

Virginia Martín Jiménez
Jacobo Herrero Izquierdo
Samuel García Gil

La Historia de quienes la contaron

UN VIAJE POR EL
PERIODISMO ESPAÑOL



LA HISTORIA DE QUIENES LA CONTARON

Un viaje por el periodismo español

Directoras de la colección *Comunicación*

VIRGINIA MARTÍN JIMÉNEZ. Profesora del Área de Periodismo (UVa)

DUNIA ETURA. Profesora del Área de Periodismo (UVa)

Comité científico de la colección *Comunicación*

CARMEN CAFFAREL SERRA. CAUN (Universidad Rey Juan Carlos, España)

ANDREU CASERO RIPOLLÉS. CAUN (Universitat Jaume I, España)

NICOLA MARIA DUSI. Professore Associato (Università degli Studi Modena and Reggio Emilia, Italia)

FLAVIA FREIDENBERG. Investigadora Titular (Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, México)

JOSÉ ALBERTO GARCÍA AVILÉS. CAUN (Universidad Miguel Hernández, España)

FÁTIMA GIL GASCÓN. PTUN (Universidad de Burgos, España)

VERÓNICA DE HARO DE SAN MATEO. PTUN (Universidad de Murcia, España)

MARÍA ROSARIO LACALLE ZALDUENDO. CAUN (Universidad Autónoma de Barcelona, España)

MANUEL MARQUES-PITA. Assistant Professor CICANT (Universidade Lusófona, Portugal)

CARMEN MARTA LAZO. CAUN (Universidad de Zaragoza, España)

JULIO MONTERO DÍAZ. CAUN (Universidad Internacional de La Rioja, España)

GRACIELA PADILLA CASTILLO. PTUN (Universidad Complutense de Madrid, España)

MARÍA ANTONIA PAZ REBOLLO. CAUN (Universidad Complutense de Madrid, España)

VICTORIA TUR-VIÑES. CAUN (Universidad de Alicante, España)

La historia de quienes la contaron : un viaje por el periodismo español / Virginia Martín Jiménez, Jacobo Herrero Izquierdo, Samuel García Gil. - Valladolid: Universidad de Valladolid, 2026

246 p.; 24 cm (Comunicación ; 5)

ISBN 978-84-1320-409-3

1. Periodismo - España - Historia 2. Prensa - España - Historia I. Martín Jiménez, Virginia, aut. II. Herrero Izquierdo, Jacobo, aut. III. García Gil, Samuel, aut. IV. Universidad de Valladolid, ed. V. Serie

070(460)(091)

VIRGINIA MARTÍN JIMÉNEZ
JACOBO HERRERO IZQUIERDO
SAMUEL GARCÍA GIL

LA HISTORIA DE QUIENES LA CONTARON

Un viaje por el periodismo español



EDICIONES
Universidad
Valladolid

COLECCIÓN
comunicación

A stylized icon of a stack of books, with three books visible, positioned above the word 'comunicación'.

En conformidad con la política editorial de Ediciones Universidad de Valladolid (<http://www.publicaciones.uva.es>), este libro ha superado una evaluación por pares de doble ciego realizada por revisores externos a la Universidad de Valladolid.



Este libro está sujeto a una licencia "Creative Commons Reconocimiento-No Comercial – Sin Obra derivada" (CC-by-nc-nd)

Virginia Martín Jiménez, Jacobo Herrero Izquierdo y Samuel García Gil. Valladolid, 2026

Logotipo de la colección: Pablo Berdón Prieto

Diseño de Cubierta: Jacobo Herrero Izquierdo

ISBN: 978-84-1320-409-3

DOI: <https://doi.org/10.24197/eduva.3130>

Diseño: Ediciones Universidad de Valladolid

A los que fueron y a los que serán

"Sí, hay que recordar hacia mañana"
Así que pasen cinco años. Federico García Lorca.

ÍNDICE

Introducción	15
Cap. 1. LOS PRIMEROS PASOS DEL PERIODISMO: LA HISTORIA DE CÓMO EMPEZÓ TODO	19
1. Cuando el querer saber qué sucede hace nacer al periodismo	19
2. La <i>prehistoria</i> de esta historia	20
3. Y llegaron los primeros “periódicos”	21
4. La prensa para el pueblo pero sin el pueblo	23
5. Los proyectos pioneros	24
5.1. <i>Diario de los literatos</i> : el nacimiento del periodismo cultural	24
5.2. <i>Diario Noticioso</i> o el espíritu periodístico de Nipho	25
5.3. El éxito del periodismo crítico y reflexivo	26
5.4. <i>Diario Pinciano</i> : un modelo de prensa local ilustrada	28
6. La revolución que todo lo cambió	29
Cap. 2. ECOS DE UNA NACIÓN EN CONSTRUCCIÓN: PERIODISMO Y OPINIÓN PÚBLICA (1808-1874)	31
1. Unos tiempos que mueren y un periodismo que nace	31
2. Construyendo una nación: la prensa en la Guerra de la Independencia (1808-1814)	32
2.1. Una explosión informativa: batallando por la opinión	32
2.2. Periódicos patriotas vs prensa afrancesada: dos relatos en contienda	32
2.3. De la censura a la libertad de imprenta: los cambios legales y el nacimiento del periodismo político	34
2.4. Los protagonistas: principales cabeceras y periodistas del conflicto	36
3. Silencio y exilio: la prensa bajo el regreso del absolutismo (1814-1820)	37
3.1. La restauración de Fernando VII y el control de la prensa	37
3.2. Cierre de publicaciones y persecución de periodistas: “los años de la zancada hacia atrás”	38
4. El resurgir de la prensa política: la batalla de las ideas en los periódicos (1820-1823)	40
5. Años de silencio: censura y prensa clandestina en la Década Ominosa (1823-1833)	41
6. La prensa y el nuevo orden: Isabel II y el periodismo liberal (1833-1868)	42
6.1. Monarquía constitucional y prensa: un espacio en construcción	42
6.2. Las leyes de imprenta y la lucha por la libertad de expresión	43
6.3. De los periódicos doctrinales a la prensa de masas: nuevas dinámicas informativas	44
6.4. Grandes nombres y cabeceras del periodo	45
7. El periodismo alcanza su mayoría de edad: el Sexenio Democrático (1868-1874)	47
7.1. La Revolución de 1868 y la explosión de la prensa libre	47
7.2. Cuando la prensa gobierna: el poder de la opinión pública en la política	48

- 7.3. Voces de cambio: periódicos y periodistas en el Sexenio.....48
- 8. El periodismo que sentó las bases de la España contemporánea.....49

Cap. 3. DE OFICIO A PROFESIÓN: LA EDAD DE ORO QUE FORJÓ LA MODERNIDAD

INFORMATIVA (1874-1930).....51

- 1. Introducción: periodismo de oro en la España de la Restauración51
 - 1.1. La Restauración como contexto.....51
 - 1.2. Impacto de la estabilidad canovista en la prensa52
 - 1.3. El papel de la prensa como cuarto poder emergente52
- 2. El marco legal y la libertad de prensa53
 - 2.1. La Ley de Policía de Imprenta de 1883 y su impacto en la prensa53
 - 2.2. Censura y control gubernamental55
- 3. La conquista de los lectores: el nacimiento de la prensa de masas en España56
 - 3.1. ¿Qué hizo posible el periodismo moderno?56
 - 3.2. La noticia como misión. Fondo y forma de la nueva prensa informativa.....58
 - 3.3. Evolución de los formatos: del protagonismo de la política al de la imagen59
- 4. El periodismo como negocio: los nuevos modelos empresariales60
 - 4.1. Nacimiento y consolidación de grandes diarios.....61
 - 4.2. Las agencias de noticias y su influencia en la prensa española65
- 5. El origen del sensacionalismo en España: el crimen de la calle Fuencarral68
 - 5.1. Contexto y repercusión mediática del crimen.....68
 - 5.2. La división de la prensa entre “sensatos” e “insensatos”69
 - 5.3. La explotación de los sucesos y el impacto en la opinión pública70
- 6. Guerras, atentados y enfrentamientos: cuando el periodismo tuvo que contar grandes conflictos71
 - 6.1. La Guerra de Cuba y la prensa belicista (1895-1898).....71
 - 6.2. La primera exclusiva gráfica: el atentado de la boda real75
 - 6.3. El periodismo en la Guerra de Marruecos: corresponsales, fotografía y opinión pública77
 - 6.4. La prensa y la Semana Trágica de 1909: el papel de los diarios en la crisis política78
 - 6.5. La Gran Guerra y la prensa española: aliadófilos versus germanófilos81
- 7. El auge de la prensa obrera y de izquierdas: la emergencia de un periodismo alternativo al servicio del cambio social84
 - 7.1. *El Socialista*: identidad, militancia y pedagogía.....84
 - 7.2. La prensa anarquista: diversidad, represión y radicalidad85
 - 7.3. Prensa regionalista y nacionalista: la voz de las periferias86
- 8. El periodismo durante la dictadura de Primo de Rivera (1923-1930): tiempos de censura que vieron nacer a la radio87
 - 8.1. Y llegó la dictadura: control y censura previa87
 - 8.2. El nacimiento de la radio en España: el medio que llegó para quedarse89

Cap. 4. DE LAS URNAS A LAS TRINCHERAS. PERIODISTAS Y MEDIOS ANTE

LA II REPÚBLICA Y LA GUERRA CIVIL (1930-1939).....95

- 1. Una difícil democracia, un periodismo polarizado. De Berenguer a la II República (1930-1936).....95
 - 1.1. El “error Berenguer” y el interludio monárquico de *El Sol*95

1.2. Libertad constitucional y suspensiones de periódicos en la Segunda República. Contradicciones del bienio progresista	96
1.3. Retroceso a la censura previa. La prensa durante el bienio radical-cedista....	101
1.4. El dominio de Unión Radio, la red de emisoras de la República	104
1.5. Al borde del abismo. Prensa y radio durante el gobierno del Frente Popular.....	106
2. A la orden de frente: prensa, radio y Guerra Civil (1936-1939)	108
2.1. Los periódicos en guerra. Incautaciones y clausuras.....	108
2.2. Dos sistemas de medios: control franquista versus diversidad republicana.....	110
2.3. EFE, la agencia de los sublevados en busca del monopolio informativo.....	112
2.4. Las crónicas al extranjero y el auge del fotoperiodismo.....	113
2.5. La radio como arma de propaganda. Nacimiento de RNE	114
Cap. 5. AL SERVICIO DE LA DICTADURA. PERIODISMO Y MEDIOS EN EL FRANQUISMO (1939-1975)	117
1. Prensa y periodismo en el primer franquismo. Pase sin lo tachado.....	117
1.1. Invalidades para ejercer. Depuración y exilio de periodistas	117
1.2. Ley de guerra para tiempos de represión. Carnet, censura y consignas	119
1.3. Los medios ante el partido único. La Cadena del Movimiento en la estructura de prensa del franquismo	122
2. Prensa y periodismo en el segundo franquismo. Ligera apertura, mismo fin.....	125
2.1. La Ley Fraga: distintos mecanismos, similares límites	125
2.2. Desafío al régimen: el caso del diario <i>Madrid</i>	127
2.3. Panorama de la prensa diaria. El éxito de <i>Pueblo</i>	128
2.4. El florecimiento de la prensa no diaria. “Parlamento de papel”	130
3. La radio en dictadura. Evasión y victoria	134
3.1. RNE y el monopolio informativo del “parte”	134
3.2. Entretenimiento con mensaje en la “edad dorada” de las ondas	135
3.3. Estructura del dial. Emisoras legales y clandestinas.....	137
4. El No-Do. Información y propaganda a través del cine.....	138
4.1. El séptimo arte, del documental al panfleto audiovisual	138
4.2. Noticiario Cinematográfico Español: la verdad del régimen en pantalla grande	139
5. La televisión, la nueva estrella de la casa	140
5.1. Orígenes y primeros pasos de Televisión Española (TVE)	140
5.2. Eclosión por duplicado. Entretenimiento, influencia y Segunda Cadena.....	142
5.3. Reportajes inconformistas. El fenómeno <i>Informe Semanal</i>	143
Cap. 6. LOS MEDIOS EN LA TRANSICIÓN POLÍTICA Y EN LA DEMOCRACIA (1975-1990)	145
1. El periodismo durante el cambio político. Un nuevo paradigma tras la dictadura (1975-1982).....	145
1.1. La prensa de la Transición. Aventuras y desventuras de las nuevas y viejas publicaciones.....	147
1.2. Normas, límites y aperturas en la prensa democrática	152
1.3. La radio: del adiós al “parte” a la noche de los transistores.....	153
1.4. Una televisión por y para la democracia	157
2. Breviario de una “mediamorfosis”. El periodismo español en los años 80 (1982-1989).....	164

