonso XIII viene a coincidir, prácticamente en el tiempo, con el nacimiento de *El Paleto*, el cual comenzará su andadura en el mes de junio de 1902. Nuestro objeto de estudio va a ver la luz en el momento en el que se encuentra gobernando el Partido Liberal con Francisco Domínguez Fernández regentando la alcaldía de Osuna¹⁹. Puesto político esencial en la Restauración a nivel local para poder controlar la trama caciquil que maneja los hilos del poder desde lo local hasta lo nacional. Al alcalde le importa, por encima de todo, conseguir los objetivos marcados por el sistema imperante: el turnismo. Para ello, recurrirá a la manipulación electoral – el denominado pucherazo – utilizada durante la Restauración con el fin de permitir la alternancia en el poder. En Osuna, tuvieron lugar, durante estos años, un total de treinta y siete cambios en la alcaldía, repitiendo alguno en dos ocasiones y tres en algunos casos. Una figura, la del alcalde, a la que el historiador local Ramírez Olid se refiere del siguiente modo:

Los alcaldes, pues, hacen las listas electorales, incluyen y excluyen electores a su conveniencia, reparten las cédulas y los consumos, utilizan los impuestos como premio o como castigo, burlan la ley para los amigos y la aplican con rigor a los enemigos. En definitiva, en los medios rurales el alcalde es un tiranuelo que interpreta la ley según conviene y la trasgrede cuando es necesario con la anuencia de sus superiores. [...] Por ello, la administración municipal, esté en manos de quien esté, seguirá igual, rutinaria, sin solucionar problemas que por su duración se convierten en endémicos, parcheando inconvenientes para salir del paso, porque el alcalde no es designado por sus cualidades para administrar el municipio, sino por sus habilidades electorales y su docilidad con el cacique. Así, cuando se produce un cambio de partido en el gobierno, inmediatamente se procede a nombrar un alcalde interino del partido entrante para que prepare las elecciones en su localidad²⁰.

¹⁹ RAMÍREZ OLID, J. M.: *Osuna durante...*, Op. cit., p. 378.

²⁰ *Ibíd.*, p. 218.

De este modo, se fueron sucediendo diferentes personalidades en la alcaldía de la localidad durante los primeros años en los que vio la luz *El Paleta* y que, como veremos más adelante, tendrán su reflejo en el contenido de sus páginas. Siendo una localidad eminentemente agrícola en la que la situación del campo influirá en todos los aspectos de su vida cotidiana. Todo ello unido a una mentalidad un tanto arcaica, explica que los ursonenses de finales del siglo XIX se muestren reacios a las innovaciones técnicas que para el campo se iban poniendo en marcha en otros lugares del país e incluso de la propia provincia. Cuestiones estas que nos pueden ayudar a comprobar por qué las primeras noticias relacionadas con la gestión política local – y/ o nacional- mostrarán su cara más crítica.

De este modo, y tras abordar el estudio del contenido de ejemplares publicados durante la etapa de la Restauración – teniendo en cuenta la falta de fondos en algunos años de la que ya hablábamos anteriormente – nos encontramos con que los temas que más importancia van a tener para *El Paleta* serán los siguientes:

- En primer lugar, señalamos las referencias a la política local como uno de los temas que más espacio va a ocupar en el rotativo. En esta ocasión, hemos valorado tanto las críticas como los aplausos que recibieron los diferentes gobiernos que se sucedieron en Osuna desde 1902 a 1923. Llama la atención que la mayoría de críticas a la gestión local se sitúan en periodos liberales: 1903 con 17 artículos al respecto, por ejemplo, mientras que los aplausos se concentran en periodos conservadores, tal y como ocurre en 1914 con 15 publicaciones y 1915 con 16. Dato que, a priori, nos va a dar una información muy valiosa para catalogar a *El Paleta* en lo que a su ideología y postura adoptada sobre los acontecimientos históricos de los que se hará eco.

Muestra de ello será, entre otros, el artículo que, en la portada del 24 de mayo de 1903, se publica bajo el titular “SURGE ET AMBULA”:

Sí, Ayuntamiento de Osuna, nuevo Lázaro: *surge et ambula, levántate y anda*, porque es necesario, porque es imprescindible que te levantes del sepulcro de la inacción en que yaces como un cadáver, para que contigo se levante nuestro pueblo, que está muerto, que está putrefacto; porque es preciso, porque es indispensable que andes por el camino de la verdad y de la vida para que osuna marche á [SIC] su vez por la senda del progreso y de la cultura. Basta ya de incuria, basta ya de inacción y de injusticia, y de sin razón, y de favoritismo, y de compadrazgo, y de considerar los cargos concejiles como un medio de satisfacer ambiciones, y desafueros de sus administradores. Hay que cambiar de método y de sistema y de conducta, y hacer todo lo contrario de lo que se ha hecho hasta ahora. Nuestro pueblo está necesitado de administración buena, honrada, leal y económica; por su precario estado reclama á [SIC] todo trance que se cultiven sus intereses morales y materiales, fomentando para ello todo lo que represente educación y cultura y haciendo que puedan desarrollarse, debidamente sus

distintos ramos de producción agrícola é [SIC] industrial; y también hay que higienizarla [...] Para lo malo, para lo inútil, para lo pequeño, para lo perjudicial, no hacen falta cambios políticos y bien puede el pueblo pasarse sin ellos. Para que no se continúe por ese camino, terminamos este artículo dirigiendo al futuro Ayuntamiento el mandato que nos sirve de epígrafe: *surge et ambula*.

Tres semanas escasas más tarde, el 14 de junio de 1903 y en primera página, encontraremos “PERDÓNALOS, SEÑOR”. En esta ocasión los políticos vuelven a ser blanco de las críticas de *El Paleto* pero como consecuencia de las opiniones que están divulgando en contra de la labor periodística:

Para admiración de ignorantes, espanto de pusilánimes y conmisericordia de espíritus cultos y sensatos, tenemos actualmente en Osuna varios políticos de avanzadas ideas que han puesto cátedra de crítica periodística, y da gusto oírles hablar de la prensa y de los que ésta escriben. Ellos no sabrán lo que es libertad, ni democracia, ni república, ni socialismo, ni anarquismo; pero, en cambio, tienen por seguro é [SIC] indudable que está vendido al oro de la reacción todo periódico y todo periodista que no llame zotes á [SIC] los ministros, poncios á [SIC] los gobernadores, caciques á [SIC] los jefes de partido, calabazas á [SIC] los senadores y diputados [...] nada les importa á [SIC] ellos que, un periódico usando palabras cultas y razones convincentes, venga un día y otro día [...] combatiendo toda clase de inmoralidades é [SIC] injusticias, pidiendo reformas beneficiosas, [...] Aprendieron política en el diccionario de los insultos [...] Lo que seduce a esos políticos no son los pensamientos, sino las palabras gruesas; no son las exquisiteces del bien decir, sino las acritudes del lenguaje; no son las dulzuras de la cortesía, sino las hieles de la enemistad. Con tales gustos y tales tendencias, no es extraño que se dediquen a desconcepcionar todo escrito, por muy justo y razonado que sea [...] Por tal razón, cuando tenemos noticias de las críticas de esos críticos, como se nos alcanza bien que desconocen el daño que ocasionan, no podemos menos que decir con Jesucristo: perdónalos, Señor, que no saben lo que hacen.

Los problemas que surgen en el municipio con respecto al abastecimiento de agua, los caminos vecinales o el control del peso del pan, entre otros, serán algunos de los temas que den forma a las críticas que localizaremos en este periodo. Con respecto a los aplausos a la política local localizamos, entre otras: “El sentir de un pueblo”, publicado en la segunda y tercera página del número de 5 de marzo de 1914, donde se hace referencia al diputado conservador a Cortes, Don Cristóbal de la Puerta. Se trataba del cacique conservador de Osuna al que el periódico exalta. Cristóbal de la Puerta será el protagonista de otras publicaciones. Esto ocurrirá una semana más tarde cuando, al publicarse en la portada del 12 de marzo de 1904 “En vías de regeneración”, se muestre la alegría tras conocerse la victoria del diputado a Cortes: “*porque el pueblo ha sabido*

elegir". Escasas tres semanas después, en la portada del número del 5 de abril de 1914, el alcalde conservador, Rafael de Soto Torres- Linero será el protagonista en "¡Loado sea el buen deseo!". El rotativo aplaude las acciones llevadas a cabo por el primer edil en contra de los malos hábitos de higiene en la villa.

- La política nacional también ocupa un peso importante en las publicaciones del rotativo, destacando la crisis del sistema y el caciquismo. Encontramos referencias al caciquismo, entre otros, en las portadas de los números del 11 y 18 de octubre de 1917 mediante el titular "Vida local". En el primer número se critica la involución a la que Osuna está sometida y donde se pone de manifiesto el lamentable papel que los *"los constituidos en directores de un pueblo"* llevan a cabo. En el segundo, se finaliza el artículo reproduciendo una historieta de un *"Cacique máximo: don Restituto Estirado, de Chupamelona de Abajo"* y los grandes halagos que conseguía. Por su parte, llegando al fin del periodo monárquico, *El Paleta* publicaba en la portada del 20 de diciembre de 1922: "...Y así seguimos decayendo":

Sí; lo mismo en las aldeas, pequeñas e insignificantes, que en las poblaciones más grandes y populosas, el político de oficio representa para los incautos, para los confiados, eterna e idéntica comedia. Iguales escenas se ofrecen al observador; escenas de un convencionalismo cómico, a veces, en la apariencia y trágico en el fondo, que sin cesar se reproducen y cuyos resultados son siempre fatales para el país. En la oposición, el político es el redentor que viene a librarnos del yugo tiránico que nos oprime y aniquila, y a sacarnos, pese a quien pese del abismo en que nos arrojaron la maldad o la ineptitud de torpes y malos estadistas. En el poder, se olvida del o que predicó, de sus buenos propósitos, y lo que antes era tenido por él domo el colmo de las torpezas, del desconcierto y del desbarajuste, se convierte entonces por desconocido encantamiento, en pruebas de acierto, de orden, y de buena administración para conseguir, por iguales procedimientos, el engrandecimiento patrio [...] Es, por desgracia, tan cierto esto, que sin duda, envuelto y cegado por las irradiaciones emanadas de ese poder que satisface sus ambiciosos anhelos, y ensoberbecido por la elevada posición que ocupa, no se da cuenta exacta, ni se apercibe ja tanto llega la vanidad satisfecha! De lo distanciado que se halla del público sentir. Y embebido y encantado, además, con los sonoros periodos de sus rimbombantes y artificiosos discursos, a sí mismo se deslumbra, viéndolo todo a través de rosados prismas que disfrazan y ocultan lo falso y tenebroso de la situación que le rodea, ocurriéndole lo que a los grandes embusteros: que llegan a creerse sus embustes, a fuerza de repetirlos..., puesto que vemos en contraposición el dicho con el hecho; nos prometen reformas a montones, beneficios sin cuento; todos nos traen el único y exclusivo remedio, la panacea universal, y remedando a los más osados sacamuelas, pregonan a voz en grito la bondad, lo infalible de sus sistemas, y proclaman en todos los tonos la extirpación de las corruptazas, la regeneración del país. Mas, a pesar de los

desengaños sufridos, que debían servir de saludable lección y de beneficiosa enseñanza, existen innumerables inocentes, infinitos incautos, que escuchan con la boca abierta a esos políticos de oficio, igual que la gente ignorante oye a los charlatanes de plazuela... Y así seguimos decayendo, atraídos [SIC], envueltos por tantas promesas que no se cumplen, por tantas vanas palabras que el viento se lleva.

- Otros asuntos como el regeneracionismo, las ideas regionalistas, el patriotismo, el conservadurismo retrógrado, la religión o la oposición a las huelgas y las izquierdas serán protagonistas entre las páginas de nuestro objeto de estudio.

Dentro de las ideas regeneracionistas, destaca, desde los primeros meses de vida del rotativo, la oposición a la construcción de una plaza de toros. Esta cuestión se observa, entre otros, en la portada del 21 de septiembre de 1902 con el artículo titulado: “¡EH, Á [SIC] LA PLAZA!”:

[...] Bien; no me meteré á [SIC] censurar el espectáculo llamado nacional, no por temor de que me traten de *cursi*, que esto me importaría poco si hubiera de lograr mi objeto de impedir la construcción del circo en proyecto; pero sí diré que esa fiesta no proporciona ninguna ventaja á [SIC] los pueblos. Hágase, pues, la plaza si así es la voluntad de los que la desean; pero como parece que se cuenta con la cooperación del Ayuntamiento para que ceda el terreno y además subvencione á [SIC] la empresa constructora, hay que oponerse á [SIC] esto, porque el Ayuntamiento, antes que ceder ese terreno para una obra que no dará ilustración ni, probablemente, utilidad, debe pensar en algo que sea más beneficioso; y primero que dar dinero para la plaza de toros, debe pensar en pagar lo mucho que debe. Yo acabe, por hoy. ¿Quién quiere tomar la alternativa?

Asimismo, la regeneración de los pueblos, también ocupará su lugar en la portada del 26 de octubre de 1902 con el titular “Pueblos y poblachos” donde se sitúa a Osuna en el segundo caso. Otro asunto que ocupó varias páginas del periódico, a partir de 1903, fue la constitución de una comunidad de labradores así como las cuestiones relacionadas con la cultura y la educación. Temática esta última que dio forma a “Respetemos al maestro” al publicarse en la portada del 28 de noviembre de 1912:

[...] La prosperidad y gloria de las naciones al maestro se deben [...] los ciudadanos libres, honrados, inteligentes, activos y trabajadores por la escuela y bajo la influencia y cuidados del educador han de pasar. – No existe otro mal que la ignorancia, ni otro bien que la ciencia – decía Sócrates. Si queréis ser instruidos y aumentar vuestra felicidad, reconciliaos con el maestro, acudid a la escuela.

“La esclavitud de los que mandan” (1911- 10- 19: 1), “La reforma del reclutamiento” (1911- 10- 19: 2), “De elecciones” o “Agricultores, ¡a europeizarse!” (1916- 07- 06: 1)

son, entre muchos otros, algunos de los titulares que mostrarán las ideas regeneracionistas del periódico.

Los artículos que hacen alusión al patriotismo comienzan a insertarse durante los años de la Primera Guerra Mundial siendo el primer titular “De la escuela militar” (1914- 03- 26: 1), “Fiesta de la raza iberoamericana” (1915- 09- 30: 2), “Así se sirve y se honra” (1916- 08- 03: 1) o “Símbolos” (1923- 07- 20: 1), entre otros.

El conservadurismo retrógrado también será protagonista entre 1914 y 1922 con artículos como el que lleva por título “El carnaval” (1917- 07- 22) o “Feminismo” (1922- 08- 20), entre otros, junto a la religión católica, hacia la que el rotativo mostrará su apoyo frente a la oposición a las huelgas y las ideologías de izquierdas. Sobre el primer caso destacan “¿Quién hizo el monte?” (1915- 03- 11: 1), “Lo infinitamente pequeño” (1916- 11- 23: 1) o “Las iglesias de Italia” (1922- 07- 31: 1). La oposición a huelgas y las izquierdas se reflejará en “No es societario, es anarquista” (1915- 01- 07: 1) o “¿De dónde viene la perturbación?” (1920- 12- 6: 1), entre otros titulares.

3.3 Temas centrales en *El Paleta* durante la dictadura de Primo de Rivera

El periodo monárquico de la Restauración llegaba a su fin y con él se establecía la dictadura de Primo de Rivera. Una noticia que, al parecer, fue tomada con alegría y entusiasmo entre los ursoñenses al contrario de lo que ocurrió a la muerte del dictador²¹. Comenzaba una nueva etapa con la que se pretendía poner fin a los abusos y malas gestiones que habían caracterizado el periodo anterior:

Una de las primeras medidas del Directorio militar fue la sustitución de los gobernadores civiles por gobernadores militares. Ello le permitía a Primo eliminar de un golpe en un cargo tan importante en el entramado caciquil a todos los políticos liberales [...] Empieza, pues, lo que González Calbet ha llamado la etapa destructiva de la Dictadura [...]²².

Insertos en plena Dictadura y en las directrices que se establecieron, comenzaba la “lucha” contra el caciquismo a nivel legislativo aunque, siguiendo a autores como

²¹ La noticia de su muerte en el exilio el 16 de marzo de 1930 en París, fue tomada con cierta frialdad por parte de las autoridades a pesar de que, finalmente, la corporación municipal decidiera incluir en acta, al final de una sesión permanente celebrada días después del fallecimiento, el sentimiento en nombre del pueblo por la muerte del Excmo. Sr. D. Miguel Primo de Rivera.

²² RAMÍREZ OLID, J.M.: *Osuna durante...*, Op. cit., p. 419.

González Calbet, ello no fue óbice para que algunos delegados gubernativos se convirtieran en auténticos caciques²³.

A pesar de que las actuaciones del dictador, hasta el momento, se habían saldado con éxito, a finales de 1925 se creará el Directorio Civil y será a partir de entonces cuando empiecen los problemas de Primo de Rivera que encaminará su mandato a su ocaso. De hecho, en el periodo transitorio que se abre tras la marcha de Primo de Rivera, que algunos autores denominan dictablanda, se produce en Osuna una huelga de clara intencionalidad política que nos confirma que la localidad no estuvo ajena a los vaivenes de la política nacional:

En 1930 los obreros del campo convocaron una huelga esencialmente política, pues no existe una plataforma reivindicativa, ni responde a deseos de mejoras sociales, sino únicamente a contribuir al desasosiego y desestabilización política a raíz [...] de las sublevaciones de Jaca y Cuatro Vientos. En efecto, el 12 de diciembre se produce la sublevación en Jaca y tres días después la de Cuatro Vientos, e inmediatamente los obreros del campo se ponen de huelga, alentados por anarquistas y marxistas que los ilusionan con el reparto de fincas. La duración es muy corta y de escasa incidencia [...] El 18 de diciembre volvieron al trabajo muchos jornaleros y el 19 se reanudaron las actividades con toda normalidad²⁴.

Ante el nuevo cambio de gobierno, *El Paleto* del día 20 de septiembre va a acoger en su segunda página la noticia de lo que está por venir en el país y que va a prolongarse durante los siguientes siete años. Así informó *El Paleto* del comienzo de la dictadura de Primo de Rivera en el artículo “Un gobierno de generales”: “*Aceptada por el Rey la provisional forma de Gobierno nacida del acto realizado en Barcelona por el general Primo de Rivera, la primera medida fue declarar el estado de guerra en toda la Nación. En su consecuencia, y llegadas a Osuna las órdenes oficiales, el domingo se les dió [SIC] publicidad mediante la fijación del siguiente Bando [...]*”.

Nos adentramos en un periodo histórico en el que podemos agrupar las temáticas que darán forma al contenido publicado en *El Paleto* en los siguientes bloques: La dictadura y sus representantes, el patriotismo, el caciquismo y la exaltación de la educación y los valores vistos desde un punto de vista regeneracionista, la crítica a las fiestas populares – tema tradicional en el rotativo – y, por último, crítica a la situación de la mujer ante la política.

Sendos ejemplos localizamos en relación al primer bloque temático, tal y como ocurre con “El nuevo delegado gubernativo”, publicado en la tercera página del número de 20 de marzo de 1924:

²³ RAMÍREZ OLID, J.M.: *Osuna durante...*, op. cit., p. 423.

²⁴ *Ibidem*, pp. 162- 164.

[...] este señor se nos ha revelado gran patriota y, como tal, dispuesto a robustecer el imperio de la Justicia, a desterrar antiguas corruptelas, a curarnos de perniciosos vicios y costumbres y a imponer, [...], hábitos saludables que nos conduzcan derechamente, por estímulo propio y noble aspiración, a ser incorporados en el número de los pueblos sanos, cultos y bien organizados [...].

En portada de fecha 20 de junio, se publica “Cámara oficial agrícola de la provincia de Sevilla” donde se elogia la labor de Primo de Rivera y el Directorio Militar:

[...] Y esa esperanza redentora se manifiesta con caracteres vigorosos ante el movimiento regenerador iniciado con tanto brío como patriotismo por el Directorio Militar, que recoge en su bandera la solución del problema agrario de España, que es el más trascendente de cuantos están planteados dentro de la economía nacional, como lo ha patentizado por el modo elocuentísimo el ilustre patricio Don Miguel Primo de Rivera, [...] en frases tan expresivas como sinceras que corroboran el amor y entusiasmo que resplandecen en el Directorio Militar por todo cuanto afecta al engrandecimiento de la riqueza de nuestro país [...]

O, entre otros, la publicación el 20 de octubre de 1924, en primera, de “El problema de los pueblos”:

[...] Los pueblos españoles sufrían, con la jobiana paciencia que es proverbial en nosotros para con nosotros mismos, un buen número de problemas que, cual bandada de siniestros buitres, cerníanse sobre ellos entristeciéndoles funerariamente el sol de su vida y acechando el instante oportuno para destrozarles las entrañas, [...] Nuevos israelitas, soportaban el cautiverio de los faraones de la vieja política soñando a todas horas con el nuevo Moisés que los condujera [...] Decían, y aún dicen que la siniestra madre del lamentable estado de los pueblos españoles era el odioso Caciquismo que, en comandita con su depravada esposa la Vieja Política, exhausta, seca, infecundiza [...] Era preciso, si queríamos salvarnos, acabar de una vez con tan funesto matrimonio. Y para eso, según múltiples declaraciones oficiales, surgió el Directorio Militar, nuevo Moisés que habría de llevarnos a una nueva Tierra de Promisión [...]

Continuando con su labor de reconocimiento al Directorio Militar, en la portada del 31 de julio de 1927 encontramos “Hacia otra Osuna. Dos fechas memorables en nuestra historia contemporánea”:

[...] Osuna ha sido, ciertamente, uno de los pueblos que más ha prosperado – y seguirá prosperando – al calor de las circunstancias y de la buena y honrada voluntad de los administradores que nos trajo el histórico gesto del general Primo de Rivera, puesto que todos los ayuntamientos que hemos tenido desde entonces a la fecha no se han dormido en los laureles, si bien el mayor éxito se lo tenían reservado las circunstancias a la recta y constante voluntad del que actualmente

nos rige presidido por el joven abogado don Antonio de Castro Tamayo [...] En el reinado de este Ayuntamiento hemos tenido los buenos osuneses la satisfacción de ver dos fechas que serán memorables en nuestra historia local...: la creación del Instituto de Osuna y la velada literaria musical del Centro filarmónico en el Casino de Osuna (como se ha vuelto a hacer ahora en unos días nuevamente).

De este modo, se sucederán los contenidos en los que se ensalzará el periodo dictatorial y a sus representantes así como se realizarán alusiones al patriotismo. En cuanto a las críticas vertidas a las fiestas populares y al papel de la mujer en política destacamos, entre otros, los siguientes:

Son los carnavales parte del cliché donde se graba la cultura de un pueblo, que fácilmente se revela allí donde la gente bullanguera se reúne [SIC] [...] ¿No podríamos, teniendo por ciertas las consideraciones expuestas, suavizar tan dolorosa perspectiva restando al carnaval el aspecto chabacano que sólo por empirismo conserva? [...] ²⁵.

Asimismo, la temática taurina, tras años sin aparecer y habiendo copado numerosos titulares en los primeros números de *El Paleto*, vuelve a dar forma a uno de los artículos que se publicarán durante la dictadura de Primo de Rivera:

Nuestra fatalidad dispuso que las corridas de toros sean las que en nuestro país influyan soberanamente en el trasiego de masas humanas ávidas de emociones [...] Y en tanto la cultura no evolucione hacia más exquisitos recreos, económicamente pensando hay que transigir con la mal llamada “fiesta nacional”, so pena de que las ferias languidezcan y acaben por desaparecer [...] es este un tema sobre el cual todos los años nos permitimos dar un toque de atención, con la esperanza de ser escuchados algún día, persuadidos como estamos de que, para contrarrestar la paulatina extinción de nuestra feria, hay necesidad de vigorizarla acudiendo a otros espectáculos de más modernidad, de más hondo interés, enseñanza y provecho [...] ²⁶

Finalmente, la mujer también tuvo su espacio entre las páginas del rotativo pero no desde un punto de vista progresista, precisamente, afirmando, en este caso, que la mujer no estaba:

[...] en condiciones de regir por sí sola, ni tal vez acompañada, los destinos del país, con plenas facultades como persona versada en tan intrincada materia, no, porque

²⁵ “Tradiciones” (02 de marzo de 1924). *El Paleto*, p. 1.

²⁶ “De la Feria” (20 de mayo de 1927). *El Paleto*, p. 2.

carece de la preparación adecuada y la libertad de costumbres que tienen en otros pueblos [...] ²⁷

3.4 Temas centrales en *El Paleta* durante la II República

Tras la celebración de elecciones municipales, comenzaba el 14 de abril de 1931 una nueva etapa en España. En Osuna, la noticia de la proclamación de la República se conoce el mismo día:

En Osuna la candidatura monárquica había conseguido el 95 por ciento de los puestos municipales, mientras que en la totalidad de España, incluidas las grandes capitales donde habían ganado las candidaturas republicano- socialista, los monárquicos alcanzaron el 79 por ciento de los puestos. Los republicanos, conscientes de su éxito en casi todas las capitales de provincias y sabedores de que en los pueblos el voto no era moralmente válido por el peso del caciquismo, se atribuyeron inmediatamente el triunfo.

Al poco de proclamarse la República, se realizaron movimientos para intentar conseguir un Estatuto de Autonomía como el que los vascos y catalanes estaban buscando. En ese contexto se dio un hecho muy singular que fue conocido como los sucesos de Tablada. En Osuna, el descontento generalizado, se traducía en las continuas agitaciones que azotaron a la localidad y a la comarca a la vez que el paro seguía siendo preocupante y eso no hacía más que empeorar la situación.

Esta nueva etapa histórica que tendrá su reflejo en las páginas del rotativo tal y como se ve en la portada del número de 20 de abril de 1931 en la que se publica: “Cambio de régimen. Proclamación de la República. Lista del gobierno provisional. Estatuto jurídico del Gobierno”. Iniciada la nueva era política, el periódico se limita a dar información en su portada pero no parece mostrar gran ilusión por el nuevo régimen impuesto. De hecho, sus comentarios resaltando la forma en la que Alfonso XIII había procedido para poner fin a su mandato y dar paso al nuevo régimen, valorando el gesto, evidencian sin disimulo su preferencia por el rey:

Ante el adverso resultado obtenido en la mayoría de las capitales de provincia por los candidatos monárquicos en las elecciones municipales celebradas el día 12 del mes actual, el Gobierno de la Monarquía aconsejó prudentemente y el rey don Alfonso, dando ejemplarísima prueba de verdadero patriotismo y correspondiendo noble y fielmente a los deberes que su conciencia le imponía, resolvió facilitar con su inmediata salida de España la proclamación del régimen

²⁷ “El voto de la mujer” (10 de octubre de 1924). *El Paleta*, p. 2.

republicano cuyo ambiente aspiraba el pueblo. Allanando el camino tan caballerosa y pacíficamente, todos los españoles debemos felicitarnos por la forma evolutiva como se ha operado en nuestra Patria el siempre arriesgado tránsito de un régimen secular a otro nuevo en todos los pueblos y colectividades [...].

Inmersos de lleno en la II República española, veremos cómo, además de temáticas propiamente municipales y de interés y origen local, la realidad nacional va a tener cabida entre las páginas del rotativo como reflejo del contexto del momento. Entre las críticas a las reformas de la República se encuentra la relacionada con la reforma agraria, una de las prioridades del gobierno provisional republicano que asustó a los más conservadores entre los que se encuentra *El Paleto*. Crítica al “enchufismo” o a los nacionalismos que, a ojos del rotativo, están dividiendo el país, serán otras de las temáticas que cuestionará el periódico al nuevo gobierno.

[...] Y los gobernantes, como siempre, impasibles. Ahora le ha tocado a lo que es sustento de millones de españoles. La agricultura está hecha una lástima. Y el ministro del ramo, con todos mis respetos, como un romántico del agro que es, soñando en una Reforma Agraria. [...] Los que dicen “¡Muera España!”, los catalanes, continúan explotándonos, a los andaluces más que a otros; y los nacionalistas vascos luchan por la separación de la patria madre. ¿Cuándo terminará este estado de cosas? [...] y el Gobierno [...] ¡tan tranquilo! Es preciso pensar en España. La patria ante todo. [...] Que el Gobierno de la República adopte otra postura con nosotros y con todos. Que la paz y la fraternidad reinen en todas partes. Que se hagan las cosas por su verdadero sitio. Y lo primordial: que España sea España.²⁸

La religión bien representa por sí sola un importante bloque para analizar. Los textos que arremetan contra las medidas anticlericales y la cuestión religiosa, en general, van a ser un tema clave y típico de la prensa conservadora del momento. El primer ejemplo al respecto lo encontramos con la publicación de las leyes del divorcio”, trámite que no se con buenos ojos: la defensa de la celebración de la Semana Santa tras no salir ninguna cofradía a la calle en marzo de 1931; así como la crítica ante la retirada de símbolos religiosos en las escuelas sobre lo que afirma:

Los demagogos hipócritas, los gobernantes ambiciosos, los soberanos disolutos y déspotas, que celebran sus orgías a costa de la miseria y del dolor del pueblo, temblaban ya en sus altares de falsos oídos [...] Los mochuelos y los búhos [SIC] son enemigos de la luz porque les estorba para sus rapiñas. Por eso no es extraño que los libidinosos gobernantes de Roma fueran hostiles a la Cruz [...] Mas como aquella luz inextinguible no les convenía porque disipaba las sombras de la noche

²⁸ “Comentarios ¿Vesania? ¿Maldición?” (10 de septiembre de 1933). *El Paleto*, p. 1.

en que tenían sumido al pueblo, a los trabajadores, cuya ignorancia y sudor explotaban usurariamente, había que acabar con ella, y aquellos verdaderos zánganos de la colmena social, aquellos chupópteros insaciables de los obreros, [...] Este César, cuyo espíritu se había formado evangélicamente, no adoptó el sistema sanguinario y cruel de sus antecesores, sino el de arrojar a los católicos de los cargos públicos, prohibirles toda manifestación paladina de su fé [SIC], suprimir los signos exteriores del cristianismo; y para evitar la formación cristiana del alma de los niños mandó retirar de las escuelas todo cuanto pudiera inclinarlas al amor del Divino Crucificado [...] El Galileo, Cristo, es hoy tan perseguido como en tiempos de los romanos porque la historia, que no es más que un encadenamiento de hechos, suele repetirse a lo largo de los siglos, y viéndolo estamos [...].

Del mismo modo, el enfrentamiento entre la Iglesia y las izquierdas también se verá reflejado en sus páginas al tratar la oposición existente entre ambas.

La educación, por su parte, también dará forma a diversos artículos. *El Paleta*, desde el punto de vista regeneracionista que mostraba en los primeros años del siglo XX, abogó por una educación de calidad. Eso sí, destacando en aquellos posibles casos, la labor, al respecto, de personalidades de talante conservador, como en el caso de Don Jaime Oriol²⁹:

[...] hay que reconocer la actividad incansable a favor de su pueblo por don Jaime Oriol, para quien desde estas modestas columnas rendimos – al igual que para todos los señores que cooperaron en la gestión – nuestro leal tributo de gratitud; y les exhortamos a que no desmayen en su loable demanda para hacer valer nuestro legítimo derecho, hasta que se nos otorgue justicia completa restituyéndole a nuestro Instituto su primitiva categoría de Nacional.³⁰

La crítica al comunismo y otras ideologías de izquierdas así como la oposición a las huelgas, también tuvieron su espacio en los años de la República. El diario muestra, en diversas ocasiones durante el periodo republicano, una actitud combativa al respecto:

²⁹ “Sobre Jaime Oriol, sus convecinos Morales Lebrón, Calle López y Cruz Cordero testificaron que había sido “Maurista” y después “Diputado a Cortes por las Derechas en Sevilla”, pero que en Osuna nunca se inmiscuyó en política ni fue cacique. [...] El arcipreste de Osuna, Francisco Javier Govantes García, dijo de Oriol que fue diputado de Acción Popular y había sido durante toda su vida un arraigado hombre de derechas, que hasta sufrió persecución de “marxistas y otros sectarios” y que desde los primeros momentos participó personalmente con las armas a favor del “Movimiento Gloriosísimo Salvador de España” [...] En cuanto al capitán de la guardia civil, Rodríguez Hinojosa, éste aseguró en su informe que Oriol había pertenecido a los partidos de derechas y se hallaba adherido al “Glorioso Movimiento Nacional- Sindicalista Salvador de la Patria” desde su inicio [...] en MONTERO GÓMEZ, F.J.: *Osuna, 20 de julio de 1936*, online:

http://www.todoslosnombres.org/sites/default/files/investigacion249_1.pdf, p. 348

³⁰ “¡Tenemos Instituto!” (11 de octubre de 1935). *El Paleta*, p. 2.

[...] Jamás en nuestra Patria se cometieron tamañas crueldades; jamás la sangre española se ha vertido con tanto dolor, al impulso de locos extremistas que se han valido de la libertad y la democracia para dar rienda suelta a sus instintos perversos [...] Y son ellos, los socialistas y las llamadas izquierdas republicanas, quienes alentaron día tras día, desde sus elevados enchufes, al pueblo ciego, a las masas que, fanatizadas, obedecieron a sus líderes mientras ellos “satisfechos”, gozaban de las más variadas prebendas y corrían asustadizos como tristes mujerzuelas [...] ³¹.

Aplausos al gobierno central y a la labor de los consistorios municipales o las críticas vertidas al antiguo régimen caciquil así como la defensa de ideas retrógradas – en contra del carnaval o del papel de la mujer en las funciones públicas, nuevamente -, serán otras temáticas minoritarias que aparecerán en este periodo.

4 Conclusiones

Llegados al punto, podemos concluir que la postura del periódico va a ser progresista y crítica pero dependiendo del momento histórico en el que nos encontremos.

Echando la vista atrás, observamos que los dos primeros años de vida del rotativo fueron más críticos. Lo cual se debe, en primer lugar, a la labor realizada por su redactor jefe, Eulogio Jurado. Entre sus principales empresas estuvo la lucha contra la construcción de la plaza de toros de la localidad. Tras su muerte, el periódico cambia notablemente de actitud. Esta actitud crítica se debe, en segundo lugar, al momento político, con la presencia de un gobierno liberal en el ayuntamiento de Osuna. Creemos que la línea editorial mantuvo su actitud crítica pero que esta dependió de su relación con el poder: fue negativa con el partido liberal y positiva con el conservador.

Efectivamente, hemos podido demostrar que la actitud de *El Paleta* estuvo muy condicionada por el poder político. Su posición con respecto a la política municipal o nacional fue, sin apenas excepciones, de apoyo y aplauso a los gobiernos conservadores, y de crítica a los políticos y jefes liberales durante la Restauración. Esta cuestión se pone claramente de manifiesto durante el primer periodo histórico analizado al comprobar una mayoría de críticas al respecto. Durante el año 1903: gobierno liberal, con 17 artículos frente a los aplausos a los gobiernos conservadores de 1914 y 1915, con 15 y 16 publicaciones, respectivamente. Claramente, el rotativo realza la labor de los políticos conservadores en contraposición a la ejercida por los liberales. De igual modo,

³¹ “Los crímenes de la revolución” (31 de octubre de 1934). *El Paleta*, p. 1.

mostrará su simpatía hacia el régimen dictatorial mientras que ante la República mostrará sus críticas.

Consecuentemente, y a pesar de mostrar interés por aspectos importantes para la evolución de Osuna y España como pueden ser la educación o la cultura, no adoptó un punto de vista, precisamente, liberal o progresista. Todo lo contrario, se acredita como un medio conservador que va a exhibir su postura más crítica en el momento en el que el poder se encuentre un gobierno liberal – durante la Restauración – o republicano mientras que su apoyo lo mostrará a los partidos conservadores del turno y a la propia Dictadura de Primo de Rivera.

Finalmente, hemos de resaltar la importancia de haber podido leer, digitalizar los números analizados y estudiar el contenido del periódico más longevo de Osuna. Nos ha permitido observar cómo fue evolucionando con los años y atendiendo a los cambios políticos que, a nivel nacional, tenían lugar y que, consecuentemente, se reflejaban a nivel local.

Hemos observado la evolución de la prensa local durante este periodo de tiempo siendo este uno de los objetivos a comenzar estas páginas.

De este modo, se ha intentado exponer la relevancia de un periódico que, a pesar de las dificultades citadas y los momentos convulsos de los que fue protagonista, estuvo publicándose en la ciudad de Osuna un total de treinta y cuatro años. Manteniéndose a pesar de los cambios políticos y de dirección y consiguiendo adaptarse a las circunstancias de cada momento.

Referencias bibliográficas

- ALMUIÑA, C. (1991): “Fondos y metodología para el análisis de la prensa local” en *Fuentes y métodos de la Historia local*, Instituto de Estudios Zamoranos Floian de Ocampo. Zamora.
- ÁLVAREZ, R., ZAMORA, M. y LEDESMA, F. (2000): *La vieja prensa de Osuna y El Paleta 2ª Época*. Fundación de Cultura “García Blanco” del Ayuntamiento de Osuna. Osuna.
- ÁLVAREZ SANTALÓ, R. (1986): “Osuna y su prensa en los últimos años del siglo XIX” en *Archivo Hispalense: Revista histórica, literaria y artística*. Tomo LXII (189). Sevilla.
- (1993) *Rodríguez Marín, periodista (1880- 1886)*. Fundación de Cultura “García Blanco” del Ayuntamiento de Osuna. Osuna.

- (2000) *La vieja prensa de Osuna y El Paleto. 2ª Época*. Fundación de Cultura “García Blanco” del Ayuntamiento de Osuna. Osuna.

BERNAL, A.M. (2003) “Riesgo y ventura de la historia local”, en *Actas del Primer Encuentro Provincial de Investigadores Locales*. Diputación de Sevilla. Sevilla.

BOTRE, A.M.; DESVOIS, J.M. y AUBERT, P. (1981) “Prensa e historia: para una historia objeto de la prensa. La prensa objeto polimorfo de la historia”, en Castillo, S. (coord.): *Estudios de Historia de España. Homenaje a Manuel Tuñón de Lara*. Universidad Internacional Menéndez y Pelayo. Madrid.

BURKE, P. (2006) *¿Qué es la historia cultural?* Paidós. Barcelona.

- (2003) *Formas de hacer historia*. Alianza Editorial. Madrid.

CHECA GODOY, A.; ESPEJO- CALA, C.; LANGA NUÑO, C. y VÁZQUEZ LIÑÁN, M (2007). *La Comunicación durante la Segunda República y la Guerra Civil*. Editorial Fragua. Madrid.

CHECA GODOY, A. (2010): “Prensa y radio en la Sevilla del Tardofranquismo (1951-1975)” en *Un siglo de información en Sevilla (Prensa, Radio y Televisión). 1909-1929*. Universidad de Sevilla. Secretariado de Publicaciones. Sevilla.

- (2011) *Historia de la prensa andaluza*. Ediciones Alfar. Sevilla.

DE CERTEAU, M. (1993): *La escritura de la historia*. Universidad Iberoamericana. México.

DÍAZ DEL MORAL, J. (1967): *Historia de las agitaciones campesinas andaluzas*. Alianza editorial. Madrid.

GARCÍA ANDREU, M. y SANTACREU, J.M. (1994): “Prensa, sociedad y política provinciana (1902- 1939): el caso de Alicante”, en *Actas de las Jornadas sobre prensa y sociedad en la Murcia Contemporánea*. Departamento de Historia Moderna. Murcia.

GARCÍA GALINDO, J.A. (1999): “La Historia de la Comunicación Social: algunas propuestas en torno a la investigación científica y la docencia universitaria”, en GÓMEZ MOMPART, J.L. y MARÍN OTTO, E.: *Historia del periodismo universal*. Madrid.

GINZBURG, C. (1994): *Mitos, emblemas e indicios: Morfología e historia*. Gedisa. Barcelona.

LANGA NUÑO, C.; ROMERO DOMÍNGUEZ, L. R.; RUIZ ACOSTA, M. J. ÍNGUEZ, L. R.; RUIZ ACOSTA, M. J. (coord.) (2010): *Un siglo de información en Sevilla (Prensa, Radio y Televisión) 1909- 2009*. Universidad de Sevilla. Secretariado de Publicaciones. Sevilla.

- LANGA NUÑO, C. (1999): "La prensa sevillana ante los grandes acontecimientos del primer tercio de siglo (1923- 1931)" en REIG, R. y RUIZ ACOSTA, M. J. (coord.): *Medios de Comunicación y grandes acontecimientos del siglo XX*. Sevilla, Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación. Colección Ámbitos para la Comunicación, pp. 55 - 101.
- "De la dictadura de Primo de Rivera a la II República", en REIG, R. (dir.) y LANGA NUÑO, C. (coord.) (2011): *La Comunicación en Andalucía: Historia, estructura y nuevas tecnologías*. Fundación Centro de Estudios Andaluces. Sevilla, pp. 93- 127.
- LEVI, G.: "Sobre microhistoria" en BURKE, P. (ed.) (2003): *Formas de hacer historia*. Alianza Editorial. Madrid, pp. 119- 144.
- MOSCO, V. (2006): "La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años más tarde" en *CIC: Cuadernos de información y comunicación* (11). Universidad Complutense de Madrid. Madrid.
- MOSCOSO CAMÚÑEZ, M.J. (2017). *Estudio de la prensa en Osuna. El paleta ante los distintos regímenes políticos de la España de 1902-1936*. Tesis doctoral. Universidad de Sevilla. Puede consultarse <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/71288>
- PASCUAL RECUERO, P. (1986): "Antonio M^a García Blanco y el hebraísmo español del S. XIX" Granada, Universidad.
- RAMÍREZ OLID, J.M. (1999): *Osuna durante la restauración: 1875- 1931. Volumen I y II*. Ayuntamiento de Osuna. Osuna.
- REIG, R. y RUIZ ACOSTA, M.J. (1998): *Sevilla y su prensa. Aproximación a la historia del periodismo andaluz contemporáneo (1898-1998)*, Universidad de Sevilla; Grupo de Investigación en Estructura, historia y contenidos de la Comunicación. Sevilla.
- REIG GARCÍA, R. (2007): *El periodista en la telaraña*. Anthropos. Barcelona.
- RUIZ ACOSTA, M. J. (1998): *Historia general de la comunicación: escritura y prensa*. MAD. Alcalá de Guadaira (Sevilla).
- (1999) "Prensa y asociacionismo: el gran reto de los diarios sevillanos de principios del siglo XX" en REIG GARCÍA, R. (coord.) y RUIZ ACOSTA, M. J. (coord.): *Medios de comunicación y acontecimientos del siglo XX*. Universidad de Sevilla: Grupo de investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación. Sevilla.
- (1999) "Prensa y profesión informativa: la visión de los periodistas sevillanos de principios del siglo XX" en BARRERA DEL BARRIO, C. (coord.): *Del gacetero al profesional del periodismo*. Evolución histórica de los actores humanos del cuarto poder. Fragua: Asociación de Historiadores de la Comunicación.

- SÁNCHEZ MORILLO, A. (2007): “La prensa en Osuna: contexto y fuentes”, en *Cuadernos de los Amigos de los Museos de Osuna*, nº. 9. Osuna.
- SÁNCHEZ MORILLO, A.: y AGUILAR MAJARÓN, I. (2006): “El periodismo en Osuna: una etnografía del oficio”, en *Cuadernos de los Amigos de los Museos de Osuna*, Nº. 8. Osuna.
- SECO SERRANO, C. (1979): *Alfonso XIII y la crisis de la Restauración*. Rialp. Madrid.
- (1991) “Crisis e ideología en la restauración” en TUÑÓN DE LARA, M.: *España entre dos siglos (1875- 1931). Continuidad y cambio*. Siglo Veintiuno de España Editores. Madrid.
- SHUBERT, A. (1999): *Historia social de España (1800- 1900)*. Editorial Nerea. Madrid.
- SIMÓN PALMER, M. C. (1991): “La prensa local como fuente de la “pequeña historia” en *La Prensa Española durante el siglo XIX. I Jornadas de Especialistas en Prensa Regional y Local*. Ediciones Instituto de Estudios Almerienses. Almería.
- SORIA MEDINA, E. (2004): *Desde la Colegial (Miscelánea Ursaonense: 1954- 2001)*. Diputación de Sevilla, Fundación El Monte, Ayuntamiento de Osuna y Caja San Fernando: Obra social.
- TUÑÓN DE LARA, M. (1974): *La España del siglo XX. La quiebra de una forma de Estado (1898/ 1931) 1*. Editorial Laia. Barcelona.
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. (1982): *Historia y comunicación social*. Alianza Editorial. Madrid.

LA PRENSA ESPAÑOLA ANTE LA MARCHA SOBRE ROMA: ENTRE EL ENTUSIASMO Y LA HOSTILIDAD HACIA EL FASCISMO


*The Spanish Press before the March on Rome: Between
Enthusiasm and Hostility towards Fascism*

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.09>

Recibido: 09/10/2019

Aceptado: 06/12/2019

Publicado: 15/15/2019

Ricardo Zugasti Azagra
Universidad de Zaragoza, España
rzugasti@unizar.es
ORCID  0000-0002-8558-9605

Como citar este artículo: ZUGASTI AZAGRA, Ricardo (2019): "La prensa española ante la marcha sobre Roma: entre el entusiasmo y la hostilidad hacia el fascismo", en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación* (13), pp. 158-185.

Resumen: *el objetivo esencial de este artículo es analizar el tratamiento periodístico otorgado por la prensa diaria española a la Marcha sobre Roma y a la conquista del poder por el fascismo en Italia. Los diarios seleccionados son una muestra representativa de las distintas tendencias de la prensa de difusión nacional de aquel momento: ABC, El Debate, El Sol, La Libertad y El Socialista. De manera más concreta, el trabajo busca, en primer lugar, dibujar la imagen que sobre este primer fascismo triunfante proyectó la prensa; contribuir, en segundo lugar, a la caracterización ideológica de los diarios analizados; y conocer, por último, el ambiente político de la época plasmado en la prensa.*

Palabras clave: *Marcha sobre Roma, fascismo, prensa, España, Italia*

Abstract: *The main objective of this article is to analyze the journalistic treatment given by the Spanish daily press to the March on Rome and to the conquest of power by fascism in Italy. The selected newspapers are a representative sample of the different trends of the national press of that time: ABC, El Debate, El Sol, La Libertad and El Socialista. More specifically, the work seeks, in the first place, to draw the image that the press projected on this first triumphant fascism; contribute, secondly, to the ideological characterization of the analyzed newspapers; and to know, finally, the political environment of the time portrayed in the press.*

Keywords: *March on Rome, fascism, press, Spain, Italy*

Introducción y metodología

Benito Mussolini y el Partido Nacional Fascista (PNF) conquistaron el poder en Italia con la llamada Marcha sobre Roma del 27 al 29 de octubre de 1922. Este éxito del movimiento fascista supuso una crucial novedad en el panorama político europeo del siglo XX, y en dicha experiencia se inspiraron otros movimientos y regímenes surgidos en el continente durante el periodo de entreguerras. El fascismo italiano se convirtió, también en España, en un modelo, en “el ejemplo por antonomasia”, para una derecha radicalizada en un clima nacional que consideraba agotado el vigente sistema liberal parlamentario (Ruiz Carnicer, 2015: 361). Cuando Mussolini se hizo con el gobierno, el régimen de la Restauración, vigente desde 1875, entraba en su último año. El 13 de septiembre de 1923, el golpe de Estado del general Primo de Rivera daba comienzo a una dictadura en España que, sin asimilarse plenamente al modelo italiano, lo consideraba un ineludible polo de influencia.

El primer contacto que el público español tuvo con el éxito del movimiento fascista italiano se estableció en las páginas de la prensa, que se llenaron con información y comentarios acerca de la Marcha sobre Roma y del acceso al poder del PNF en Italia. Los periódicos españoles lo consideraron el acontecimiento internacional del

momento y la cobertura fue, por lo general, amplia y constante. De aquí deriva el propósito esencial de este trabajo: analizar el tratamiento periodístico otorgado a la Marcha sobre Roma por la prensa diaria española de dimensión nacional. Se trata, en definitiva, de esbozar qué imagen sobre este primer fascismo triunfante proyectaron algunas de las principales cabeceras de prensa sobre sus lectores. Los resultados permitirán asimismo contribuir a la caracterización ideológica de los diarios analizados a partir de su posicionamiento frente a los acontecimientos de Italia. Además, los distintos periodistas y articulistas, muchos de ellos vinculados con la política y la literatura, plasmaron en sus textos el espíritu de la época en la que el fascismo emergió como un referente frente a un sistema liberal percibido por muchos como agotado. Conocer esos retazos del ambiente político del momento plasmados en la prensa tiene interés para una mejor comprensión del humus donde empezó a germinar el fascismo.

Para alcanzar estos objetivos, se analizaron cinco diarios editados en Madrid y representativos de las principales tendencias ideológicas de la prensa española de aquel momento¹. *ABC* y *El Debate* se encuadraban en la prensa derechista, si bien con la diferencia de que el segundo era un periódico confesional católico y el primero se definía como liberal conservador y monárquico. Por otro lado, *El Sol* y *La Libertad* eran exponentes del liberalismo progresista, elitista uno y más popular el otro. *El Socialista* representaba la prensa obrera marxista, alejada de la vocación empresarial del resto de rotativos. Todos, a excepción del órgano periodístico del PSOE, se contaban entre los diarios más vendidos del país.

De cada uno de estos periódicos se revisaron exhaustivamente los ejemplares publicados entre el 21 de octubre y el 15 de noviembre de 1922, ambos días incluidos². Se abarcaban de esta manera no sólo la Marcha sobre Roma y la formación del nuevo gobierno encabezado por Mussolini, sino también quince días adicionales con el fin de dar tiempo a que se plasmaran las primeras reacciones y valoraciones tras la toma del poder por el fascismo. La muestra quedó constituida por los editoriales, los artículos

¹ Se planteó incluir el diario barcelonés *La Vanguardia*, pero únicamente publicó informaciones de agencia y dos artículos de opinión: el primero fue redactado por el director del periódico y ofreció una visión del fascismo como reacción antiliberal, que equiparó a la protagonizada por Lenin, y de la que criticó su brutalidad y violencia ("Gaziel", 1 de noviembre de 1922: 14); el segundo, firmado por José María Salaverría (11 de noviembre de 1922: 10), fue de similar contenido al publicado por este autor en *ABC* el 15 de noviembre de 1922 y comentado más adelante en este trabajo. Se accedió a ellos en la hemeroteca digital del periódico (<https://www.lavanguardia.com/hemeroteca>). Dada esta escasa cobertura, se optó por centrar el análisis en la prensa editada en Madrid y dotar así de mayor homogeneidad a la selección de fuentes primarias.

² Los ejemplares se localizaron en las colecciones digitalizadas de los periódicos disponibles *online*. *El Debate* y *La Libertad*, en la Biblioteca Virtual de Prensa Histórica (<http://prensahistorica.mcu.es/es/inicio/inicio.do>); *El Sol*, en la Hemeroteca Digital de la Biblioteca Nacional (<http://www.bne.es/es/Catalogos/HemerotecaDigital/>); *ABC*, en su propia hemeroteca *online* (<http://hemeroteca.abc.es/>); y *El Socialista*, en el Archivo de la Fundación Pablo Iglesias (<http://archivo.fpabloiglesias.es/index.php>).

de opinión y las crónicas de corresponsales propios de cada periódico, que constituyen las fuentes primarias del trabajo. No se consideraron para el estudio las piezas informativas acerca de la Marcha sobre Roma procedentes de la agencia Fabra, de la que se nutrían todos los diarios, pues homogeneizaron la cobertura y, por lo tanto, no permitían conocer las diferencias discursivas en torno al objeto de estudio. La metodología empleada fue el análisis de contenido cualitativo, pues permite, a diferencia del cuantitativo basado en datos estadísticos, captar con mayor eficacia tanto los significados, los matices y los distintos énfasis de los textos, como mostrar las argumentaciones con sus connotaciones (Altheide, 1996).

Algunos trabajos previos han abordado la representación del fascismo italiano en la prensa española. Peloille (2005) analiza artículos periodísticos y libros sobre el fascismo italiano que se publicaron en España durante la dictadura de Primo de Rivera, aunque también incluye en su estudio los meses que precedieron el golpe del 13 de septiembre. De la misma autora son tres trabajos de menor entidad. El primero se centra en cómo se situó *La Veu de Catalunya*, diario catalanista editado en Barcelona, frente a la Marcha sobre Roma (Peloille, 2004); el segundo muestra la postura de la prensa liberal madrileña ante el fascismo entre 1922 y 1925 (Peloille, 2003); y el tercero ofrece un censo de todos los artículos de opinión sobre la Italia fascista publicados en seis diarios españoles entre 1922 y 1929 (Peloille, 2009). Pellegrini (2009), por su parte, estudia la Italia fascista en la prensa española del franquismo, entre 1940 y 1945. Por último, Gutiérrez esboza una aproximación al discurso católico sobre el fascismo en España y en Venezuela durante el periodo de entreguerras empleando como fuente *El Debate* (2010). No obstante, el trabajo que aquí se presenta aborda por primera vez una investigación centrada exclusivamente en la Marcha sobre Roma y en la llegada al poder del fascismo, y basada en un análisis hemerográfico exhaustivo de una pluralidad de cabeceras relevantes y representativas de la prensa española de la época.

1 El fenómeno del fascismo y la Marcha sobre Roma como hito y referente

El fascismo como tal nació tras la Primera Guerra Mundial, pero es posible localizar algunos de sus motivos y rasgos en movimientos políticos radicales, tanto de derechas como de izquierdas, de carácter nacionalista o marxista revolucionario, tal y como expone Gentile:

El mito de la voluntad de poder, la aversión hacia el igualitarismo y el humanitarismo; el desprecio por el parlamentarismo; la exaltación de las

minorías activas; la concepción de la política como actividad para organizar y plasmar la conciencia de las masas; el culto a la juventud como nueva aristocracia dirigente; la apología de la violencia, de la acción directa, de la guerra y de la revolución. (2002: 24).

No obstante, la entonces llamada Gran Guerra, con los conflictos y desórdenes de diversa índole que provocó —económicos, sociales, políticos, culturales y morales—, fue la generadora de las condiciones para que el fascismo naciera y se desarrollara. Entre estas condiciones destaca la percepción general de cansancio o de agotamiento de la democracia liberal y parlamentaria, un marco político identificado con el siglo XIX que era visto como superado también por sectores amplios de las clases medias ubicados ideológicamente en la derecha radical y en el naciente fascismo: “Se dejaba atrás el viejo liberalismo parlamentario, convertido para estos con sus formalismos en obstáculo para hacer posible un nuevo renacimiento de la nación, la reafirmación de una identidad que se dice a punto de perderse” (Ruiz Carnicer, 2015: 346).

Puede considerarse el fascismo como una especie de revolución de las clases medias orientada a la conquista del poder, con un marcado carácter antiliberal, como hemos destacado, pero también antimarxista, con un alto componente reaccionario “contra los intentos de la nueva revolución, la de inspiración bolchevique” (Peloille, 2005: 33). No obstante, reducir el fascismo a una mera reacción de la clase burguesa frente a la amenaza revolucionaria marxista impide percibir la especificidad del fascismo como una “variante del modernismo” que busca adaptarse a la nueva sociedad de masas (Griffin, 2010: 21), una forma peculiar de modernidad que, como destaca Ruiz Carnicer, explica su “capacidad de atracción inicial” (2015: 347). Se trataba, en definitiva, de un movimiento inserto “en los conflictos y en las tensiones de la moderna sociedad de masas y en la violenta aceleración del proceso de movilización social y de modernización producido en la sociedad europea de la Primera Guerra Mundial” (Gentile, 2002: 63).

Este anclaje del fascismo en la modernidad, en el que el nuevo valor de la juventud como categoría política y su concepción activista de la vida no estuvieron al margen, reforzó una dicotomía “entre lo nuevo y lo viejo; entre la continuidad de un liberalismo aparentemente exhausto y las opciones hijas de la Gran Guerra” como el comunismo y el fascismo (Ruiz Carnicer, 2015: 345).

Mucho se ha escrito sobre el fenómeno del fascismo y no parece ser un asunto cerrado: siguen debatiéndose cuestiones como su propia naturaleza o su significado en la historia contemporánea. Partiendo de la experiencia italiana, y recogiendo muchos de los rasgos expuestos hasta aquí, Gentile propone una definición:

El fascismo es un fenómeno político moderno, nacionalista y revolucionario, antiliberal y antimarxista, organizado en un partido milicia, con una concepción

totalitaria de la política y del Estado, con una ideología activista y antiteórica, con fundamento mítico, viril y antihedonista, sacralizada como religión laica que afirma la primacía absoluta de la nación a la que entiende como una comunidad orgánica étnicamente homogénea y jerárquicamente organizada en un Estado corporativo con una vocación belicista a favor de una política de grandeza, de poder y de conquista encaminada a la creación de un nuevo orden y de una nueva civilización. (2002: 19)³.

El fascismo alcanzó verdadera visibilidad mundial gracias a la conquista del poder en Italia con la Marcha sobre Roma y, a partir de ese momento, se convirtió en un modelo para otros movimientos europeos nacionalistas antiliberales. No es la finalidad de este trabajo exponer detalladamente la historia del fascismo italiano o los pormenores de la Marcha sobre Roma, si bien conviene plasmar algunas ideas que permitan contextualizar el análisis hemerográfico, que mostraremos más adelante.

El fascismo nació mediante el impulso de Benito Mussolini, un exdirigente del Partido Socialista que fue expulsado de este por su postura intervencionista en la guerra. En 1919 lanzó un llamamiento a los veteranos de la contienda para movilizarse al margen de las estructuras de los partidos tradicionales, lo que conformó los *fasci di combattimento*⁴.

Durante el conocido como “bienio rojo” (1919-1920), ejemplificado en la ocupación socialista de las fábricas, se desencadenó una serie de conflictos sociales sin precedentes que dieron la impresión de colocar a Italia al borde de una guerra civil. La burguesía asistía temerosa a un inminente trasunto de revolución bolchevique en Italia, mientras percibía que el Estado liberal parecía impotente frente al desafío. Ahí encontró su hueco la violencia escuadrista de los fascistas, algo consustancial a este movimiento desde su creación. Haciendo permanente uso de ella, se colocó al frente “de la reacción antisocialista”, perfilándose como defensor de la burguesía y de las clases medias, lo que le transformó en un movimiento de masas que se arrogó “el monopolio del patriotismo” (Gentile, 2015: 47).

Fue habitual que, especialmente desde posiciones liberales, se considerara el fascismo un fenómeno contingente, producto de la postguerra, y que se apaciguaría con su entrada en las instituciones. De ahí, por ejemplo, que Giovanni Giolitti, Presidente del Consejo de Ministros, les diera cabida en las listas electorales que patrocinó de cara a las elecciones de 1921. Fue una errónea percepción que se repetirá, agravada, durante el desarrollo de la Marcha sobre Roma, como veremos.

³ Desde una perspectiva más genérica, Payne define el fascismo de manera básicamente coincidente: “Una forma de ultranacionalismo revolucionario que se basa en una filosofía primariamente vitalista, que se estructura en la movilización de masas, el elitismo extremado y el *Führerprinzip*, que da un valor positivo a la violencia y tiende a considerar normales la guerra y las virtudes militares” (1995: 24).

⁴ El programa político de los *fasci*, publicado en 1919, está en Hernández Sandoica (1992: 98-99).

Durante el verano de 1921 el fascismo atravesó una grave crisis derivada de la divergencia de visiones acerca de qué vertiente debería tener mayor peso: la escuadrista o, como postulaba Mussolini, la política. El peligro se alejó manteniendo ambas vías activas: el movimiento se convertiría en un partido político –el Partido Nacional Fascista–, con Mussolini como *Duce*; pero mantendría la rama paramilitar en activo.

Un año después el fascismo decide tomar el poder, asumiendo que se encontraba ante un “ahora o nunca” histórico. En aquel momento, “con más de doscientos mil inscritos, una milicia armada, asociaciones femeninas y juveniles, apoyado por sindicatos que contaban con casi medio millón de afiliados, el PNF era la organización política más poderosa del país” (Gentile, 2002: 33). El método empleado puede calificarse como una insurrección con negociaciones. La insurrección propiamente dicha, la Marcha sobre Roma, fue concebida como medida de presión y de chantaje para llegar al poder. Esto se combinó con negociaciones que Mussolini y el secretario general del PNF, Michele Bianchi, mantuvieron por separado con los principales dirigentes liberales, a quienes hicieron creer que cada uno de ellos era el candidato preferido por los fascistas. Les proponían elecciones anticipadas en poco tiempo y presencia fascista en el nuevo gobierno. Una vez más se hizo notar la confianza de la vieja clase política dirigente en la capacidad del régimen liberal para asimilar a los fascistas y salvar así la situación. No obstante, como destaca Gentile, los políticos liberales no estaban dispuestos a emplear la violencia contra el chantaje armado fascista:

Todos coincidían en rechazar el uso de la fuerza legal para reprimir la fuerza ilegal del PNF, temiendo que la represión desencadenase una guerra civil entre el Estado y el fascismo, con la cual se beneficiarían tan sólo los socialistas y los comunistas. (2015: 198).

Del 27 al 29 de octubre de 1922 miles de fascistas armados procedentes de diversos lugares de Italia marcharon hacia Roma. Cuando Luigi Facta, el Primer Ministro en funciones, le presentó el día 28 al rey el texto del decreto que proclamaba el estado de sitio, Víctor Manuel III rechazó firmarlo. De nuevo emergía la preferencia por evitar la guerra civil y dejar abierta la puerta a una solución legalista que pudiera integrar el fascismo en la monarquía liberal. “Los viejos liberales confiaban en que las cosas seguirían como antes”, asegura expresivamente Ferguson al respecto (2007: 308). Ese mismo día, Mussolini rechazó formar parte de un gabinete presidido por Antonio Salandra. Al día siguiente, el rey encargó a Mussolini formar gobierno.

Una fuerza política nueva, organizada paramilitarmente, se había hecho con el gobierno de un Estado liberal. “Nada similar había sucedido vez alguna”, subraya Gentile (2015: 16). Este éxito, con todo lo que suponía, convirtió el fascismo italiano en un referente para la derecha radical en España. Desde la Marcha sobre Roma estos sectores políticos contaban, según Mainer, con “un activo modelo [...] en el que

mirarse con envidia” (2013: 21). Además, era un modelo cercano a España por razones históricas, religiosas y culturales; ambas eran “potencias de mediana categoría” con similares problemas interiores (Peloille, 2005: 26). Pese a que un fascismo español propiamente dicho y organizado no cuajará hasta los años treinta, sí existía en España un sustrato común, una cultura política compartida entre diversos sectores de esa “derecha intransigente” de la que habla Preston (1996), que hizo que personas de diferentes tendencias y trayectorias vitales hicieran una lectura “expectante y esperanzada del fascismo mussoliniano” (Ruiz Carnicer, 2015: 349). A ello contribuyó, sin lugar a dudas, la influencia sobre estos sectores políticos de una prensa derechista que fue el primer canal de entrada en España de una visión positiva del nuevo régimen italiano (Rodríguez Jiménez, 1997; Maurel, 2005).

2 Marco legal de la prensa y caracterización de los diarios analizados

La situación jurídica de la prensa española en 1922 estaba definida en la Ley de Policía de Imprenta de 1883. Fue una norma promovida por los liberales fusionistas, y eliminó el tratamiento específico de los delitos de prensa e imprenta y, como consecuencia, los tribunales debían basarse en las leyes ordinarias. Se consagró de esta manera un sistema no preventivo, sino represivo, que concedía considerables márgenes de maniobra para la prensa. La vigencia de la ley permitió “la existencia de un notable pluralismo periodístico, que abarcaba desde periódicos integristas y carlistas hasta los declaradamente socialistas y marxistas” (Barrera, 2004a: 129). Pese al establecimiento sólido de ese principio de libertad, también debe tenerse en cuenta que no era infrecuente la suspensión de las garantías constitucionales y el establecimiento de la censura militar “en cuanto sucedían acontecimientos graves” (Desvois, 1977: 8), un recurso que no se aplicó en el periodo estudiado. Este era el marco jurídico general en el que se desarrollaron los cinco periódicos analizados al tratar la Marcha sobre Roma. A continuación se ofrece una breve semblanza de cada uno de ellos, centrada en su perfil ideológico y en los lectores a quienes se dirigían.

ABC, fundado por el empresario Torcuato Luca de Tena, salió a la calle en 1903 –diariamente desde 1905– y su perfil político puede sintetizarse en la tríada “monarquismo, españolismo y conservadurismo” (Sánchez Aranda y Barrera, 1992: 282). Era un diario liberal conservador, defensor del orden y del principio de autoridad, que apoyó el regeneracionismo encarnado en Maura. Se declaraba defensor de los principios católicos, pero no era una cabecera confesional como *El Debate*. Se convirtió en el periódico preferido de las clases conservadoras acomodadas, pues consiguió

“llenar un hueco en el panorama de la gran prensa madrileña, dominado [...] por diarios situados a la izquierda” (Seoane y Sáiz, 1996: 84).

El Debate, el otro gran diario conservador de difusión nacional, nació en 1910, y desde 1912 fue propiedad en exclusiva de la Asociación Católica Nacional de Propagandistas. Se trataba de un rotativo confesional, impulsado y dirigido por Ángel Herrera, que se convirtió en “el más importante periódico del catolicismo español y uno de los más influyentes del periodismo español de estos años” (Seoane y Sáiz, 1996: 123). En el terreno político, propugnó la creación de un nuevo partido de derechas que sustituyera el conservador, y antes del golpe de Estado de Primo de Rivera defendió una dictadura civil que prescindiese del parlamento y que preservase el orden social. Según Guasch Borrat, “hubiese deseado que Maura se convirtiese en ese dictador” (1986: 434). Se caracterizaba *El Debate* por ser un periódico elitista, serio y denso, que sintonizó sobre todo con “las clases medias de la España profunda” (Seoane y Sáiz, 2007: 168).

Un diario elitista fue asimismo *El Sol*, considerado por Desvois como “el periódico de mayor prestigio que existió en España antes de la Guerra Civil” (2010: 166). Nació en 1917, por iniciativa de Nicolás María de Urgoiti, empresario del sector papelero, y el prominente intelectual José Ortega y Gasset. De tendencia “reformista liberal”, fue, junto a *La Libertad*, representante de la nueva izquierda burguesa que cristalizó en la década de 1920 (Barrera, 2004b: 286). La flor y nata de la intelectualidad de la época colaboró en el diario, que reclutaba sus lectores entre “los intelectuales, profesionales progresistas y la burguesía dinámica y reformista de las provincias más desarrolladas” (Seoane y Sáiz, 2007: 129). *El Sol* propugnaba “cambio, reforma, renovación, evolución, sin romper la legalidad y mucho menos el orden social vigente” (Seoane y Sáiz, 1996: 245).