- 2.1. Camino a la concentración. Las dificultades de la prensa en papel y el inicio de las empresas multimedia 166
- 2.2. La radio: expansión y competencia..... 168
- 2.3. Televisión y democracia en los ochenta. Una década prodigiosa 172

Cap. 7. DEL ANALÓGICO AL DIGITAL: TRANSFORMACIÓN Y DESAFÍOS DEL PERIODISMO CONTEMPORÁNEO (1990-2020) 177

- 1. Entre el auge y la fragmentación: los medios a las puertas del siglo XXI (1990-2000)..... 177
 - 1.1. Un nuevo *Mundo* para los lectores 178
 - 1.2. El mensajero incómodo: Anson y el nacimiento de *La Razón* 181
 - 1.3. Concesiones, “antenicidios” y controversias. El desafío del sector radiofónico español en la década de los 90 183
 - 1.4. Pluralismo en pantalla: el surgimiento de las cadenas privadas..... 186
 - 1.5. La política en clave de *show*. El infoentretenimiento en tiempos de transformación mediática..... 192
- 2. Cuando todo cambió: la revolución digital en los medios (2000-2020) 195
 - 2.1. Pioneros en la red. La prensa descubre Internet 197
 - 2.2. La radio perdió la antena. Del transistor al pódcast..... 204
 - 2.3. Y llegó el fin... del mando a distancia. El apagón analógico y la instauración de una televisión bajo demanda 210
 - 2.4. El espectador se reinventa. Reajustes en las formas de consumo audiovisual..... 217

Epílogo. PERIODISMO EN PANDEMIA: HUELLA Y HERIDA 219

Recursos..... 223

Bibliografía..... 225

Material complementario..... 239

INTRODUCCIÓN

El periodismo no nace con un periódico ni puede encerrarse en una fecha concreta. Surge mucho antes, cuando el deseo de saber qué sucede se convierte en una necesidad social persistente y compartida. Desde los primeros impresos informativos de la Edad Moderna hasta los sistemas mediáticos contemporáneos, informar ha sido una forma de comprender el mundo, de intervenir en él y de organizar la vida colectiva. Este manual parte de esa convicción: la historia del periodismo solo puede entenderse como un proceso largo, atravesado por transformaciones políticas, avances técnicos y disputas ideológicas que condicionan qué se informa, quién puede hacerlo y con qué límites.

El libro que tiene en sus manos se abre así con una mirada a los orígenes. Una mirada que se remonta a los siglos XVII y XVIII, cuando las relaciones, las gazetas y los primeros papeles periódicos comenzaron a responder a una demanda creciente de información regular. En ese contexto, marcado por el control del poder y por el impulso de la Ilustración, la prensa se concibe como instrumento de educación y reforma, aunque siga dirigida a minorías alfabetizadas. La redefinición de la función de la palabra impresa, al calor de ese pensamiento ilustrado, impulsa proyectos pioneros y perfila los primeros modelos del oficio, al tiempo que se fija un marco de censura y privilegios que acompaña al periodismo desde su nacimiento.

El estallido revolucionario de finales del siglo XVIII y la crisis del Antiguo Régimen abrieron luego un nuevo escenario. Entre 1808 y 1874, la prensa se convierte en un actor político central e interviene activamente —no sin conflictos— en la construcción de la nación liberal. Guerra, constitucionalismo, absolutismo, liberalismo y Sexenio Democrático configuran un siglo XIX marcado por ciclos de libertad y represión, de explosión informativa y silencio impuesto. En estas décadas nace la opinión pública, se consolida el periodismo político y se afianza el ejercicio periodístico como actividad profesional, mientras la libertad de imprenta se disputa en el terreno legal, ideológico y social.

Con la llegada de la Restauración, el ámbito de la información entra en una fase de mayor estabilidad estructural. Desde finales del siglo XIX hasta las

primeras décadas del XX, la prensa se integra en la vida cotidiana como industria cultural, amplía su público y diversifica géneros y formatos. Es el tiempo de la prensa de masas, de la consolidación empresarial y de una influencia creciente sobre la sociedad, pero también de nuevas dependencias económicas, sucesos bélicos y episodios de conflictividad —como el Desastre de 1898, la Guerra de Marruecos, la Primera Guerra Mundial o la Semana Trágica— y de una relación cada vez más compleja con el poder político, que desembocará, tiempo después, en la breve y convulsa democracia de la Segunda República.

Las tensiones de una Europa radicalizada y de una España polarizada impactarán en 1936 con el estallido de la Guerra Civil, que convertirá al periodismo en un mero instrumento de propaganda durante tres cruentos años. El periodo que se abre en 1939 impone una ruptura profunda en el sistema informativo. Durante la dictadura franquista, el periodismo queda sometido a una censura institucionalizada y transformándose en un instrumento al servicio del régimen, aunque no sin fisuras ni espacios de ambigüedad. Fueron casi cuarenta años de vigilancia y control ideológico que acabaron configurando un panorama mediático fuertemente intervenido, cuyas inercias no desaparecerán de inmediato. La recuperación paulatina de las libertades a partir de 1975 inaugura un nuevo ciclo: el de la reconstrucción democrática del entramado periodístico, la redefinición de las rutinas profesionales y la aparición de un periodismo plural que vuelve a situarse en el centro del debate público.

El recorrido culmina con el análisis de las transformaciones más recientes, desde la década de 1990 hasta la actualidad. La digitalización, la crisis de los modelos económicos tradicionales y la irrupción de nuevas formas de consumo informativo —como el auge del pódcast, el vídeo bajo demanda o los formatos nativos digitales— alteran profundamente el ejercicio del periodismo. La pandemia actuó como un episodio revelador de estas tensiones, poniendo de manifiesto tanto la centralidad social de los medios en contextos de incertidumbre como sus fragilidades estructurales. Punto y final, por el momento, a una secuencia que permite entender los desafíos actuales de la profesión a la luz de su evolución histórica.

Entre esos grandes procesos desfilan cabeceras, proyectos editoriales y figuras clave: las primeras publicaciones oficiales, los diarios políticos del siglo XIX, las revistas y semanarios, las agencias de noticias, el noticiario cinematográfico, la radio, la televisión o los medios surgidos de Internet son algunos de

los referentes que articulan este recorrido. También programas, espacios de entretenimiento, información y debate, y periodistas, hombres y mujeres, que permiten reconstruir las prácticas profesionales, los lenguajes informativos y el lugar del periodismo en cada momento. Para ello, este trabajo se apoya en una amplia variedad de materiales —prensa escrita, emisiones radiofónicas, contenidos televisivos y producciones digitales— que sirven para situar al público lector ante las prácticas reales del periodismo y su evolución en contextos históricos concretos.

Organizado en siete capítulos, articulados en torno a los principales periodos de ruptura y transformación del sistema informativo español, el libro ha sido concebido con una doble vocación: ofrecer un recorrido histórico riguroso y accesible por la evolución del periodismo en España y proporcionar herramientas interpretativas para comprender su función social en las diferentes etapas. Pensado para cualquier persona interesada en la historia y el periodismo, estudiantes o docentes de historia del periodismo, este libro aspira a servir tanto como obra de referencia como punto de partida para una reflexión crítica sobre el papel de los medios en la sociedad actual. A partir de aquí, el lector podrá recorrer los principales hitos de esa construcción histórica y entender cómo cada uno de ellos contribuyó a definir el periodismo —y, si se permite, el propio mundo— que hoy conocemos.

Cap. 1. Los primeros pasos del periodismo: la historia de cómo empezó todo

1. CUANDO EL QUERER SABER QUÉ SUCEDE HACE NACER AL PERIODISMO

¿Qué día, en qué momento o dónde nace el periodismo? Más allá de fechas o hitos, su origen está ligado a una necesidad muy antigua: la de querer comprender lo que ocurre y compartirlo. Antes de que existieran los periódicos, tal y como hoy los entendemos, ya circulaban noticias, crónicas y relatos que intentaban dar forma a lo que pasaba. Este primer capítulo se centra pues en ese tránsito lento que convirtió el deseo de saber qué está sucediendo en hábito impreso, desde los primeros folletos informativos de la Edad Moderna hasta la consolidación de una prensa ilustrada, pasando por las Relaciones, las Gazetas y los mecanismos de control ideológico que condicionaron su desarrollo.

Las ideas reformistas, el control del poder, los lectores y los primeros “diaristas” dibujan un contexto en el que la información en soporte escrito empezó a adquirir un papel cada vez más definido. Algunos casos —como *El Diario Noticioso*, *La Pensadora Gaditana* o *El Censor*— nos ayudarán a entender cómo, entre tensiones y ambiciones, se fue moldeando una profesión que aún no tenía nombre, pero ya tenía intención.

De esta manera, las siguientes páginas proponen una reflexión sobre cómo y por qué surgió la necesidad social de narrar lo que ocurre, y sobre el modo en que esa necesidad comenzó a adoptar una forma impresa, organizada y con propósitos definidos. Nos aproximaremos a los orígenes del periodismo en España, cuyos primeros desarrollos pueden situarse en el siglo XVIII, pero cuya comprensión exige mirar más atrás para identificar el germen que hizo posible su nacimiento: el impacto revolucionario de la invención de la imprenta, la formación de los Estados modernos europeos y los descubrimientos geográficos.

Estos procesos transformaron las estructuras políticas, culturales y cognitivas de la sociedad, alimentando una creciente necesidad de información, que se materializó primero en diversas expresiones de comunicación escrita. Sin

embargo, será la Ilustración, con su interés por instruir y mejorar la sociedad, la que pondrá las bases para el nacimiento de los primeros periódicos y del oficio de informar. La Ilustración redefinió la información como instrumento de formación pública y debate social, situando la palabra impresa al servicio de explicar, interpretar y educar. A partir de ahí, nos adentraremos en las primeras experiencias de la prensa periódica, destacando la finalidad ilustrada de esta actividad y deteniéndonos en publicaciones pioneras, convertidas en fundamentales para comprender el sentido original de la comunicación pública como servicio a la sociedad y como herramienta de modernización cultural.

2. LA PREHISTORIA DE ESTA HISTORIA

Toda historia tiene un comienzo. Un momento en el que el devenir de los acontecimientos cambia y termina por generar el inicio de algo. El periodismo no nace un día en concreto y si quisiéramos poner fecha a esa primera vez o dar un nombre a quien lo creó es muy probable que acabásemos equivocándonos o incurriendo en inexactitudes. No obstante, sí hay un contexto histórico en el que el mundo de Occidente dejó de ser tan pequeño y en el que la información sobre lo desconocido y sobre lo nuevo por conocer empezó a cobrar aún más valor. Estamos hablando de la denominada Baja Edad Media y los inicios de la Edad Moderna (en torno a los siglos XIV y XV).