La Libertad nació en 1919, fruto de la disidencia de varios redactores de *El Liberal*. Ideológicamente se ubicó en “un liberalismo reformista burgués” de izquierda similar al de *El Sol* (Sánchez Aranda y Barrera, 1992: 246), aunque con un enfoque y estilo alejados del elitismo intelectual. De hecho, se afianzó gracias al dinero proporcionado por Santiago Alba, quien necesitaba un periódico que defendiera las posturas de su nuevo partido Izquierda Liberal. Explotando una de las claves de su éxito, la sintonía con el público popular madrileño, se convirtió en uno de los principales periódicos informativos madrileños. Su público pertenecía mayoritariamente a la pequeña burguesía o a la clase obrera. En palabras de Seoane y Sáiz, “*La Libertad* representa en estos primeros tiempos la postura más radical dentro del liberalismo democrático, abierto a las izquierdas, aun a las extremas, pero muy especialmente al socialismo” (1996: 263).

El Socialista, fundado en 1886 por Pablo Iglesias, fue desde 1890 el órgano oficial del PSOE, por lo que se encuadra en el modelo de prensa de partido. Era notoria “la

seriedad extrema con que el diario obrero mantenía y hacía honor a sus postulados y principios” (Moral Sandoval, 1987: 528). Siempre presentó, por lo tanto, un “carácter doctrinal más que informativo”, aunque a partir de su conversión en diario en 1913, proporcionaba más información de actualidad (Sánchez Aranda y Barrera, 1992: 253-254). El hecho de que los obreros que compraban periódicos se inclinaron por diarios populares de alta circulación como *La Libertad* en el caso de Madrid, explica en parte su exigua tirada. No obstante, el “entusiasmo proselitista” de los militantes socialistas extendía la influencia del periódico a través, por ejemplo, de “lecturas colectivas” (Seoane y Sáiz, 2007: 137 y 170).

3 La Marcha sobre Roma en la prensa española

3.1 *ABC*: una tribuna para difundir el fascismo

En *ABC* cobraron especial relevancia las crónicas de Rafael Sánchez Mazas, su corresponsal en Roma, publicadas bajo el título genérico de “ABC en Roma” o “ABC en Italia”. En ellas, Sánchez Mazas manifestaba una admiración entusiasta hacia el fascismo. La primera tras el triunfo de la Marcha sobre Roma, fechada por el autor el 28 de octubre, no dejaba lugar a dudas:

Los partidos a caballo han ganado siempre, ganan siempre y siempre ganarán. Por andar a caballo –que es como decir a paso gentil y a paso heroico– un puñado de españoles ganó el Imperio de los incas y el Imperio de los aztecas. Los pobres indios les creyeron hombres maravillosos. Pues este mismo infalible experimento acaban de repetir los fascistas con el espeso y tupido socialismo italiano de 1922. La historia es como un juego de naipes: Cambia la ocasión, pero las suertes son siempre las mismas. Esta noche de sábado, del 28 de Octubre, *Caballo y Rey* han cantado ‘las cuarenta’ a todo un naipe oscuro de demócratas, de socialistoides, de politicantes, de memos pseudo-contemporáneos, de crédulos, de antipatriotas y de toda la banda averiada que Italia ha padecido cincuenta años. (3 de noviembre 1922: 3).

La Marcha sobre Roma supuso, pues, “una revolución a caballo, una revolución a paso gentil, una revolución aristocrática del pueblo –no de las masas–, incruenta y elegante” que consiguió interrumpir “cincuenta años de mito democrático, algunos lustros de abyección socialista y una infame intentona final de crimen bolchevique”. Muestra

asimismo Sánchez Mazas una aceptación y minimización de la violencia ejercida por los fascistas: “Se ha apaleado, como a un personaje de comedia, a algún socialista malhumorado” (3 de noviembre 1922: 3).

El asalto fascista al poder dio lugar a algunos artículos de opinión que *ABC* ubicó en la privilegiada página tres del diario, al igual que hizo con algunas crónicas de su corresponsal en Roma. El común denominador era una valoración positiva del fascismo, si bien menos entusiasta que la transmitida por las crónicas de Sánchez Mazas. José María Salaverría, un periodista y escritor que colaboraba en diversas publicaciones conservadoras, analizó “la probabilidad de que en España pudiera repetirse el fenómeno del fascio”. A diferencia de España,

Italia ha soportado la profunda y larga conmoción de la guerra [...]. Desde la derrota casi inminente al triunfo casi repentino e inesperado, y después de la bancarrota financiera a la amenaza de un comunismo violento y antinacional.

La herencia de la neutralidad española en la Gran Guerra era a juicio del autor el impedimento para que el fascismo triunfara:

La guerra ha dejado a España, junto con algún dinero de más, una serie de vicios, una costumbre de gasto, un desenfreno del juego y una mayor soberbia de los nacionalismos regionales, puesto que las mayores ganancias de la guerra se quedaron en los dos focos del nacionalismo separatista: Barcelona y Bilbao.

Eran precisamente estos nacionalismos periféricos los que impedían el resurgimiento de España:

Frente a la acción unificadora y reintegradora de Francia, Italia y Grecia, España se entretiene con pequeños problemas y comete la sandez de subdividir su gran nacionalismo –el nacionalismo español que nos orientara hacia América, hacia el mundo– en esas múltiples pequeñas patrias, en esas grotescas y trágicas mascaradas del nacionalismo, del separatismo provincial, grietas por donde se escapa la mejor fuerza de España. (7 de noviembre de 1922: 4)⁵.

Un día después fue Álvaro Alcalá Galiano quien firmó una loa al fascismo italiano. Para el publicista aristócrata, la Marcha sobre Roma era un triunfo de “la reacción” capitaneada por el “contrarrevolucionario” Mussolini, quien iba a hacer “desde las alturas del poder, esa ‘revolución desde arriba’ con que soñaba el Sr. Maura”⁶. No era, sin embargo, obra “de un solo partido derechista”, sino “una reacción nacional en la que tienen su representación todas las clases sociales”. ¿Contra qué se reaccionaba?

⁵ Mainer (2013) y Ruiz Carnicer (2015) destacan el papel que tuvieron los nacionalismos periféricos en la reactivación de un nacionalismo español que fue relevante en la gestación del fascismo.

⁶ Resulta interesante la alusión a Maura, ya que “el maurismo es una movilización política de la derecha en donde se contienen algunos elementos que utilizarán los fascistas” (Ruiz Carnicer, 2015: 358).

Italia, agotada por la guerra y desangrada por el mal estado de su hacienda, la rivalidad de sus políticos, su desgastada máquina parlamentaria, las huelgas perpetuas y las explosiones revolucionarias del comunismo rojo, ha roto sus cadenas.

Había también en Alcalá Galiano una justificación de la violencia ejercida por el fascismo, entendida fundamentalmente como una sana lucha contra el marxismo revolucionario:

Antes de asaltar el Poder ha sabido dar la batalla, en las calles, a todos los que eran un obstáculo a este renacimiento nacional. Ha luchado contra los gobiernos débiles, contra los socialistas recalcitrantes y contra los obreros comunistas que aspiraban a convertir Italia en una sucursal de los Soviets rusos. Ha asaltado las redacciones de aquellos periódicos que en lugar de defender el sagrado interés nacional defendían intereses mezquinos, y ha quemado, en muchísimas ciudades, esas Casas del Pueblo, que no sólo explotaban a la clase obrera, sino que aspiraban a implantar la 'dictadura del proletariado'.

Tras cargar contra el parlamento y "su absoluta esterilidad", miraba hacia España:

¿Tendrán imitadores en otros países? ¿Podrá el fascismo traspasar las fronteras y agitar a otras naciones más apáticas? Yo siempre he soñado con una especie de fascismo para España, con ese dictador que gobernara sin Cortes [...], que tuviese el ánimo y las fuerzas para barrerlo todo, de arriba abajo. (8 de noviembre de 1922: 3).

El mismo colaborador de *ABC* publicó otro artículo días después, significativamente titulado "Parlamentarismo estéril y democracia anticuada", en el que se afanaba en mostrar que el liberalismo y el régimen parlamentario estaban heridos de muerte en Europa. Alcalá Galiano terminaba el texto fijando su mirada en Italia y, por comparación, en España:

La explosión del fascismo en Italia, esa irresistible ola reaccionaria que ha elevado a Mussolini hasta las gradas del Trono y del Poder, les advierte [a los políticos liberales] la posibilidad de que la reacción puede estallar también en otros países. Y Mussolini es la negación del parlamentarismo y de las teorías democráticas. Simboliza la acción contra la verbosidad. ¿No resulta cómico, después de haber leído la rapidez con que ha formado su Ministerio, leer las idas y venidas de nuestros prohombres en torno a una probable crisis, que será como tantas otras? El posible advenimiento al Poder de nuestros conocidos parlamentarios liberales me hace el mismo efecto de esos platos que devolvemos a la cocina por incomibles y que nos vuelven a servir recalentados. (14 de noviembre de 1922: 4).

También a la crisis del “democratismo ochocentista” dedicó José María Salaverría un nuevo artículo que centró en la influencia intelectual de Nietzsche en esta “decadencia del liberalismo parlamentario en Europa”. Para el colaborador de *ABC*, la Marcha sobre Roma fue “un caso representativo de las tendencias modernas” y Mussolini, “el verdadero representante, ágil y meridional, de esta pasmosa transformación que están sufriendo las ideas europeas en este dramático y tembloroso principio del siglo XX” (15 de noviembre de 1922: 3)⁷.

Rafael Sánchez Mazas volvió a firmar una crónica centrada en la Marcha sobre Roma en la que hizo gala de nuevo de su entusiasmada adhesión a esa “revolución festiva” aplaudida por “todas las clases sociales”, que suponía

...un cambio esencial en el más íntimo régimen del Estado, en el concepto de jerarquía y de eficacia, en la exaltación sin reservas del poder real, en la primacía de los deberes patrios frente a las ambigua arcadias de derechos, en la íntegra conciencia de una Patria existente y definida frente a la miserable ilusión de un romanticismo internacional pseudo-humanitario y económico.

El resto de la crónica proyectó la imagen de una toma incruenta del poder y buscó atenuar la violencia fascista. Sirva como ejemplo el último párrafo:

Las fascistas han sido viriles, divertidos y generosos. No han tomado represalias de tantos atentados miserable y cobardemente perpetrados por la vileza roja de todos los países. Han puesto en ridículo, han emplumado como a malas mujeres, han obligado a beber aceite ricino a unos cuantos apóstoles de la Humanidad, y eso ha bastado. Lo más, lo más que han hecho es dar una azotaina en los barrios extremos y mandar a la cama a alguna partida de conscientes y subversivos. (Sánchez Mazas, 15 de noviembre de 1922: 5).

3.2 *El Debate*: condicionado por la relación entre el fascismo y la Iglesia

El corresponsal en Roma del diario católico, Ettore O. Daffina, ofreció una semblanza de Mussolini y una breve caracterización del fascismo nada más hacerse este con el poder. Al líder le definió como “un agitador” apologeta de la violencia, que procedía del ala extremista del socialismo y que giró hacia el nacionalismo motivado por la guerra. En cuanto al origen del fascismo, lo explicó así:

Termina la guerra. Los socialistas dominan la nación durante dos años. Los primeros grupos de fascistas surgen en 1919 en Milán, en Trieste y en la región

⁷ Gentile sostiene que en el origen del fascismo hay influencia de la filosofía de Nietzsche, como en todas “las ideologías fundadas en la negación del Ser o de la Razón” (2002: 98).

de Emilia. Poco a poco van agrupándose; a partir de la ocupación de las fábricas por los obreros, el fascismo adquiere importancia. Giolitti, que los necesita para luchar contra el socialismo, les presta el apoyo gubernamental; los patrones contribuyen con dinero al sostenimiento y a la acción de los ‘fasci’. Ni el uno ni los otros podían prever el desarrollo formidable que tomaría el movimiento.

No era la de Daffina una crónica halagadora hacia el fascismo. Le achacó “falta de equilibrio” y de excederse en el uso de su fuerza:

La fuerza que debía servir para dominar el ataque socialista se empleó después para todo: desde obligar a una casa de automóviles –la casa Bugatti, francesa– a correr en el circuito de Milán (¿cómo iba a quedar satisfecho el patriotismo fascista si no era derrotada una marca francesa?) hasta invadir una propiedad, cuyo dueño se resiste a emplear unos obreros sin trabajo. (30 de octubre de 1922: 1)⁸.

Otra crónica del mismo corresponsal, fechada en Roma el 26 de octubre, antes de que se le concediera el Gobierno a Mussolini, incide en la explicación y desarrollo del fascismo. En ella, cobra importancia la actitud maximalista de los socialistas a partir de las elecciones de noviembre de 1919:

Los socialistas no se limitaron a una oposición en condiciones ordinarias, sino que, simpatizando muchos de sus afiliados con el bolchevismo ruso, creyeron que había llegado el momento de provocar la subversión social y de conquistar por la violencia sus objetivos. Inicióse entonces la táctica extremista del socialismo, que impidió al parlamento funcionar con normalidad, formuló pretensiones excesivas a pretexto de reforma social, promovió la ocupación de tierras por grupos de campesinos y llegó hasta la ocupación de las fábricas por los obreros.

En el mismo texto, Daffina consideró que la aproximación del fascismo al poder le conducía “hacia las vías de legalidad” y alejaba “el peligro de una insurrección contra el Estado”. “Una vez que los fascistas participen en el Gobierno, habrán de ajustar su organización a la estructura nacional y emplearla en asegurar el orden”, valoró el periodista. En cuanto a la relación entre fascistas y el católico Partido Popular Italiano, un aspecto importante dado el carácter confesional del periódico, Daffina pronosticaba fácil entendimiento:

La colaboración entre unos y otros es tanto más probable cuanto que los fascistas hacen hincapié en cuestiones políticas y sociales de carácter nacional, pero no combaten ninguna tendencia religiosa. El mismo Mussolini, en un

⁸ Durante la primera mitad de 1922, el confesional Partido Popular Italiano también fue objeto de la violencia e intimidación fascistas (Gentile, 2015).

memorable discurso pronunciado ante el Parlamento, reconoció la alta fuerza moral del Pontificado, no sólo como poder eminentemente conservador, sino como elemento que ha favorecido el esplendor y el decoro de Italia. (31 de octubre de 1922: 3).

El corresponsal del diario católico prestaba, lógicamente, especial atención a todo aquello que emanase de la Santa Sede para orientar su postura hacia el fascismo. Estas informaciones se nutrían fundamentalmente de lo que publicaba el diario oficioso del Vaticano, *L'Osservatore Romano*. Tomó de este rotativo un llamamiento del Papa a favor de la pacificación de Italia emitido antes de la toma del poder por Mussolini (Daffina, 1 de noviembre de 1922a: 1) y, tras este, una noticia de la satisfacción papal por el mantenimiento del orden y que los sucesos no degeneraran “en conflicto sangriento y fratricida” (Daffina, 1 de noviembre de 1922b: 1)⁹.

La satisfacción por la moderación y el pragmatismo que imprimirían en el fascismo sus nuevas responsabilidades de gobierno latía asimismo en un editorial de *El Debate* titulado expresivamente “Una cosa es predicar...”. Destacó que “en veinticuatro horas de Poder” hubo “tres rectificaciones fundamentales” respecto a su programa en la oposición: no iba a convocar elecciones inmediatamente, no iba a modificar la ley electoral y se habían realizado gestos tranquilizadores hacia Yugoslavia, en torno estos al conflicto por la cuestión adriática (2 de noviembre de 1922: 1).

La misma idea de la capacidad moderadora de la asunción del gobierno estaba presente en un artículo de opinión del profesor de economía en Deusto Ramón de Olascoaga, centrado en la política europea: “El fascismo es, en ese sentido, por su pronunciada tendencia imperialista, un peligro; pero la responsabilidad del Poder quizá lo atenúe” (4 de noviembre de 1922: 1).

La moderación mostrada tras asumir responsabilidades de gobierno y la inclusión de dos ministros populares en el ejecutivo, así como la atenuación de su carácter anticlerical hicieron que *El Debate* viera con mejores ojos a este fascismo aparentemente más civilizado. Así, en un editorial usó el caso italiano para ejemplificar el giro a la derecha que estaba experimentando Europa y que el diario anhelaba para España:

¡Mientras tanto, en España, cuando la política en Europa se orienta resueltamente hacia la derecha, los jefes liberales tienen la audacia de pedir el Poder e invocar el genial pensamiento del marqués de Alhucemas de que esta es la hora de las izquierdas! (4 de noviembre de 1922: 1).

⁹ En los círculos vaticanos las opiniones sobre el fascismo oscilaban durante estos días entre el optimismo y el pesimismo. Para la Iglesia Católica, lo importante era que se preservase el orden y se mitigaran las acciones violentas (Gentile, 2015).

Dos crónicas de Daffina son reveladoras de esta nueva imagen más aceptable del fascismo que proyectó *El Debate*. La primera enumeraba una serie de medidas de Mussolini que suponían atemperar los excesos producidos los días anteriores: devolver de edificios y periódicos socialistas ocupados, reintegrar los ayuntamientos a sus funciones ordinarias, restaurar el derecho de libre circulación, o la orden de detener a los agresores del diputado comunista Belloni (Daffina, 10 de noviembre de 1922: 2). En la segunda se mostraba la “óptima impresión” que había causado entre los católicos un editorial de *Il Popolo d'Italia*, órgano de expresión del PNF, en el que se alababa el “profundo sentimiento religioso de muchos fascistas” y afirmaba que “la jerarquía eclesiástica” debía “ser respetada como todas las mayores jerarquías de la nación” (Daffina, 13 de noviembre de 1922: 3).

3.3 *El Sol*: heterogeneidad en la opinión

El diario inspirado por Ortega y Gasset publicó un editorial el 28 de octubre; de carácter descriptivo, narraba los sucesos acaecidos en los últimos días y daba por segura la concesión de dos carteras a los fascistas en el nuevo gabinete. Destacó el giro que el fascismo había dado desde el republicanismo hasta la reciente aceptación de la Monarquía. Era algo que –apuntaba el artículo– iba a suponer un acatamiento de la legalidad por el fascismo y, por lo tanto, serviría para moderar sus excesos:

No puede menos de sorprender con nuestras costumbres el caso de estas fuerzas, que entran a servir en la Monarquía por la violencia, por la amenaza. Sin embargo, la participación de las nuevas fuerzas con dos ministros en un Gobierno heterogéneo, como aquí decimos, en mezcla con los viejos políticos italianos, parece marcar el principio de la adaptación de los fascistas.

El texto transmitía una imagen poco optimista hacia el futuro del fascismo, pues iba “a ser eliminado de la lucha por absorción” en la Monarquía, institución que se disponía así “a vacunarse contra el fascismo inyectándose fascismo en su sangre” (28 de octubre de 1922: 5).

Un nuevo editorial vio la luz una vez que Mussolini se convirtió en presidente del consejo de ministros. Tras dejar entrever que el programa del fascismo era impreciso y ambiguo, el artículo miró hacia España. Según *El Sol*, el efecto que el triunfo del fascismo provocó en algunos sectores de la derecha era “curioso”: “Hay quien se ve ya asaltando ministerios y oficinas [...]. Derechistas hay que ya tienen pensado su Mussolini para España”. Por otro lado, los izquierdistas lo atribuían –continuaba el periódico– “a una especie de oscurecimiento de las conciencias”, como hacían “con todos los fenómenos de reacción surgidos en Europa después de la guerra”. Cargó el periódico buena parte de la responsabilidad en la radicalización de la izquierda: “La

formidable reacción fascista no parece ser más que la réplica a una exageración contraria” (31 de octubre de 1922: 5).

El mismo día que el anterior editorial se publicó la primera crónica enviada desde Italia por José Pla, un nuevo colaborador de *El Sol*, a quien se le encargó un estudio detenido del movimiento fascista. Haciendo gala de una mirada escéptica hacia el fascismo, habitual en sus crónicas, el periodista catalán recién llegado a Italia describió que este país “está como congestionado de fascismo, y lo que resta es incertidumbre”. Estableció un paralelismo entre fascismo y comunismo, con la justificación de la violencia como principal nexo:

Un ciudadano pacífico, amante de la legalidad, educado en el régimen de relativa libertad burguesa, tiene sus apuros para distinguir el orden futuro que promete el fascismo del orden futuro que prometía el comunismo en 1919-20. Es poco humano, es contrario a las ideas del hombre sensual medio de un país, creer en los métodos violentos y, sobre todo, creer en una política de medios violentos, cuando, como ahora, la política y los políticos producen en todas partes tanto horror. (Pla, 31 de octubre de 1922: 5).

La siguiente crónica de Pla estaba fechada el 27 de octubre y describía el ambiente callejero que la movilización fascista había generado en Florencia. Terminaba comparando el fascismo con una enfermedad juvenil pasajera:

Sea cual sea la solución a la crisis, se resuelva en el Parlamento, o se realice un golpe de Estado y se vaya a un Ministerio sin contar con la mayoría, el caso es que Italia ha llegado al punto álgido de su crisis de postguerra. Agotadas la experiencia roja y la blanca, estas dos escarlatinas de la juventud de Italia, el país entrará en la normalidad (2 de noviembre de 1922: 5).

El liberal Eduardo Gómez de Baquero, crítico literario y colaborador en distintas publicaciones, dedicó al triunfo del fascismo un artículo muy crítico hacia este movimiento por su carácter antihumanista. Rechazó su violencia, sus “homicidios de veras” más allá de su apariencia teatral, afirmó el principio de que “la civilización es coexistencia, cooperación y por consiguiente tolerancia”, y denunció “la indigencia de la ideología del fascismo”, un “sistema esencialmente oportunista que no es de principios sino de práctica”. Concluía comparando a Europa con un enfermo todavía bajo los efectos narcotizantes de la guerra; de ahí podía colegirse que el fascismo era algo transitorio:

Le dieron a ella [Europa] altas dosis de nacionalismo, de autoritarismo, de culto a la violencia. Se la descivilizó para que peleara hasta la muerte, y está muy reciente la anestesia de su humanismo para que podamos tomar sus náuseas y estremecimientos como signos normales de una nueva edad. (4 de noviembre de 1922: 5).

El artículo de Gómez de Baquero suscitó la reacción expresa de Ramiro de Maeztu, también colaborador de *El Sol*, quien desde posiciones antiliberales esbozó las características de un supuesto y deseable fascismo ideal. Este asumiría la violencia – “sin fuerza no hay hecho político” – y en España podrían abrazarlo “los sucesores de los viejos progresistas y todas nuestras clases medias, acompañadas de los obreros desengañados del ideario marxista”:

No sé cómo será el fascismo italiano. No me gusta su nacionalismo, porque veo en el nacionalismo la localización y el empequeñecimiento de la Divinidad. Pero me satisface en cuanto significa ruptura del pacifismo e indiferentismo liberales. Y estoy seguro de que el siglo XX no podrá enamorarse de un sistema de gobierno que lo mismo ampara el trabajo que la ociosidad, el pensamiento que la modorra, el valor que la cobardía. El ideal está en hacer obligatorios los bienes que el liberalismo individualista se contentaba con permitir: la cultura, la veracidad, el amor, la fuerza, la castidad, el trabajo, la sobriedad, la economía, la riqueza, el pensamiento, la cortesía, la elegancia y el valor. (7 de noviembre de 1922: 1).

El periodista y político socialista Luis Araquistáin firmó la más nítida crítica contra el fascismo en las páginas de *El Sol*. Afirmó que, como concepto general, era un movimiento político “contrarrevolucionario”: recibió de la guerra “su hábito de la violencia” y lo aplicó “en defensa de los principios tradicionales de orden y patria” contra los que juzgaba “como agentes o partidarios de la revolución rusa”. En relación con esto, consideró que el nuevo régimen iba a “parecerse al actual régimen ruso más que a ningún otro sistema europeo”, pues el lenguaje de Mussolini no se diferenciaba esencialmente del de Lenin cuando hablaba “de la democracia y del parlamentarismo”. Consideró asimismo que en las acciones de ciertas “bandas terroristas” que actuaban en España contra los marxistas estaba latente, al igual que en el fascismo, “la crisis del régimen parlamentario español”¹⁰. Por último, calibró atinadamente lo que suponían la Marcha sobre Roma y sus consecuencias:

Nominalmente, el fascismo italiano alcanza el Poder por procedimientos constitucionales, puesto que es el Rey quien le ofrece el Gobierno; pero ese acto del Monarca de Italia, que revela un fino intento de conservación, apenas puede encubrir, con la ficción de su constitucionalismo, la realidad a la cual ha tenido que rendirse, o sea, que el fascismo ha sido una revolución victoriosa, y que el Poder logrado por la fuerza, fuera de las combinaciones parlamentarias, es una forma de dictadura, que hará tabla rasa del Parlamento. (Araquistáin, 5 de noviembre de 1922: 1).

¹⁰ Ruiz Carnicer (2015) explica la importancia de estos movimientos de tipo somatenista en la movilización de una derecha radicalizada que verá en el fascismo un modelo.

Pla dedicó una de sus crónicas a esbozar un perfil de Mussolini. Le retrató como un exsocialista radical predicador de “un socialismo al rojo vivo” quien, con el estallido de la guerra europea, se convirtió “en intervencionista, militarista y patriota”. Así resumió el periodista la configuración del fascismo:

Mussolini, con los descontentos de la paz, creó el fascismo. La política de los socialistas durante la guerra, perfectamente anfibia, y su política de la postguerra de mezquindad para con los mutilados y enfermos de las trincheras, el decreto de Nitti indultando a los desertores, el fracaso de la ocupación de las fábricas, dieron un primer impulso fuerte al fascismo. Este impulso decayó cuando Mussolini orientó el naciente partido hacia el republicanismo; pero pronto hizo marcha atrás, y los desengaños internacionales y la desocupación pusieron el resto. Hoy, el fascismo es un partido imponente. (4 de noviembre de 1922: 1).

El cronista de *El Sol* viajó en tren con los fascistas que regresaban de Roma y mantuvo una breve entrevista con uno de los cabos de una escuadra compuesta por obreros del campo, de la que deriva una cierta identificación entre socialismo y fascismo:

—A qué cree usted que se debe el rápido crecimiento del fascismo?

—Según mi opinión, a muchas causas. La primera, porque los desertores de la guerra fueron indultados, de manera que nosotros, que hemos hecho la guerra, tenemos hoy los mismos derechos que ellos. Luego, porque habiéndose apoderado el fascismo de los Sindicatos agrícolas de nuestra provincia, quien no es fascista no come...

—De manera que el fascismo actual —insinúo con una cierta cautela— es propiamente el antiguo socialismo...

—El mismo. Sólo que ahora algunos señoritos están con nosotros. (Pla, 7 de noviembre de 1922: 1)¹¹.

Otra crónica la dedicó Pla a explicar la importancia de un libro —*Principios de política impopular*, del filósofo Giuseppe Rensi— por su tremenda difusión y lectura entre los fascistas a los que había conocido. En él se hace, según el periodista, “un desesperado llamamiento a la burguesía conservadora, a los católicos no bolchevizantes, a los reformistas no republicanos, contra todo el proletariado junto, como clase y como masa, para que sean sustituidos los principios de libertad por el principio de autoridad y de aristocracia”. Denunció el cronista la exaltación de la violencia por parte del fascismo, calificada como “terrorismo individualista” y “anarquismo patriótico”, pero

¹¹ El texto refleja una situación mostrada por Gentile: “Decenas de miles de trabajadores de la tierra, después de la destrucción de las organizaciones socialistas, habían afluído a los sindicatos fascistas para contar con la posibilidad de trabajar” (2015: 89).

consideró que era algo que estaba por fortuna “en plena liquidación” con el acceso al poder (9 de noviembre de 1922: 1).

La última pieza de Pla explica los orígenes del fascismo como una respuesta ante el auge del socialismo, una reacción que contó con el apoyo de la burguesía, que la saludó “como una liberación”. Incidió el periodista en el empleo de la violencia por parte de los fascistas los dos años previos a la “marcha sobre Roma”:

El escuadristo redobla su anarquismo patriótico, y llega, a fuerza de destruir Cámaras del trabajo, Cooperativas, Ligas y Círculos socialistas, a aterrorizar a los trabajadores. La burguesía, que había apoyado desde el primer día el fascismo, intensifica su apoyo ante el éxito del movimiento, que ve cada día afluir prosélitos del bando contrario en sus filas, por haber perdido confianza en el socialismo, por la sugestión de los éxitos fascistas, por terror o miedo, por afinidad de ideas o sabe Dios con qué fines. (11 de noviembre de 1922: 5).

3.4 *La Libertad*: voz del progresismo liberal antifascista

Augusto Barcia redactó un primer artículo de opinión en el que explicó y juzgó el fascismo ya en el gobierno. Para el periodista y diputado del Partido Reformista, el origen del nuevo movimiento político se encontraba en la reacción de “todas las fuerzas socialmente conservadoras” frente al “impetuoso movimiento comunista de 1919 a 1920”. Consideró que el fascismo carecía de doctrina y que su programa de acción era “borroso e indefinido”. Resumió así “el credo de la novísima organización”:

Engrandecimiento de la patria, constitución de un instrumento poderoso, forjado en los moldes de una disciplina sumamente rígida, para ir asaltando todos los baluartes del Estado, imposición de las aspiraciones fascistas al Gobierno y guerra sin cuartel a las democracias todas, pero de modo especial a los socialistas y a los comunistas.

Estableció Barcia similitudes entre el fascismo y el comunismo, al igual que otros articulistas, como hemos visto¹²: “Como la dogmática fascista era espiritualmente, en su origen e ideación, tan arbitraria, tan opresora, tan despótica como la del comunismo, fue inevitable el choque”. Terminaba el texto abriendo la posibilidad de que el fascismo no tuviese larga vida:

Si el fascismo es una fuerza sentimental, negativa, que recogió y aprovechó un momento de cobardía y buscó un pedestal en el descontento, caerá muy pronto

¹² “El propio Mussolini señaló la principal semejanza entre fascismo y bolchevismo en la conquista irrevocable del poder y en la negación del liberalismo” (Gentile, 2015: 89).

sin pena ni gloria, entre impotencias y decepciones, que harán pensar a muchos cómo la resolución de los terribles problemas que trae la quiebra moral de Europa no es obra del sentimiento ni labor de la violencia. (1 de noviembre de 1922: 1).

La Libertad advirtió en un suelto que acompañaba a las noticias de agencia sobre lo que acontecía en Italia que, pese a “la censura impuesta por el nuevo Gobierno” (2 de noviembre de 1922: 1), la situación no era tan estable como se intentaba aparentar y que los enfrentamientos entre fascistas y comunistas parecían virulentos en algunas ciudades. Otra glosa de similares características publicada un día después advirtió de que la censura del gobierno de Mussolini estaba siendo “muy severa” y que no estaba dejando “transmitir más que los despachos que le son favorables” (3 de noviembre de 1922: 1).

Luis de Tapia dedicó sus “coplas del día” al fascismo y, en concreto, a los enfrentamientos entre este y las fuerzas izquierdistas, equiparando en este sentido ambas ideologías. Sirva como ejemplo una de las estrofas:

Sigan, pues, las discusiones

de unos y otros camisones

mientras sostenerlas puedan

negros y rojos varones...

(¡Todos estos coscorrones

acaban en que se quedan

sin camisa las naciones!) (3 de noviembre de 1922: 1).

Un artículo de Luis de Zulueta, entonces miembro del Partido Reformista, partió de la palpable crisis de la democracia liberal: “El Parlamento no está de moda; está en crisis, está en quiebra; ha perdido su crédito en la conciencia popular. [...] Así, en toda Europa, hay jóvenes que envuelven en una misma simpatía al bolchevismo y al fascismo, al ejército rojo y a las camisas negras”. No obstante, rompió una lanza a favor del parlamentarismo: “No veo que se haya ensayado cosa alguna seria, susceptible de sustituir con ventaja a un mediano parlamento” (8 de noviembre de 1922: 1).

Por su parte, el periodista de tendencia republicana Antonio Zozaya cargó contra las clases medias por considerarlas sustento del fascismo. Tras afirmar que “el triunfo de Mussolini y de los fascistas ha sido visto con simpatía por la clase media española”, explicó que desde la implantación del sufragio universal, quienes realmente

gobernaban eran las clases medias y que el fascismo lo que buscaba era precisamente mantener esta situación mediante la violencia:

En Italia, los fascistas lo primero que han procurado ha sido disolver las Agrupaciones obreras y perseguir a sus miembros a sangre y fuego; su afán no ha sido el de procurar avance alguno, sino el de mantener el 'statu quo'.

No estaba sin embargo la opinión de Zozaya movida por la ideología marxista, sino que, desde planteamientos concordantes con el liberalismo, aseguró que todos los partidos de clase eran “esencialmente egoístas” porque “una sociedad no es una sola clase” (8 de noviembre de 1922: 1-2)¹³.

Gabriel Alomar, quien años después fue el embajador de la Segunda República en Italia, dedicó un artículo al fascismo en el gobierno. Fue claro en su valoración sobre la naturaleza de esta llegada al poder, de la que responsabilizó acremente a la monarquía:

Italia acaba de sufrir un golpe de Estado. Ya pueden esforzarse sus políticos dinásticos en presentar como perfectamente constitucional la solución de la reciente crisis. No. La subida al poder de los fascistas es la resultante de un acto de fuerza, de un asalto, no la expresión libre y clara de la voluntad popular.

Vio además en la victoria del fascismo “el último esfuerzo de la burguesía, hija precisamente de la Revolución, contra el nuevo irredentismo social del proletariado” (11 de noviembre de 1922: 1).

3.5 *El Socialista*: desinterés hacia el triunfo del fascismo

El órgano del PSOE publicó muy escasas alusiones a la situación italiana, únicamente algunas brevísimas noticias procedentes de agencia y tan sólo menciones tangenciales en dos artículos. En el primero, publicado antes del comienzo de la Marcha sobre Roma, se criticó duramente la división que estaba sufriendo el socialismo italiano, una fractura que beneficiaba al fascismo:

¿Cómo extrañarse que el fascismo tome arrestos y aspire a gobernar? ¿Qué en el Poder los fascistas se desacreditarán? La peor de las calamidades que pueda caer

¹³ Gentile subraya el papel de las clases medias en la conversión del fascismo en un movimiento de masas, pero difiere de la interpretación meramente reactiva de estas frente a la amenaza de la clase obrera. El fascismo fue, en este sentido, “un maximalismo de las clases medias orientado hacia la conquista del poder” (2002: 30).

sobre un pueblo es la de ser gobernado por hombres ambiciosos, incapaces, sin corazón ni solvencia moral. (Henri, 23 de octubre de 1922: 1)¹⁴.