En ese periodo, los descubrimientos geográficos ofrecieron nuevos mundos por conocer y dominar. Unido a ello, surgieron rutas comerciales y se desarrollaron mercados que conectaban territorios y poderes diversos, generando la necesidad de contar con información que facilitase el éxito de las actividades económicas. Los numerosos conflictos bélicos en los países europeos y el nacimiento de los Estados contribuyeron también a reforzar el valor del conocimiento de lo que sucedía, haciendo imprescindible disponer de información actualizada sobre los acontecimientos. Otra cuestión es qué se entendía por “actualidad”, algo que, como veremos, fue evolucionando con el tiempo.

Esa necesidad de información, de la mano de las innovaciones tecnológicas del momento —como la imprenta de Johannes Gutenberg, inventada a mediados del siglo XV y que tardó casi tres décadas en llegar a España—, hizo posible el nacimiento de los primeros antepasados de los periódicos. Comenzaron así a circular diferentes impresos informativos tales como cartas-diarios, los avisos con información de las Cortes o las relaciones de precios, y que podemos clasificar en dos tipos:

- Ocasionales: publicaciones eventuales que narraban un único hecho por su carácter relevante o excepcional, como la toma de Granada o la expulsión de los judíos de España, en no más de ocho páginas de pequeño tamaño (unos 15x10 cm).
- Relaciones: impresos anónimos con título extenso en los que se recopilaban episodios de relevancia política, social o religiosa y con repercusión nacional o internacional (noticias de la Corte, guerras, catástrofes...). Sin periodicidad alguna, de unas cuatro páginas de extensión y de pequeño tamaño (20x15 cm o 15x10 cm).

A medida que estas publicaciones fueron ganando presencia y frecuencia, despertaron interés entre los lectores, pero también recelo entre quienes ostentaban el poder. La censura, ejercida tanto por la Iglesia como por la autoridad civil, se convirtió pronto en una figura clave en estos primeros pasos del periodismo, que empezaba a dar señales de su capacidad para influir en la vida pública. Las instituciones mostraron un interés muy temprano por fiscalizar aquellas publicaciones exitosas, al ser conscientes de su alcance y, al mismo tiempo, de la utilidad política que podían tener si se controlaban y dirigían adecuadamente.

3. Y LLEGARON LOS PRIMEROS “PERIÓDICOS”

Años después de su popularización en Italia, Inglaterra o Alemania, en el siglo XVII comenzaron también a publicarse en España las conocidas como Gazetas. Las consideramos los primeros “periódicos”, pues nacieron con vocación de serlo: su objetivo era ofrecer, bajo una cabecera estable, información sobre temas diversos con periodicidad regular, un estilo reconocible y un claro fin de divulgación de las noticias acontecidas. Tuvieron una regularidad mensual, de unas cuatro páginas, del tamaño de una cuartilla (aún queda mucho para que estos “periódicos” dejen de parecer, en cuanto al diseño, pequeños libros) y con noticias variadas separadas las unas de las otras por el lugar donde se había producido dicha información y la fecha.

Suele considerarse la primera de ellas *la Gazeta vinguda a esta ciutat de Barcelona*, publicada en 1641 por Jaume Romeu. Y si estamos lejos de hablar de auténticos periódicos, también lo estamos del nacimiento de corresponsalías. Así que esta publicación se dedicaba a recopilar, traducir y editar las noticias aparecidas en otras Gazetas del extranjero, sin salir del país en ningún momento para recabar información. No obstante, ya suponía un primer intento de informar sobre lo que ocurría

fuera de nuestras fronteras. Tras esta iniciativa, comenzaron a publicarse otras en las principales ciudades del territorio nacional, donde se concentraba la actividad de la Corte o las acciones comerciales. Es importante tener en cuenta, cuando hablamos de estas etapas históricas, que tales publicaciones se dirigían a un reducido público, un pequeño círculo de hombres y, en menor número, de mujeres que sabía leer y que contaba con los recursos necesarios para acceder a ellas.

De todas las Gazetas que vieron la luz esos años destaca la conocida como *Gazeta de Madrid*. En su primer número dejó claro que su origen estaba muy unido a las pioneras Relaciones. El título con el que salió a la calle en 1661 fue *Relación o Gazeta de algunos casos particulares así políticos como militares, sucedidos en la mayor parte del mundo hasta fin de diciembre de 1660*. Su nacimiento daba origen a una publicación con el objetivo de noticiar contenidos propios y continuar en el tiempo periódicamente “ya que no cada semana, por lo menos cada mes”.

La *Gazeta de Madrid* surgió como un proyecto personal del influyente político y militar Juan José de Austria, uno de los muchos hijos ilegítimos de Felipe IV. Tuvo una clara finalidad propagandística, impulsada por su secretario, Francisco Fabro Bremundán, que en términos actuales desempeñaría el papel de jefe de prensa. Fue él quien convirtió estas páginas en un instrumento de comunicación política al servicio de la carrera del militar. Un ejemplo evidente de periodismo aliado del poder.

Bajo el título inicial de *Gazeta nueva de los sucesos políticos y militares de la mayor parte de Europa*, informaba sobre los principales acontecimientos en las cortes europeas. Lo hacía a partir de lo que publicaban otras Gazetas extranjeras, pero siempre, o al menos siempre que era posible, poniendo en primer plano las acciones de Juan José de Austria. El objetivo era proyectar una imagen favorable de este “hombre político” e influir en sus lectores, un selecto grupo de cortesanos vinculados al poder.

En el reinado de Carlos II, nuestro ambicioso hombre político fue nombrado valido y el periódico que estaba a su servicio pasó a llamarse *Gazeta de Madrid*. Amplió el contenido de sus noticias nacionales y se convirtió en un instrumento directo de propaganda para la monarquía. Posteriormente, en una segunda etapa, pasó a ser un medio de comunicación oficial de la Corona, con el privilegio de publicar las disposiciones reales y dar visibilidad a los protagonistas del gobierno. Con el tiempo, esa oficialidad no hizo más que reforzarse, hasta que en el siglo XX la publicación terminó convirtiéndose en el actual *Boletín Oficial del Estado*.

4. LA PRENSA PARA EL PUEBLO PERO SIN EL PUEBLO

El siglo XVIII, con el pensamiento ilustrado de la mano, marcó en gran parte de Europa el comienzo de un cambio que acarrearía el fin del conocido como Antiguo Régimen. El Siglo de las Luces introdujo en España una visión renovada de la organización del Estado, la vida colectiva y el conocimiento. La filosofía ilustrada defendía la importancia de la formación y la divulgación cultural, repudiaba la base medieval —y la distribución en estamentos— de la sociedad y la economía, demandaba derechos y libertades y perseguía el progreso a través de la educación.

Esta nueva mentalidad encontró en los papeles periódicos un vehículo eficaz para difundir sus principios y promover el cambio. Los ilustrados —una élite muy reducida de mujeres y hombres con acceso al conocimiento y los recursos necesarios para impulsar proyectos editoriales— convirtieron estas publicaciones en un instrumento al servicio del progreso. Su objetivo prioritario era modernizar el país a través de reformas económicas, políticas y culturales. Para ello, recurrieron a la prensa como herramienta de difusión y educación social, al menos entre sus lectores. Todo esto se hizo con el respaldo de la monarquía: los Borbones, como sus predecesores, siguieron regulando la prensa mediante licencias de publicación y censura previa, al tiempo que apoyaban a esa élite reformista frente a las resistencias al cambio.

La Iglesia, en cambio, fue perdiendo progresivamente su capacidad de fiscalizar este tipo de publicaciones. Esto se debió a que la Corona asumió con rapidez un papel más activo y construyó un entramado legal cada vez más complejo para controlar lo que ya se había convertido en un agente de influencia política y social. En paralelo a este impulso, aseguró también el control de la información nacional e internacional a través de dos medios de carácter oficial: la *Gazeta de Madrid*, que ya conocemos, encargada de recoger las noticias del ámbito español, y el *Mercurio Histórico y Político*, heredero del espíritu informativo europeo, que recopilaba y traducía lo publicado en el extranjero.

Así, el marco legal que vio nacer a los primeros periodistas —que se autodenominaban “diaristas”— se articulaba en torno a un sistema de control claramente establecido. La monarquía se reservaba el privilegio de autorizar la impresión de publicaciones periódicas sobre temas de Estado, delegando la gestión de ese permiso en el llamado Juzgado de Imprentas, un órgano dependiente de la administración real encargado de supervisar todo lo relativo a la impresión:

desde conceder licencias hasta nombrar a los censores responsables. Por su parte, el Tribunal de la Inquisición intervenía en aquellos casos en los que algún lector presentaba una denuncia por considerar que el contenido atentaba contra la religión o la moral. El Consejo de Castilla, en otro nivel, mantuvo durante esta etapa su competencia sobre los libros —que legalmente se diferenciaban de los papeles periódicos únicamente por superar las cuatro o seis páginas—, pero dejó de tener un papel activo en la prensa.

5. LOS PROYECTOS PIONEROS

Los periódicos que contaban con una mayor tirada y número de lectores, además de que se encontraban a mano en las bibliotecas o sociedades, fueron los de carácter informativo. Con tiradas que podían llegar a los 7.000 o 10.000 ejemplares, se distribuían por toda España, llegando incluso a la América española gracias a un servicio de correos modernizado. Esas cifras hay que interpretarlas en un contexto donde el número de lectores no correspondía de manera exacta a las ventas, pues además de las suscripciones (mayoritarias frente a las ventas diarias), estas publicaciones solían encontrarse en lugares públicos y eran leídas por más de una persona. Las tertulias, los cafés, los clubes... se convirtieron en puntos de encuentro para la lectura de los periódicos —muchas veces realizada de manera colectiva— que terminaba generando conversaciones y debates y, en consecuencia, ampliando el impacto de lo publicado.

Además de los periódicos de información general y de carácter oficial de los que ya hemos hablado —la *Gazeta de Madrid* y el *Mercurio Histórico y Político*—, surgieron también publicaciones de proyección local como el *Diario de Madrid*. Junto a la prensa informativa, de carácter oficial mayoritariamente, el siglo XVIII contó, como veremos a continuación, con otros ejemplos que enriquecieron el panorama periodístico.

5.1. *Diario de los literatos*: el nacimiento del periodismo cultural

El Siglo de las Luces vio nacer en 1739 una cabecera que trajo a España un nuevo modelo de prensa que se había puesto en marcha ya en muchos otros países europeos (el pionero Francia, en 1665, con el *Journal des Savants*): los periódicos cultos o eruditos. Se trataba del *Diario de los Literatos de España*, cuyo éxito animó a otras personas a poner en marcha iniciativas similares, impulsando así el concepto de prensa como espacio de discusión pública. El nombre de esta cabecera puede llevarnos a

engaño, porque ni era diario —su periodicidad era trimestral—, ni era una publicación al estilo de un suplemento cultural actual. El término “literatura” en aquel momento era mucho más extenso, de tal forma que en sus ediciones incluía textos sobre ciencias, filosofía, novelas... Es decir, *Diario de los Literatos* acercaba a los lectores las novedades del ámbito de las ciencias y las letras.

El proyecto fue impulsado por tres eclesiásticos de pensamiento ilustrado —como solía ocurrir en este tipo de iniciativas— y contó con la participación de diversos colaboradores, en su mayoría anónimos. En sus páginas se publicaban críticas de libros recién aparecidos, aunque también había reseñas literarias, y predominaban los títulos sobre ciencia o religión. Al tratarse de una experiencia pionera en el ámbito de la crítica, sus responsables tuvieron que enfrentarse al rechazo de muchos autores, poco acostumbrados a que unos “periodistas” se considerasen con autoridad para juzgar sus obras. Y he aquí el desenlace: el tono polémico de algunos artículos y el creciente número de detractores terminaron por precipitar el cierre de la publicación.