El segundo artículo, sin firma, hablaba de la dimisión del teniente coronel Millán Astray en el contexto del conflicto entre oficiales *africanistas* y *junteros*. Un grupo de estudiantes se manifestó en apoyo del jefe de la Legión y *El Socialista* hizo un comentario que visibilizaba el atractivo que el fascismo italiano empezaba a despertar entre algunos jóvenes:

Estos muchachos, los más jóvenes de la clase estudiantil, han adoptado una actitud en la que vemos un poco de mimetismo en relación con el fenómeno de popularidad que rodea a los adeptos de Mussolini en la Italia fascista. (13 de noviembre de 1922: 1).

4 A modo de conclusión

Si bien *ABC* no dedicó editoriales a la Marcha sobre Roma, las crónicas de su corresponsal en Italia, así como los artículos de opinión publicados al respecto, manifestaron homogéneamente entusiasmo o, cuando menos, simpatía hacia el movimiento fascista. El rechazo del diario de Luca de Tena al marxismo le hizo valorar el fascismo como una poderosa fuerza de reacción capaz de detener la revolución que, a semejanza de la bolchevique en Rusia, amenazaba otros países, entre ellos España. En relación con esto, se plasmó también una habitual justificación o atenuación de la violencia fascista, entendida como necesaria para terminar con la amenaza marxista. Además, en la mayoría de los textos analizados es evidente un rechazo sin paliativos hacia el sistema liberal parlamentario, en una lectura que se hacía también mirando hacia España. *ABC* constituyó por todo ello una influyente tribuna desde la que se proyectó una imagen positiva del movimiento fascista esencialmente motivada por dos rasgos de este: su antimarxismo y su antiparlamentarismo.

La posición de *El Debate* presentó, pese a compartir postura derechista, algunas diferencias sustanciales con *ABC*. El diario dirigido por Ángel Herrera se mostró receloso ante la violencia ejercida por los fascistas y fue mostrándose más receptivo hacia estos conforme percibió moderación, motivada en su opinión por la asunción de responsabilidades de gobierno. En todo caso, el manifestado respeto del fascismo hacia la Iglesia Católica, incluida la entrada de dos ministros populares en el gobierno de Mussolini, fue la verdadera piedra de toque que demostró la aceptabilidad del PNF

¹⁴ A finales de 1920, Mussolini relanzó el fascismo aprovechando precisamente que el socialismo italiano estaba “minado en su interior por las divisiones entre maximalistas, reformistas y comunistas”. Estos últimos se escindieron en enero de 1921 (Gentile, 2015: 38).

para *El Debate*. El diario católico estaba dispuesto a mostrar simpatía por el fascismo si este potenciaba su cara conservadora –mantenimiento del orden público y social, así como respeto hacia la religión católica– en detrimento de la extremista. Podría afirmarse que la actitud de *El Debate* fue un reflejo de la que mantuvo la propia Santa Sede.

El Sol dio cabida a posturas divergentes sobre el acceso al poder de Mussolini, desde la profascista de Maeztu hasta la nítidamente antifascista de Araquistáin. Fue, por lo tanto, el diario más heterogéneo en su valoración acerca de la Marcha sobre Roma. Editorialmente, quedó a la expectativa, confiado en que el fascismo, una vez en el poder, se adaptaría al régimen vigente y lo acataría, al igual que pensaron los dirigentes liberales italianos del momento. En relación con esto, varios artículos dejaron traslucir que el fascismo sería algo transitorio. Se criticó su violencia, pero fue habitual asimismo verlo como una reacción al extremismo de signo opuesto, también rechazable.

La Libertad no se pronunció editorialmente ni contó con corresponsal propio, pero publicó varios artículos de opinión, que coincidieron en criticar el fascismo desde la defensa de posiciones liberales progresistas y democráticas. Al igual que *El Sol*, valoraron negativamente la violencia escuadrista y vieron el fenómeno fascista esencialmente como una defensa frente a la posible conquista del poder por el proletariado. Se estableció además una identificación entre el fascismo y el régimen soviético, también perceptible, en menor medida, en *El Sol*, lo que permite entrever un anticomunismo presentado de manera indirecta. Con todo, *La Libertad* fue el diario que más coherentemente mostró una postura antifascista.

No deja de llamar la atención el escaso eco que despertaron en *El Socialista* la Marcha sobre Roma y el nuevo gobierno fascista. Si bien contaba con muchas menos páginas que el resto de los periódicos, lo que limitaba la profusión de temas, es difícil de comprender el desinterés del diario oficial del PSOE a la hora de comentar o valorar el ascenso del fascismo al poder, teniendo en cuenta que en él primaba la opinión frente a la información y que habían sido los socialistas italianos quienes más habían sufrido los embates del fascismo.

Referencias hemerográficas

ALCALÁ GALIANO, Á. (8 de noviembre de 1922): “La ‘reacción’ contra la anarquía”, *ABC*, p. 3.

— (14 de noviembre de 1922): “Parlamentarismo estéril y democracia anticuada”, *ABC*, p. 4.

ALOMAR, G. (11 de noviembre de 1922): “La cuarta Roma”, *La Libertad*, p. 1.

ARAQUISTÁIN, L. (5 de noviembre de 1922): “Parlamentarismo y acción directa”, *El Sol*, p. 1.

BARCIA, A. (1 de noviembre de 1922): “La crisis de Europa”, *La Libertad*, p. 1.

DAFFINA, E. O. (30 de octubre de 1922): “Mussolini, encargado del Poder”, *El Debate*, p. 1.

— (31 de octubre de 1922): “La evolución del fascismo”, *El Debate*, p. 3.

— (30 de octubre de 1922a): “Otro llamamiento del Papa”, *El Debate*, p. 1.

— (30 de octubre de 1922b): “Dice ‘L’Osservatore’”, *El Debate*, p. 1.

— (10 de noviembre de 1922): “No habrá empréstitos extranjeros”, *El Debate*, p. 2.

— (13 de noviembre de 1922): “Los fascistas y la Religión”, *El Debate*, p. 3.

DE MAEZTU, R. (7 de noviembre de 1922): “Un fascismo ideal”, *El Sol*, p. 1.

DE OLASCOAGA, R. (4 de noviembre de 1922): “Las elecciones inglesas”, *El Debate*, p. 1.

DE TAPIA, L. (3 de noviembre de 1922): “Camisa negra”, *La Libertad*, p. 1.

DE ZULUETA, L. (8 de noviembre de 1922): “¿Nueva izquierda o vieja derecha?”, *La Libertad*, p. 1.

EDITORIAL (28 de octubre de 1922): “La crisis italiana”, *El Sol*, p. 5.

EDITORIAL (31 de octubre de 1922): “El fascismo en el gobierno”, *El Sol*, p. 5.

EDITORIAL (2 de noviembre de 1922): “Una cosa es predicar...”, *El Debate*, p. 1.

EDITORIAL (4 de noviembre de 1922): “Hacia la derecha”, *El Debate*, p. 1.

“GAZIEL” (1 de noviembre de 1922): “Signos del tiempo”, *La Vanguardia*, p. 14.

GÓMEZ DE BAQUERO, E. (4 de noviembre de 1922): “Los venenos de la guerra”, *El Sol*, p. 5.

HENRI (23 de octubre de 1922): “Una división más”, *El Socialista*, p. 1.

PLA, J. (31 de octubre de 1922): “Camisas y esperanzas”, *El Sol*, p. 5.

— (2 de noviembre de 1922): “En plena contrarrevolución”, *El Sol*, p. 5.

- (4 de noviembre de 1922): “El hombre del momento: Mussolini”, *El Sol*, p. 1.
- (7 de noviembre de 1922): “De Florencia a Bolonia en un tren fascista”, *El Sol*, p. 1.
- (9 de noviembre de 1922): “Un manual de la época”, *El Sol*, p. 1.
- (11 de noviembre de 1922): “Historia del fascismo”, *El Sol*, p. 5.

SALAVERRÍA, J. M. (7 de noviembre de 1922): “El fascio y España”, *ABC*, p. 3.

- (11 de noviembre de 1922): “El caso Mussolini”, *La Vanguardia*, p. 10.
- (15 de noviembre de 1922): “El que influía en el siglo XX”, *ABC*, p. 3.

SÁNCHEZ MAZAS, R. (3 de noviembre de 1922): “ABC en Roma. La revolución a paso gentil”, *ABC*, p. 3.

- (15 de noviembre de 1922): “ABC en Italia. La victoria fascista y la marcha sobre Roma”, *ABC*, p. 6.

SIN FIRMA (13 de noviembre de 1922): “Por simpatía con el Tercio huelgan unos estudiantes”, *El Socialista*, p. 1.

SUELTO (2 de noviembre de 1922): sin título, *La Libertad*, p. 1.

SUELTO (3 de noviembre de 1922): sin título, *La Libertad*, p. 1.

ZOZAYA, A. (8 de noviembre de 1922): “Poder de las medianías”, *La Libertad*, pp. 1-2.

Referencias bibliográficas

ALTHEIDE, D. L. (1996): *Qualitative Media Analysis*, Thousand Oaks, Sage.

BARRERA, C. (2004a): “La progresiva modernización de la prensa en España”, en Barrera, C. (coord.), *Historia del Periodismo Universal*, Barcelona, Ariel, pp. 119-134.

- (2004b): “Los medios de comunicación en España”, en Barrera, C. (coord.), *Historia del Periodismo Universal*, Barcelona, Ariel, pp. 285-318.

DESVOIS, J. M. (1977): *La prensa en España (1900-1931)*, Madrid, Siglo XXI de España Editores.

- (2010): “El diario *El Sol*, paladín de la modernización de España (1917-1936)”, en Berceo. *Revista riojana de Ciencias Sociales y Humanidades*, nº 159, pp. 165-181.

- FERGUSON, N. (2007): *La guerra del mundo. Los conflictos del siglo XX y el declive de Occidente (1904-1953)*, Barcelona, Debate.
- GENTILE, E. (2002): *Fascismo. Historia e interpretación*, Madrid, Alianza Editorial.
- (2015): *El fascismo y la marcha sobre Roma. El nacimiento de un régimen*, Barcelona, Edhasa.
- GRIFFIN, R. (2010): *Modernismo y fascismo. La sensación de comienzo bajo Mussolini y Hitler*, Madrid, Akal.
- GUASCH BORRAT, J. M. (1986): *El Debate y la crisis de la Restauración*, Pamplona, Eunsia.
- GUTIÉRREZ, J. E. (2010): “Catolicismo y fascismo en la prensa católica hispanoamericana durante las entreguerras: Venezuela y España”, en *Procesos históricos*, nº 17, pp. 19-32.
- HERNÁNDEZ SANDOICA, H. (1992): *Los fascismos europeos*, Madrid, Ediciones Istmo.
- MAINER, J. C. (2013): *Falange y literatura*, Barcelona, RBA.
- MAUREL, M. (2005): “Un asunto de FE: fascismo en España (1933-1936)”, en Gallego, F., y Morente, F. (eds.), *Fascismo en España*, Barcelona, El Viejo Topo, pp. 133-162.
- MORAL SANDOVAL, E. (1987): “El Socialista (1913-1936)”, en VV.AA., *Prensa obrera en Madrid (1855-1936)*, Madrid, Alfoz, pp. 519-546.
- PAYNE, S. G. (1995): *Historia del fascismo*, Barcelona, Planeta.
- PELOILLE, M. (2003): “Seducidos y expectantes: los liberales españoles ante el primer fascismo italiano”, en *España contemporánea: revista de literatura y cultura*, tomo 16, nº 2, pp. 71-94.
- (2004): “Barcelona, Madrid, Roma. Miradas cruzadas sobre fascismo”, en Ludec, N., y Dubosquet Lairys, F. (coords.), *Centros y periferias. Prensa, impresos y territorios en el mundo hispánico contemporáneo*, Burdeos, Université Michel de Montaigne, pp. 179-189.
- (2005): *Fascismo en ciernes. España 1922-1930. Textos recuperados*, Toulouse, Presses Universitaires du Mirail.
- (2009): “Recensement des articles d’opinion sur l’Italia fasciste, dans les quotidiens espagnols: ABC, El Debate, La Época. Heraldo de Madrid, La Libertad et El Sol, du 25 octobre 1922 au 28 février 1929”, en *Cahiers de civilisation espagnole contemporaine*, nº 5. Disponible en Internet (9-10-2019): <http://journals.openedition.org/ccec/3168>

- PELLEGRINI, A. (2009): *La Italia fascista en la prensa española (1940-1945)*, tesis doctoral, Universitat de Barcelona, 2009.
- PRESTON, P. (1986): *Las derechas españolas en el siglo XX: autoritarismo, fascismo y golpismo*, Madrid, Sistema.
- RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, J. L. (1997): *La extrema derecha española en el siglo XX*, Madrid, Alianza.
- RUIZ CARNICER, M. A. (2015): “La modernidad retorcida: raíces y origen de la cultura política fascista”, en Forcadell, C., y Suárez Cortina, M. (coords.), *La Restauración y la República (1874-1936)*, Zaragoza, Marcial Pons-Prensas de la Universidad de Zaragoza, pp. 345-376.
- SÁNCHEZ ARANDA, J. J., y BARRERA, C. (1992): *Historia del periodismo español. Desde sus orígenes hasta 1975*, Pamplona, Eunsa.
- SEOANE, M. C., y SÁIZ, M. D. (1996): *Historia del periodismo en España 3. El siglo XX: 1898-1936*, Madrid, Alianza.
- (2007): *Cuatro siglos de periodismo en España. De los avisos a los periódicos digitales*, Madrid, Alianza.

ONDAS INFORMATIVAS: SURGIMIENTO DEL PERIODISMO RADIAL EN COLOMBIA (1930-1948)

*Informative waves: beginning of radio journalism in Colombia
(1930-1948)*


DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.10>

Recibido: 08/09/2019

Aceptado: 01/12/2019

Publicado: 15/12/2019

Christian David Acosta Silva

ORCID  0000-0002-8274-7575

Universidad Minuto de Dios, Colombia

christianacosta.silva@gmail.com

Como citar este artículo: ACOSTA SILVA, Christian David (2019): "Ondas informativas: surgimiento del periodismo radial en Colombia (1930-1948)", en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación* (13), pp. 186-215.

Resumen: La radio llegó a Colombia en la década de 1930, gracias a la iniciativa de diferentes radioaficionados que tenía Colombia (Pareja, 1984:17). Aunque desde el principio se encontró con muchos limitantes para poder expandirse, consolidarse y mantenerse a lo largo del tiempo. No obstante, tan pronto se crearon las primeras emisoras como la HJND y la Voz de Barranquilla en 1930 se inició la creación distintos géneros radiales, entre ellos los periodísticos. (Castañeda, 2017).

Desde el artículo que se encuentra a continuación, se exponen los hechos más significativos en el nacimiento de géneros periodísticos en la radio colombiana; sucesos que sin duda impulsarían una mayor búsqueda y consolidación de este tipo de espacios en medios sonoros.

Palabras clave: Radio periodismo, Emisoras colombianas, Primeras emisoras, Radio Reporteros, Noticias en radio

Abstract: Radio arrived in Colombia in the 1930s, thanks to the initiative of different radio amateurs that Colombia had (Pareja, 1984: 17). But from the beginning it encountered many limitations in order to be able to expand, consolidate and maintain itself over time. However, as soon as the first stations were created like the HJND and La Voz de Barranquilla in 1930, began the creation of different radial genres, among them the journalistic ones. (Castañeda, 2017).

From the article that follows, the most significant events in the birth of journalistic genres in the Colombian radio are exposed; events that would undoubtedly promote a greater search and consolidation of this type of space in sound media.

Keywords: Radio journalism, colombian radio stations, first radio stations, radio reporters, radio news.

Introducción

En junio de 1935, el cantante argentino Carlos Gardel se encontraba realizando una serie de conciertos en Colombia. Realizó uno en Bogotá (el 23 de junio) y el lunes 24 de junio se desplazaría, desde la capital hacia Cali, en un avión F31 de la empresa Saco y cuyo dueño y piloto era Ernesto Samper Mendoza. Dicho vuelo tuvo que hacer una escala en Medellín para abastecerse de combustible (Páramo y Lara, 2012), pero a las tres de la tarde y luego de iniciar vuelo en la ciudad paisa¹, el avión que transportaba a Gardel colisionó con ‘El Manizales’ – avión de la Scadta² – y produjo un incendio que en pocos minutos consumió por completo las dos aeronaves (*El Tiempo*, 1935:11). Colombia se estremeció con una de las noticias más trágicas de dicho año: la muerte del denominado

¹ Paisas: Término con el que se denomina a los habitantes y/o elementos provenientes del departamento de Antioquia y la región del Eje Cafetero (incluye departamentos como Risaralda, Quindío y Caldas).

² Scadta: Sociedad Colombo-Alemana De Transporte Aéreo. Fue la primera aerolínea fundada en Colombia y en América y cuyas operaciones iniciaron en 1919. Fue una asociación entre cinco empresarios colombianos y tres alemanes hasta su desaparición en la década de los cuarenta cuando fue creada la aerolínea Avianca. (Revista Confidencial, febrero 11 de 2014) Recuperado de: <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/febrero-2014/volando-magdalena>

‘zorzal criollo’³. Todo el siniestro ocurrió ante la atónita mirada de las personas que estaban presentes en el aeropuerto ‘Las Playas’. El suceso se llevó la vida de Gardel, varios de sus compañeros y reconocidas personalidades que se encontraban allí, entre ellos el abogado Estanislao Zuleta Ferrer (Téllez, 1974:31).



El Tiempo, 25 de junio de 1935, 11.

La catástrofe aérea dejó un saldo de quince personas muertas y cinco heridas, causó conmoción en todo el mundo que, a partir de la información brindada por las autoridades y los medios de comunicación, se enteraron de la magnitud de la tragedia ocurrida en tierras antioqueñas. Sin embargo, este hecho no solo pasaría a la historia como uno de los accidentes más trágicos en materia aérea y comercial, sino que ocasionó en el país la llegada del concepto de noticia a las emisoras colombianas, gracias a la labor de Antonio Henao Gaviria, quien cubrió periodísticamente el suceso y lo informó a todo el país por medio de La Voz de Antioquia y las emisoras que con el pasar de los minutos se irían conectando (Páramo y Lara, 2012). Lo anterior fue posible por la labor emprendida por el periodista tan pronto sucedió la catástrofe:

Henao Gaviria “acudió velozmente al aeropuerto y por su propia iniciativa principió a comunicar por teléfono todos los detalles del accidente trágico que Gustavo Rodas Isaza pasaba al aire de forma inmediata por La Voz de Antioquia, siendo así los primeros en informar al país y al mundo, en acción del más genuino radio periodismo, sobre la luctuosa tragedia aérea, que en su momento fue el más grande desastre de la aviación comercial mundial” (Téllez, 1974:31).

Es por ello por lo que, a partir de 1935, se crearon los primeros radio-periódicos o secciones informativas en las jóvenes emisoras existentes en la década de 1930 en Colombia. Lo anterior significó la creación de un género clave en la programación radial y la etapa siguiente que tuvo esta (Pareja, 1984:31), sin mencionar la oportunidad que

³ El Zorzal Criollo, sobrenombre que le fue dado por el argentino José Betinotti en 1908, en honor al canto del pájaro que tiene dicho nombre y a la voz de Gardel (La Nueva.com, 24 de junio de 2010).

le llegó a la radio para producir información propia y de asumir con responsabilidad su rol informativo independiente de otras fuentes de noticias como la prensa.

Hechos como este y otros que se darían años más adelante generarían los primeros indicios de labores periodísticas en producciones radiofónicas. Teniendo en cuenta esto, el artículo quiere demostrar cómo las producciones radiofónicas de índole periodística se fueron creando y consolidando en la medida que las emisoras fueron madurando sus procesos de producción y emisión y no como momentos fortuitos que se dieron dando en distintos momentos de la historia.

Este trabajo es resultado de una investigación que manejó una metodología cualitativa, histórica y documental. Para ello, en una primera fase, se realizó una recolección documental de los textos, artículos o ponencias que trataron temas radiofónicos en sí mismos, buscando abordajes desde distintas perspectivas sobre el nacimiento y consolidación de los géneros periodísticos en algunas emisoras colombianas. Este material documental se convertiría más adelante en la materia prima y fundamental de la síntesis que se realizaría en el momento de redactar el presente artículo. Después, por medio de entrevistas a académicos que han estudiado la materia como los profesores e investigadores Nelson Castellanos, Catalina Castrillón y José Patrocinio Castañeda. Además, se realizaron entrevistas a locutores que trabajaron en medio del proceso de consolidación de diversas cadenas radiales que actualmente existen en Colombia.

Sin embargo, dado que nuestra investigación retomaba los inicios de la radiodifusión colombiana, no fue posible ubicar locutores que hayan trabajado en las nacientes estaciones radiales, porque en su mayoría han fallecido (teniendo en cuenta que el nacimiento radial colombiano fue hace ochenta años). En último lugar, realizamos la síntesis historiográfica que llevó a la redacción del presente artículo. En él presentamos los hallazgos que ubicamos en este proceso investigativo y realizamos el balance respectivo de la información que logramos ubicar.

Para no desbordar el tema, esta investigación abordó únicamente publicaciones académicas, artículos científicos y documentos sonoros que mencionaran el trabajo de las emisoras ubicadas en Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla (como ciudades principales de Colombia) entre 1929 y 1950. Periodo en el que se dieron los primeros intentos los primeros episodios de producción radiofónica (en su mayoría de forma aficionada).

Ahora bien, plantear una investigación sobre los inicios de un segmento específico en la radiodifusión colombiana como lo es el comienzo de los géneros periodísticos en las emisoras nos demuestra un inconveniente general que se presenta en cada investigación que se emprende en este campo: la recopilación de fuentes y archivos sonoros que daten de la época. Esta situación se convierte en un obstáculo para llegar a

comprender desde una primera fuente la manera en que se ejecutaba alguna actividad radiofónica. La ausencia de este material ha impedido escuchar actualmente, por ejemplo, la narración del accidente de Gardel que se mencionó al inicio de esta introducción. La grabación más antigua a la que tuvimos acceso data de 1946 propiedad de la Radiodifusora Nacional de Colombia (hoy Radio Nacional de Colombia).

En cuestiones bibliográficas y académicas, la radio cuenta con distintas investigaciones que la han abordado desde distintos ejes, perspectivas o problemáticas. En panoramas generales y sin profundizarse en algunos segmentos específicos (en ciertos casos). Encontramos autores como Reynaldo Pareja, quien en 1984 hace la publicación de un libro que recupera los primeros cincuenta años de la radiodifusión en Colombia y nos ayuda a establecer indicios que permitan abordar nuestro tema de una manera adecuada. Hernando Tellez (1974) también realiza una recopilación valiosa para el estudio histórico y académico de la radio en Colombia al publicar su libro *Cincuenta años de radiodifusión* que recupera memorias de todos los aspectos que involucran a la radiodifusión colombiana desde el técnico, el relacionado con los contenidos, hasta la audiencia que tenían en su momento.

Por otro lado, en la academia se ha investigado el tema de distintas maneras y nos han dado diferentes perspectivas en el momento de continuar con nuestra investigación. Autores como Nelson Castellanos y sus artículos *La radio colombiana. Una historia de amor y olvido* (2001); *El precio de un pecado: oír radionovelas a escondidas* (2006) y el libro *La radio del tercer milenio. Caracol 50 años* (1998) es un gran exponente en la materia. Igualmente, tenemos casos como Maryluz Vallejo quien por medio de una de sus obras *A plomo herido. Una crónica del periodismo en Colombia (1880-1980)* (2006) da un panorama del periodismo tanto a nivel escrito como a nivel sonoro, que nos puede dar algunas luces del estado actual de la investigación radiofónica en materia periodística.

No obstante, la investigación de temas radiofónicos con enfoques hacia los géneros periodísticos presentes en ellos no se ha abordado de una manera profunda. Los autores anteriores realizaron sus investigaciones desde planos más generales (como el desarrollo de todos los formatos radiofónicos, incluyendo el de géneros periodísticos). Esto crea la necesidad de impulsar una investigación que establezca, por lo menos, los primeros vestigios de radioperiodismo en nuestro país, para comprender un poco más las posibles etapas que este pudo haber tenido a lo largo de estos ochenta años.

Por ello, el siguiente documento expone por medio de cuatro episodios, el recorrido que tuvieron las emisoras colombianas al momento de crear sus espacios informativos. El primero se titula “Los primeros pasos: llegada de la radio a Colombia (1930-1935)”. Menciona y recopila cómo fueron los primeros años de radiodifusión en Colombia, desde la apertura de la primera emisora en el país – la HJN – en 1929, hasta el decreto que restringía el uso de las noticias de la prensa en las emisoras colombianas expedido

en 1934. Con este apartado se intenta cumplir con el primer objetivo específico de la investigación: identificar los principales hitos históricos que motivaron el cubrimiento periodístico y la construcción de un espacio de información en las emisoras colombianas.

En segundo lugar, encontramos el episodio titulado “El Mensaje, el nacimiento de la noticia radial (1935-1940)”, que recupera la creación de los primeros radio periódicos realmente estructurados y la manera en cómo la radio adquirió cierta independencia de la prensa, qué características obtuvo y cómo, a partir de este hecho, inició un proceso de consolidación en sí, siguiendo el objetivo de examinar las emisoras y personajes que pudieron desarrollar en cierta medida las características de un programa periodístico en Colombia.

Continuando con el escrito, ubicamos el apartado “La consolidación de las noticias: el nacimiento de las Cadenas (1940-1950)”, que exhibe la manera en que la creación de las grandes cadenas radiales contribuyó a la consolidación del género periodístico en la radio de nuestro país y cómo la expansión radiofónica permitió la construcción de más espacios noticiosos, espacios que venían ganando terreno desde la década inmediatamente anterior. Además, menciona la forma en que se contaban los hechos en distintas emisoras colombianas. Con este logramos examinar las emisoras y personajes que pudieron desarrollar en cierta medida las características de un programa periodístico en Colombia y comprender la forma en la que se realizaba periodismo en radio durante la década de 1930 y la de 1940, así como su influencia y diferencias con el actual.

Por último, en las conclusiones se retoman los apartados principales de cada uno de los episodios mencionados anteriormente y se comparan con la manera en la que se llegó a hacer periodismo en la radio colombiana décadas más tarde, como 1960, 1970 y 1980. Con ello, se evidenciaría las diferencias que tuvieron los espacios informativos durante los treinta y algunas décadas después con la incursión de los primeros egresados de las facultades del periodismo en el país.

1 Los primeros pasos: llegada de la radio a Colombia (1929-1935)

Desde 1923, Colombia tuvo sus pasos más significativos en comunicación inalámbrica (y su infraestructura) con la apertura de su primera estación telegráfica internacional – Morato –, ubicada en el entonces municipio de Engativá, estación que fue inaugurada por el presidente Pedro Nel Ospina (Pareja, 1984:18). Sin embargo, en ese año un grupo

de radioaficionados, motivados por traer nuevas formas de comunicación al país, trajo a Colombia receptores y transmisores de baja potencia (Pareja, 1984:17). Durante toda la década del veinte, como afirma la investigadora Catalina Castrillón, “la iniciativa de personas interesadas en estos temas y que estaban enteradas de cómo se estaba desarrollando en otras partes del mundo, comenzaron a experimentar con la construcción de equipos de transmisión y recepción de mensajes, a agruparse en clubs de radioaficionados y a cuestionar al gobierno por la falta de un servicio de radiodifusión en el país”.

Teniendo en cuenta eso, iniciaron pruebas experimentales de transmisión por onda radial, pero sin llegar a estructurar una emisora radial determinada o con programación establecida, como sostiene el profesor Nelson Castellanos: “antes del 1929, hay casos experimentales de jóvenes. Por ejemplo, aquí en Bogotá, en Chapinero, había cinco casas que emitían empíricamente, jugaban a la radio”. El gobierno, viendo la oportunidad de tener una voz oficial diferente a la prensa, decide en 1924 solicitar los primeros equipos de onda larga y establecer su primera estación radiofónica, instalándolas en el sector de Puente Aranda, en Bogotá, cinco años más tarde (Pareja, 1984:18). De esta manera, el 5 de septiembre de 1929, fue inaugurada en Bogotá la primera emisora estatal (concebida como un órgano de difusión del gobierno) (Castrillón, 2011a:117). Además, durante el siguiente año, el gobierno inició la entrega de licencias, dándole un estatus legal a la radio, lo que significó el inicio formal de la radiodifusión en Colombia (Castellanos, 2016).

La emisora HJN, de corte público y estatal, inicia con una programación rica en temas culturales y académicos, tanto que en décadas más tarde (como en los noventa o inicio de los 2.000) “se retransmitían audios de temas académicos realizados por la planta docente de la Universidad Nacional”, por ejemplo (Cuesta, 2012a:108).

No obstante, como se ha mencionado hace un momento, la llegada de la radio a Colombia obedeció principalmente a intereses particulares e individuales que se apasionaba por el auge de este medio de comunicación en otras partes del mundo. Incluso, este interés particular respondió a la conformación de espacios de intercambio de historias liderados por los clubes de radioaficionados que surgían entre la década de los veinte y los treinta (Castrillón, 2011a:115). Esta situación ocurrió en la gran mayoría de emisoras que surgieron a partir de este momento, incluyendo incluso las de corte universitario como las LAUD Estereo, de la Universidad Distrital en Bogotá o UN Radio de la Universidad Nacional de Colombia. La mayoría de estas emisoras “no han nacido como iniciativas institucionales sino como resultado de proyectos individuales” (Gaviria, 2017:9).

Tan pronto iniciaron las transmisiones de la HJN, se expandió el fenómeno de la radiodifusión en el país; tanto así, que Elías Pellet Buitrago creó la primera emisora comercial de Colombia: “La HKD o conocida más tarde como ‘La Voz de Barranquilla’,

cuyas emisiones empezaron el 8 de diciembre de 1929” (Pareja, 1984:18). No obstante, estas emisoras hasta ahora estaban estructurándose, como afirma José Patrocinio Castañeda, “emitían música clásica, conciertos con música sinfónica, pero sus emisiones eran muy cortas, no eran las 24 horas como se ve actualmente”. Lo anterior, es resultado de un proceso de desarrollo experimental de la radio, dada la inexperiencia de sus dueños, quienes iniciaron las emisiones como un pasatiempo, ya que eran sus directores, locutores y operadores, sus temáticas variaban según el interés del propietario de la emisora (Castrillón, 2011a:117). Comparándola con el trabajo que se realizaría décadas más tarde en emisoras como la UN Radio, se mezclaría la programación académica e informativa con productos de corte musical como la Franja de Rock que es una propuesta alternativa en todos los esquemas programáticos que tenemos actualmente y que cumple 20 años de emisión (Cuesta, 2012a:110).

De igual manera, la radiodifusión colombiana durante la década de los treinta enfrentó grandes problemas de índole económica, técnica y normativa. En cuanto al factor económico, las familias no tenían los recursos necesarios para comprar un receptor a principios de los treinta dado a su elevado costo (Benítez, Isaza & Mesa, 2009:37). Esto estimuló la costumbre de escuchar radio de manera colectiva. Por otra parte, el factor técnico fue un impedimento para un desarrollo más acelerado de Colombia en materia radial, ya que entre 1929 y 1935 eran muy pocos los transmisores, dada a su tecnología novedosa y poco conocida (Castellanos, 2016). Además, la escasa normatividad al respecto ocasionó una actividad aún más experimental y no se tenía certeza de los alcances que podría llegar a tener (Castrillón, 2016).

Ahora bien, los anteriores inconvenientes no fueron impedimento para el desarrollo y la construcción de las primeras parrillas de programación existentes en la radio, quienes, viendo la aceptación por parte de la comunidad desde su llegada, iniciaron la transmisión de programas de distintos estilos como los programas de concurso, radionovelas, radioteatro, las emisiones de música clásica y por supuesto los radio-periódicos (Benítez, et al., 2009:39).

Como sostiene el locutor Jimmy García, el formato líder en las primeras emisoras que aparecieron entre 1929 y 1931 fueron los programas con enfoque musical: “se emitían conciertos de música clásica, sinfónica y en algunas ocasiones se dedicaban al radioteatro”. Con lo anterior, podríamos asumir cuál era el público especializado que tendría la radio, tanto en los locutores que construían los programas como en los oyentes que se dedicaron en algún momento a escucharla, por la afinidad que llegaron a tener con este tipo de programas. Un ejemplo de ello, fue la programación que se emitió por La Voz de Barranquilla el 8 de diciembre de 1929 (su primera transmisión):

- “El Espectro de Oro. Obertura por la orquesta dirigida por Emirto de Lima⁴.
- Aria de Bach, ejecutada en el violonchelo por Guido Perla, acompañado al piano por Emirto de Lima.
- “Cuentos de Hoffman” por Cipriano Guerrero y su grupo de orquesta.
- “Serenata de Otros Tiempos”, solo de mandolina por Hugo Perla.
- “Égloga del Mar” – Pasillo de Emirto de Lima ejecutado en el violonchelo por Guido Perla y acompañado por el autor.
- Crónica de Paco Lince, leída por Eduardo López Cabrales.
- “Perseverancia”, por Cipriano Guerrero y su orquesta.
- “Salmo de amor”, pasillo de Emirto de Lima, ejecutado al piano por Carlos. M. Zagarra.
- Himno Nacional de Colombia, ejecutado al piano por Carlos M. Zagarra, acompañado por la orquesta” (Téllez, 1974:14).