5.2. *Diario Noticioso* o el espíritu periodístico de Nipho

Hay quien ha llegado a definir los años que transcurren entre 1750 y 1770 como la primera “Edad de Oro del periodismo español”. La expresión puede ser matizable, pero en buena medida se sostiene por una figura clave: el impacto que tuvo en la historia la existencia de Francisco Sebastián Manuel Mariano Nipho y Cajigal. Conocido como Mariano Nipho, fue el creador y redactor de más de veinte proyectos periodísticos que llegaron a tocar los diferentes géneros que circulaban en la prensa de aquella época. Por su manera de entender el papel de los periódicos, por las innovaciones que puso en marcha en ellos y por su aportación al concepto de periodismo tal y como le entendemos en la actualidad, se le considera el padre del periodismo moderno español.

Como buen ilustrado, Nipho tenía un gran interés en difundir la cultura y el saber y pensaba que los papeles periódicos eran de gran utilidad para llegar a ese público menos culto o menos interesado por la formación y los libros. Como “diarista”, entendía que tenía una responsabilidad moral y educadora de cara a la sociedad y que sus publicaciones debían contribuir al progreso del país y al saneamiento de la economía. Entendió como pocos que un periódico era algo diferente a un libro, por mucho que su diseño en estas etapas fundacionales apenas los diferenciase. El público al que iba dirigido un diario no era el mismo que al que iba destinado un libro y ni el contenido ni la manera de exponerlo debían ser los mismos.

Frente a la periodicidad con la que se editaban otros medios, Nipho defendió que la prensa debía publicarse a diario. La utilidad de un papel periódico estaba en ofrecer actualidad pues, si la información que se daba no era la del día anterior, ¿qué utilidad tendría? Ese afán por impulsar la prensa diaria le llegó, especialmente, de su interés por incluir información comercial y anuncios, con los que lograba ingresos que financiaban su publicación. Si un comerciante compraba su periódico, necesitaba que esos datos estuviesen actualizados, de otra manera no le serían útiles. Fue precisamente ese espíritu innovador lo que le llevó a sacar los periódicos de las librerías y de las peluquerías, apostando por su venta en las calles.

De todos los proyectos que puso en marcha cabe destacar su primera producción: el *Diario Noticioso, curioso, erudito y comercial, público y económico*. Nacido en 1758, se convirtió en el primer diario español, alcanzando un éxito rotundo al saber combinar como nadie la información, la erudición y la publicidad. Sus inquietudes diversas le llevaron a probar todo tipo de estilos periodísticos. Con una finalidad pedagógica, hizo uso de la sátira y la crítica social, y desarrolló un ejemplo de la conocida como prensa polémica con *El Correo de los Ciegos*.

A esta trayectoria se sumaron otras iniciativas igualmente reveladoras de su versatilidad. Entre ellas, *Caxón de sastre o montón de muchas cosas, buenas, mejores y medianas, útiles, graciosas y modestas para ahuyentar al ocio sin las rigideces del trabajo, antes bien a caricias del gusto*, una recopilación de textos inéditos de autores españoles antiguos, publicada en entregas semanales de dos pliegos entre 1760 y 1761. También destacan *El Duende especulativo*, periódico de corte moral inspirado en las publicaciones críticas europeas, y *La Estafeta de Londres*, centrado en ofrecer una mirada sobre la sociedad inglesa de 1762.

5.3. El éxito del periodismo crítico y reflexivo

Durante la segunda mitad del siglo XVIII, en un contexto en el que la Ilustración ganaba terreno en Europa, la prensa española experimentó un auge de publicaciones con un marcado carácter crítico y reformista. Inspirados en modelos europeos como *The Spectator* en Inglaterra, surgieron en España periódicos que buscaban analizar y cuestionar las costumbres, las instituciones y la estructura social del momento. Entre los pioneros cabe destacar *El Duende Crítico de Madrid*, un periódico manuscrito satírico y clandestino que circuló semanalmente cada jueves entre 1735 y 1736.

Su autor, escondido bajo el seudónimo del “Duende” —probablemente el carmelita descalzo Manuel de San José—, exponía con un tono mordaz y crítico los entresijos de la administración borbónica, cuestionaba el gobierno de Felipe V y ridiculizaba a sus protagonistas a través de sátiras en verso y en prosa. Su circulación clandestina en la Corte y en círculos ilustrados convirtió a esta publicación en un fenómeno de la época, siendo motivo de preocupación tanto para el Consejo de Castilla como para la Inquisición, que persiguió su difusión y condenó su contenido por ser subversivo y políticamente peligroso.

Más allá de su impacto inmediato, *El Duende Crítico de Madrid* sentó un precedente en la historia del periodismo satírico. Su difusión manuscrita y anónima permitió que las críticas políticas escaparan temporalmente del control oficial, continuando en copias clandestinas durante décadas —e incluso en el extranjero—, y consolidando el legado de *El Duende* como un modelo de crítica al poder y una muestra del potencial de la prensa como herramienta de oposición.

Posteriormente, otro de los ejemplos más destacados de esta corriente fue *El Pensador*, dirigido por José Clavijo y Fajardo. Su objetivo era ofrecer reflexiones sobre la vida social y cultural de su tiempo, denunciando vicios y proponiendo mejoras en distintos ámbitos. A pesar de su tono didáctico y satírico, su postura crítica generó tanto adhesiones como rechazos, lo que evidencia su impacto en el debate intelectual del siglo XVIII. En respuesta a la visión de *El Pensador*, que a menudo incluía comentarios sobre la condición de las mujeres desde una óptica misógina, emergió *La Pensadora Gaditana*.

Esta publicación semanal innovadora estuvo en circulación durante un año hasta julio de 1764. Sus “pensamientos” ofrecían una perspectiva femenina y reformista amén del buen juicio de su autora, Beatriz Cienfuegos, que adoptó un tono audaz y reivindicativo, defendiendo la participación de las mujeres en la esfera intelectual y criticando las restricciones impuestas a sus derechos, educación y desarrollo personal. En este sentido, su trabajo representó un hito en la evolución del pensamiento feminista en la prensa española. Además, el éxito de Cienfuegos llevó al nacimiento de otras publicaciones periódicas como *La Pensatriz salmantina* (1777) de Escolástica Hurtado Girón y Silva de Pico, que estaba dirigida a las mujeres y reproducía con sus textos el tono reivindicativo de los “pensamientos” de la gaditana. Por otro lado, *El Censor*, de Luis García de Cañuelo, publicado entre 1781 y 1787, se convirtió en un referente del periodismo de crítica social y política. Con la participación de destacados ilustrados como Jovellanos, Samaniego o Meléndez Valdés, esta publicación abordaba cuestiones de gran calado, desde la necesidad de reformas en la administración pública hasta la mejora de la

educación y la moral social. A pesar de la censura y de las interrupciones que sufrió por su contenido desafiante, *El Censor* consolidó la idea de la prensa como un instrumento clave para la transformación de la sociedad.

Otro ejemplo más dentro de esta corriente crítica fue *El Duende Especulativo* de Nipho. Se trató de una publicación que, al igual que los otros títulos de los que hemos hablado, utilizó la sátira y el análisis para abordar las problemáticas de su tiempo. Este periódico se centraba en examinar, con un tono irónico y agudo, diversos aspectos de la sociedad española, desde la política hasta las costumbres cotidianas. Su estilo especulativo y su enfoque ingenioso lo convirtieron en una voz singular dentro de la prensa crítica del siglo XVIII, contribuyendo a enriquecer el debate ilustrado con una visión aguda y reflexiva.

En conjunto, estos periódicos no solo reflejaron la efervescencia intelectual del siglo XVIII. También demostraron cómo la prensa comenzaba a consolidarse como un instrumento al servicio del pensamiento crítico. A través de sus páginas, temas antes reservados al debate erudito o al discurso político encontraron un canal de expresión más amplio, capaz de conectar con una audiencia diversa. De este modo, sentaron un precedente duradero en la historia del periodismo, anticipando formas de análisis y confrontación ideológica que cobrarían fuerza en siglos posteriores.

5.4. *Diario Pinciano*: un modelo de prensa local ilustrada

Si bien la mayoría de los periódicos ilustrados surgieron en contextos más visibles y conectados con los grandes centros de poder, también hubo iniciativas locales que supieron canalizar ese mismo espíritu reformista. *El Diario Pinciano*, fundado en 1787 en Valladolid, es un ejemplo significativo del auge de la prensa local en la España ilustrada. José Mariano Beristain, un clérigo de origen mexicano con un firme compromiso con la educación y el progreso, fue su creador y logró que esta publicación se convirtiera en una plataforma clave para la difusión de ideas reformistas. A diferencia de otros periódicos de la época, el *Diario Pinciano* tenía una clara vocación local y sus contenidos abarcaban desde noticias políticas y económicas hasta artículos de divulgación cultural y científica, con un fuerte énfasis en la educación y la modernización de la sociedad. Con ello, reflejaba las aspiraciones ilustradas de utilizar la prensa como un medio para informar, educar y fomentar el desarrollo intelectual de sus lectores.

Su finalidad y su enfoque quedaron perfectamente definidos desde el primer número gracias a la publicación de su “Plan”. En él se exponían las

intenciones del periódico, los asuntos que pensaba abordar, las condiciones de suscripción y la frecuencia de salida, fijada para los miércoles. Era habitual que las primeras cabeceras acompañaran su lanzamiento con este tipo de presentación, destinada a explicar a los lectores la razón de ser del proyecto y qué podían esperar de él.

El *Diario Pinciano* representó una evolución debido a su enfoque plural y educativo. Aquello lo convirtió en una referencia dentro de la prensa ilustrada, haciendo que su desarrollo evidenciase la creciente importancia de los periódicos en la construcción de una opinión pública informada. Aunque se mantuvo en circulación poco más de un año, su legado perduró en la evolución del periodismo local y en la consolidación de una prensa más accesible y comprometida con la realidad más próxima a los lectores.

6. LA REVOLUCIÓN QUE TODO LO CAMBIÓ

La irrupción de la Revolución Francesa (1789) provocó la reacción del recién coronado rey Carlos IV, y con ella el aislamiento con el país vecino y la separación con los intelectuales ilustrados. De pronto, aquellos principios que promovían el progreso, el conocimiento y la superación del oscurantismo empezaron a percibirse como una amenaza. Los sectores contrarios a las reformas sintieron que los acontecimientos les daban la razón. Al mismo tiempo, algunos ilustrados adoptaron una actitud temerosa y renegaron de los valores que habían llevado a Francia al estallido revolucionario, mientras otros optaron por radicalizar su posición y abrazaron sin ambigüedades la causa revolucionaria.

Las publicaciones oficiales como la *Gazeta* y *El Mercurio* apenas informaron de lo sucedido. Cuando lo hicieron fue de forma escueta, con el objetivo de ocultar en España la tensión que crecía en tierras vecinas. Ningún otro periódico tenía licencia para publicar información extranjera y, por si esta lograba filtrarse, se impuso un “cordón sanitario” que impedía la entrada de publicaciones procedentes de otros países. Durante la revolución y los años posteriores se prohibió la publicación de periódicos no oficiales en España, salvo muy contadas excepciones, siempre que no abordaran cuestiones políticas.

Aun con todas las restricciones, la noticia de la toma de la Bastilla y los avances revolucionarios cruzaron la frontera. Poco a poco, fue filtrándose información sobre lo ocurrido, desafiando el cerco impuesto. Los impresos clandestinos hallaron cauces para circular, alimentando el debate entre quienes

empezaban a mirar más allá de las reformas. Cuando llegó la noticia de la ejecución de Luis XVI, la prensa oficial rompió su silencio e informó de los hechos para condenarlos, activando la maquinaria propagandística contra los principios revolucionarios.