Fuera de este tipo de programación o de alguna transmisión especial, también se realizaban programas habituales que contenían “datos metereológicos, información bursátil, noticias tomadas algún diario local” (Castrillón, 2011a:118).

En contraste, a medida que la audiencia radial fue aumentando, se incrementó la necesidad de transmitir hechos noticiosos vía sonora, por lo que a medida que se fueron creando y organizando ciertas estaciones radiales, también fueron apareciendo espacios dedicados a la información y la noticia. Es por eso que un empresario con conocimientos básicos de técnica sobre radiotransmisores se aventuró en 1930 a transmitir periódicamente varios eventos: Enrique Ramírez.

Ramírez, un radioaficionado recién llegado de Camden, Estados Unidos se arriesgó al transmitir “experimentalmente la posesión del presidente Enrique Olaya Herrera ocurrida el 7 de agosto de 1930 y los festejos conmemorativos del centenario de la muerte de Simón Bolívar, que se celebraron en Manizales el 17 de diciembre de ese año” (Téllez, 1974:20). Estas transmisiones fueron posibles gracias a que usó un radiotransmisor hecho por él mismo, ayudándose con la utilización de líneas telefónicas y parlantes distribuidos estratégicamente por el sector (Pareja, 1984:23). Partiendo de estos dos hechos, la programación informativa en la radio fue aumentando paulatinamente hasta crear los radioperiódicos, espacios en los que “la audiencia tuvo la oportunidad de informarse acerca de lo que estaba sucediendo a nivel local pero también a nivel mundial” (Páramo y Lara, 2012).

Asimismo, estos espacios informativos nacieron desde la inexperiencia de los dueños de las emisoras o aquellos que tenían los recursos para comprar un espacio en alguna

⁴ Emirto de Lima fue un compositor, pianista y musicógrafo nacido en 1890 (probablemente) en Curazao (Antillas holandesas) que estudio en gran profundidad el folclor colombiano hasta su muerte ocurrida en Barranquilla en 1972. (*La Opinión de Granada*, 18 de septiembre de 2005.)

estación. Por ello, durante la primera mitad de la década de 1930, la figura del radioperiódico se dedicó a leer noticias (principalmente de la prensa) frente al micrófono y la audiencia de la emisora en cuestión (Cuesta, 2012b). Décadas más tarde pasaríamos a la figura en la que el “reportero puede consignar en una cinta magnética la voz del protagonista de la noticia y hacer un directo desde una línea de telefonía fija” (Cuesta, 2012c). Esto significaría y nos da un panorama de la evolución que tendría este tipo de programas.

Como el programa informativo se reducía a la lectura del periódico frente a un micrófono, frecuentemente se incurría en equivocaciones en plena emisión, como confirma Jimmy García: “muchas veces se cometían errores por parte de los locutores porque iban leyendo y encontraban frases como *sigue en la página siguiente* o *cómo se ve en la fotografía* y ellos al estar concentrados leían la frase”. De igual manera, este formato “permitía el despliegue de la información y el tratamiento periodístico de una forma similar a como se hacía en los periódicos escritos” (Latorre, Muñoz, Montoya & Vásquez, 2008:55).

En algunas emisoras como la HJN, la programación informativa consistía en la construcción de boletines diarios sobre noticias de gran envergadura:

La información como función propia de la radio sirvió en ese entonces para la actualización de los acontecimientos que se produjeron en el marco de la Guerra con Perú ocurrida en 1932. De igual forma, estos boletines eran emitidos de forma ocasional – no regular – y se alternaba con música brillante. La emisión se hacía desde las seis y media o las siete de la noche aproximadamente y extendía por dos horas. (Lara y Páramo, 2012).

La Guerra con el Perú, igualmente, fue el mismo motivo por el que se iniciaron las primeras transmisiones periodísticas en el departamento de Antioquia, de la voz de Gustavo Rodas Isaza:

Él (Rodas Isaza) inicia transmisiones en 1932, como parte de las variedades que ofrece la emisora Ecos de la Montaña, la primera radio comercial establecida en Medellín, y ‘cuenta’ las incidencias del conflicto bélico entre Colombia y Perú, con noticias de lo sucedido con una semana o más de retraso. (Velásquez, 2007:4).

En consecuencia, estos casos son considerados antecesores de lo que posteriormente se conocería como radio periodismo y una semilla de lo que aún más adelante se convertiría en periodismo radial consolidado. En sus inicios, se utilizó el término radio periodismo –y no periodismo radial– dado a que implicaba tanto el uso de la radio como medio de transmisión como de la prensa como fuente de información y noticias (Lara y Páramo, 2012).

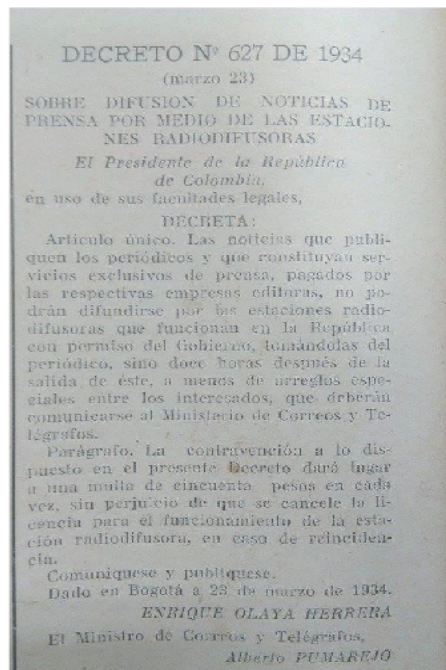
Lo anterior ocasionó un fuerte conflicto con la prensa, que llevó el caso hasta procesos judiciales, al ver afectados sus intereses económicos y comerciales. Los dueños de los grandes periódicos del país pelearon y objetaron la labor que realizaban múltiples radioperiódicos del país, ya que sin inversión ni reconocimiento alguno leían directamente las noticias registradas en los medios impresos.

De igual manera, como sostiene el profesor Carlos Cantor, “la radio era más espontánea en comparación con la prensa, era más fácil llegar a la audiencia cuyo único trabajo que tenía que hacer era escuchar”. Esto representó una clara desventaja a los medios impresos, quienes tenían costos elevados en la producción de su ya consolidado formato informativo.

Sumando a esta situación, la radio era más aceptada en la comunidad que tenía mayores dificultades para acceder al medio impreso, ya sea porque no tenía el dinero para comprar alguna edición o porque no sabía leer (teniendo en cuenta que más del 50% de la población colombiana no sabía ni leer ni escribir) (Páramo y Lara, 2010) lo que generó una mayor desventaja por parte de la prensa en sí.

En consecuencia y gracias a la influencia que ejercían algunos grupos socioeconómicos en la política del país y la presión que hicieron a través de algunos periódicos existentes (Pareja, 1984:33), lograron que el presidente de la República, Enrique Olaya Herrera, y el Ministro de Correos y Telégrafos, Alberto Pumarejo, expidieran el Decreto 627 del 23 de marzo de 1934 que restringió la publicación en radio de noticias originadas desde los periódicos, y solo autorizó la emisión de noticias de este tipo, a partir de las doce horas de transcurridas la emisión primaria de esta. Las emisoras que incurrieran en dicha práctica tendrían que pagar una multa de cincuenta pesos de la época. Tan pronto se expidió el Decreto, las reacciones de varios columnistas no se hicieron esperar, entre ellos Fray Lejón. El periodista (Citado por Rincón, 2010:19) afirmó en su editorial de *El Tiempo* que:

“todo periodista ve con entusiasmo el justo Decreto que el gobierno ha dado, para que la prensa no la saquee la radio. Yo personalmente he antipatizado con aquel imbécil invento del diablo (la radio) que llena la casa de anuncios baratos, de discursos viejos y chistes malos”.



Decreto 627 de 1934, *Diario Oficial*, 13 de abril de 1934, 6

A causa de esto, las emisoras se vieron obligadas a generar bloques de noticias propios. La radio colombiana inicia un proceso de reestructuración informativa, apropiándose de la figura del 'reportero' y afiliándose a las grandes agencias de noticias y emisoras internacionales, para enriquecer su contenido en el plano internacional, en especial en la segunda parte de la década de los treinta, momento en el que distintos países tendrían gran repercusión mediática. (Benítez, et al., 2009:41). Aun así, determinados sucesos que sacudirían ciertas regiones de Colombia también estimularían la creación de radioperiódicos que más tarde tendrían tanto afiliación política como económica, aparte de la ampliación de la noticia hablada a la noticia comentada.

2 El mensaje, el nacimiento de la noticia radial (1935-1940)

En 1934, el presidente liberal Alfonso López Pumarejo "fundó el radio periódico La revolución en Marcha, como el lema de su primer gobierno (1934 - 1938), transmitido por la estación La Voz de la Víctor y dirigido por Raimundo Aguirre. Con este programa se intentaba expandir su proyecto político" (Benítez, et al., 2009:41). Ejemplos como este, reflejan el tinte político que se incrustó en el radio periodismo colombiano. Esto debido a que, con la expansión de la radiodifusión en el país, los partidos políticos vieron la oportunidad para difundir sus aspiraciones políticas, dado a la creciente audiencia que

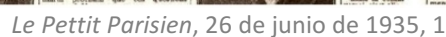
tenía la radio. En el caso de López Pumarejo, por ejemplo, el liberalismo vio la oportunidad para seguir afianzando sus convicciones, siendo este el segundo mandato liberal, luego de la hegemonía conservadora de todo el primer tercio del siglo XX.

El radio periódico se estableció como un espacio que oscilaba entre los quince y veinte minutos en el que se mezcló información con opinión (Castellanos, 2016). Una muestra de este tipo de radio periódico fue Noticiero Orientación. La tribuna de la patria, dirigida por Juvenal Betancur (hermano del presidente Belisario Betancur). Dicho espacio informativo y de opinión era, en palabras de Jimmy García, muy beligerante, deseoso de marcar un hito y eminentemente conservador en concordancia con la línea editorial de la emisora La Voz de Colombia propiedad del Partido Conservador.

Sin embargo, no todos los periódicos tuvieron algún tipo de afiliación política y en 1935 llegaría el concepto de noticia a las emisoras del país. La muerte de Carlos Gardel y la primera transmisión en vivo desde los micrófonos de La Voz de Antioquia que ya contaba con Gustavo Rodas Isaza y al recién llegado Antonio Henao Gaviria significó la llegada formal del concepto de noticia en radio. El 24 de junio de 1935, Colombia y el mundo entero se estremecieron con la noticia de la muerte trágica del cantante de tango, Carlos Gardel. Zuleta (citado por Velásquez, 2007:3) afirma que “desde el barrio Manrique de Medellín de vio una bola de candela como un sol anaranjado y humeante”, era la colisión y posterior incendio del F31 y El Manizales, dos trimotores que estaban en el aeropuerto ‘Las Playas’ de la capital antioqueña. En el siniestro se llevó la vida del zorzal criollo y gran parte de su comitiva musical, el abogado Estanislao Zuleta Ferrer, el piloto y empresario Ernesto Samper Mendoza, entre otras personalidades.

Antonio Henao Gaviria acababa de llegar al país luego de adquirir un bagaje periodístico en Estados Unidos, como él mismo mencionaría en una entrevista otorgada a Gloria Valencia en 1985 (citado por Velásquez, 2007:8), fue “cronista judicial de El Gráfico, un periódico bilingüe ubicado en New York”. Por coincidencia, él se encontraba en el aeropuerto justo en el momento del siniestro, por lo que decide llamar a La Voz de Antioquia y emitir junto a Gustavo Rodas Isaza los hechos del accidente, lo que sería considerado como la primera transmisión en directo fuera de los estudios de una emisora. Por ese cubrimiento periodístico, Medellín fue pronunciado con “asombro y consternación por personas de las naciones e idiomas más distintos” (Lara y Páramo, 2012).

Por otro lado, desde la emisora antioqueña se logró por primera vez la conexión en cadena de distintas emisoras colombianas, ya que a través de enlaces telefónicos se enlazaron entre sí, La Voz de Antioquia, Ecos de la Montaña y Emisora Philco (Latorre et al., 2008:55).



Por otro lado, comparándolos con contextos internacionales, este tipo de formatos radiofónicos llega prácticamente una década más tarde a territorios colombianos: el primer programa radiofónico de corte noticioso e informativo tuvo lugar en Estados Unidos en 1923 por el periodista Bill Slocum que emitió, través de la WJZ (actualmente, la WABC) de New York, boletines de 15 minutos que resumían los hechos publicados en los diarios de la prensa estadounidense (Uribe, 2019). Un formato similar que se da 12 años después en Colombia.

Paralelamente, se configuró una nueva forma de contar los hechos que suceden en determinados lugares del país, logrando transmitir la información correctamente sin la necesidad de recurrir a otras fuentes de información como la prensa. Así como El Mensaje llegó a tener gran repercusión en toda la región antioqueña, aparecería años más tarde su primera competencia, surgida desde Emisora Philco, cuyo programa se llamó El Micrófono y su conductor fue el paisa Pedro Duarte. Por medio de este programa se siguen los aspectos técnicos que tuvo El Mensaje por lo que gran parte de sus programas contaron con “transmisiones en directo desde diferentes sitios” (Latorre, et al., 2008:55). A estos dos programas se le sumarían más tarde Amerindia, El Pregonero y Últimas Noticias.

Por otra parte, en Medellín no solo se desarrolló el radioperiodismo rápidamente después de 1935, otras ciudades como Cali y Bogotá iniciaron sus propios productos periodísticos independientes y novedosos.

En Cali, por ejemplo, se fundó el radioperiódico llamado Noticias y Comentarios, que se transmitió por La Voz del Valle desde el 29 de noviembre de 1936 y cuya trayectoria llegó a tener más de un cuarto de siglo (Benítez, et al., 2009:44). La constitución de este programa fue una de las primeras experiencias de rigurosidad y reflexión periodística, ya que los libretos preparados para la emisión de cada programa eran redactados y corregidos antes de su emisión al aire. Benítez, Isaza y Mesa (2009) recopilaron los temas que eran tratados normalmente en cada programa de Noticias y Comentarios:

La programación del radioperiódico era bastante miscelánea y serpenteaba por diferentes ámbitos: discusiones sobre información política, económica y judicial, chismes punzantes, crítica partidista, escándalos públicos, campañas educativas cívicas y morales, notas sociales sobre las personalidades más insignes de la ciudad y hasta algunos apuntes curiosos y cómicos. No obstante, más allá de estos ámbitos especialmente locales, el radioperiódico igualmente abrió espacios en los que discutió temas de carácter regional, nacional e internacional. Esta última dimensión recobró especial trascendencia en coyunturas tan significativas como la Guerra Civil Española o la Segunda Guerra Mundial (2009:46).

De esta experiencia se resalta su carácter y postura regional, una característica que estuvo presente en la radio colombiana en sus inicios. No obstante, según los registros mencionados por Benítez, Isaza y Mesa, las emisoras vallecaucanas y en especial La Voz del Valle llegaron a tener posturas provincialistas, teniendo en cuenta el contexto de la región: un sector en vía de desarrollo, cerrada en sí mismas y con una carga política heredada del siglo anterior (Benítez, et al. 2009:47).

Por otro lado, en la capital del país se desarrollaron formatos radio periodísticos de la mano del emprendedor y empresario Enrique Ramírez (fundador de RCN Radio) que mediante el cubrimiento de ciertos eventos políticos y deportivos propulsó el género en

algunas emisoras de la ciudad. En 1938, el país vivía una fuerte polarización política que



El Tiempo, 25 de julio de 1938, 1

involucraba una fuerte represión por parte del gobierno de López Pumarejo a todo síntoma de oposición (Castrillón, 2011a:123). Sumado a esto, en agosto de este año se celebraría el aniversario No. 400 de la fundación de Bogotá y se celebrarían los primeros juegos bolivarianos lo que da una nutrida agenda informativa en la que la radio vería su oportunidad de brillar con estos eventos:

Había que transmitir esos eventos para que los públicos latinoamericanos pudieran seguir su desarrollo al minuto. Enrique Ramírez con sus compañeros técnicos se entregaron a la tarea de preparar debidamente a la emisora Nueva Granada para tal ocasión. Instaló puestos

fijos en los estadios, para transmitir por líneas telefónicas tendidas por su cuenta hasta los estudios de la Calle 16. (Téllez, 1974:42)

Por esta razón, se evidencia que el inicio del radioperiodismo en Bogotá fue muy similar al de Medellín. La capital con la celebración de su cuadringentésimo aniversario de fundación y la realización de las primeras justas bolivarianas se convertirían en la oportunidad de consolidar el radioperiodismo bogotano. Con la participación de emisora Nueva Granada, emisora pionera en Bogotá, se logró generar una experiencia positiva en el oyente que sin duda tuvo más facilidades para obtener la información sobre las noticias que más le interesaron en materia deportiva. El plano periodístico, el informativo y el deportivo siempre han tenido desde el inicio de la radio una estrecha relación, que se han consolidado con el pasar de los años y ha evolucionado en distintos formatos radiofónicos (Uribe, 2019).

Con la experiencia de La Voz de Antioquia en Medellín, Nueva Granada en Bogotá y La Voz del Valle en Cali, se estableció el punto de partida para la consolidación del periodismo radial en Colombia. Mediante la búsqueda y creación de espacios noticiosos en las crecientes emisoras – y posteriores Cadenas – se establecería un formato informativo claro y concreto.

Ahora bien, a finales de la década del treinta e inicios de los cuarenta, la agenda informativa y la reportería tendrían protagonismo en los espacios radio periodísticos del país, ya que el cubrimiento se realizaría en vivo por medio de conexiones telefónicas. Es así como en 1938, Emisora Nueva Granada realizaría la transmisión de la noticia sobre

la tragedia aérea que ocurrió en el Campo de Marte, ubicado en el barrio Santa Ana, Usaquén al norte de Bogotá. Luego de una revista militar realizada en el campo le siguió una muestra aérea que podrían disfrutar los 20.000 asistentes al evento. Pero al medio día y luego de transcurrir gran parte de la exhibición aérea, uno de los pilotos perdió el control de su aeronave y se precipitó sobre la tribuna en la que se encontraba gran parte del público (Caicedo, 1991) y reconocidas personalidades del ámbito político como el saliente presidente Eduardo Santos, el electo mandatario Alfonso López Pumarejo e incluso el joven (y presidente décadas más tarde) Misael Pastrana. (Téllez, 1974:60).

Después de sucedido el fatal siniestro, la emisora Nueva Granada realizó una transmisión de la misma forma en cómo La Voz de Antioquia la hizo con la noticia de la muerte de Carlos Gardel tres años atrás. Es decir, valiéndose de controles remotos transmitió a la audiencia capitalina la tragedia sucedida al norte de su ciudad.

Al día siguiente, se tenían 34 muertos y 110 heridos después de la catástrofe (*El Tiempo*, 25 de julio 1938:1). No obstante, con el pasar de los días la cifra de fallecidos fue aumentando de manera dramática: para el 26 de julio (dos días después) la cantidad de víctimas eran 47 (*El Tiempo*, 26 de julio de 1938:1); 51 para el 27 de julio (*El Tiempo*, 27 de julio de 1938:1) y 56 para el 29 de julio (*El Tiempo*, 29 de julio de 1938:1). Al final, en la tragedia llegaron a perecer 74 personas (Caicedo, 1991).

De igual manera, los conflictos bélicos que se desarrollaron alrededor del mundo tendrían cabida en el tratamiento de las noticias de cada uno de los radioperiódicos que se emitían hacia 1939 como la Guerra Civil Española y la Segunda Guerra Mundial. Sin embargo, dado al alto costo que representaba la producción y establecimiento de un periodista y/o corresponsal en territorios internacionales, las emisoras por aliarse con las agencias internacionales de noticias. Por ello, “la primera agencia que suministró el servicio a una emisora colombiana fue la AP, que desde 1937 ofreció noticias a la HJN” (Pareja, 1984:51).

Asimismo, estos hechos bélicos junto a los episodios relacionados con la inestabilidad política presente en Colombia ocasionaron que las estaciones radiales se convirtieran en verdaderos vehículos de carga ideológica. Por esta razón, el gobierno decidió tomar cartas en el asunto y el 5 de septiembre de 1939 expide el decreto 1771 que reglamenta y promueve que las emisoras tuvieran una línea neutral en sus transmisiones, dada la postura que asumió el gobierno frente al conflicto que se desarrollaba en el viejo continente (Pareja, 1984:49). Además, el gobierno en cabeza del presidente, Eduardo Santos; el Ministro de Gobierno, Carlos Lozano, y el ministro de Correos y Telégrafos, Alfredo Cadena, regularon el idioma en que se transmitieran las noticias (únicamente podían emitirlas en castellano) y recomendó sumo cuidado en las noticias que se emitieran sobre las naciones en conflicto (*Diario oficial*, 12 de septiembre de 1939:775).

En síntesis y finalizando este apartado podemos evidenciar que ciertos eventos especiales acaparaban la atención de los locutores y operadores de distintas emisoras del país que incluso lograban estimular la transmisión en cadena estos hechos (Castrillón, 2011a:119). El caso de Mario Carvajal marcó un record en las regiones de habla hispana, debido a que logró transmitir en la madrugada del 10 de febrero de 1939, la noticia sobre la muerte del Papa Pío XI ocurrida en Ciudad del Vaticano. Dicha transmisión sería la primera realizada en Colombia (se emitió por la Voz de Antioquia) e incluso fue el primero en contar la noticia en español, haciéndolo tres minutos antes que la estación XEW de México (Téllez, 1974:74).

Casos como el anterior, demuestra la vocación que tenían los profesionales en radio para la construcción de sus programas periodísticos y conforme al paso de los años, los irían consolidando, generando contenidos de una mejor calidad y mayor alcance. Además, temas como el deporte siempre moverían audiencia tanto en su etapa de consolidación comercial y organización como en el momento de las grandes cadenas radiales tuvieron un fuerte auge. Cada ciudad le dedicó un espacio de cubrimiento a los deportes:

La Voz de Antioquia transmitió los partidos de fútbol en el hipódromo de los libertadores. Nueva Granada (Bogotá) emitió los primeros de juegos bolivarianos y Ondas de la Heroica realizaría programas transmitiendo partidos de béisbol, deporte muy famoso en la región caribe colombiana. (Téllez, 1974:76).

La radio sin duda representa, al finalizar la década de los treinta, un factor fundamental en la cotidianidad colombiana. Poco a poco fue llegando como un medio alternativo para buscar información, diversión o distracción. De ahí en adelante, dependería de los empresarios dueños de las estaciones radiofónicas la consolidación de estos espacios y ampliación de los mismos. Por ello el nacimiento de las cadenas radiales daría origen a los espacios necesarios para conformar equipos especializados y que fortalecerían formatos como el periodismo informativo, las secciones deportivas y las radionovelas.

3 La consolidación de las noticias: el nacimiento de las cadenas (1940-1950)

Iniciando la década de 1940, el radioperiodismo seguía su evolución frente a las adversidades y cantidad de noticias que surgían tanto a nivel nacional como internacional. Uno de los sucesos que tuvo mayor trascendencia mediática tanto en la prensa como en la radio del país fue la Segunda Guerra Mundial (1939-1945). Para ello,

desde principio de los años cuarenta, se recurre por primera vez a los contenidos noticiosos que se emitían a través de las Agencias de Noticias Internacionales.

En contraste, la radio aprendió de dicha experiencia con los servicios informativos de Estados Unidos y vio la necesidad de imitar el modelo que algunos locutores habían examinado en el país norteamericano. Casos como el de José Santos y Hernando Téllez, quienes visitaron las instalaciones de CBS, ayudaron a completar el modelo que querían seguir. (Téllez, 1974:47).

Por otra parte, en gran parte de las emisoras muchos radioperiódicos – por no decir todos – no eran propiedad de la emisora por la cual se emitían, sino que eran espacios arrendados por sus propietarios para asegurar la estabilidad económica de la estación radial (Téllez, 1974:65) sin contar, claro está, de los espacios publicitarios que eran vendidos para la época.

Después de haber pasado por una época de experimentación fuerte y de consolidación empresarial, las emisoras ya estaban posicionándose como un medio de comunicación con gran cantidad de adeptos en cada una de las regiones en las que hacía presencia. Por ello, los radioperiódicos ya hacían parte de la programación habitual de las emisoras y ya contaban con una audiencia robusta (Páramo y Lara, 2012). Lo anterior llamó la atención de periodistas que estaban vinculados en periódicos de distintas partes del país y académicos e intelectuales que vieron en la radio una ventana para construir contenido distinto y alternativo. Esto se dio gracias a que la prensa entendió que la radio no era una competencia directa, sino que sería su complemento (Castellanos, 2016).

Si bien, en ese entonces las estaciones radiales tenían buena acogida en la población que cada vez estaba creando hábitos alrededor de escuchar determinados programas de algunas emisoras, estas aún no contaban con audiencias masivas dada a la dificultad para acceder a aparatos radiofónicos. Afortunadamente, décadas más tarde, el acceso a la información es mucho más sencillo, rápido y directo; tanto así, que el papel del periodista va más allá del registro de los acontecimientos sino pasa a un rol mucho más investigativo, propiciando los espacios de discusión política de aspectos que afecten a determinado lugar (Cuesta, 2012c:18).

Aun así, los programas periodísticos tuvieron un alcance muy local dado a la limitada cobertura que tenían las emisoras, debido a la mala calidad que en ocasiones tenían las antenas y antes los problemas que tenía la onda corta. Pero, a partir de la idea de distintos empresarios, surgió la propuesta de enlazar varias emisoras a lo largo del país y así expandir la difusión de cada programa emitido y llegar con programas de distinta índole a diferentes lugares de Colombia.

El primer intento de generar una cadena de emisión se remonta a 1937, cuando Enrique Ramírez:

emitía diariamente un programa que se replicaba al mismo tiempo por Nueva Granada en Bogotá; La Voz de Antioquia en Medellín; La Voz del Valle en Cali; Emisora Electra en Manizales; Radio Santander en Bucaramanga y Emisoras Fuentes en Cartagena. Pero duró muy poco por deficiencias técnicas y falta de patrocinio comercial. (Pareja, 1984:52).

Este intento efectuado por Ramírez en 1937 se une a varios realizados durante la década de los cuarenta, años en los que se logra una consolidación empresarial de las cadenas. En distintos autores se denota como esta década se convierte en la era dorada de la radio; siendo así que se constituye “una especie de circuito radial que tuvo sus epicentros en Bogotá y Medellín” (Castrillón, 2011b:144)

Finalizando la década de los cuarenta surgen las primeras cadenas radiales como RCN y Caracol en 1948, como resultado de la alianza entre diferentes empresarios y algunos radioaficionados que había en el país para la época como Fernando Londoño Henao y Enrique Ramírez (Castellanos, 2016). Muchos autores determinan el nacimiento de estas dos cadenas como el inicio formal del periodismo radial, apartándose del concepto de radioperiodismo.

Un hecho ocurrido a mediados de los años cuarenta también evidenciaría la fuerte influencia que tendría la radio: el intento de Golpe de Estado de 1944. En la madrugada del 10 de julio, un grupo de militares retuvieron en la ciudad de Pasto al presidente Alfonso López Pumarejo, en un intento de derrocar al presidente e imponer un régimen militar. Sin embargo, en Bogotá tanto Alberto Lleras Camargo (Ministro de Gobierno) como Darío Echandía (Designado para la presidencia) controlaron la noticia en gran parte de la mañana, al medio día decidieron tomar control total de la radio y solo se pudieron emitir los boletines que eran enviados desde el palacio presidencial (Pareja, 1984:63). Fue tal el nivel de restricción que hubo en medios radiales y los mensajes enviados desde el gobierno que el pueblo mostró rápida y masivamente muestras de apoyo al presidente y estimuló a los militares para que desistieran de esa idea. El presidente confirmaría un día después que el país estaba en calma gracias a los boletines informativos que transmitió La Voz de Antioquia (Téllez, 1974:58). Este episodio demostró el poder de movilización y masificación que tiene la radio, influencia que quedó nuevamente expuesto cuatro años después con el asesinato de Jorge Eliécer Gaitán. En este tipo de situaciones se renueva y se expande el rol del oyente que pasa de ser un actor pasivo a ser uno actor activo dentro del proceso radial, además de establecer una relación periodista-ciudadano completamente abierta y permanente (Cuesta, 2012c:18).

De la misma manera en que la radio se expandía masivamente con el pasar de los años, los radioperiódicos y los noticieros radiales empezaban a tomar aún más fuerza, aunque el lenguaje que estos utilizaban siempre fue distinto a la forma de hablar de la población, ya que al basarse en la terminología que utilizaba la prensa sumado al paso de

periodistas de los periódicos a pertenecer a las emisoras, las características con las que estos se expresaban migraron de igual forma a la radio.

Con esta migración, “se siguen suprimiendo los artículos. Los titulares son del tipo tarzán: hombre-mono-comer-carne. También se traslada el lead condensado y la estructura piramidal en el cuerpo de la nota” (López, 2000:161). Se conserva el estilo con el que se contaban las noticias en la prensa. Esto se evidencia en la forma en la que se narraban los hechos en emisoras como la Radiodifusora Nacional de Colombia:

“Noticias de noviembre de 1946:

- El 23 del presente hacia media noche, fue muerto con un disparo revolver Alberto Mariño en esta ciudad. Según datos hasta ahora recogidos trata de cuestión privada entre particulares.
- En Paipa, hacia las diez y media de la noche, un Cabo policía quiso requisar un ciudadano que promovía escándalos, resultó herido el chofer Armando Colorado y el cabo policía para defenderse numerosas personas atacaban con puñal.
- En Chiquinquirá se produjo en la noche un tiroteo en la plaza pública, resultando muertos los doctores Jorge Armando Cortés y gravemente herido su hermano Rogelio Cortés. Se estima que es labor criminal y antipatriótica, acusar a policías por delitos que no ha cometido, con el único objeto de sembrar caos, desconfianza y prevención contra los representantes de la autoridad.
- El Papa Pío XII, informan desde la Ciudad del Vaticano, que está completamente reestablecido en su salud. La enfermedad que aquejo al pontífice le impidió recibir en las vísperas de navidad al Colegio de Cardenales según la tradición a pesar de que no fue obstáculo para que pronunciara su alocución en esa fecha. El Papa no reanudará audiencia la semana entrante, cuando recibirá a los cuerpos diplomáticos” (Radio Nacional de Colombia, 1946).

También, años más tarde nacen radioperiódicos como Línea directa dirigida por Julio Nieto Bernal. El programa resumía las noticias más importantes del día y pasaban las voces de los personajes que habían sido protagonistas con las noticias del día y recopilaban las mejores declaraciones (Plata, 2017).

Aparte de esto, los espacios noticiosos estandarizarían el proceso por el cual construían los radioperiódicos, viéndose reflejado en los pasos previos que seguían en los informativos tanto de las décadas de 1940, 1950 y 1960. Por esta razón, se constituyeron los primeros cuerpos de redacción que construían las noticias desde un punto cero y luego se la pasaban al locutor, quien las leía al aire:

El proceso previo para la emisión de un noticiero era largo. De la sala de redacción salían y le entregaban a uno, sobre el escritorio, las noticias. Era muy complicado porque estaba con tachones, corregida y todo se veía en el papel, pero uno ya se defendía. Era un poco distinto a ahora porque no existía la técnica de hoy,

solamente era de la máquina de escribir a la cabina de emisión. Lo leía uno con dificultad, pero con pericia. (García, 2017).

Pero muchas veces, el proceso se diferenciaba dependiendo del tipo de noticia que se necesitaba construir, dado a que la emisión de un hecho de fuente nacional podría ser más sencilla que uno de plano internacional:

Las noticias de afuera llegaban por un teletipo, que eran una especie de máquinas de escribir conectadas a una red y automáticamente iban presentando las noticias. Entonces uno recibía la noticia; sonaba una campanita que avisaba la llegada de una noticia y un sonido aún más alarmante cuando la noticia era de una extraordinaria importancia. Para la época había varias agencias de noticias como la AFP, la AP, EFE, entre otras. Cada agencia tenía su teletipo. (Plata, 2017).

Estos dos episodios dan cuenta de los esfuerzos que ya hacían las emisoras para establecer noticieros de alta calidad y cuya búsqueda de noticias implicara una verdadera labor periodística, ubicando los medios necesarios para conseguir los hechos, ya fueran de índole nacional o de tipo internacional. Las transformaciones de los cuerpos de redacción para emitir con gran credibilidad las noticias también forjaría más tarde la especialización de las fuentes: aparecen los especialistas en fuentes judiciales, en noticias políticas y otros en redacción económica (Castañeda, 2016). Esto ayuda a profesionalizar la radio y sus integrantes, antes de que ingresara la nueva generación de locutores, egresados en su mayoría de las primeras facultades de periodismo que tendría el país (Cantor, 2016).

Dada esta situación, muchos periodistas se vincularon a medios internacionales para adquirir mayor experiencia en la construcción de programas noticiosos, como la historia de José ‘Pepe’ Cubillos, quien se vinculó años después del nacimiento de las cadenas radiales a la estación La Voz de Estados Unidos, una de las primeras emisoras de habla hispana en el país norteamericano. La rigurosidad técnica y la trayectoria de este tipo de emisoras quedaban en evidencia en la forma en la que ellos trabajaban:

No podía demorarme más de dos minutos, ni menos de minuto y medio por nota. Dentro de la norma eran mínimo tres fuentes, lo que luego se convirtió en una regla de oro para todos. No podía hacer un reportaje basándome en lo que había escuchado en otra emisora. Todas las informaciones requerían de cierto tratamiento el asesinato de alguien, algún fenómeno natural, entre otros. (Cubillos, 2017).