La tensión se relajó tras la posterior alianza con Francia, mientras una minoría creciente comenzaba a plantearse que, para lograr los cambios deseados, no bastaban ya las reformas. Estudiantes, lectores de prensa prohibida y círculos ilustrados se multiplicaron en la capital y, especialmente, en la ciudad de Cádiz, que pronto se convirtió en un hervidero de ideas nuevas, discusiones políticas y anhelos de transformación. Allí confluyeron inquietudes intelectuales y aspiraciones colectivas, en un clima propicio para el cambio. En aquel instante, justo cuando parecía que todo se desmoronaba, empezó a escribirse una nueva historia: la del constitucionalismo español, cuyos primeros pasos se darían entre imprentas, proclamas, debates públicos y una nueva prensa, la política.

Cap. 2. Ecos de una nación en construcción: periodismo y opinión pública (1808-1874)

1. UNOS TIEMPOS QUE MUEREN Y UN PERIODISMO QUE NACE

El ritmo de la historia del periodismo se aceleró en esta intensa etapa que cubre prácticamente todo el siglo XIX y que fue testigo del surgimiento en España de la opinión pública. La Guerra de la Independencia (1808-1814) y los acontecimientos que tuvieron lugar en torno a ella, como el nacimiento de Juntas y la Constitución de Cádiz, fueron el germen de la democracia, entendida esta —aún con un carácter muy primitivo— como el gobierno de la nación y el final de las monarquías absolutas. Con ello, el periodismo fue desarrollándose y entrando en una etapa crucial de su joven trayectoria. Los nuevos tiempos vieron cómo surgían conceptos sobre los que había que formar a la sociedad de la mano de los papeles periódicos: el debate colectivo, la libertad de imprenta, el sufragio, las Cortes..., en un ejercicio comprometido con formar a los lectores en las claves de la realidad del momento, mientras se abría la puerta a un periodismo —el político— que llegó para quedarse.

En este proceso de cambios, la prensa comenzó a desempeñar una función diferente. Pasó de estar subordinada a la Corona a convertirse en un espacio donde se compartían ideas y se discutían propuestas sobre el rumbo político del país. El camino no fue fácil ni continuo, ya que durante el reinado de Fernando VII la censura y la represión frenaron su desarrollo y limitaron la libertad de expresión. Sin embargo, el avance del pensamiento liberal y el clima político posterior, especialmente durante el reinado de Isabel II, permitieron una mayor estabilidad y favorecieron la profesionalización de los periódicos, que empezaron a consolidar su papel como herramienta fundamental de comunicación y participación social.

2. CONSTRUYENDO UNA NACIÓN: LA PRENSA EN LA GUERRA DE LA INDEPENDENCIA (1808-1814)

2.1. Una explosión informativa: batallando por la opinión

La Guerra de la Independencia española no fue únicamente un conflicto militar. También fue un enfrentamiento ideológico en el que la prensa jugó un papel determinante. En un contexto de crisis política y social, la imprenta se convirtió en un arma decisiva en la construcción de la opinión pública. La ocupación napoleónica y el vacío de poder generado por la abdicación de Fernando VII dieron lugar a un auge sin precedentes en la producción periodística. La población, en busca de información y orientación ideológica, demandaba impresos que explicaran la situación y guiaran su acción.

La proliferación de periódicos y folletos, especialmente en las zonas no ocupadas por las tropas francesas, permitió la circulación de ideas y la formación de un discurso nacionalista. La prensa se convirtió en un espacio de confrontación ideológica, en el que tanto patriotas como afrancesados intentaban ganar la batalla de la opinión. En ausencia de una regulación clara, la libertad de imprenta existió de facto en los territorios leales a la resistencia, lo que favoreció la aparición de numerosas publicaciones con un marcado contenido político y propagandístico.

La intensidad del debate periodístico fue un reflejo de la efervescencia política de la época. Los periódicos no solo informaban, sino que también persuadían y movilizaban a sus lectores. La prensa se convirtió en un medio de cohesión social, en el que la identidad nacional se forjaba a través del relato impreso. Asimismo, la facilidad con la que circulaban estos textos contribuyó, como gran novedad en la Historia, a la construcción de una esfera pública en la que se discutían los asuntos políticos con una libertad sin precedentes. Si bien falta mucho aún para que podamos hablar de prensa de masas, este debate estaba protagonizado por personas vinculadas a una cierta élite económica-social —principalmente masculina— que entendieron que los papeles periódicos eran el instrumento ideal para construir una nueva nación, hacer política e instruir a la población sobre las nuevas realidades que empezaban a cimentarse.

2.2. Periódicos patriotas versus prensa afrancesada: dos relatos en contienda

Desde los primeros días del conflicto, la prensa se dividió en dos grandes bloques: los periódicos patriotas, que defendían la causa de la resistencia contra Napoleón, y la prensa afrancesada, que justificaba la nueva

administración dirigida por el nombrado rey de España José I Bonaparte. En este contexto, los periódicos no solo informaban sobre el desarrollo de la guerra, sino que también construían relatos divergentes sobre la legitimidad del poder, la soberanía y el futuro político de España; territorio que, cabe señalar, comenzaba a construirse en aquel momento como nación.

La prensa patriota se caracterizaba por un tono combativo y una retórica inflamatoria. Sus publicaciones, con posiciones ideológicas dispares y a veces enfrentadas, exaltaban el heroísmo de la resistencia popular y promovían la idea de la soberanía nacional. Se dirigían a un público amplio, heterogéneo y con poca formación, tratando de movilizar a la población contra el invasor francés. En estos impresos se denunciaban las atrocidades de las tropas napoleónicas y se exaltaban las gestas de la guerrilla y el ejército español. Además de su función informativa, los periódicos patriotas servían como una plataforma de debate sobre el modelo político que debía adoptarse una vez lograda la victoria. Algunos defendían la restauración de la monarquía tradicional, mientras que otros abogaban por una mayor participación del pueblo en el gobierno. Esta diversidad de opiniones reflejaba la complejidad del proceso de construcción nacional que se estaba gestando en medio del conflicto.

Por otro lado, la prensa afrancesada buscaba legitimar el régimen de José I Bonaparte. Lo presentaban como una oportunidad para la modernización del país bajo los principios de la Ilustración. Tales publicaciones defendían la necesidad de aceptar el dominio francés como un mal menor que podía traer estabilidad y progreso. A pesar de contar con mayores recursos y el respaldo del poder, muchos de estos impresos enfrentaron un fuerte rechazo por parte de la población y no les resultó sencillo lograr distribuirse con regularidad. Sin embargo, algunos sectores de la sociedad española veían con buenos ojos las reformas impulsadas por los franceses, lo que generó un complejo panorama ideológico. Los editores favorables al nuevo monarca intentaban convencer a ese público de que el régimen traería consigo beneficios en términos de modernización administrativa y económica. Este enfrentamiento periodístico entre ambos bandos fue un reflejo de la guerra militar, revelando la pugna por el sentido del discurso público y el rumbo político del país.

2.3. De la censura a la libertad de imprenta: los cambios legales y el nacimiento del periodismo político

El estallido de la guerra provocó un cambio fundamental en el ejercicio del periodismo en España. Hasta entonces, la prensa había estado fuertemente controlada por la monarquía y su planteamiento ideológico absolutista e ilustrado. Sin embargo, la ausencia de una autoridad centralizada tras la invasión francesa, en las zonas no controladas por Napoleón o en los entornos clandestinos, permitió la aparición de una prensa más libre y politizada.

Las Juntas locales y la Junta Central, que asumieron la dirección de la resistencia a los franceses en ausencia de la monarquía española, entendieron rápidamente la importancia de la prensa como instrumento de legitimación y movilización. De esta manera, promovieron la creación de publicaciones que defendieran la causa patriota y contrarrestaran la propaganda francesa. La necesidad de estructurar un discurso nacionalista llevó a un uso estratégico de la imprenta, consolidando el periodismo político en España.

Uno de los momentos clave en este proceso fue la aprobación del Decreto-Ley de Libertad de Imprenta en 1810 por las Cortes de Cádiz. Este decreto consagró el derecho de la ciudadanía a publicar sus ideas sin censura previa, aunque con ciertas restricciones en materia religiosa. La legislación marcó un hito en la historia del periodismo español y sentó las bases para el desarrollo de una esfera pública en la que la prensa jugaría un papel fundamental en la formación de la opinión.

La nueva libertad permitió la proliferación de periódicos con una clara vocación política. En ellos se discutían las ideas constitucionales y los proyectos de reforma del Estado. Aunque la censura no desapareció por completo, la aprobación de dicho decreto marcó un punto de inflexión que consolidó el papel de la prensa como un actor político clave en la configuración del nuevo orden constitucional. Además, se estableció que los impresos podían publicarse sin sujeción a censura previa —salvo en lo que tuviese que ver con la religión— aunque con la obligación de someterse a posibles sanciones posteriores en caso de que se consideraran delictivos. También se crearon Juntas de Censura provinciales y una Junta Suprema, que evaluaban las denuncias presentadas contra las publicaciones.

La medida fue concebida como un freno contra la arbitrariedad de los gobiernos y un medio para ilustrar a la nación y dar voz a la opinión pública. En aquel clima de intensa confrontación ideológica, la prensa pasó a ocupar un lugar decisivo para liberales y absolutistas, que la utilizaron para orientar y movilizar a la ciudadanía. Posteriormente, la Constitución de Cádiz de 1812 —

considerada la primera carta magna del liberalismo español y promulgada por el gobierno de resistencia en plena guerra— oficializó los principios del régimen representativo y estableció la soberanía nacional. A partir de ese momento, la prensa asumió sin vuelta atrás una posición central en la vida política, actuando como vehículo de expresión y formación de las nuevas ideas constitucionales.

En su artículo 371, la Constitución reconocía explícitamente la libertad de imprenta, salvo (de nuevo) en cuestiones religiosas. El artículo decía lo siguiente, reflejo de la nueva arquitectura legal que empezaba a tomar forma: “Todos los españoles tienen libertad de escribir, imprimir y publicar sus ideas políticas sin necesidad de licencia, revisión o aprobación alguna anterior a la publicación, bajo las restricciones y responsabilidad que establezcan las leyes”. Esta disposición reforzó el avance iniciado con el Decreto de Libertad de Imprenta de 1810, que ya había favorecido la proliferación de publicaciones y debates en torno a las reformas políticas y la lucha contra el absolutismo.

De todos los nombres que hay detrás de estos avances legales, hubo uno que destacó especialmente. Hablamos de Agustín Argüelles, cuya oratoria en las Cortes, sus intervenciones en el debate constitucional y su aportación a la redacción del texto final de dicha Constitución, conocida como “La Pepa”, fueron objeto de comentarios y difusión por parte de la prensa liberal. Aquello lo convirtió en una figura mediatizada de enorme influencia en la opinión pública y en uno de los grandes protagonistas en las publicaciones periódicas del momento.

Ya incluso durante los debates sobre la libertad de imprenta en 1810, Argüelles sostenía que sin ella no era posible la existencia de una opinión pública formada y soberana. A su juicio, la prensa no solo debía informar, sino también formar a la ciudadanía en los principios del nuevo orden constitucional. Como muchos liberales de su tiempo, consideraba que la opinión pública constituía el fundamento último de la legitimidad política. Por ello, defendía una prensa libre, capaz de ejercer como contrapeso del poder ejecutivo.

Además, Argüelles fue consciente de las limitaciones del contexto: apoyó que la censura eclesiástica se mantuviera sobre los textos religiosos para evitar una ruptura con sectores tradicionales, pero defendió sin reservas la libertad total para los escritos de contenido político. El resultado fue una explosión de discusión pública, con periódicos que comenzaron a publicar réplicas y confrontaciones ideológicas sobre el país que debía construirse tras la guerra. Las páginas se llenaron de debates sobre la forma del Estado, los derechos ciudadanos y el alcance de la representación.