Este tipo de experiencias enriquecieron a la radiodifusión colombiana. Es común encontrarse con el nacimiento de nuevas perspectivas periodísticas como los programas con alguna orientación política, editorial y beligerante. Particularmente, Contrapunto se convertiría en una nueva experiencia que introdujo en el país las noticias comentadas cuya construcción era “estricta y con una postura muy editorial” (Plata, 2017). Dirigido

por Jaime Soto y los hermanos Eduardo y Lucas Caballero (Castellanos, 2016) presentaba un formato novedoso en el que básicamente dos o tres locutores leía un renglón del libreto, de modo que hacían un contrapunteo entre un locutor y otro, con un manejo de la información que llegó a alcanzar algún tinte de humor sin dejar de lado su fuerte tendencia política (García, 2017). Esa forma de contar noticias cautivó a la audiencia a tal punto que llegó a completar una audiencia estimada de cinco millones, un hito para la época en que se emitió (Lara y Páramo, 2012).

Conforme a experiencias como Contrapunto, la radio fue adquiriendo de manera explícita tintes políticos. Aunque es válida la aclaración, esta tendencia siempre estuvo presente en varios radioperiódicos que nacieron mediante la modalidad de arrendamiento de espacios en las estaciones radiales. Pero ahora la tendencia ya estaba presente en los radioperiódicos propios de la emisora. Muestra de ello, es el lenguaje que utilizan para narrar y analizar varios hechos, como los que hizo la Radio Nacional de Colombia, en el marco de la huelga petrolera que tuvo Colombia en 1946:

(...) Nosotros (la emisora) hemos sido los primeros en reconocer que la mejora del salario para ajustarlo a las condiciones actuales de los precios es una reivindicación justa. Pero los trabajadores deben tener mucho cuidado con lo que hacen, porque en cualquier momento resultan dando la sensación de que pretenden jugar con el país y entonces tendrán en su contra a la opinión... (Radio Nacional de Colombia, 19 de mayo de 1946).

La política al ser protagonista en las noticias colombianas en la radio, un hecho de este tipo, causaría gran revuelo y múltiples movilizaciones dentro y fuera la radio. Entonces, se demostraría la gigante capacidad de la radio para movilizar a la población al conocerse el asesinato del líder político Jorge Eliécer Gaitán, ocurrido a la 1p.m. del 9 de abril de 1948. Con este homicidio, gran parte de la población perdió la esperanza de un cambio que solicitaban para el entonces gobierno de Mariano Ospina Pérez. En medio de las revueltas que se desataron luego de confirmada la muerte del caudillo liberal, diferentes emisoras empezaron programación que cubriría desde distintos aspectos este hecho, pero muchas de ellas serían violentadas por algún motivo.

Juan Eugenio Cañavera trabajaba en Emisora Nueva Granada y tan pronto se confirmó la noticia del asesinato de Gaitán anunció que iniciaba un programa con música fúnebre en homenaje al fallecido líder, pero un grupo de reconocidos periodistas se tomó los estudios de la emisora y obligó a continuar la transmisión con la locución de políticos de izquierda, que incitaron a los desórdenes que se desencadenaron ese día (Téllez, 1974:90).

La radio informativa iniciaría una época nueva a partir de este evento. La censura a la que fueron sometidas las comunicaciones en la noche del nueve de abril (Pareja, 1984:69) contribuiría finalmente a la expansión de un nuevo método informativo por

parte de las estaciones. La radio finalmente se convirtió en la “gasolina que incendió la ciudad y que encendió al país, cuestionándose fuertemente ¿cuál debería ser el papel real de la radio?” (Cantor, 2016). Además, en emisoras como la Radio Nacional se cambiaría la forma de contar noticias, cuya huella es la emisión de este día, dado a que el locutor “se dedicó prácticamente a arengar para que la gente saliera a lo que él llamaba ‘vengar la sangre del caudillo’, contribuyendo a los desmanes” (García, 2017).

Este hecho es importante analizarlo a mayor profundidad teniendo en cuenta que, al crearse las cadenas radiales, se reconfigura el quehacer informativo, dado que en la década de los cincuenta con la diversificación de los programas, nacería una carrera comercial y de prestigio por la cual muchos locutores se conocerían por sus voces como la de Armando Plata (2017) en el plano informativo, Jimmy García (2017) en el deportivo e informativo, José Cubillos (2017) en el plano internacional, entre otros.

De modo similar, décadas más tarde también llegarían más locutores y periodistas como Yamid Amat, Juan Gossaín, Armando Plata, entre otros (Cantor, 2016) que reconfigurarían nuevamente las secciones de noticias en radio y crearían nuevos precedentes para la consecución de hacer radio en la actualidad.

4 Conclusiones, la historia hasta ahora comienza

Es tangible reconocer la forma en la que nació el radioperiodismo en Colombia. A partir de accidentes y hechos que involucraron la solidaridad de los ciudadanos, la radio vio la oportunidad para surgir periodísticamente. Sin embargo, luego de plasmar los resultados alcanzados a nivel histórico y documental, se entiende cómo los géneros periodísticos llegaron a las estaciones radiales colombianas en medio de un proceso de consolidación que tuvo cada emisora en su momento. No fueron hechos aislados los que desencadenaron los vestigios con los que iniciarían los formatos informativos y periodísticos durante la década del treinta y del cuarenta.

No obstante, es relevante destacar algunos hechos que si impulsaron en cierta medida el establecimiento de espacios informativos alrededor de la programación de algunas emisoras en ciudades grandes como Medellín y Bogotá. Casos como el accidente en el aeropuerto La Playas ocurrido en 1935 y la tragedia aérea de Campo de Marte en 1938 constituyeron contenidos de gran atracción para el público, que, viendo la facilidad de acceso a los programas, le dieron gran acogida al medio sonoro colombiano.

Por otro lado, sucesos como el Decreto promulgado en 1934 en el que se les prohibía la emisión o lectura de noticias provenientes de los medios escritos impulsó el

establecimiento de más espacios de contenido informativo propio, madurando aún más el formato, en una curva de crecimiento paralela a la que tuvieron las emisoras y algunos de sus contenidos como los concursos, las radionovelas o los espacios musicales.

Otro aspecto que nos permite afirmar que los géneros periodísticos fueron ganando espacio en las diferentes programaciones radiales fue el relacionado con el crecimiento económico y organizativo de las estaciones radiales. Este proceso contribuyó al establecimiento de locutores que le dieron credibilidad a cada radioperiódico, que incrementó el éxito de este y atrajo a muchos periodistas de la prensa, quienes, al ver un nuevo estilo de emisión de noticias, migraron a la radio. Este hecho sin duda transformaría la forma de hacer y contar noticias. No sin dejar de lado transmisiones que se hicieron alrededor de la Guerra con Perú en 1932, el accidente de Carlos Gardel en 1935 o eventos deportivos fueron las primeras muestras de periodismo informativo en Colombia (Uribe, 2019), aspectos que fueron mencionados en varias ocasiones en este documento.

Igualmente, un aspecto que sin duda ayudó a la consolidación y maduración de espacios informativos radiales fueron las noticias y cubrimientos deportivos. A medida que fueron expandiéndose las emisoras, sus audiencias crecieron y los intereses de estas incrementaron en aspectos como los deportes, por ejemplo. Las transmisiones realizadas por La Voz de Antioquia desde el hipódromo de Los libertadores sobre los partidos de fútbol (que hasta ahora daba sus primeros pasos en el ámbito profesional) llamaron la atención de la audiencia de Medellín (Téllez, 1974:76). Un modelo similar realizaría Emisora Nueva Granada con el cubrimiento que se realizó a los primeros Juegos Bolivarianos realizados en Bogotá que causaron furor en el público capitalino. Los dos eventos marcaron una tendencia que tendría la audiencia de ahí en adelante, una preferencia hacia el tema deportivo que aprovecharían las cadenas radiales décadas más tarde tanto para lograr contenidos informativos que atrayera cada vez más público. Esto se demostraría en situaciones que incluso sucederían décadas más tarde:

El cubrimiento que realizó Todelar al mundial de fútbol realizado en Inglaterra en 1966 (García, 2017), la vuelta a Colombia en bicicleta durante la década de los cincuenta por parte de RCN (Castellanos, 2016) y el cubrimiento al recién conformado torneo profesional de fútbol colombiano realizado por Gabriel Muñoz (2017) generaron gran repercusión por la novedad de escuchar en vivo y por medios radiales los eventos deportivos de mayor trascendencia en el país.

Ahora bien, se podría concluir que los hechos mencionados a lo largo de este estudio permiten dar los pasos iniciales en el establecimiento de los géneros periodísticos en las emisoras colombianas. Llegamos a la conclusión que distintos hechos fortuitos no fueron desencadenantes en la creación de espacios informativos, sino que estos se trataron acorde al momento de crecimiento y consolidación radial que vivía el país.

La transmisión en vivo que realizó la Voz de Antioquia en la que informó al mundo sobre la muerte de Gardel en 1935, por ejemplo, se constituyó como uno de los primeros hitos de radio periodismo que tenemos en la historia nacional. El genuino periodismo ejercido esta fatídica tarde del mes de junio de ese año impulsó a Henao Gaviria a continuar con una pasión que lo interesaba desde años atrás y que no había aparecido de repente en medio del accidente. Fue el momento en que la radiodifusión colombiana tomó en cuenta las noticias y cambió de la radio espectáculo (Cantor, 2016) a una programación más estandarizada y con espacios informativos más serios y establecidos porque el proceso iba en este punto. Sí hubiera ocurrido años atrás quizás la transmisión no hubiera sido la misma, ni con la misma repercusión ni con el mismo resultado.

El factor político siempre ha estado –y estará– presente en los medios de comunicación colombianos. Desde el nacimiento de la prensa lo estuvo, desde la llegada de la radio igualmente y así mismo lo ha estado en la televisión. Sin embargo, en la radio, la política se vio particularmente beneficiada, ya que aprovechó la infraestructura radiofónica del país de manera tajante, lo que repercutió en la facilidad que tenía al transmitir oralmente sus discursos y sus ideologías, pero también contribuiría a una posible polarización en el país. El caso de la muerte de Gaitán en 1948 y el intento de golpe de Estado del presidente Alfonso López Pumarejo son muestra de ello. Lograron movilizar (o tranquilizar) a la audiencia gracias a la maniobra ejercida en cada evento.

Lo anterior se presenta como una oportunidad investigativa. Los periodistas y la radio ya iniciaron un camino entre 1930 y 1950, exploratorio y experimental, en el que se cometieron errores y aciertos, pero que evolucionó eficazmente y acorde al desarrollo del contexto colombiano. En pocas palabras, la historia del periodismo radial hasta ahora comienza. Nos queda por investigar mucho sobre que sucedió después de la década de los cincuenta con el establecimiento, fortalecimiento y expansión de las cadenas que innovaron en nuevos formatos que se meterían a cada hogar colombiano.

Fuentes Primarias

Documentos oficiales

Presidencia de Colombia. (13 de abril de 1934). Sobre difusión de noticias de prensa por medio de las estaciones radiodifusoras [Decreto 627 de 1934]. *Diario Oficial de Colombia*: 22558.

Ministerio de Correos y Telégrafos. (12 de septiembre de 1939). Se dictan algunas medidas en el ramo de Telecomunicaciones [Decreto 1771 de 1939]. *Diario Oficial de Colombia*: 24167.

Entrevistas

Cantor. C. Comunicación Personal. Noviembre de 2016

Castañeda J. Comunicación Personal. Marzo de 2017

Castellanos. N. Comunicación Personal. Julio de 2016

Castrillón C. Comunicación Personal. Octubre de 2016

Cubillos. J. Comunicación Personal. Marzo de 2017

García. J. Comunicación Personal. Marzo de 2017

Plata. A. Comunicación Personal. Marzo de 2017

Prensa

CAICEDO, A. (17 de diciembre de 1991). "Clave 1938 Tragedia Santa Ana". *El Tiempo*. Recuperado de: <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-210270>.

DEL PINO, R. (18 de septiembre de 2005): "Emirto de Lima, exuberancia caribeña". *La opinión de Granada*, p. 38.

"Quince muertos y cinco heridos en la catástrofe aérea de ayer tarde en Medellín". (25 de junio de 1935). *El Tiempo*, p. 11.

"Carlos Gardel l'artiste connu meurt victime d'une collision d'avions. (El artista conocido de Carlos Gardel muere víctima de una colisión de aviones)". *Le Petit Parisien*, 26 de junio de 1935, p.1.

"El pavoroso siniestro aéreo de Medellín". *El Tiempo*, 26 de junio de 1935, p. 15.

"La muerte de Gardel provoca una verdadera racha de suicidios". *El Tiempo*, 27 de junio de 1935, p. 1.

"34 heridos y 110 muertos hubo en la catástrofe de ayer". *El Tiempo*, 25 de julio de 1938, p.1.

"La lista de muertos llegó anoche a cuarenta y siete". *El Tiempo*, 26 de julio de 1938, p. 1.

"A cincuenta y uno llegó ayer la lista de muertos". *El Tiempo*, 27 de julio de 1938, p. 19.

“Fallecieron dos heridos del siniestro de Santa Ana”. *El Tiempo*, 29 de julio de 1938, p. 2

Referencias Bibliográficas

BASE DE DATOS POLÍTICOS DE LAS AMÉRICAS. (1999). *Colombia: Elecciones Presidenciales 1826 – 1990*. Georgetown University y Organización de Estados Americanos. Recuperado de http://pdba.georgetown.edu/Elecddata/Col/pres1826_1990.html.

CASTRILLÓN, C. (2011a). *Los radioaficionados como precursores de la audiencia radial colombiana, 1928-1940* en *Revista Historia y Sociedad* (No. 20). Universidad Nacional de Colombia (Sede Medellín), pp. 113-132.

- (2011B). La actividad radial colombiana a través de algunos periódicos y revistas, 1928-1950 en *Revista Colombiana de Antropología* (No. 47). Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH), pp. 137-154.

CUESTA, O. (2012a). *Historia de la radio universitaria: estudios de caso de la emisora de LAUD Y UN Radio* en *Revista Ánfora* 20 (No. 34). Universidad Autónoma de Manizales, pp. 97-115.

- (2012b). Historia de la locución radiofónica en Colombia: caracterización de unas posibles etapas en *Revista de investigaciones UNAD* (No. 11). Universidad Nacional Abierta y a Distancia, pp. 281-293.

- (2012c). Los axiomas de la radio, tecnología y periodismo radiofónico en *Razón y Palabra* (No. 81). Universidad de los Hemisferios, pp. 767-786.

GAVIRIA. (2007), *La radio universitaria en Colombia* en *Revista 91.9, la revista que suena* (No. 24). pp. 9-11.

GÓNGORA, A. (2017). *Definición de periodismo interpretativo*. Alexrgongora [Blog]. Recuperado de <https://alexrgongora.wordpress.com/2014/02/02/definicion-de-periodismo-interpretativo/>

ISAZA, A., BENÍTEZ, D., y VILLEGAS, A. (2009). *Algunos rasgos de la historia de la radio en Cali y algunos aspectos de la historia de Cali en la radio: el caso del radio periódico ‘noticias y comentarios’ de ‘La Voz del Valle’ (1936 – 1939)* (Tesis de pregrado). Universidad del Valle. Cali.

LA NUEVA. (2010). *Gardel, la voz que cantará eternamente* en *Lanueva.com*. Recuperado de <http://www.lanueva.com/sociedad-impresa/459487/gardel-la-voz-que-cantar-225-eternamente.html>.

- LATORRE, J. MONTOYA, M. MUÑOZ, J. y VÁSQUEZ, M. (2008). *Evolución histórica del radioperiodismo en Antioquia* en *Revista Lasallista de Investigación* (No. 5). Corporación Universitaria Lasallista, pp. 51-60.
- LÓPEZ, J. (2000). *Manual urgente para radialistas apasionados*. Quito, Ecuador: Editorial Pablo de la Torriente.
- PÁRAMO, C., Y LARA, A. (Productores). (2012). *Historias de onda larga: memorias de la radio en Colombia*. [Audio en podcast]. Recuperado de <http://www.senalmemoria.co/articulos/historias-de-onda-larga-memorias-de-la-radio-en-colombia>.
- PAREJA, R. (1984). *Historia de la radio en Colombia 1929 – 1980*. Bogotá, Colombia: Servicio Colombiano de Comunicación Social.
- RADIO NACIONAL DE COLOMBIA. (1946). *Noticias audio 2* [Audio en podcast]. Bogotá, Colombia: Señal Memoria.
- RADIO NACIONAL DE COLOMBIA. (1946). *Comentarios de la prensa en el conflicto petrolero* [Audio en podcast]. Bogotá, Colombia: Señal Memoria.
- RADIO NACIONAL DE COLOMBIA. (1947). *Discurso del periodista Benítez Lumbrera acerca de los medios de comunicación Audio 2* [Audio en podcast]. Bogotá, Colombia: Señal Memoria.
- RAMÍREZ, M & TÉLLEZ, J. (2006). *La educación primaria y secundaria en Colombia en el siglo XX*. Bogotá, Colombia: Banco de la República.
- RINCÓN, O. (2010). *El Transistor. La democratización del acceso a la información en Arcadia* (No. 56), p. 19.
- ROCA, M. (2014). *Volando sobre la ruta de los vapores: los comienzos de Scadta, 1919 – 1930* en *Revista Confidencial* (No. 290). Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/febrero-2014/volando-magdalena>.
- SANTOS, E. (2006). *El día en que mataron a Gaitán* en *Revista Confidencial* (No. 195). Recuperado de <http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/revistas/credencial/marzo2006/abril.htm>
- SUBGERENCIA CULTURAL DEL BANCO DE LA REPÚBLICA. (2015). *El periodismo en Colombia*. Recuperado de: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/ayudadetareas/comunicacion/el_periodismo

TÉLLEZ, H. (1974). *Cincuenta años de radiodifusión colombiana*. Bogotá, Colombia: Editorial Bedout S.A.

URIBE, D. (2019). *Radio informativa y deportiva* [Audio en podcast]. Recuperado de <https://www.dianauribe.fm/historia-de-la-radio/10>

VELÁSQUEZ, F. (2007). *Orígenes del periodismo radial en Antioquia* en *Boletín Cultural y Biográfico*, (No. 74), pp. 2-11.

JULIO CEBRIÁN, ALFONSO ABELENDY Y ÁLVARO CARUNCHO: TRES HUMORISTAS GRÁFICOS GALLEGOS EN MADRID


***Julio Cebrián, Alfonso Abelenda and Álvaro Caruncho: three
Galician cartoonists in Madrid***

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.11>

Recibido: 03/10/2019

Aceptado: 10/11/2019

Publicado: 15/12/2019

Félix Caballero Wangüemert
Universidad de Vigo, España
felixcaballero@hotmail.com
ORCID  0000-0002-0749-9815

Como citar este artículo: CABALLERO WANGÜEMERT, Félix (2019): "Julio Cebrián, Alfonso Abelenda y Álvaro Caruncho: tres humoristas gráficos gallegos en Madrid", en *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, (13), pp. 216-236.

Resumen: *En la historia del humor gráfico gallego hay dos nombres fundamentales que no siempre reciben la atención que merecen por haber desarrollado sus carreras en la prensa madrileña: Julio Cebrián y Abelenda. Sin duda, su contribución al humor gráfico español durante las décadas de 1960, 1970 y 1980 fue memorable. Caruncho, casi 20 años más joven, comparte con ellos el haber sido un pintor que se dedicó también durante un tiempo al dibujo de humor por razones más o menos coyunturales y el haberse convertido en uno de los puntales de 'La Codorniz' en la última etapa de la revista. Este artículo pretende rescatar la labor humorística de estos tres dibujantes y poner de manifiesto los paralelismos y cruzamientos de sus trayectorias, especialmente entre Cebrián y Abelenda: los dos empezaron en 'Don José', los dos triunfaron en 'La Codorniz', los dos colaboraron en la prensa diaria madrileña y en otras revistas emblemáticas de la España de su tiempo, los dos fueron Premio Paleta Agromán, etc.*

Palabras clave: *Abelenda, Julio Cebrián, Caruncho, humor gráfico español, 'La Codorniz', segunda mitad del siglo XX*

Abstract: *In the history of Galician cartoon there are two main names that have not received the attention they deserve because of having developed their careers in the press of Madrid: Julio Cebrián and Abelenda. Their contribution to Spanish cartoon from to 1990 was great. Caruncho, almost 20 years younger, was also a painter who worked as a cartoonist because of conjunctural reasons and became as them in one of the most important cartoonists of 'La Codorniz' in 1970s. This article aims to rescue the humoristic work of these three cartoonists and to show the parallelisms and crossings of their careers, especially between Cebrián and Abelenda: both started in 'Don José', both succeed in 'La Codorniz', both collaborated in the daily press of Madrid and in some of the most important Spanish magazines, both won Paleta Agromán Prize, etc.*

Keywords: *Abelenda, Julio Cebrián, Caruncho, Spanish cartoon, 'La Codorniz', second half of the 20th century*

Introducción y metodología

En la historia del humor gráfico gallego hay dos autores a los que no se les ha prestado toda la atención que merecen porque vivieron y trabajaron en Madrid: Abelenda y Julio Cebrián. La labor que realizaron durante las décadas de 1960, 1970 y 1980 hay que incluirla entre lo mejor del humor gráfico español de la época. Especialmente relevante fueron sus viñetas para *La Codorniz*, pero también es de destacar su producción previa en *Don José* y posterior para diarios como *Arriba*, *Informaciones*, *Ya* o *Pueblo*, y revistas como *Por Favor*, *Semana*, *Cambio 16* o *Madriz*. En los años 70, otro humorista gallego – Caruncho – coincidió con ellos en *La Codorniz*, completando este trío de gallegos en la vanguardia del humor gráfico madrileño.

El objetivo de esta comunicación es subrayar la contribución de estos tres dibujantes al humor gráfico español de la segunda mitad del siglo XX y poner de manifiesto los paralelismos y cruzamientos de sus trayectorias.

Para eso se han consultado algunas de las fuentes bibliográficas y hemerográficas existentes sobre los tres humoristas y se han revisado algunas de sus viñetas en *La Codorniz* y otras revistas, así como las antologías publicados por cada uno de ellos: *El abelendario* (Abelenda, 1972), *En un periquete* (Cebrián, 1973) y *¡Por narices!* (Caruncho, 1977).

1 Humoristas gallegos en la prensa de Madrid

El moderno humor gráfico gallego fue fundado por Alfonso Daniel Rodríguez Castelao (1886-1950) en la segunda década del siglo XX, con la serie “Cousa da vida”, publicada sucesivamente en los diarios vigueses *Galicia*, *Faro de Vigo* y *El Pueblo Gallego*. Castelao creó una fecunda escuela en la que destacaron otros grandes dibujantes como Carlos Maside (1897-1958), Álvaro Cebreiro (1903-1955), Manuel Torres (1901-1995), Cándido Fernández Mazas (1902-1942), Federico Ribas (1890-1952) o Ignacio Vidales Tomé (1896-1963). Ellos y otros protagonizaron la época dorada de la historia del humor gráfico gallego, no superada todavía, que se vio interrumpida abruptamente por la Guerra Civil.

Durante esos años, los principales humoristas gráficos gallegos fueron reclamados por primera vez para colaborar en lo mejor de la prensa madrileña, sobre todo en *El Sol*, el principal diario español de la época, donde Castelao colaboró de 1918 a 1922 y Maside, Cebreiro y Torres publicaron viñetas en gallego en la sección “Los maestros de la historieta”. Ribas, por su parte, fue un asiduo ilustrador de los periódicos y las revistas de Madrid, como *ABC* y *Blanco y Negro*. Antes había colaborado también en la prensa argentina, particularmente en *Caras y Caretas*.

A partir de 1955, se inicia una nueva etapa en la que los humoristas gallegos van a estar presentes en la prensa madrileña. Julio Cebrián y Abelenda serán los buques insignia de esta nueva vanguardia gallega en la capital, convirtiéndose en pilares de *La Codorniz*, en los años 60 y 70, aparte de colaborar en otros diarios y revistas. Su trabajo para los periódicos y las revistas de Madrid se prolongará durante más de cuarenta años. A ellos hay que sumar desde 1966 a otros dibujantes como Quesada, Xaquín Marín y Caruncho, que coincidirán con Cebrián y Abelenda en *La Codorniz*, además de colaborar en otras publicaciones.

2 Julio Cebrián, Abelenda y Caruncho. Breves apuntes biográficos

Julio Cebrián Villagómez nació en A Rúa-Petín, Ourense, el 1 de enero de 1929 y murió en Madrid el 3 de noviembre de 2016, a los 87 años. Desde comienzos de la década de 1950 vivió en la capital de España, donde estudió Derecho y –por poco tiempo– en la Escuela de Cine. Comenzó su actividad gráfica haciendo “filmets” (cortometrajes publicitarios que se proyectaban en los cines precediendo a las películas del programa) en Estudios Moro, puntales de la publicidad cinematográfica en España. Fue un pintor único y notable, que se tuvo que entregar a las colaboraciones en prensa como modo de subsistencia hasta acabar enredado en un oficio en el que no le faltó el reconocimiento, pero que nunca acabó de colmar sus inquietudes.

Alfonso Pedro Abelenda Escudero nació en A Coruña el 5 de octubre de 1931 y murió en la misma ciudad el 21 de marzo de 2019, también a los 87 años. Su familia materna tenía en la ciudad herculina talleres de mármoles, mosaicos, carpintería, escayola, escultura y talla en granito, que constituyeron un ambiente importante en su formación. Su abuelo materno fue el escultor Saturnino Escudero Monteagudo, y su madre y su padre –médico de la marina civil– pintaban. Empezó Ciencias Exactas en Compostela y Arquitectura en la capital de España, sin terminar ninguna de las dos carreras. Durante su juventud destacó en el deporte –fue campeón de España de 110 y 400 metros vallas y miembro del equipo de rugby de la Escuela de Arquitectura de Madrid, llegando a competir internacionalmente–, y actuó de especialista y figurante durante su juventud en algunas películas estadounidenses rodadas en España, como *Alejandro Magno* (Robert Rossen, 1956), *Rey de reyes* (Nicholas Ray, 1961) y *El coloso de Rodas* (Sergio Leone, 1961). Perteneció a la generación de Los Insurgentes, los pintores coruñeses de posguerra que se formaron alrededor de la galería de Lino Pérez, cuna de la vanguardia de la provincia. En dicha galería, en el verano de 1955, a los 24 años de edad, realizó su primera exposición individual. Fue uno de los pintores españoles más relevantes de su generación y miembro correspondiente de la Real Academia Gallega de Bellas Artes Nuestra Señora del Rosario desde 2005. Cultivó un expresionismo figurativo, absolutamente vivencial, con una marcada vertiente humorística. “Empecé a hacer humor desde que nací [...] Toda mi obra lleva una carga lógica de humor, con la cual he nacido y de la que nunca me separaré porque no puedo hacerlo” (Penas, 2008: 45), reconocía el propio pintor.

Álvaro de la Iglesia, Caruncho, nació en A Coruña el 23 de abril de 1948 y murió en la misma ciudad el 14 de noviembre de 2011, a los 63 años. Era casi 20 años más joven que Cebrián y Abelenda, pero falleció el primero de los tres. Era primo del también pintor, escultor y grabador Luis Caruncho (A Coruña, 1929-2016). Estudió en la Escuela de Artes y Oficios, denominada hoy Pablo Picasso, donde tuvo como maestro al acuarelista Mariano García Patiño. Publicó sus primeros dibujos en 1968 en *La Voz de*

Galicia, ilustrando unos artículos de Antonio Naveira. En 1969 inició su actividad como diseñador gráfico. Después de dirigir el departamento de Arte de una empresa de publicidad, abrió un estudio con el grafista Alfonso Matarranz, hasta que en 1996 decidió dedicarse exclusivamente a la pintura.

3 Julio Cebrián, Abelenda y Caruncho. Relación con el humor gráfico gallego

Después de la Guerra Civil, el humor gráfico español entra en una profunda crisis marcada por la censura y la decadencia artística, provocada por la desaparición de los humoristas de la etapa anterior (algunos son asesinados, otros se exilian y el resto tiene que callar). Las pocas viñetas que se publican (los periódicos reducen bruscamente el número de páginas y el humor es eliminado) proceden, en su mayoría, de agencias extranjeras. A partir de mediados de la década de 1950, cuando Julio Cebrián y Abelenda se inician en el género en Madrid (en *Don José*, que era un suplemento semanal del diario *España* de Tánger, pero tenía la redacción en la capital de España), el dibujo de humor experimenta también un tímido impulso en Galicia, con el regreso efímero de tres de los grandes nombres de antes de la Guerra –Cebreiro, Torres y Vidales Tomé– y el inicio de las carreras de Lalo (*El Pueblo Gallego*, 1954), Quesada (*Faro de Vigo*, 1961) y Atomé (*El Ideal Gallego*, 1963). Lalo y Quesada son de la misma generación que Julio Cebrián y Abelenda. Lalo nació en 1927, Julio Cebrián en 1929, Abelenda en 1931 y Quesada en 1933. Atomé, sin embargo, es mayor que todos ellos (1914), a pesar de empezar el último. En cualquier caso, en Galicia era imposible profesionalizarse. Atomé, por ejemplo, fue un médico rural que dibujaba viñetas en su tiempo libre, convirtiendo en protagonistas a los paisanos a los que atendía en su consulta, a los que siempre trató, dentro y fuera de sus dibujos, con un respeto y un cariño enormes. Tampoco en Madrid era fácil profesionalizarse, pero si existía alguna posibilidad, era allí.

Quesada se convertirá en seguida en uno de los pilares del resurgimiento del humor gráfico gallego a partir de 1970, además de colaborar con la prensa de Madrid ya desde 1966 (sin instalarse nunca allí ni dejar de dibujar diariamente para *Faro de Vigo*). En 1970 y 1971 se inician en el oficio –curiosamente también en una publicación de Madrid, pero gallega por entero, por sus artífices, sus contenidos y su nombre, *Chan*– Siro y Xaquín Marín, que pronto se convertirán en las otras tres patas sobre las que se levantará el humor gráfico gallego en esos años. Nacidos los dos en 1943, tienen 14 y 12 años menos que Julio Cebrián y Abelenda, pero solo cinco más que Caruncho, que, ciertamente, es miembro de una generación posterior a Cebrián y Abelenda. Caruncho vino al mundo en 1948, igual que Xosé Lois, que lleva 37 años dibujando a diario la serie “O

Carrabouxo” en *La Región de Ourense*. Ahí es donde debemos ubicarlo generacionalmente.

Ni Cebrián ni Abelenda, ni Caruncho, participaron de la etapa de resurgimiento del humor gráfico gallego, que tuvo lugar durante los años 70 y, sobre todo, 80 del siglo pasado, porque no ejercieron el oficio en Galicia, más allá de alguna colaboración ocasional y tardía de Abelenda en *El Ideal Gallego* y *La Opinión A Coruña*. Sin embargo, Abelenda y Caruncho asistieron al I Seminario Galego do Humor, celebrado en Sada (A Coruña) el 26 y 27 de junio de 1982, el primero de los grandes acontecimientos relacionados con el humor gráfico que tuvieron lugar en la Comunidad durante ese periodo. Allí estuvieron todos los humoristas gráficos gallegos de la época, incluso algunos literarios. Hay que tener en cuenta que Caruncho vivió siempre en A Coruña (no residió nunca en Madrid, pese a colaborar durante años en *La Codorniz*) y que por aquella época Abelenda había regresado a la ciudad herculina. Cebrián, por el contrario, continuaba en la capital de España.

4 Julio Cebrián, Abelenda y Caruncho. Paralelismos y cruzamientos

4.1 La pintura

Cebrián, Abelenda y Caruncho fueron tres pintores que hicieron humor gráfico durante una parte de su vida por razones puramente pragmáticas, alimenticias, aunque en los casos de los dos primeros, sobre todo de Cebrián, esta actividad complementaria llegó a suponer una parte muy importante de su producción artística, prolongándose durante más de 40 años.

4.2 *Don José*

Cebrián y Abelenda se estrenaron como humoristas gráficos en la revista *Don José*, fundada por Antonio Mingote el 13 de octubre de 1955 como suplemento semanal del diario España, de Tánger (que por aquel entonces tenía estatus de zona internacional, pero con una fuerte influencia de España, que la había ocupado militarmente entre 1940 y 1945), aunque la redacción de la publicación se hallaba emplazada en Madrid, donde

también se distribuía el periódico¹. Duró hasta el 20 de marzo de 1958. Fue una de las pocas revistas de humor que pudo competir con *La Codorniz* en aquellos años.

Abelenda fue un descubrimiento del propio Mingote, mientras que Cebrián se dio a conocer mediante un envío espontáneo a la sección de “correspondencia” que había en el periódico dedicada a comentar los envíos no solicitados, pero en la que se advertía: “Si ven su trabajo publicado, pasen a cobrar”. Así debutaron también Madrigal y Máximo. Cebrián mereció el siguiente comentario: “Sus dibujos son buenos, pero desagradables. Nos quedamos con uno que lo es menos” (Tubau, 1987: 82-83).

Cebrián y Abelenda llegaron a ser los principales dibujantes de la revista, junto a Puig Rosado y Ballesta. En el semanario colaboraron también, entre otros muchos ilustradores y escritores, Madrigal, Máximo, Lorenzo Goñi, Tono, Pablo Núñez, Gila, José Luis Coll, Antonio Ozores, Alfonso Paso, Jaime de Armiñán y Palomino.

Coll –que años después formaría con José Luis Sánchez Polack, Tip, el famoso dúo de humoristas Tip y Coll– recordaba así al Abelenda de *Don José*:

Conocí a Alfonso Abelenda en la redacción del desaparecido Don José, cuando los que hoy tenemos medio siglo apenas teníamos un cuarto ni un cuarto. Con Ballesta y Puig Rosado formaba un trío de vanguardia en el campo del humor gráfico. Mingote decía de ellos que eran la promesa palpable de ese humor que se hacía entonces tan puro, porque, por prescripción facultativa, no se podía hacer de otra manera. Hice gran amistad con Alfonso que aún conservo como oro en paño. Recuerdo una de sus criaturas, de las primeras por cierto, que conté en infinidad de ocasiones por parecerme un prodigio de ingenio: dos personajes hablan en primer término refiriéndose a otro que pasa al fondo. Y dice uno de ellos: “Allí donde lo ves, el año pasado no tenía un céntimo, y este año ya debe más de doscientos millones”. Esta caricatura de cariz rumasiano² me dio el promedio, en cierto modo, del talante y el talento de su autor (Mallo, 2001: 178).

4.3 *La Codorniz*

Al desaparecer *Don José*, Cebrián y Abelenda se incorporaron a *La Codorniz* de un modo fijo, igual que otros de sus colaboradores, como Puig Rosado y Ballesta.

¹ En Tánger se llegaron a editar hasta tres diarios españoles: *El Porvenir*, *África* y *España* (entre 1938 y 1967). El periodista Eduardo Haro Tecglen, vinculado después durante muchos años a *El País*, fue redactor-jefe de *África*, en 1946; y director de *España*, en 1967.

² Por Rumasa, grupo de empresas españolas propiedad de la familia Ruiz-Mateos y Jiménez de Tejada, expropiado por el Gobierno español en 1983 por razones de utilidad pública e interés social.

Cebrián trabajó de manera estable para la revista desde el 27 de agosto de 1961 hasta el cierre de la publicación en 1978, aunque colaboraba esporádicamente desde el 22 de enero de 1956.

Además de ocuparse de las tareas de redacción y confección (en esta última tarea, junto a Madrigal y Pablo), hacía chistes de actualidad; escribía una columna de crítica de arte titulada “Plásticos y plastas” con el seudónimo Villagómez (su segundo apellido) en la que “no se cortaba ni en las alabanzas ni en los denuestos” (Madrigal, 2016: 43); y, en una sección muy personal, con el encabezamiento “Retrato chapuza”, dibujaba caricaturas alegóricas de personajes famosos con un grafismo de garabatos enrevesados.

Fue el autor de la primera caricatura de un político en activo tras la Guerra Civil: la del entonces ministro de Información y Turismo Manuel Fraga, publicada el 5 de diciembre de 1965 con motivo de la inminente publicación de la ley de prensa que suprimió la censura previa. Fraga llevaba en brazos el texto legal como si fuera un recién nacido. Tres años después, en el número del 27 de octubre de 1968, fue más allá y realizó otra caricatura de todo el consejo de ministros, menos Franco. El lector ocupaba, precisamente, el punto de vista del dictador. Aparecían el vicepresidente del Gobierno, el almirante Luis Carrero Blanco, y el ministro de Justicia, Antonio María de Oriol Urquijo, a la derecha y Fraga y el ministro de Obras Públicas, Federico Silva Muñoz esperando que llegara a presidirlo un generalísimo que por razones obvias no podía aparecer en el dibujo. Tenía riesgo y mérito, porque con la Ley Fraga los límites a la libertad de expresión eran difusos. Xaquín Marín ha calificado esta ley de “una especie de trampa para cazar gente” (Caballero, 2018: 213). Las dos caricaturas –la de Fraga y la del consejo de ministros– fueron portada de la revista.

Abelenda colaboró en *La Codorniz* entre 1962 y 1977, y se convirtió, con Cebrián, en uno de pocos dibujantes del equipo permanente, al que recordaba así: “*La Codorniz* era una revista de humor independiente y políticamente variopinta. Había desde rojos perdidos hasta fachas, y todos nos llevábamos muy bien respetando las opiniones personales. Nadie nos corregía excepto la censura, pero a la censura se le colaban muchos goles” (Pereira, 2014).

Caruncho comenzó a dibujar para *La Codorniz* en 1972, por mediación de su paisano Abelenda, que ya colaboraba en la revista desde una década antes. Vio los chistes que hacía, le gustaron y se los llevó al director de la publicación. Caruncho se convirtió en colaborador fijo hasta que se cerró el semanario y pasó a firmar las viñetas con su segundo apellido, pues su nombre y primer apellido (Álvaro de la Iglesia) coincidían con el del director de la revista, aunque el apellido de éste se escribía parcialmente junto (De Laiglesia). En *La Codorniz*, el humorista coruñés destacó por sus ilustraciones que mezclaban el surrealismo con la crítica política.

Caruncho residió siempre en A Coruña. Los chistes los enviaba por correo, aunque iba a Madrid de vez en cuando, lo que le permitió conocer a sus compañeros de revista. En una entrevista publicada por el diario *A Opinión A Coruña* en febrero de 2008, los evocaba de esta manera:

Aquella época era bárbara. Yo creí que los humoristas eran gentes simpáticas y me encontré con gente rarísima que se ponía verde el uno al otro, tenían un sentido de la crítica tremendo entre ellos. Eran muy especiales y tenían un sentido del humor muy particular. Yo era el más joven de todos, los demás eran señores de unos 70 años. Cebrián, que era de Ourense, era un tipo estupendo, de una gran cultura, y Serafín, el de las marquesas, tenía una mujer que se quedaba con todo el dinero (Bugallal, 2008).

En la década de 1970 también colaboraron en *La Codorniz* otros dos humoristas gallegos: Quesada y Xaquín Marín, que se estrenó en 1972, como Caruncho. Un tercero, Pepe Carreiro, que estaba iniciándose en el oficio, llegaría a publicar un par de viñetas.

La Codorniz era el buque insignia del humor gráfico español y además, desde la desaparición de *Don José*, señoreaba prácticamente sin competencia ninguna. Durante los años 60, cuando se incorporan Julio Cebrián y Abelenda, incrementa sus ventas, pero pierde iniciativa, debido en parte a la decadencia física del redactor jefe, Fernando Perdiguero, que morirá en 1970. Frente a la creatividad de las nuevas generaciones, muestra un acusado conservadurismo burgués (Prieto y Moreiro, 1998: 35).

Los años 70, con Caruncho ya incorporado al elenco de colaboradores, son los del declive de la publicación, atribuible a tres causas: 1) la poca adaptación a los cambios sociales y la competencia de Hermano Lobo (creada por Chumy Chúmez en 1972 y que desde el principio la superaría en ventas y prestigio) y de los diarios, con un humor más dinámico y apegado a la actualidad; 2) la muerte de Perdiguero en 1970 y la renuncia de De Laiglesia en 1977; y 3) la censura, que cerrará temporalmente la revista en dos ocasiones: del 11 febrero al 17 junio de 1973, por un rosario de irreverencias, inmoralidades y falta de respeto a lo largo de varios números, aunque la gota que colmó el vaso fue meter en “La cárcel de papel” al entonces secretario general del Movimiento, Torcuato Fernández Miranda; y del 15 junio al 21 septiembre de 1975, por el número extraordinario dedicado a la Universidad, en especial por la portada de Madrigal y un artículo de Santiago Lorén. En la España de la apertura, *La Codorniz* optó por un tono agresivo pero desconcertado, sin saber “cómo nadar y guardar la ropa” (Prieto y Moreiro, 1998: 35-36).

Tras la dimisión de De Laiglesia en mayo de 1977, la revista inició una nueva etapa, dirigida por Miguel Ángel Flores, con Manuel Summers detrás, y aún otra más, con Fermín Vílchez como director y Máximo y Cándido como animadores (el segundo dirigiría al final la publicación).

La Codorniz publicó su último número en diciembre de 1978. Era el 1.898: por dos no llegó a los 2.000.



Figura 1. Portadas de Julio Cebrián y Abelenda en *La Codorniz* (1.609, 17-9-1972, y 1.754, 1-2-1976, respectivamente).

4.4 Antologías

En otra cosa que coinciden Cebrián y Abelenda –y también Caruncho– es en la publicación de sendas antologías de su trabajo en *La Codorniz*.

Los dos primeros publicaron sus libros en la colección “La Nariz”, editada por Planeta y dirigida por Álvaro de Laiglesia. Primero lo hizo Abelenda (*El abelendario*, nº 11), en 1972, y al año siguiente, Cebrián (*En un periquete*, nº 19).

El libro de Abelenda fue reeditado en 2013 por la editorial coruñesa Arenas (*El Abelendario. 40 años después*). No fue un mero ejercicio de nostalgia, ya que vino a poner de manifiesto que la agresividad de las viñetas del humorista coruñés no había perdido un ápice de actualidad.

También en una editorial coruñesa (Moret), en 1977, publicó Caruncho su único libro de humor gráfico: *¡Por narices!*, prologado por Abelenda, quien escribe: “Caruncho, cruel, puntiagudo, e impenitente desde que era un tierno [...] es un tiernosadomasoca o un

masocasadotierno o un masocasadotiernista o, como pueden adivinar, un masocatiernosadista” (Caruncho, 1977: 6).



Figura 2. Antologías de Julio Cebrián, Abelenda y Caruncho de su trabajo en *La Codorniz*.

4.5 Otros diarios y revistas de Madrid

Aparte de colaborar los dos en *Don José* y *La Codorniz*, Julio Cebrián y Abelenda dibujaron para algunos de los diarios madrileños de la época (era un tiempo en que había una gran inflación de ellos, sorprendente a los ojos de hoy) y en buena parte de las principales revistas de la capital.

Respecto a los diarios, Cebrián trabajó para *El Alcázar*, *Pueblo* (que dirigía Emilio Romero) y *Nuevo Diario* (ND) (desde 1971, alternándose con *Madrigal*) y, después de la muerte de Franco, para *Diario 16* y, ya en los años 90, *El Mundo*, la última publicación para la que dibujó de manera continuada. Por su parte, Abelenda colaboró en *Arriba*, *Ya*, *Informaciones* (donde abordaba el chiste de actualidad, en alternancia con Tono y *Madrigal*) y *Madrid* (en el que se hizo cargo de la página de humor semanal con Moncho Goicoechea)³.

Por lo tanto, les une también el haber colaborado en los tres diarios que durante el tardofranquismo se caracterizaron por intentar llevar adelante una línea independiente y aperturista, pagando duramente por ello: *El Alcázar*, *Nuevo Diario* y *Madrid*.

A finales de los años 60, cuando Cebrián colaboró en él, *El Alcázar* estaba editado por Prensa y Ediciones (PESA), que defendía una actualización y una modernización de las

³ Antes, mientras estuvo haciendo el servicio militar, colaboró en los diarios de Tetuán *El Día* y *Diario de África*.

instituciones del régimen: más participación del pueblo y mayor representatividad. Su director por aquel entonces era José Luis Cebrián, de igual apellido que el dibujante, pero sin relación familiar con él. El diario pagó su audacia con la incautación por la Prensa del Movimiento: el 27 de septiembre de 1968, por orden gubernamental, volvió a manos de la Hermandad de Nuestra Señora Santa María del Alcázar, su primera editora, volviendo a acercarse a la línea dura del régimen. PESA editaba también durante un breve espacio de tiempo *Nuevo Diario*, en donde colaboró igualmente Cebrián.

Madrid, en el que colaboró Abelenda, se significó por su línea aperturista durante el tiempo en que estuvo controlado por Rafael Calvo Serer (presidente del consejo de administración) y Antonio Fontán (director). Dos artículos firmados por el primero expresan bien esa línea y provocaron las iras del régimen. El primero se publicó como editorial en el propio diario el 30 de mayo de 1968. Titulado “Retirarse a tiempo”, con la analogía de la retirada del presidente de la República Francesa, el general Charles de Gaulle, mandaba un aviso a Franco para que se apartase al Pazo de Meirás. En el segundo, “Yo también acuso”, publicado en *Le Monde* el 11 de noviembre de 1971, cuando su autor ya sabía que el Gobierno había decidido cerrar el periódico. Denunciaba que el régimen le intentaba imponer como director a José María Alfaro en sustitución de Fontán. Las luchas entre el accionariado reflejaban las disputas entre facciones del franquismo. El diario fue cerrado en 1971, y su sede social, dinamitada en 1978.

En cuanto a las revistas, Julio Cebrián colaboró también en *La Actualidad Española*, *Crítica*, *Por Favor*, *Muchas Gracias*, *Monóxido 16* (semanario de *Cambio 16*), *Interviú*, *A las Barricadas* (suplemento humorístico de esta última cabecera) y *Madriz*. De su trabajo para *Interviú* ha dicho Siro:

El Cebrián de *Interviú*, con ochenta años cumplidos, me parece tan admirable como el de *La Codorniz*, porque es más expresionista, más surrealista y más vanguardista que nunca. Con ochenta años, Cebrián dibujaba y pintaba –nunca las viñetas fueron tanto dibujo y pintura– con la creatividad de un joven de veinte. Si el Cebrián de *La Codorniz* podía ser relacionado con Grosz, el de *Interviú* hace recordar al Bernini octogenario que, con trazos temblorosos, dibuja la impresionante caricatura del papa Inocencio XI, convirtiéndolo en un insecto (Siro4, 2016).

Por su parte, Abelenda colaboró en el semanario *Cambio 16* y en las revistas *Historia 16*, *Carta de España* y *Semana*. Su último trabajo en prensa fue en Canal NW con la serie “Las historietas de Abelenda”, réplica de las publicadas durante la Transición en *Diario 16*.

⁴ Siro López Lorenzo, caricaturista, humorista gráfico, periodista y escritor gallego. Lo cito aquí solo por su nombre de pila, porque él ha manifestado repetidamente que desea que su producción escrita sea referenciada así, como siempre se ha hecho con su obra gráfica.

Las colaboraciones de Cebrián en *Madriz* y de Abelenda en *Cambio 16*, las dos durante los años 80, nos permiten establecer otra interesante analogía entre ambos. Fueron, quizás, sus trabajos más notables. Tanto uno como otro hicieron cómic en estas revistas, que representaban la vanguardia social (*Madriz*) y política (*Cambio 16*) de la época. Los dos humoristas gallegos demostraron que seguían evolucionando y lo hicieron con una libertad como quizás no tuvieron nunca antes.

4.6 Otros diarios y revistas de Madrid

Julio Cebrián y Abelenda comparten también el hecho de haber ganado los dos el Premio Paleta Agromán⁵: Abelenda en 1967 y Cebrián en 1968. Abelenda recibió también la Primera Medalla en el II Salón Nacional de Humoristas en 1968 y el Premio Plomada Horizontal Agromán en 1986.

Considerado el Óscar nacional del humor gráfico, el Premio Paleta Agromán fue el galardón de humor gráfico más importante de España durante cinco décadas. Creado por la empresa constructora Agromán en 1958 y desaparecido en los años 90, vino a dar respaldo intelectual a este género. Tenía su origen en el almanaque sobre los logros y proyectos de la empresa que esta publicaba por Navidad todos los años a partir de 1941. Desde 1948 gran parte de sus contenidos consistían en viñetas de humor gráfico que se solicitaban a los mejores humoristas españoles. El también gallego Xaquín Marín ganó el premio dos veces, en 1982 y en 1991. Otros de los premiados fueron Madrigal (en tres ocasiones), Edu (en dos), Almarza (en otras dos), Tono, Ces, Ballesta, Chumy Chúmez, Máximo o Mena.

Por su parte, Caruncho recibió en 1975 medalla y placa de plata en la I International Cartoon Exhibition of Atenas.

4.7 El estilo

A la hora de comparar el estilo de estos tres humoristas vamos a centrarnos en su obra en *La Codorniz*. Desde el punto de vista gráfico, lo que les une es su preocupación estética. Ninguno es estrictamente un ‘cartoonista’ en el sentido que a veces se le da al ‘cartoon’ de dibujo descuidado hecho a prisa. Pero sus estilos son francamente diversos: mientras que Julio Cebrián practica un expresionismo cada vez más marcado, Abelenda y Caruncho realizan un dibujo de línea, dentro de una inquietud formalista, que en el primero alcanza un grado de preciosismo verdaderamente destacable.

⁵ En 1983, con motivo del 25 aniversario del premio, se editó el libro AGUIRRE GONZÁLEZ, José María (1983). *25 años de humor español. Paleta Agromán / Óscar nacional del humor*. Madrid: Stentor.

La impronta del pintor en Cebrián ha sido destacada por Mingote, que dijo de él que “de todos los humoristas que soñamos con ser pintores, el mejor de nosotros ha sido y sigue siendo Julio” (Hernández-Cava, 2016), y también por Hernández-Cava (2016), para quien el orensano fue

una de las principales ínsulas en el humorismo español, un milagroso accidente dentro de las corrientes estéticas y pensantes con las que tuvo que convivir. Más próximo a las inquietudes pictóricas que a las que consideramos propias del monigotero, y con una preparación intelectual exquisita, fue empujado por las circunstancias a ejercer este noble oficio a la espera de su reconocimiento como artista plástico.

Para Tubau, la inquietud formal de Cebrián “le hace evolucionar por saltos bruscos y abominar de sus etapas pasadas”. El grafismo de Cebrián –dice– “es de una riqueza y una audacia que rozan muchas veces lo impertinente. Lo que Máximo llama su ‘desgarrado iberismo’ se manifiesta a veces mediante nerviosos e intrincados trazos a bolígrafo, de un feísmo deliberado y desafiante, en otras ocasiones a través de una limpia y desnuda, sintética línea de asombrosa belleza” (Tubau, 1987: 150).

Según Siro (2016), “Cebrián fue un dibujante originalísimo, expresionista y surrealista a un tiempo y creador de un estilo personal, adecuado a su humor entre satírico y tierno”.

El expresionismo de Cebrián aumenta a medida que pasan los años, como explica bien Llera:

... a medida que superamos el umbral de los primeros 60, su lenguaje formal se apoya en las líneas quebradas y en los ángulos agudos; se duplican los contrastes entre los blancos y los negros, el número de sombreados o rellenos a base de rayados o de aguadas. Po restas fechas su dibujo crece en deformación y en el dominio del gesto, acercándose a la estética de pintores como Schiele, Grosz o Dix (Llera, 2003: 378).

Respecto a esta comparación con el alemán George Grosz (1893-1959), Siro (2016) dice que Cebrián “quizás no hizo más que convertir en creación artística la torpeza de los rasgos en los dibujos de la adolescencia. Después estudiaría a Grosz y a muchos otros dibujantes y pintores, hasta convertirse en un autodidacta culto”.

El gallego huye conscientemente del dibujo bonito, llegando a un esteticismo plástico que adquiere valores propios al margen del chiste, hasta el punto de que muchas veces sus grafismos se convierten en entes autónomos, acompañados casi siempre por textos muy cuidados que ya no son chistes, sino reflexiones políticas, filosóficas o estéticas (Tubau, 1987: 149-150).

Por su parte, el dibujo de Abelenda se caracteriza por su línea pura y su sentido de la composición. Según Tubau (1987: 187), “la línea, en Abelenda, parece manar del tintero como una cinta sin fin, solo interrumpida cuando el dibujante considera que ya ha dicho lo que tenía que decir. Y casi todas sus composiciones son asombrosas: parece imposible lograr mayor concisión y riqueza a la vez, como al desgair y como sin esfuerzo”. El humorista opta casi siempre por una sencillez despojada en la que los personajes destacan sobre los demás elementos del dibujo, pero sin estar en el aire, sino situados en ambientes bien caracterizados.

Para Luís Seoane, Abelenda es “uno de los dibujantes más destacados de España”. Así hablaba de él en el capítulo que le dedicó dentro de su serie “Figuraciones”, publicado originariamente en el diario *La Voz de Galicia* de A Coruña el 9 de febrero de 1975. Seoane elogiaba “su preocupación acerca de los aspectos formales del dibujo” también como dibujante de humor: “Se trata de un dibujante que gusta del dibujo, algo que es muy distinto a lo que se llama “caricaturista”, género aparte de autores de monos [en el sentido que le da el DRAE: “Dibujo rápido y poco elaborado”] que se ha desacreditado en los últimos 20 o 30 años por su falta de preocupación por los problemas formales del dibujo”.

En Caruncho encontramos también un delicado dibujo de línea que quizás deba algo al de su amigo Abelenda, aunque resulte menos preciosista, más simple, y que contrasta con el explosivo cóctel de humor negro y surrealismo del contenido. Llamaban la atención los rostros de los personajes, con ojos con los párpados y las pestañas marcados y narices triangulares como zanahorias. La mayoría de sus viñetas son mudas, el 70% (más de dos de cada tres) de las recogidas en la antología *¡Por narices!* Abelenda también practica el dibujo sin palabras, pero en menor proporción: el 21% (una de cada cinco) de los de *El abelendario*.

Si la similitud formal de los tres humoristas no pasa, más allá de las concomitancias entre Abelenda y Caruncho, de la preocupación estética de todos ellos –una preocupación de la que también participan otros humoristas gallegos de la época que colaboran en la prensa de Madrid, como Quesada o Marín, heredada, quizás, de Castelao y los dibujantes de su tiempo (Maside, Cebreiro, Torres, Ribas, etc.)–, las concomitancias desde el punto de vista del contenido (o, mejor, de la actitud) son mayores.

En los tres observamos una ironía velada no exenta, en ocasiones, de sarcasmo, características que suele atribuirse al humor gallego. También cierto humor negro, que suele asociarse, igualmente, a la idiosincrasia gallega. Dos de los capítulos de *El abelendario* –el libro se divide en once– se refieren a “La violencia” y “Los suicidas”, lo que anuncia ya en parte este humor negro. Y en Caruncho abundan las viñetas con cuerpos mutilados. Los tres participan también de la crítica sociológica-moral con la que relaciona Tubau a Abelenda en *El humor gráfico en la prensa del franquismo*. La agresividad temática de las viñetas de Abelenda contrasta con su dibujo suave y

redondeado. También la de Caruncho con respecto a su dibujo de línea. No tanto la de Cebrián, por su expresionismo. Los tres se concentran casi siempre en el agudo retrato del burgués biempensante del tardofranquismo, al que fustigan con comicidad: “—Piénselo, Rodríguez : le doy veinte mil mensuales si se hace cargo de mis objeciones de conciencia” (Cebrián); “—En nuestras manos está el hacer el bien, de consumo, por supuesto” (Abelenda) ; “—Nosotros también tenemos caja de resistencia , pero en Suiza. —Y bien grande” (Caruncho).

Caruncho añade a sus viñetas un surrealismo, o un absurdo, que no está tan presente en la obra de sus paisanos. Pensemos, por ejemplo, en una en la que se ve a un hombre sentado en una silla con un pie por cabeza y la cabeza por el pie. O otra en la que un conejo saca a un mago de una chistera. O una tercera en la que aparece un hombre sentado en una silla con una gran maceta en brazos, y la maceta le dice: “Cuándo se convencerás de que lo nuestro es absurdo”. Sorpresa y cambio de roles.

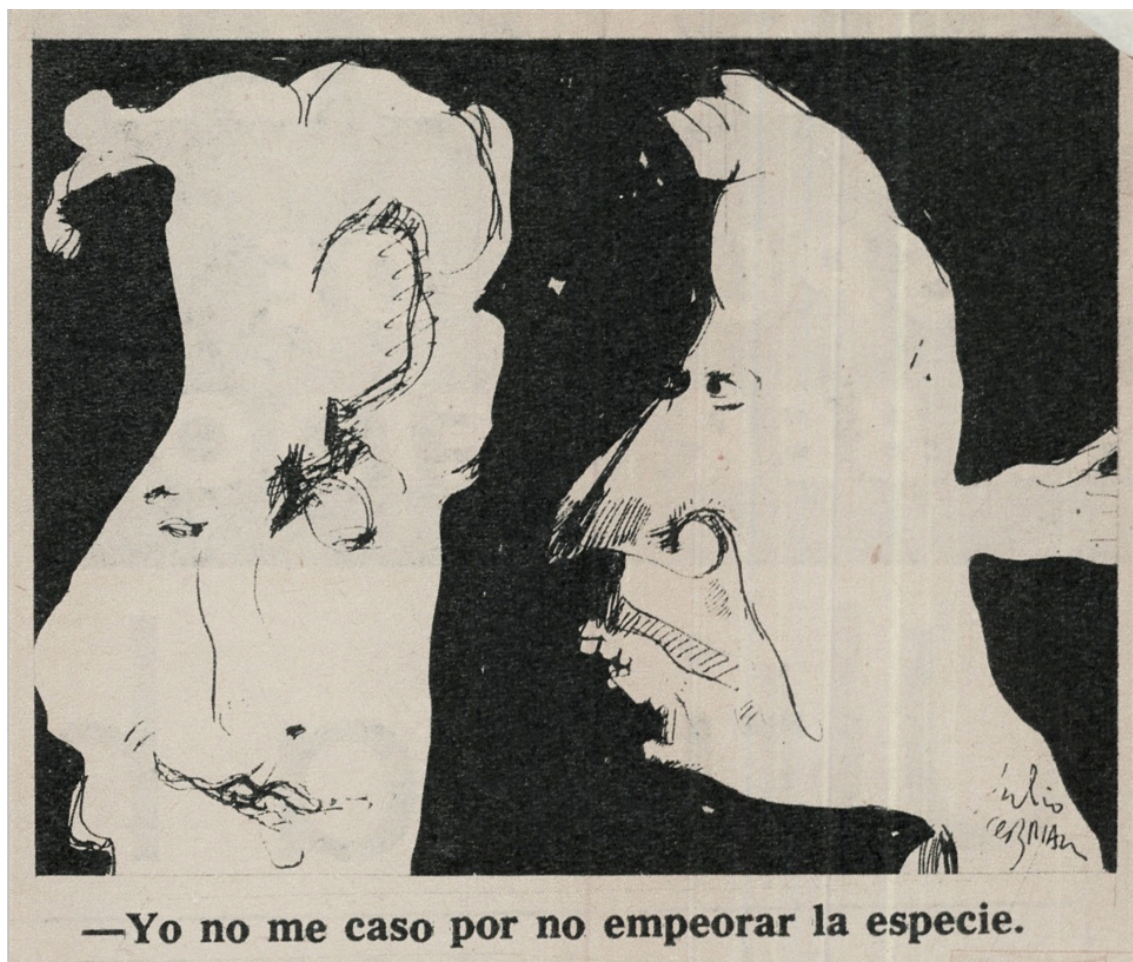


Figura 3. Julio Cebrián, *La Codorniz*, 1.590, 8-5-1972.



Figura 4. Abelenda, *El abelendario... 40 años después*.

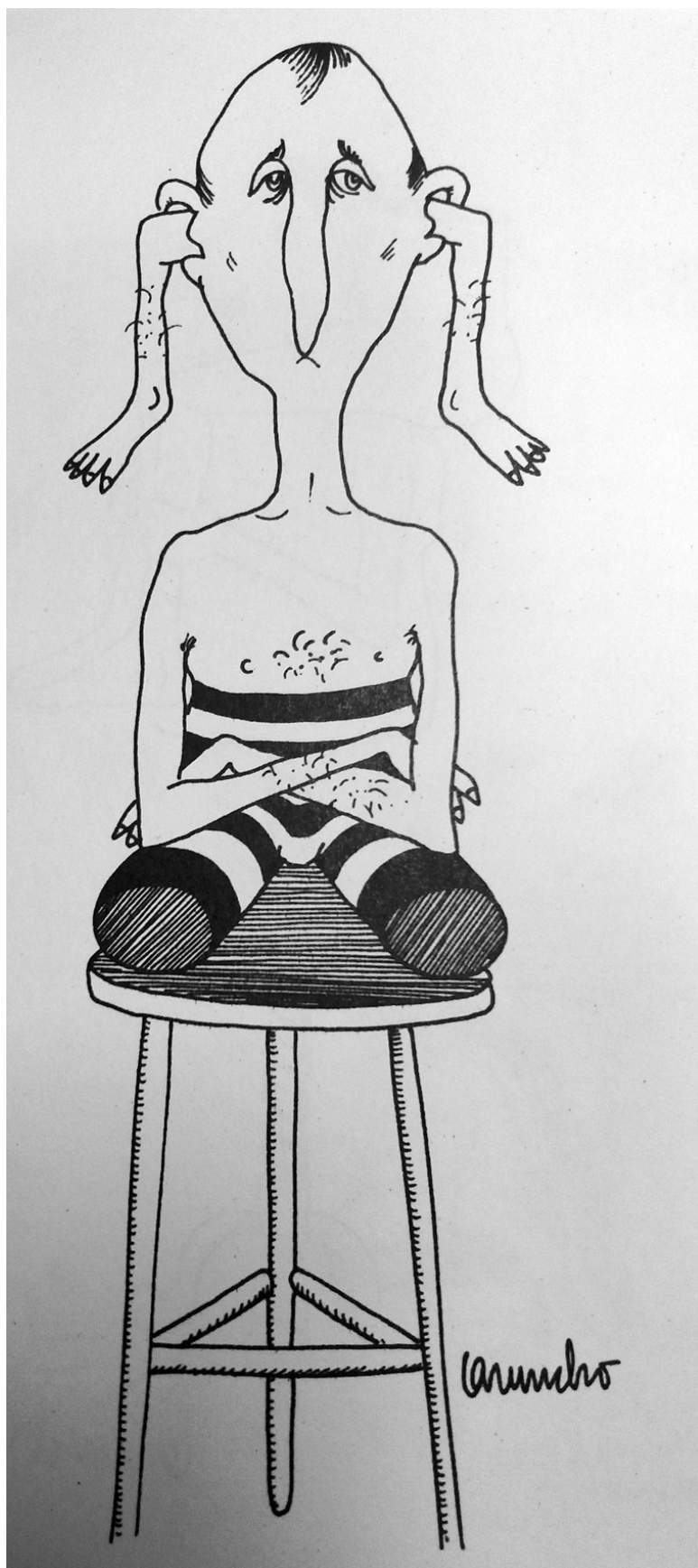


Figura 5. Caruncho, ¡Por narices!

5 Conclusiones

En los años 60, 70 y 80 fueron varios los humoristas gallegos que colaboraron con la prensa de Madrid. Julio Cebrián, Abelenda y Caruncho fueron tres de los más relevantes, llegando a ser, sobre todo los dos primeros, sostenes principales de *La Codorniz*.

Los tres fueron, fundamentalmente, pintores y practicaron el humor gráfico por motivos más o menos crematísticos, pero llegaron a alcanzar en este terreno una dedicación y una importancia muy grandes, especialmente Cebrián y Abelenda.

Los paralelismos y cruzamientos son mayores entre estos dos, que tenían edades similares y le llevaban casi 20 años a Caruncho: los dos se iniciaron en *Don José* a mediados de los años 50; los dos colaboraron en el tardofranquismo en algunos de los diarios y las revistas más importantes de Madrid, incluidos algunos periódicos que llevaron adelante una línea aperturista que pronto se vio malograda (Cebrián en *El Alcázar* de Pesa; Abelenda en el Madrid de Calvo Serer); los dos ganaron el Premio Paleta Agromán; y los dos dibujaron cómics en los años 80 en dos de las revistas más significativas de la época (Cebrián en *Madriz*, que representaba la modernidad social, y Abelenda, en *Cambio 16*, que encarnaba la apertura democrática).

En cuanto a la forma, a los tres les une una evidente preocupación estética, pero hay que diferenciar entre el expresionismo creciente de Cebrián y el formalismo de Abelenda, sobre todo, y Caruncho.

Más similitudes presentan respecto al contenido, tanto a la temática, con especial atención al burgués biempensante del tardofranquismo, como a la actitud, que podemos resumir en tres elementos: ironía velada no exenta de sarcasmo, crítica sociológica-moral y cierto humor negro.

Referencias bibliográficas

- ÁLVAREZ, J.T. (2012): *Historia y modelos de comunicación en el siglo XXI*, Madrid, Universitas (estilo_RiHC_Bibliografia)
- (2001): “Feria y turismo en Málaga. El papel de la prensa y de la opinión pública en la consolidación de un proyecto ciudadano (1884-1936)”, en Arias, E., Barroso, E., Parias, M. y Ruiz, M^a J. (editores), *Comunicación, Historia y Sociedad*, Sevilla, Universidad y Ayuntamiento de Sevilla, pp. 433-444. (estilo RiHC_Bibliografía_LibrosAdicionales).

PIZARRO QUINTERO, A. (1998): "Guerra, cine e historia. La guerra de 1898 en el cine" en *Historia y comunicación social*, nº3, 1998, pp. 143-162.

BENAVIDES DELGADO, J. (1995): "La presencia de la publicidad en la construcción de la cultura cotidiana" en *Especulo. Revista de estudios literarios*, nº1, noviembre de 1995. Disponible en Internet (4-12-2002): <http://www.ucm.es/info/especulo/numero1/benavid.htm>

ABELENDA, A. (1972): *El Abelendario*, Barcelona, Planeta, Serie La Nariz, 11.

— (2013): *El Abelendario. 40 años después*, A Coruña, Arenas.

BUGALLAL, I. (2008): "Álvaro Caruncho: 'Los humoristas de La Codorniz eran gente muy rara". *La Opinión A Coruña*, 14 de febrero. Recuperado el 1 de junio de 2019 de <https://www.laopinioncoruna.es/contraportada/2668/humoristas-codorniz-gente-rara/166146.html>

CABALLERO, F. (2018): *Xaquín Marín. Arte e compromiso no humor gráfico galego*, Vigo, Galaxia.

CARUNCHO, A. (1977): *¡Por narices!*, A Coruña, Moret.

CEBRIÁN, J. (1973): *En un periquete*, Barcelona, Planeta, Serie La Nariz, 19.

Ficha de Abelenda en *Humoristán*. Recuperado el 1 de junio de <http://humoristan.org/es/autores/abelenda/>

Ficha de Abelenda en *Tebeosfera*. Creación: Félix Cepriá e Ismael Sobrino, 2008. Recuperado el 1 de junio de 2019 de https://www.tebeosfera.com/autores/abelenda_escudero_alfonso_pedro.html,

Ficha de Caruncho en *Tebeosfera*. Creación: Andrés Álvarez e Ismael Sobrino, 2013. Recuperado el 1 de junio de 2019 de https://www.tebeosfera.com/autores/de_la_iglesia_caruncho_alvaro.html

Ficha de de Julio Cebrián en *Tebeosfera*. Creación: Juan Manuel Bosque Sendra y Manuel Barrero, 2009. Recuperado el 1 de junio de 2019 de https://www.tebeosfera.com/autores/cebrian_villagomez_julio.html.