2.4. Los protagonistas: principales cabeceras y periodistas del conflicto

Dentro de la prensa patriótica, no existía una ideología única, sino una clara diversidad de corrientes (reflejo a su vez de la variedad de ideas políticas que surgen en este momento). Aunque todas compartían un sentimiento antifrances, coexistían publicaciones de orientación liberal (como *El Semanario Patriótico* o *El Conciso*), otras de perfil más tradicionalista o antiliberal (como *El Procurador General de la Nación y del Rey* o *El Censor General*) y prensa oficialista vinculada a las Juntas y al gobierno (como las gacetas provinciales de Sevilla o Valencia). Esta variedad reflejaba un periodismo que actuó como reflejo y escenario del debate ideológico durante la guerra. Entre los numerosos periódicos que surgieron, vamos a acercarnos a conocer algunos de los más destacados.

El Semanario Patriótico, dirigido por Manuel José Quintana, se convirtió en una de las publicaciones más influyentes de la resistencia, destacándose por su tono didáctico y su compromiso con la causa liberal. Fue la primera publicación de periodismo político propiamente dicho en España y ejerció de órgano oficioso de la Junta Suprema Central. En sus páginas, estructuradas en secciones políticas y literarias, se defendían los principios de la soberanía nacional y la necesidad de un cambio político que diera paso a un sistema más representativo.

Otra cabecera destacada fue *El Conciso*, que se publicó en Cádiz y que jugó un papel clave en la difusión de los debates de las Cortes de Cádiz. Su enfoque estaba orientado a la educación política de la ciudadanía y a la consolidación de un ideario liberal.

Entre las principales referencias conviene destacar también el *Diario de Sesiones*, que funcionaba como un auténtico periódico desde el propio espacio legislativo. Su labor fue registrar y divulgar las intervenciones y discusiones de los diputados, convirtiéndose en una herramienta fundamental para comprender cómo se fue articulando la opinión pública en aquel contexto.

Por otra parte, en relación al ámbito afrancesado, *La Gazeta de Madrid*, bajo control de los bonapartistas, siguió siendo el diario oficial del gobierno y representó la voz del gobierno de José I. No obstante, su impacto fue limitado debido al amplio rechazo al que se enfrentaban los colaboradores del régimen napoleónico.

Además de los periódicos, figuras como José María Blanco White y Álvaro Flórez Estrada desempeñaron un papel fundamental en el desarrollo del periodismo político de la época. Blanco White, desde su exilio en Londres, editó *El Español*, una publicación que analizaba con profundidad los acontecimientos de

la guerra y reflexionaba sobre el futuro político de España. Flórez Estrada, por su parte, escribió ensayos y artículos en los que defendía la libertad de imprenta y la necesidad de una transformación política profunda.

3. SILENCIO Y EXILIO: LA PRENSA BAJO EL REGRESO DEL ABSOLUTISMO (1814-1820)

3.1. La restauración de Fernando VII y el control de la prensa

La guerra concluye en 1814 con la derrota del ejército de Bonaparte, el retorno de la monarquía de los Borbones y la restauración de Fernando VII. Con el regreso del rey, España experimentó un giro radical en su vida política y social. La vuelta a la monarquía absolutista supuso el fin del ensayo democrático que se había puesto en marcha con el gobierno de las Juntas y significó la derogación de la Constitución de Cádiz de 1812, suprimiendo todas las reformas liberales impulsadas durante la Guerra de la Independencia. Este cambio tuvo un impacto inmediato en la prensa, que hasta ese momento había gozado de una relativa libertad bajo la nueva legislación.

Una de las primeras decisiones del monarca fue la abolición de la libertad de imprenta con el Decreto de marzo de 1815. Se trató de una medida claramente coercitiva, dirigida a frenar las críticas al poder y limitar el espacio de debate público. Decía lo siguiente:

“Habiendo visto con desagrado mío el menoscabo del prudente uso que debe hacerse de la imprenta que, en vez de emplearla en asuntos que sirvan a la sana ilustración del público, o a entretenerlo honestamente, se la emplea en desahogos y contestaciones personales, que no sólo ofenden a los sujetos contra los que se dirigen, sino a la dignidad y decoro de una nación circunspecta a quien convidan con su lectura; y bien convencido por Mí mismo de que los escritos que particularmente adolecen de este vicio son los llamados periódicos y algunos folletos provocados por ellos, he venido en prohibir todos los que de esta especie se dan a la luz dentro y fuera de la Corte; y es mi voluntad que sólo se publiquen la *Gaceta* y el *Diario de Madrid*”.

El decreto, que en un principio nació de manera provisional hasta que se calmasen los ánimos, implicó el retorno de la censura previa y la supervisión estricta de todas las publicaciones. España se vio inmersa entonces en un auténtico apagón informativo en el que solo la clandestinidad hizo posible la difusión de un discurso no oficial.

Para perseguir el desacuerdo político, Fernando VII puso en marcha, justo después de su regreso, una serie de instituciones represivas que tuvieron un impacto directo sobre la prensa y el ejercicio del periodismo. En primer lugar, la Comisión de Policía que perseguía a quienes cuestionaran la soberanía del monarca y, en segundo lugar, la Comisión de Causas del Estado, que focalizó su represión en quienes habían sido antiguos defensores de la Constitución de Cádiz, entre ellos numerosos periodistas y editores. A su vez, el monarca reactivó instituciones como la Inquisición y el Juzgado de Imprentas, cuya función era revisar y controlar cualquier tipo de libro antes de su publicación.

Como consecuencia de este férreo control, los periodistas que habían defendido el liberalismo en años anteriores se vieron obligados a exiliarse o fueron vigilados e incluso encarcelados. Podríamos decir que el periodismo desapareció, imponiéndose un silencio obligatorio que borró toda disidencia. La propaganda absolutista promovía la imagen de Fernando VII como el monarca legítimo, restaurador de los valores tradicionales y salvador de España frente al caos revolucionario que supuestamente había impuesto el constitucionalismo. La expresión más evidente fue la eliminación completa de cualquier forma de disenso público.

La ideología ilustrada, que había inspirado las reformas anteriores, quedó inevitablemente relegada a un segundo plano. Comenzaba así una etapa de confrontación entre dos modelos de gobierno: el absolutismo, que concentraba todo el poder en manos del monarca, y el liberalismo, que apostaba por sistemas representativos y por una legislación que garantizara derechos para la ciudadanía. La restauración absolutista dismanteló el orden constitucional y quebró el incipiente desarrollo de una esfera pública crítica, empujando al periodismo político a la marginalidad, la clandestinidad, la autocensura o directamente a la persecución.

3.2. Cierre de publicaciones y persecución de periodistas: “los años de la zancada hacia atrás”

Desde el regreso del monarca, se decretó el cierre de numerosos periódicos que habían sido fundamentales en la difusión de ideas ilustradas y constitucionales, en lo que supuso una clara “zancada hacia atrás” respecto a los avances logrados durante la etapa constitucional. Publicaciones como *El Conciso* de Alberto Lista y Manuel Pérez Ramajo y el *Semanario Patriótico* de Manuel José Quintana, que habían desempeñado un papel crucial en la formación de la opinión pública durante la Guerra de la Independencia, fueron prohibidas. Se instauró un clima de temor que llevó incluso a la autocensura de muchos escritores y editores, quienes optaron por cesar sus actividades para evitar posibles represalias.

Paralelamente, las autoridades iniciaron una persecución sistemática contra los periodistas y escritores de ideología liberal contrarios al absolutismo. Figuras destacadas como Antonio Alcalá Galiano o el mismo Quintana fueron detenidas o sometidas a vigilancia y presión política. Muchos otros se vieron obligados a abandonar el país y buscar refugio en territorios donde podían continuar con su labor intelectual sin riesgo de ser encarcelados. Para aquellos que permanecieron en España, la clandestinidad se convirtió en la única vía posible para seguir difundiendo ideas progresistas.

La dureza de la represión demuestra el temor del régimen absolutista a la difusión de cualquier discurso que cuestionara su legitimidad. La prensa dejó de ser un espacio de expresión y pasó a ser un órgano oficial de propaganda del poder, donde solo tenían cabida los contenidos afines al absolutismo y siempre controlados por la Iglesia y la monarquía. De ahí, como hemos visto antes, que el propio Fernando VII impulsara la creación de nuevas instituciones destinadas a identificar y castigar a quienes hubieran defendido el constitucionalismo. La Comisión de Causas del Estado, por ejemplo, llegó a instruir expedientes contra editores y redactores de publicaciones como *El Semanario Patriótico*, *El Conciso* o *El Redactor General*, lo que refleja hasta qué punto el periodismo fue percibido como una amenaza directa para el nuevo orden restaurado.

A pesar de la dura represión, las ideas liberales no desaparecieron por completo. Muchos de los periodistas e intelectuales perseguidos encontraron en el exilio un refugio desde el cual continuar su labor. Ciudades como Londres o París se convirtieron en focos de producción de prensa clandestina, donde los exiliados políticos españoles pudieron seguir publicando panfletos y periódicos dirigidos a sus compatriotas en la península.

Asimismo, en la propia España, a pesar del férreo control, circularon folletos anónimos y hojas clandestinas que cuestionaban la legitimidad de Fernando VII y llamaron a la restauración de las libertades suprimidas. Estas publicaciones clandestinas solían distribuirse en círculos reducidos, especialmente entre sectores burgueses y militares descontentos con el régimen.

Este periodo de silencio impuesto no pudo sofocar por completo el espíritu reformista. La represión de Fernando VII, lejos de erradicar las ideas liberales, fortaleció la convicción de muchos sectores de la sociedad, incluido parte del ejército, de que el absolutismo no podía ser el destino definitivo de España.

4. EL RESURGIR DE LA PRENSA POLÍTICA: LA BATALLA DE LAS IDEAS EN LOS PERIÓDICOS (1820-1823)

El pronunciamiento de Rafael del Riego en 1820 y la reinstauración de la Constitución de Cádiz marcaron el inicio del Trienio Liberal, un periodo en el que la prensa experimentó un renacimiento sin precedentes. Con la vuelta del sistema constitucional, se restableció la libertad de imprenta, lo que permitió la vuelta al ámbito periodístico de figuras que habían sido acalladas y el nacimiento de nuevos periódicos comprometidos con la defensa del liberalismo. Los cafés, clubes políticos y tertulias literarias se convirtieron en escenarios de encendidos debates donde la prensa desempeñaba un papel crucial. La proliferación de publicaciones permitió que diferentes sectores políticos expresaran sus ideas y propuestas, dando lugar a un periodismo combativo y altamente ideologizado. La prensa dejó de ser un mero canal de información para convertirse en un instrumento fundamental de la acción política.

Durante el Trienio Liberal, la prensa reflejó la división política de la sociedad española. Por un lado, los periódicos progresistas más radicales, como *El Espectador* y *El Tribuno del Pueblo Español*, defendían una aplicación estricta de los principios constitucionales y promovían reformas que limitasen aún más el poder monárquico. En contraposición, los moderados, representados en publicaciones como *El Censor* de Alberto Lista o *El Imparcial* de Javier de Burgos, abogaban por una monarquía constitucional equilibrada que evitara los excesos revolucionarios. Finalmente, los absolutistas utilizaban periódicos clandestinos y panfletos, como *El Procurador General de la Nación y del Rey*, para deslegitimar el régimen liberal y defender el retorno de Fernando VII al poder absoluto.

La prensa se transformó en uno de los espacios donde con mayor intensidad se discutía el futuro de España. La confrontación ideológica atravesaba tanto los editoriales y los artículos de opinión como la sátira y la caricatura política, utilizadas con frecuencia para ridiculizar y deslegitimar a los adversarios. En este ambiente surgieron publicaciones de marcada orientación política, como *Eco de Padilla* o *El Zurriago*, y alcanzó una presencia inédita la prensa satírica. También fue un momento propicio para proyectos innovadores, entre ellos la revista femenina *El Periódico de las Damas*, cuyo creador y principal redactor —como era habitual en la época— fue el impresor y editor madrileño León Amarrta Reverte, de talante liberal moderado y fundador igualmente de *El Censor*.

El Periódico de las Damas ha pasado a la Historia como la primera publicación en español dirigida a mujeres y con contenido sobre la moda. Imitaba el modelo

de revistas femeninas que ya circulaban por ciudades como París o Londres. Su público eran mujeres de la aristocracia y clase alta, que encontraban en sus páginas artículos sobre la vida social y las costumbres femeninas, hojas sueltas con dibujos coloreados a pluma, semblanzas de mujeres destacadas, política parlamentaria, poesía, curiosidades, etcétera. En definitiva, se trató de una publicación innovadora que marcó una impronta y abrió un nuevo nicho periodístico.

Salvo casos como este —periódicos minoritarios dedicados al entretenimiento o a la cultura—, la mayoría de las cabeceras del momento asumió abiertamente la confrontación política y alimentó la creciente inestabilidad del Trienio Liberal. La prensa recogía el pulso del debate institucional y contribuía a intensificarlo, elevando el tono de las disputas entre los distintos sectores sociales. El desgaste del régimen liberal y el clima de polarización que generaron las publicaciones más combativas facilitaron el retorno del absolutismo en 1823, cuando la intervención de la Santa Alianza puso fin a la experiencia constitucional y reinstauró la censura. Con la restauración fernandina, la prensa liberal volvió a ser prohibida y numerosos periodistas fueron encarcelados o forzados de nuevo al exilio, cerrándose así otro capítulo en la lucha por la libertad de expresión en España.

5. AÑOS DE SILENCIO: CENSURA Y PRENSA CLANDESTINA EN LA DÉCADA OMINOSA (1823-1833)

Con la restauración del absolutismo en 1823, tras la intervención militar de los Cien Mil Hijos de San Luis, España entró en la llamada Década Ominosa, un periodo marcado por una represión feroz contra cualquier vestigio del liberalismo. La prensa, esencial para la defensa del ideario liberal, volvió a situarse entre los principales objetivos del régimen de Fernando VII. Se restableció la censura previa y se prohibió cualquier publicación que no fuese oficial. El retroceso fue evidente en el plano legal, ya que se llegó a prohibir imprimir sin autorización del Consejo Real, se obligó a registrar los talleres de imprenta y se devolvieron amplias competencias al Juez de Imprentas y al Consejo de Castilla.

Los periódicos liberales fueron, por lo tanto, clausurados y las figuras vinculadas al periodismo perseguidas, encarceladas o forzadas al exilio una vez más. La prensa oficialista, por el contrario, se fortaleció con publicaciones como la *Gaceta de Madrid*, que se convirtió en el principal instrumento de propaganda del régimen.

A pesar de la represión, la resistencia liberal intentó hacer de la prensa clandestina y en el exilio una forma de seguir difundiendo sus ideas. En

territorio español circularon otra vez panfletos y hojas manuscritas que denunciaban los abusos del régimen y llamaban a la insurrección. Estas publicaciones, de corta duración y distribución muy limitada, eran impresas en secreto y difundidas por redes de opositores al absolutismo.

Fuera de las fronteras españolas, en ciudades como Londres y París, los exiliados liberales organizaron una intensa actividad periodística. Periódicos como *El Español Constitucional*, dirigido por José Joaquín de Mora —fundado durante el Trienio Liberal—, actuaron como plataformas de denuncia contra la política represiva de Fernando VII. Sus ejemplares circulaban clandestinamente en España y mantuvieron viva la expectativa de una restauración constitucional, alimentando la esperanza de un cambio posible incluso desde la distancia.

Sin embargo, hacia el final de la Década Ominosa, el panorama comenzó a modificarse. La aparición del movimiento carlista —que defendía la continuidad dinástica en la figura del infante don Carlos de Borbón frente a los derechos sucesorios de su sobrina Isabel— situó a Fernando VII en una posición política delicada. Para asegurarse el apoyo de los liberales frente a los absolutistas más radicales, el monarca promovió una apertura limitada: permitió el regreso de algunos exiliados y autorizó la circulación restringida de determinadas publicaciones. Ese respiro breve favoreció la aparición de nuevas formas de prensa, entre ellas las primeras manifestaciones del periodismo costumbrista, que cobraría fuerza durante el reinado de Isabel II.

Esta necesidad de apoyo, en un contexto de tensión sucesoria y fractura interna, preparó el terreno para un cambio político mayor. Con la muerte de Fernando VII en 1833 y el inicio del periodo isabelino, se inauguró una etapa distinta en la vida pública española y también en la evolución del periodismo nacional.

6. LA PRENSA Y EL NUEVO ORDEN: ISABEL II Y EL PERIODISMO LIBERAL (1833-1868)

6.1. Monarquía constitucional y prensa: un espacio en construcción

El acceso al trono de Isabel II en 1833, bajo la regencia de María Cristina de Borbón, marcó el inicio del proceso de consolidación del liberalismo en España. La prensa desempeñó entonces un papel relevante como espacio de debate entre las distintas corrientes del liberalismo que aspiraban a influir en la configuración del nuevo orden constitucional. La confrontación política dejó de centrarse en la oposición entre absolutistas y liberales y pasó a enfrentar a los sectores

moderados y progresistas, división que se reflejó claramente en las cabeceras del momento, configurando un panorama periodístico plural y dinámico.

6.2. Las leyes de imprenta y la lucha por la libertad de expresión

Durante el reinado de Isabel II, la regulación de la prensa estuvo profundamente condicionada por los vaivenes políticos del periodo. La legislación se convirtió en un instrumento directo de control ideológico, alternando fases de mayor apertura con etapas de severas restricciones, de modo que la posibilidad real de ejercer la libertad de imprenta dependía más de la coyuntura gubernamental que de un marco estable.

El Estatuto Real de 1834 inauguró esta etapa con un sistema restrictivo que limitaba la libertad de expresión y mantenía barreras heredadas del absolutismo. Tres años después, en un clima más favorable al liberalismo, la Constitución de 1837 representó un cambio decisivo al eliminar la censura previa y suprimir el sistema de licencias, aunque mantuvo la posibilidad de sancionar los llamados “delitos de imprenta”, relativos a ataques contra la religión, la monarquía o el orden público. Desde entonces, la legislación sobre prensa quedó estrechamente ligada a la orientación política de los gobiernos.

Bajo los gabinetes moderados, el control se intensificó. El decreto de Bravo Murillo de 1852 endureció las condiciones para publicar al elevar los requisitos económicos y administrativos necesarios para sostener una cabecera. Pocos años más tarde, la Ley Nocedal de 1857 dio un giro aún más severo: reintrodujo la censura previa, impuso fianzas muy elevadas, estableció penas de cárcel para redactores e impresores y exigió la identificación obligatoria de los responsables de cada texto. Estas medidas restringieron de manera efectiva la diversidad periodística y limitaron la actividad editorial a quienes contaban con recursos suficientes para asumir el riesgo económico y jurídico.

En contraste, los periodos progresistas impulsaron una regulación más permisiva. Durante el Bienio de 1854-1856, se relajaron los controles sobre la imprenta y proliferaron nuevos títulos, favoreciendo un periodismo más combativo y un debate público más amplio. Esta orientación se confirmó con la Constitución de 1856, que, aunque no llegó a promulgarse, reafirmó la libertad de imprenta y prohibió expresamente la censura previa, proyectando un horizonte democrático más amplio.

Sin embargo, el avance duró poco. La Ley de González Bravo de 1867 retomó el enfoque restrictivo e introdujo nuevas sanciones en un momento de

creciente agitación política. Con ello, el marco legal volvió a estrecharse y la prensa quedó nuevamente limitada en su capacidad de intervenir en la vida pública. Aquel cierre legislativo clausuró un ciclo irregular en el que cada reforma había corregido o deshecho la anterior, sin llegar a consolidar un modelo estable para el ejercicio de la libertad de imprenta.

6.3. De los periódicos doctrinales a la prensa de masas: nuevas dinámicas informativas

Pese a las continuas fluctuaciones legislativas, el período isabelino fue testigo de una evolución significativa en la prensa española. Esta pasó de estar dominada por periódicos políticos de carácter doctrinal a modelos más informativos y con mayor interés comercial. En la primera mitad del siglo XIX, las publicaciones estaban fuertemente ligadas a partidos y corrientes ideológicas, funcionando como instrumentos de propaganda y discusión política. No obstante, ya en estos años surgieron iniciativas que anticipaban una prensa más moderna y orientada a la información. Es el caso de *El Español*, fundado en 1835 por Andrés Borrego e inspirado en *The Times*, que incorporó innovaciones formales y de contenido —como el cuidado diseño o la prioridad de las noticias— que lo convirtieron en un referente adelantado a su tiempo.

Como contrapunto a esa prensa política o de partido, a mitad de siglo comienza a aparecer una prensa noticiera que va ganando terreno y consolidando un modelo más orientado a los hechos que a la opinión. Representantes destacados de esta tendencia fueron *Las Novedades* (1850), impulsado por Ángel Fernández de los Ríos, y *El Imparcial* (1867), que marcaría el inicio de una nueva etapa periodística.

La segunda mitad del siglo XIX, en cambio, vio el auge definitivo de esta prensa orientada a la información y al entretenimiento, con un enfoque en noticias variadas, nacionales o internacionales, y temas de interés general. Factores como la mejora en las comunicaciones, la expansión del telégrafo y la creciente alfabetización contribuyeron decisivamente a este cambio. Ejemplo de ello fue la aparición de periódicos de gran tirada como *La Correspondencia de España* (1859), que priorizaba la información sobre la opinión política.

6.4. Grandes nombres y cabeceras del periodo

Más allá de la prensa noticiera que respondía a los nuevos hábitos lectores y a una lógica más comercial, bajo el reinado de Isabel II se afianzó un periodismo de corte literario y de autor con gran influencia entre los lectores. En este contexto, surgieron voces con fuerte personalidad que utilizaron la prensa como plataforma de denuncia, análisis y comentario cultural, dejando una huella profunda en la historia del periodismo español. Mariano José de Larra, a pesar de fallecer muy joven en 1837, dejó un legado crítico que influyó en la prensa posterior. Larra es un ejemplo del periodismo costumbrista que marcó la época de un periodismo ya profesionalizado, con redacciones organizadas en los periódicos, secciones diferenciadas y una creciente especialización en la escritura periodística. Sus artículos, publicados en cabeceras como *El Pobrecito Hablador* o el ya citado *El Español*, abordaban con un tono mordaz la política, la sociedad y la cultura de la España de su tiempo, denunciando los abusos y contradicciones del sistema.

Por otra parte, Concepción Arenal, desde su faceta de activista, impulsó un periodismo con sensibilidad social y de denuncia. Aunque tenía formación en Derecho, comprendió el potencial de la prensa como herramienta de transformación social y fundó *La Voz de la Caridad*, un periódico dedicado a la denuncia de las injusticias y a la defensa de los derechos de los más desfavorecidos.

Entre los periódicos más relevantes de esta época, podemos destacar *El Clamor Público*, de carácter progresista, y *La Iberia*, dirigido por el político Práxedes Mateo Sagasta. Este último fue una de las principales plataformas del progresismo en España y contó entre sus colaboradores con la mencionada Concepción Arenal, quien, debido a las restricciones de su época, tuvo que firmar sus artículos con el nombre de su esposo, Fernando García Carrasco.

También destaca *El Semanario Pintoresco Español* de Ramón de Mesonero Romanos. Fue este pionero quien introdujo en España un nuevo tipo de revistas ilustradas que tendrán un enorme éxito. Tomaba como modelo el londinense *Penny Magazine* o el parisino *Magasin Pittoresque* y estaba dirigida a las familias, con su público heterogéneo, y se vendía con un precio muy asequible. Incluía grabados con planchas xilográficas que lo convirtieron en un medio muy popular y atractivo que llegó a acumular 5.000 suscriptores.