Ficha de Julio Cebrián en *Humoristán*. Recuperado el 1 de junio de 2019 de <http://humoristan.org/es/autores/julio-cebrian/>

HERNÁNDEZ-CAVA, F. (2016): "Muere Julio Cebrián, el mejor de los dibujantes que soñaban ser pintores". *El Mundo*, 3 de noviembre.

LLERA, J. A. (2003): *El humor verbal y visual de 'La Codorniz'*, Madrid, CSIC.

- MADRIGAL, A. (2016): "Valioso pintor y humorista surreal". *El País*, 15 de noviembre, p. 43.
- MALLO, A. (2001): "Alfonso Abelenda", en Pulido, A. (dir.), *Artistas galegos. Pintores. Realismos, expresionismos, abstracciones*, Vigo, Nova Galicia, pp. 74-214.
- PENAS, A. (2008): *Abelenda*, A Coruña, Diputación de A Coruña, Serie Grandes Pintores.
- PEREIRA, N. (2014): "Alfonso Abelenda: dibujante, pintor y actor, descendiente de María Pita". *El blog de Nolito Pereira*, 9 de enero de 2014. Disponible en internet (1-6-2019): <http://nitope.blogspot.com.es/2014/01/alfonso-abelenda-dibujante-y-pintor.html>
- PRIETO, M. y MOREIRO, J. (ed.) (1998): *La Codorniz. Antología (1941-1978)*, Madrid, EDAF.
- SIRO (2016): "Humorista gráfico de talento inesgotable". *La Voz de Galicia*, 4 de noviembre.
- TUBAU, I. (1987): *El humor gráfico en la prensa del franquismo*, Barcelona, Mitre.



50 imágenes para entender la comunicación en el siglo XX. Imago Mundi.

María del Mar Ramírez Alvarado y Ángeles Martínez-García

Tirant Humanidades, Valencia, 2018

468 páginas

Reseña por Álvaro Linares Barrones

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.12>

UN RECORRIDO VISUAL POR EL SIGLO XX A TRAVÉS DE LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

A lo largo de la historia, las imágenes han cumplido diferentes funciones expresando valores culturales propios de cada época, contribuyendo a representar ideas y creencias de la sociedad con el objetivo de recrear la realidad a través de elementos imaginarios. Las imágenes poseen un gran poder y son máquinas del tiempo que representan un contexto histórico o época determinada, es decir, sobreviven en la memoria de las personas y resumen cronológicamente a la perfección la aparición de nuevas concepciones sociales. Además, estas son el reflejo de la imaginación y de las las

expectativas y deseos de los seres humanos, y son diseños que se acaban transformando en verdaderas obras de arte.

En este volumen las imágenes han servido para comprender mejor la comunicación y su evolución a través de diferentes disciplinas que forman parte de este campo como son la fotografía, el cine, la televisión o la propaganda, entre muchas otras. En concreto, el libro presenta 50 obras seleccionadas por diversos autores que son profesores e investigadores vinculados en menor o mayor medida al mundo de la comunicación. La idea es que, a través de estas imágenes, se realice un recorrido histórico por todo el siglo XX de manera cronológica destacando un elemento significativo de la cultura visual acaecida en cada década. Se trata de un trayecto enriquecedor con el fin de entender la especificidad de las imágenes durante las distintas décadas. Este recorrido nos lleva desde las navidades de 1900, con la venta notoria en Estados Unidos de la pequeña cámara fotográfica *Brownie Camara* de George Eastman (fundador de *Kodak*), hasta el año 2000, con la aparición en pantalla del nuevo formato de entretenimiento *Big Brother* en España (desarrollado por la productora *Zeppelin*).

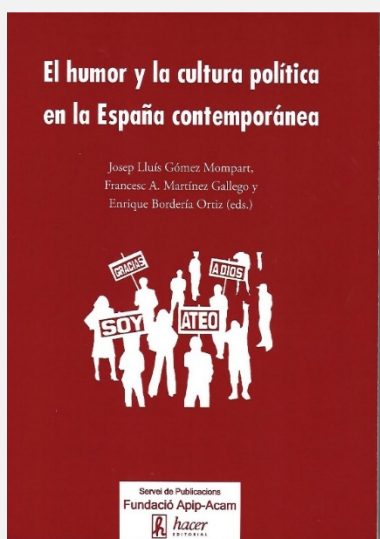
El análisis de las imágenes está compuesto por un mismo patrón que estudia no solo sus aspectos estéticos sino también su constitución como medios de expresión y reflejo de los cambios producidos en la sociedad. Inicialmente, las imágenes se abordan con la descripción de datos generales que engloban a la misma, como el año de publicación, el tipo de imagen que representan, los datos de interés o los motivos de la elección por parte de los autores. De manera más profunda, se desarrollan cuestiones más trascendentes como la contextualización social, política, económica, ideológica, cultural y tecnológica de las imágenes, y la identificación de referentes textuales e iconográficos. También se desarrollan otras cuestiones de relevancia y curiosidad en relación a los autores de las imágenes, a las corrientes histórico-artísticas reflejadas, o a la difusión de estas en los medios de comunicación. En general, se trata de investigar el interior de las propias imágenes señalando aspectos que van más allá de lo visual e intentando acentuar su importancia como construcciones convencionales.

Las coordinadoras, y autoras de varios capítulos, María del Mar Ramírez Alvarado y Ángeles Martínez-García, han realizado un gran esfuerzo para elegir, entre todas las posibilidades visuales, aquellas imágenes consideradas como mayores referentes de cada década. Las dividen en cinco bloques asimétricos, y cada uno de ellos contiene dos décadas de las diez que componen el siglo XX. Los tres primeros bloques están compuestos por ocho imágenes, el cuarto por diez y el último por dieciséis, por lo que los cambios comunicativos más reveladores se almacenan al final del siglo XX, donde comienza una nueva era en la que el protagonismo de la imagen es mucho más significativo. Además, en general las imágenes que constituyen cada bloque tienen una cualidad semejante entre ellas. Por ejemplo, las del primer bloque introducen el registro químico de la imagen a través de las fotografías, como las primeras pruebas comerciales

del método autocromo desarrolladas por Alfred Stieglitz (1907), o la fotografía del primer genocidio documentado con fotografías, el genocidio de los armenios (1915). En el caso de las imágenes del segundo bloque hacen alusión al desarrollo del lenguaje cinematográfico y al uso periodístico de la imagen, como se refleja por ejemplo en el fotograma de la película *El Acorazado Potemkin* (1925) de Sergei M. Eisenstein considerada una de las mejores películas de la historia del cine, o la primera portada de la revista *Life* (1936) de Margaret Bourke-White. En el tercer bloque las imágenes contienen iconos publicitarios y reflexionan sobre la figura de la mujer entre otras representaciones comunicativas de impacto, como es el caso del cartel manual acrílico y propagandístico de J. Howard Miller, *We Can Do It!* (1943), o el desarrollo de la muñeca *Barbie* (1959) considerada una representación en miniatura de la belleza y el rol de la mujer. Las imágenes del cuarto bloque se relacionan con los avances tecnológicos, con la presencia de documentos gráficos y con eventos culturales y deportivos, como por ejemplo el fotograma de la secuencia del asesinato del presidente de Estados Unidos John F. Kennedy (1963), o los pictogramas de los Juegos Olímpicos de Tokio (1964) que sirvieron como modelo para el diseño de juegos posteriores. Y por último en el quinto bloque se hace referencia a contenidos web y virales (Internet) entre otras obras que representan nuevos avances digitales y tecnológicos, como la imagen de la primera página web de la historia, la *World Wide Web* (1990), o el meme generado por ordenador *Dancing Baby* (1996).

Con todo ello, se trata de un volumen que resume a la perfección lo más característico visualmente de cada década del siglo XX. La elección de las imágenes está elaborada con precisión y especificación para mostrar en una sola mirada la importancia de la imagen en la sociedad a lo largo del siglo XX. El gran trabajo ha residido en elegir las imágenes adecuadas de cada década y de tener la capacidad de aunar, en un mismo manuscrito, obras que son consideradas grandes hitos comunicativos. Además, se refleja una selección de imágenes donde prima la heterogeneidad tanto en los campos comunicativos (cine, publicidad, fotografía, televisión, propaganda) como en la procedencia profesional y académica de los autores que han participado en el proyecto (periodismo, publicidad, comunicación audiovisual, videojuegos, historia del arte).

Por último, el libro simboliza la voz auténtica de un eje constitutivo en el que la comunicación es el núcleo principal. Además, ayuda a entender mejor la comunicación y todo aquello que ha surgido a través de ella, y a visualizar la evolución tanto tecnológica como intelectual de la sociedad. A través de las imágenes de este volumen se percibe un fiel reflejo de la construcción de la nueva y moderna cultura de masas, que hoy en día utiliza dichas imágenes para informar, justificar referencias históricas, elaborar propaganda publicitaria o política o fomentar la creación artística. Por lo tanto, se llega a un punto en este nuevo siglo en el que seleccionar una imagen relevante para representar las décadas posteriores es una tarea muy compleja.



El humor y la Cultura en la España contemporánea

Josep Lluís Gómez Mompart

Francesc A. Martínez Gallego

Enrique Bordería Ortiz (eds.).

Hacer Editorial, Barcelona, 2018

247 páginas

Reseña por José Luis Valhondo Crego

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.13>

¿QUÉ HA HECHO LA SÁTIRA POLÍTICA POR NOSOTROS?

Parafraseando aquella pregunta pythoniana que pretendía ser retórica pero terminaba en paradoja humorística, ¿qué ha hecho la sátira política por nosotros? Nos referimos a toda esa tradición satírica de la prensa española que arranca en el siglo XIX y llega hasta nuestros días. La obra *El humor y la cultura política en la España contemporánea* responde ofreciendo al lector una cuidada síntesis de la evolución de la sátira periodística.

El libro que reseño continua la estela de las investigaciones del equipo de la Universitat de València GRICOHUSA (Grupo de Investigación en Comunicación, Humor y Sátira), del cual Josep Lluís Gómez Mompарт fue Investigador Principal y ahora dirige la colección "Cuadernos Gricohusa" (breves monografías de revistas satíricas históricas). Con anterioridad este equipo publicó dos textos: *La risa periodística: teoría, metodología e investigación en comunicación satírica* (Tirant Lo Blanch, 2010) y *El humor frente al poder. Prensa humorística, cultura política y poderes fácticos en España (1927-1987)* (Biblioteca Nueva, 2015). Este nuevo volumen se publica en Hacer Editorial, reconocida en el ámbito de la Ciencias Sociales y la Comunicación con ediciones de obras de referencia como *Medios de comunicación y poder* de James Curran y *Sistemas mediáticos comparados* de Daniel C. Hallin y Paolo Mancini. Aunque el libro lleva fecha de 2018, su publicación es de inicios de 2019.

La obra pone de manifiesto que la sátira puede funcionar a modo de populismo mediático, intentando reconfigurar la Cultura Política de la ciudadanía y situando en el centro del relato al ciudadano común. La sátira revisa y desplaza los significados de los discursos hegemónicos para reconfigurar esa Cultura Política. El populismo resulta más una estrategia política que una ideología. Como estrategia puede ser igualmente esgrimida por los que mandan o por los que obedecen, en sistemas democráticos o en dictaduras. Es muy revelador comprobar cómo ese populismo se despliega en la sátira a lo largo de toda nuestra historia contemporánea, justo desde la aparición de la prensa de masas. Las dos caras del discurso populista se enfrentan en el examen que realiza Reig Cruaños (Capítulo 6) de la contestación de las revistas satíricas del tardofranquismo al discurso basado en los mitos del franquismo sociológico. El lector encontrará viñetas que combaten, por ejemplo, el tópico franquista de la idiosincrasia española que justificaba el inmovilismo político del régimen en su última etapa.

Francesc Martínez Gallego se centra en José Nakens y su publicación *El Motín* (Capítulo 2). Su explicación de la razón populista permite al lector comprender la potencia del discurso de una sátira que se remonta nada menos que al último cuarto de siglo XIX. Sin imágenes sobre la Realidad es imposible imaginar la agencia política de los actores sociales. Éstos necesitan en primer lugar representarse el campo de juego político para, llegada la oportunidad, actuar sobre él. Como bien nos explica Martínez Gallego, eso era lo que hacía José Nakens desde *El Motín*: brindar al lector representaciones del poder suficientes para generar un campo de batalla político, un relato de buenos y malos; sobre los mitos y ritos de la España monárquica y católica de la época.

La brillantez de *El Motín* radica en su capacidad para adaptar, a través de las caricaturas, la Alta Política a las posibilidades de un pueblo (semi)analfabeto. Se suele criticar la personalización como rutina periodística en la prensa seria, pero parece olvidarse que gracias a esas rutinas denostadas es posible acceder a la abstracción política. La personalización puede ser un primer paso para llegar a un debate de ideas, dentro de

un modelo construccionista del conocimiento. Diferente es que todo quede en esa figuración teatralizada. Como con cualquier estrategia, el problema es el uso que se hace del instrumento, no el instrumento en sí mismo. Requerimos para la pedagogía política de estrategias que nos permitan “ver” a través de relatos, intentado evitar equiparar la esfera política sólo a esos relatos. Los caricaturistas creaban y celebraban un mundo a escala en el que encarnaban posturas y actitudes políticas en caricaturas que discutían. Frente a ellos, el ciudadano podía tomar partido.

Una constante a lo largo de la historia que cubre esta obra es la hegemonía del discurso de la Iglesia. El poder monárquico se defendía en último término con el Ejército pero en el día a día su capilaridad, esa microfísica del poder que denunciaba Foucault, se vehiculaba a través de la institución eclesiástica. De ahí que los caricaturistas lucharan por emancipar al pueblo a través de desactivar el capital simbólico de la Iglesia. El concepto que acuñó como escalamiento es pertinente en este debate. Escalar se puede referir a subir a través de una escala o a modelizar un objeto. Ambos significados concuerdan con la labor de la sátira que permite crear prototipos a escala de la vida política que permitan juegos dialécticos en el seno de las clases populares para ensayar la verdadera batalla política. Nakens desde *El Motín*, o Carceller desde *La Traca* (ya en la Segunda República) transformaban el tamaño del debate para hacerlo manejable. No podemos perder de vista que bregaban con una intrincada esfera política plurinacional de varios millones de ciudadanos y decenas de temas en la agenda pública.

Nakens aprovecha que el sistema informativo a finales del siglo XIX era parcialmente inviable para el ciudadano común: en un sentido económico y cognitivo. Grandes capas de población eran pobres y analfabetas. Siguiendo la lógica de la razón populista, situó en el centro de su relato a esas clases populares, como sujeto colectivo. Adaptó los discursos que el pueblo conoce para desplazar sus significados hegemónicos y alcanzar sus mentes, corazones y bolsillos. Las revistas ilustradas del momento eran caras y crípticas en sus debates.

La sátira rebajaba a los dioses y ensalzaba a los mortales. Ridiculizaba a la Iglesia y brindaba a las clases populares una religión laica republicana, una fe revolucionaria con horizonte infinito. Nakens era un anticlerical pero no antiespiritual. Lo que criticaba el gaditano era la gestión de esa espiritualidad por parte de la Iglesia. Como señala Martínez Gallego, Nakens transformó a Cristo en Jesús, lo humanizó del mismo modo que haría un siglo después Nikos Kazantakis en su texto *La última tentación de Cristo*, adaptado al cine por Scorsese.

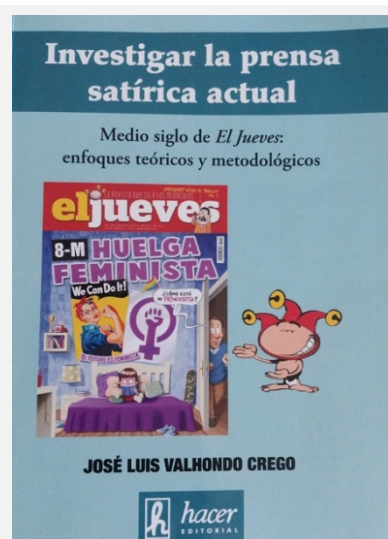
En ese discurso populista de la sátira, los autores no sólo construyen a un Líder al que seguir o un Ellos que emplaza como enemigo, también encarnan una imagen del propio pueblo: Juan Lanás, por ejemplo, representa a ese pueblo como un gigante dormido y parasitado por las elites. En vez de crear monumentos de piedra a los poderosos, la sátira recuerda al pueblo su tamaño y su fuerza adormecida.

La sátira no sólo desplazaba significados de los mitos, sino que pretendía combatirlos con sus propios ritos. Como señala Antonio Laguna en el Capítulo 3, una revista como *La Traca* concedía relevancia a los ritos laicos dionisiacos en los que las clases plebeyas celebraban su identidad al margen de las Iglesias. Por ejemplo, a través de la promoción de las Fallas valencianas. De esa manera, la sátira contribuía a fraguar una identidad de pueblo sin tener que recurrir al dogma cristiano.

A lo largo del texto, en los diferentes capítulos que componen el panorama histórico de la sátira contemporánea, advertimos temas comunes en la agenda política que se relacionan con la tríada Rey-Ejército-Iglesia. Son temas concatenados que se expresan a través de otras cuestiones de calado de la España reciente, desde el debate territorial, tal y como tratan Pich Mitjana y Conteras (Capítulo 4) y Ridao (Capítulo 5) hasta la reconfiguración de la Cultura política de la izquierda durante la Transición, tal y como expresa Gómez Mompart en el Capítulo 7.

El texto está organizado cronológicamente. Ese orden tiene la ventaja de entender la evolución de la sátira en siglo y medio de historia. Sin embargo, si pretendemos hacernos una idea temática del poder de la sátira, una ruta alternativa comenzaría por el Capítulo 7. Las condiciones materiales del ciudadano común determinan en gran parte su opinión tanto como la interpretación que hace de esas condiciones en base a la Cultura Política hegemónica, ese conjunto de cogniciones, afectos y opiniones que, como nos recuerda Gómez Mompart, constituyen la primera aproximación clásica al concepto de Cultura política. Esa Cultura sirve de marco para la jerarquización y encuadre de los problemas políticos de la esfera pública. Desde el Capítulo 7 podemos transitar hacia el Capítulo 3 (Martínez Gallego) y Capítulo 4 (Antonio Laguna) donde podremos familiarizarnos con los mecanismos que empleaba la sátira como estrategia populista. En el Capítulo 1, Pere Gabriel expone cómo la nueva prensa de mediados de siglo XIX se empeñó en erigirse como ilustradora de las clases populares, tarea que consumió en gran medida la prensa satírica. De esa ilustración, por contraste, los Capítulos 6 (Reig Cruaños) y 8 (Pelai Pagés) nos introducen en la resistencia simbólica a la Cultura Política (des)movilizada por el tardofranquismo y la Transición.

En definitiva, el libro propone un recorrido riguroso y divertido por la tradición satírica española en prensa a través de la investigación periodística, cultural, política e histórica, conectando temas de la agenda pública que hoy en día tienen vigencia con estrategias populistas que podemos contemplar en el infoentretenimiento televisivo actual.



Investigar la prensa satírica actual. Medio siglo de El Jueves: enfoques teóricos y metodológicos

José Luis Valhondo Crego

Editorial Hacer, Barcelona, 2019

Nº páginas: 80

Reseña por María Iranzo Cabrera

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.14>

INVESTIGAR LA PRENSA SATÍRICA ACTUAL. MEDIO SIGLO DE *EL JUEVES*: ENFOQUES TEÓRICOS Y METODOLÓGICOS

La colección que coordina el catedrático emérito Josep Lluís Gómez Mompert rinde justicia al periodismo satírico en España; el que enmarca desde los primeros exponentes del chiste gráfico de mitad del XIX, con la llegada de los progresistas al poder, hasta las revistas que a finales del XX relataron en clave de humor el tardofranquismo y la transición a la democracia.

Estos cuadernos parten del enfoque teórico y metodológico desarrollado durante un lustro por el grupo de investigación GRICOHUSA (Comunicación, Humor y Sátira) de la Universitat de València, en el que también participan investigadores de otras universidades españolas. Y desde ahí, abordan las estrategias comunicativas de publicaciones tan singulares en el mercado editorial como *El Jueves* (1977-2017), *El Bé Negro* (1931-1936), *Gutiérrez* (1927-1934) y *Don Quijote* (1884-87/1887-88/1892-1902); además de otras que seguirán posteriormente.

Esta apuesta editorial otorga la entidad que corresponde a publicaciones que han aportado vitalidad al periodismo reflexivo “por su capacidad comunicativa y su profundo sentido humano”, como señalaba Natividad Abril (1999); unas han sido más fieles al lema horaciano de instruir deleitando, otras se han inclinado por la sátira política menipea –acerada y despiadada– (Martínez Gallego, 2010).

El marco que estructura José Luis Valhondo para el análisis del primer cuaderno, dedicado a *El Jueves*, es el establecido por Peter Dahlgren en su libro *Televisión y esfera pública* (1995) y que atiende a cuatro dimensiones: el medio como institución que cuenta con unas rutinas productivas y trabaja por un rédito económico, el medio como generador de contenidos, el medio como organización relacionada con los poderes fácticos de un contexto político, económico y cultural, y el medio como creador de opinión pública. En atención a estos cuatro pilares, la redacción elaborará un discurso semiótico propio que permite a los lectores acceder a su interpretación de la realidad política.

Este primer volumen tiene como protagonista a la publicación más longeva del periodismo de humor español. Su autor, profesor en la Universidad de Extremadura, es doctor en Comunicación Audiovisual y Máster en Periodismo. Desde su investigación doctoral, dedicada a la infosátira televisiva, Valhondo ha puesto su foco de atención en el periodismo de humor. Y en esta ocasión aborda las claves de la revista que impulsó en 1977 José Ilario, editor de múltiples proyectos editoriales singulares y exitosos: “*El Jueves*, la revista que sale los miércoles”.

Atendiendo al medio como organización empresarial, Valhondo apunta a la venta de ejemplares y a la publicidad como los dos únicos pilares con los que durante más de 40 años se ha sostenido una revista que ha pasado por las manos de cinco editoriales diferentes. En esta trayectoria, el investigador se pregunta por los condicionantes que cada empresa editorial ha impuesto al equipo de trabajo; apunta a la crisis enraizada en 1990 y acrecentada por la transición digital; y plantea como línea de investigación las supuestas libertades que un formato exclusivamente digital hubiera concedido a la revista (pág. 14).

Junto a la diversidad de propietarios, el autor también subraya la amalgama de autores que han creado esta publicación. En este sentido, se podrían describir tantos *El Jueves*

como generaciones lo han dibujado. La revista cuenta con una primera generación de dibujantes (mayoritariamente catalanes y nacidos entre 1940 y 1955), a quienes atraía el dibujo *underground* de EEUU y Francia y que se formaron en el habilidoso chiste gráfico del tardofranquismo. El segundo grupo de autores (los nacidos en torno a 1960 y 1975 y llegados de diferentes puntos de España) se decanta mayormente por el costumbrismo y el consumismo. Y la tercera generación “nació” con el cisma que provocó la censura de RBA a la portada de la abdicación del rey Juan Carlos I. En esta línea, Valhondo sugiere que

“la vida de estos dibujantes podría entenderse como paralela a la evolución socioeconómica española, con un desarrollismo económico a finales de los sesenta y principios de los setenta, un incipiente Estado del Bienestar, aumentado durante los ochenta, y un declinar de ese Bienestar tras la consolidación de los modelos económicos neoliberales a finales de los noventa” (pág. 22).

Si miramos a *El Jueves* como medio en tanto que generador de contenidos, son dos los enfoques que presenta Valhondo: el de género y el discursivo. Por lo que respecta al género, el suyo es un humor costumbrista, “que prescribe cómo comportarse en sociedad a través de la evaluación de las costumbres sociales”. En esta línea, sostiene que *El Jueves* rompió el consenso periodístico sobre la agenda y los marcos que debían aplicarse con figuras públicas como la Corona, institución que a lo largo de la transición democrática casi nunca fue cuestionada.

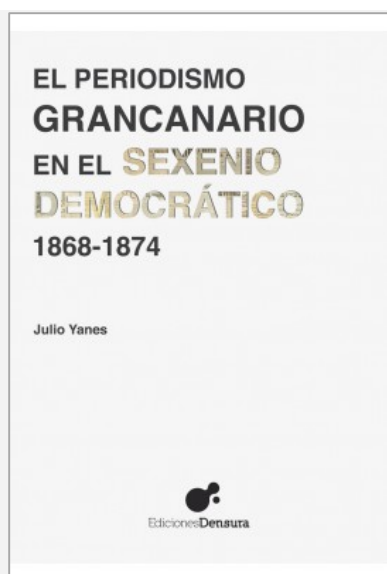
Y si atendemos al discurso, a lo que se dedica no es a crear, sino a recrear noticias de otros medios con un humor estético, ritual e ideológico. Mediante estrategias discursivas originales re-construye hechos conocidos sobre la Iglesia, el Ejército y la Monarquía, habilidades comunicativas que Valhondo ejemplifica a través de secciones míticas, como fueron ‘Teléfono invertido’ o ‘La carrera de San Jerónimo’.

Con todo, el autor nos recuerda que *El Jueves* también es un medio inserto en los contextos políticos, económicos y culturales de cuatro décadas, condicionantes que han modelado sus críticas con mayor o menor fuerza (pág. 44). La visión de la revista es, para Valhondo, “una típica y pesimista visión lampedusiana en la que todo cambia para seguir siendo lo mismo”. Y como particularidad, destaca su apoyo a la Monarquía como institución salvadora de la democracia —“a la que solo un desgaste progresivo casi desmorona” —.

Por último, presenta a la revista como creadora de opinión pública, capaz de persuadir al lector sobre posiciones ideológicas. Desde la teoría cognitiva de la Psicología, analiza el proceso de recepción del público lector al tiempo que describe el código irónico al que son capaces de acceder los seguidores, haciendo uso del enfoque de la ironía propuesto por Linda Hutcheon (1994).

Durante el análisis de los diferentes *El Jueves*, Valhondo se acompaña de los testimonios de dibujantes clave en su configuración, como José Luis Martín, o de su penúltima directora, Mayte Quílez. El suyo es un recorrido teórico y anecdótico por una revista que supone un hito en la historia de la comunicación de este país.

Finalmente, en el momento de escribir esta reseña (finales de noviembre de 2019), conocemos que la editorial Hacer acaba de publicar el 2º cuaderno GRICOHUSA, a cargo del profesor de la Universitat de València Francesc T. Martínez Sanchis y titulado *El Be Negre* (1931-1936). El humor ingenioso de la intelectualidad catalana de izquierdas.



El periodismo grancanario en el Sexenio Democrático (1868-1974)

Julio Yanes

Ediciones Denura, Islas Canarias, 2017

Nº de páginas: 275

Reseña por María José Ruiz Acosta

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2019.i13.15>

EL SEXENIO DEMOCRÁTICO ESTÁ DE PLENA ACTUALIDAD

De entre los acontecimientos más sobresalientes que ocupan la actualidad mediática qué duda cabe que destaca el tema del republicanismo en España. Este sistema que para gran parte de la opinión pública resulta poco menos que novedoso, se presenta sin embargo para los estudiosos el tercer intento de establecer un régimen que ya se vivió en la Península en los siglos XIX y XX.

Entre los investigadores que se ocupan del tema la cuestión interesa sobremanera a los que analizan las repercusiones que el régimen republicano tuvo en la sociedad de aquellas décadas. Prueba de ello son los recientes monográficos que sobre el tema han editado varias revistas de prestigio, trabajos que recogen la aportación de reconocidos especialistas en el tema; también las tesis doctorales defendidas sobre este asunto que, bien a nivel nacional o local, intentan desgranar las razones por las que en España se produjo en dos ocasiones la sustitución de la monarquía de los Bobones por una república. Igualmente, llama la atención que en numerosas de esas investigaciones se subraye el interés por conocer cómo se vivió dicho proceso en las páginas de la prensa, así como las consecuencias que el nuevo régimen político tuvo en los diarios y los semanarios del momento. Sirva en este sentido la investigación de José Enrique Lorite Luque, de la que la Revista internacional de Historia de la Comunicación dio sobrada información en su anterior entrega.

Para ayudarnos a entender algunas de esas cuestiones Julio Yanes nos ofrece la presente obra. El autor, experto estudioso de la prensa canaria, avanza un paso más en la investigación que sobre dicho tema inició hace más de tres décadas, cuando se acercó al origen del sistema comunicativo del archipiélago. En sus obras anteriores, Yanes nos ha ido ofreciendo un completo panorama del periodismo en la región. Así, por ejemplo, ocurrió con la edición de “La prensa lagunera 1758-2000” (*Anales de Historia Contemporánea*, n. 19, 2003), “Hacia un conocimiento científico de la evolución histórica del periodismo tinerfeño” (*Anuario de Estudios Atlánticos*, enero 1996), “Macro y microhistoria del periodismo escrito: la aportación vivencial del ámbito de las Islas Canarias a la perspectiva mundial” (*Boletín de la Real Sociedad Económica de Amigos del País de Tenerife*, n. 1, 2010) o con “Historia del Periodismo Canario: balance de la producción historiográfica y estado de la cuestión” (*Boletín Millares Carlo*, n. 1, 2004).

Resultaba lógico pensar que, habida cuenta de tan completa trayectoria, Julio Yanes se enfrentara a una nueva etapa en la evolución seguida por el periodismo grancanario. Y ese nuevo reto sería el estudio de la producción informativa grancanaria durante el Sexenio Democrático, etapa que no por estudiada resulte mejor conocida.

Y para contribuir a un mejor entendimiento del periodismo grancanario durante tan intensa etapa, Julio Yanes nos presenta un riguroso estudio. Para ello, parte el autor del análisis del contexto del momento, cuestión que ayuda a entender en gran medida el marco político, social, cultura y legislativo existente en esas décadas. En este sentido, el investigador traza un detallado marco de trabajo donde se insertan las principales coordenadas que luego van a contribuir a explicar en gran medida la evolución de la estructura mediática grancanaria.

En un segundo momento, el autor expone minuciosamente las diversas modalidades de prensa predominantes durante esos años; para ello divide el trabajo en dos grandes bloques: el que se ocuparía de la definición de los principales medios pertenecientes a

la modalidad del periodismo político (el predominante) y el que aglutina a los que se acogerían bajo la tendencia del periodismo informativo. Ambos quedarían perfectamente expuestos merced al estudio de cabeceras concretas, títulos destacados en el entramado de la estructura informativa del periodismo canario del sexenio.

Como cierre de su trabajo, y para un mejor conocimiento del objeto de estudio, Julio Yanes nos ofrece los temas que con mayor frecuencia fueron tratados por la prensa, a saber: el insularismo o las relaciones con Madrid. De este modo, no solo consigue aportar a su investigación la frescura que siempre conlleva la fuente primaria; igualmente, nos permite acercarnos a un material de difícil acceso, como son los fondos hemerográficos.

CONSEJO DE REVISORES

Revisores del número 13 (2019)

Han actuado como revisores anónimos para uno o más artículos de este número, tanto aceptados como rechazados, los siguientes investigadores:

Alberto Pena Rodríguez, Universidad de Vigo, España
Amador Iranzo, Universidad Jaume I. Castellón, España
Ana Regina Rego Real, Universidade Federal do Piaui, Brasil
Antonia Nogales Bocio, universidad de Zaragoza, España
Catalina Castrillón Gallego, Universidad Pontificia Bolivariana, Colombia
Cristina Barreiro Gordillo, Universidad San Pablo CEU, Madrid, España
Jorge Pedro Sousa, Universidad Fernando Pessoa, Portugal
José Alberto García Avilés, Universidad Miguel Hernández. Elche (Alicante), España
José Enrique Lorite Luque, Universidad de Sevilla, España
Juan Carlos Sánchez Illán, Universidad Carlos III, Madrid, España
Koldo Meso Ayerdi, Universidad del País Vasco, España
Laura López Romero, Universidad de Málaga, España
Fernando Arcas Cubero, Universidad de Málaga, España
M. Teresa Vera Balanza, Universidad de Málaga, España
Manuel Barrero, Asociación Cultural Tebeosfera, España
María Arroyo Cabello, Universidad Católica de Murcia, España
Maria Ataíde Malcher, Universidad Federal de Pará – UFPA, Brasil
María Inácia Rezola, Politécnico de Lisboa, Portugal
María Sánchez gonzález, Universidad Internacional de Andalucía, Andalucía, España
María Verónica de Haro de San Mateo. Universidad de Murcia, España
Marialva Barbosa, Universidade Federal Fluminense (UFF), Brasil
Nivea Canalli Bona, Universidade do Vale do Rio do Sinos, Unisinos, Brasil
Óscar J. Cuesta Moreno, Fundación Universitaria Los Libertadores, Colombia
Patricia Teixeira, Pólo FCSH/NOVA do CIC.Digital.Lisboa, Portugal
Ramón Salaverría, Universidad de Navarra, España
Bianca Sánchez-Gutiérrez, Universidad de Sevilla, España

Revista internacional de Historia de la Comunicación

Revista semestral, editada en Sevilla
por la **ASOCIACIÓN DE HISTORIADORES DE LA
COMUNICACIÓN (AsHisCom)** y la **EDITORIAL
DE LA UNIVERSIDAD DE SEVILLA (EUS)**

ISSN 2255-5129

[revistascientificas.us.es/index.php/RiHC/
institucionales.us.es/revistarihc/web/](http://revistascientificas.us.es/index.php/RiHC/institucionales.us.es/revistarihc/web/)
rihc@ashiscom.org