La innovación fue uno de los rasgos distintivos de los proyectos periodísticos más exitosos del momento. Un ejemplo ya señalado, *El Español*, se consolidó en estos años como referente del periodismo moderno gracias a su apuesta por un modelo empresarial avanzado, la incorporación sistemática de publicidad y

una notable cobertura informativa tanto nacional como internacional. Su diseño técnico, con cinco columnas al estilo de *The Times*, y su ambición editorial lo colocaron a la altura de los grandes periódicos europeos, en palabras del propio Larra. En este panorama también destacó *El Eco del Comercio* (1834), principal exponente de la prensa progresista, con el que *El Español* rivalizó en influencia y capacidad de convocatoria.

En esta misma etapa la prensa satírica logró conquistar a un amplio público lector. Muchas de estas publicaciones cómicas vinculadas a un periodismo popular, combinaban sátira política e ilustraciones grabadas, originando una fórmula de gran éxito que anticipaba lo que siglos después conoceremos como infoentretenimiento político. *Guindilla*, *La Risa*, *El Fandango*, *El Padre Cobos* o *El Cascabel* son algunos de los títulos más representativos de este fenómeno editorial, sin olvidar los de difusión más local como *El Tío Clarín*, que estuvo en circulación en Sevilla durante los últimos años del reinado de Isabel II y los primeros del conocido como Sexenio democrático.

En ese mismo clima de efervescencia periodística surgió, el 17 de octubre de 1856, *El Norte de Castilla*, fruto de la unión de *El Avisador* y *El Correo de Castilla*. Nació como un producto de vocación local y regional y evolucionó con el tiempo hasta convertirse en todo un referente del periodismo español. Su consolidación simboliza la creciente influencia de la prensa en los ámbitos provinciales, ya no solo como vehículo informativo, sino como agente activo en la configuración de la opinión pública más allá de la capital.

Junto con estos títulos, también estuvo presente la prensa carlista. Aunque muchas veces marginal o clandestina, mantuvo una presencia constante a lo largo de estas décadas. Dentro del ecosistema periodístico español, representó la voz del tradicionalismo político y del absolutismo, en clara oposición al liberalismo triunfante y al régimen isabelino, al que consideraba ilegítimo. Entre los ejemplos más destacados del siglo XIX figura *La Esperanza*, un periódico con sede en Madrid que, durante tres décadas y bajo la apariencia de diario conservador católico, actuó como portavoz del tradicionalismo.

Este conjunto de transformaciones evidencia hasta qué punto la prensa del reinado de Isabel II fue ganando peso como reflejo, altavoz y también motor de los cambios políticos y sociales del país. A lo largo de estos años, el periódico se convirtió en un espacio de intervención pública, con una pluralidad de voces, estilos y formatos que respondían a una sociedad en proceso de modernización. No sin obstáculos, se fue abriendo paso una cultura periodística más profesional

e influyente, pero también más conectada con las inquietudes de una ciudadanía cada vez más activa. El Sexenio Revolucionario recogería ese legado, permitiendo a la prensa desplegarse en un contexto político nuevo, marcado por el anhelo de libertad y regeneración.

7. EL PERIODISMO ALCANZA SU MAYORÍA DE EDAD: EL SEXENIO DEMOCRÁTICO (1868-1874)

7.1. La Revolución de 1868 y la explosión de la prensa libre

La Revolución de 1868, conocida como La Gloriosa, supuso el derrocamiento de Isabel II y el inicio de una nueva etapa política en España. Esta se caracterizó por la búsqueda de un sistema democrático y una ampliación de las libertades públicas, entre ellas la de prensa. Dicho proceso dio paso al denominado Sexenio Democrático (1868-1874), un periodo de intensa experimentación política que incluyó la instauración de una monarquía parlamentaria con Amadeo I, la proclamación de la Primera República en 1873 y el intento de establecer un modelo federal.

La caída del régimen isabelino y la existencia de un poder ejecutivo débil trajeron consigo una explosión de la prensa libre. Con el final de las restricciones impuestas por las anteriores leyes de imprenta, los periódicos se multiplicaron en número y diversidad ideológica. El decreto de libertad de imprenta de 1868 garantizó la supresión de la censura previa y la eliminación de fianzas para editores, permitiendo la publicación de todo tipo de opiniones y consolidando el derecho a la información como un pilar fundamental de la nueva sociedad democrática. En pocos años, la cantidad de publicaciones aumentó de forma exponencial, reflejando la diversidad de opiniones y la efervescencia política del momento.

La abolición de la censura previa, incluso si el tema a tratar era de corte religioso, y la supresión de fianzas para los editores facilitaron, por otra parte, el auge de una prensa más audaz y comprometida. Los periódicos se convirtieron en herramientas fundamentales para la discusión pública, en los que se debatían las principales cuestiones políticas del momento: la monarquía constitucional, la república, el federalismo y el socialismo emergente. Además, se produjo una transformación en el formato y contenido de los diarios, con un aumento en la cobertura de noticias internacionales, avances tecnológicos y mejoras en la impresión.

7.2. Cuando la prensa gobierna: el poder de la opinión pública en la política

El Sexenio Democrático fue la etapa en que la prensa alcanzó su mayor influencia política en el siglo XIX. La idea de prensa como el “cuarto poder” se instauró en este momento, pues los periódicos ya no solo informaban, sino que también dirigían la opinión pública y condicionaban la toma de decisiones de los gobernantes. La prensa actuaba como mediadora entre la ciudadanía y el poder, generando debates, impulsando cambios y desacreditando a figuras políticas.

Cada partido contaba con su propia prensa afín y los políticos, en muchos casos, estuvieron vinculados personalmente a proyectos periodísticos que daban voz a sus propios intereses. Esto generó un panorama mediático altamente politizado, donde diarios progresistas, republicanos o socialistas adquirieron gran protagonismo, enfrentándose con los medios más conservadores o monárquicos. La capacidad de los periódicos para influir en la opinión pública quedó patente en momentos clave como la proclamación de la Primera República en 1873, cuando los medios republicanos jugaron un papel crucial en la aceptación del nuevo régimen.

El periodismo de investigación también comenzó a consolidarse. La fórmula más habitual consistía en la publicación de extensos reportajes que denunciaban casos de corrupción y abuso de poder. Sin embargo, esta etapa de libertad periodística también tuvo su lado oscuro. En un clima de clara división política, surgieron mecanismos de represión extralegal contra la prensa, que buscaron intimidar y silenciar a quienes cuestionaban al poder establecido. Un ejemplo paradigmático fue la llamada “Partida de la Porra”, un grupo parapolicial financiado por sectores conservadores que se dedicaba a hostigar y agredir a periodistas y tipógrafos afines al republicanismo y al progresismo. Estos ataques evidenciaban los riesgos de ejercer el periodismo en un momento de máxima efervescencia política y reforzaban la imagen del periodista como representante del contrapoder y una figura clave en la lucha por las libertades democráticas.

7.3. Voces de cambio: periódicos y periodistas en el Sexenio

Durante el Sexenio Democrático surgieron y se consolidaron importantes cabeceras que dejaron una huella en la historia del periodismo español. Entre los periódicos más influyentes de la época destacan *La Discusión*, de tendencia republicana; *El Imparcial*, ya citado, que marcó el inicio del periodismo independiente y de empresa; *La Iberia*, que siguió siendo un bastión del progresismo político; *El Combate*, de fuerte contenido democrático y social; *La Igualdad*, portavoz del republicanismo federal; o *La Correspondencia de España*,

también mencionado previamente, que se consolidó como el diario de mayor tirada, introduciendo un modelo más comercial de periodismo.

El desarrollo de la prensa ilustrada también tuvo un auge significativo en este periodo. Publicaciones como *La Ilustración Española y Americana* ofrecieron un periodismo visual más accesible para las masas, contribuyendo a la expansión del público lector. Este tipo de revistas, con su combinación de noticias, reportajes gráficos y contenido cultural, marcaron el inicio de un nuevo modelo periodístico más atractivo, visual y diversificado.

En cuanto a las firmas de referencia, figuras como Emilio Castelar, Francisco Pi y Margall y Nicolás María Rivero destacaron como plumas influyentes del momento. A ellos se sumaron Fernando Garrido, defensor del socialismo utópico; José Nakens, cuya labor en la prensa republicana fue crucial; y Gaspar Núñez de Arce, quien desde *El Debate* y otros medios contribuyó a la consolidación del periodismo de opinión. El propio Castelar, por ejemplo, utilizó su periódico *La Democracia* para difundir sus ideas republicanas y convertirse en una de las figuras políticas más relevantes del periodo. A su vez, la labor de periodistas y escritores comprometidos con la transformación social fortaleció la conexión entre prensa y ciudadanía.

El Sexenio Democrático, a pesar de su brevedad, representó una época destacada del periodismo español dentro del siglo XIX. Se trató de una era de expansión de la libertad de prensa que permitió que los periódicos se convirtieran en eslabones clave de un sistema democrático. Aunque la experiencia democratizadora del país terminó en 1874 con la Restauración borbónica, el ecosistema periodístico había cambiado de forma irreversible. La prensa ya nunca volvió a ser la misma, y el impulso hacia un periodismo más profesional e influyente era imparable.

8. EL PERIODISMO QUE SENTÓ LAS BASES DE LA ESPAÑA CONTEMPORÁNEA

Entre 1808 y 1874, el periodismo español vivió una transformación profunda. De ser, a inicios de siglo, un instrumento al servicio de las autoridades pasó a convertirse en un espacio de debate público y confrontación ideológica. La Guerra de la Independencia inauguró esta etapa al situar a la prensa patriota como arma política frente al invasor y al absolutismo. Las Cortes de Cádiz y la Constitución de 1812 fijaron por primera vez un marco legal para la libertad de imprenta, aunque las décadas posteriores estuvieron marcadas por continuos vaivenes entre aperturas liberales y regresiones autoritarias que condicionaron el desarrollo del oficio.

Pese a esas oscilaciones, el siglo XIX supuso la consolidación de la prensa como actor político imprescindible. El periodo isabelino y, más tarde, el Sexenio Democrático, afianzaron la idea de que los periódicos no solo informaban, sino que también interpretaban la realidad, orientaban la opinión pública y vigilaban a los gobernantes. La noción de la prensa como “cuarto poder” fue tomando cuerpo a medida que las cabeceras ampliaban su influencia, intervenían en los grandes debates nacionales y se convertían en plataforma de lanzamiento y consolidación de líderes políticos. Al mismo tiempo, el periodismo se convirtió en objetivo prioritario de la represión cuando cuestionaba al régimen o a las élites dominantes, como evidenciaron los cierres de publicaciones, los procesos judiciales contra redactores o episodios de violencia parapolicial como la actuación de la “Partida de la Porra”.

Paralelamente, el periodismo fue adoptando rasgos profesionales y empresariales cada vez más definidos. Surgieron redacciones organizadas, secciones especializadas, corresponsales y nuevas fórmulas de financiación basadas en la publicidad. La introducción de innovaciones técnicas como la imprenta a vapor o el telégrafo facilitó tiradas mayores, una información más rápida y una creciente diversificación temática. De los periódicos doctrinales estrechamente ligados a partidos se pasó, poco a poco, a modelos más abiertos a la información general, al entretenimiento y a un público más amplio, anticipando la futura prensa de masas.

En este recorrido se fijaron muchas de las claves que aún hoy definen la cultura periodística: la defensa —siempre incompleta y disputada— de la libertad de prensa, la centralidad de la opinión pública en la vida política, la idea de que el periodismo debe fiscalizar al poder y la percepción del periódico como espacio de referencia para entender la realidad. El legado de este siglo, con sus conquistas, límites y contradicciones, preparó el terreno para la etapa siguiente, marcada por la Restauración, la expansión definitiva de la empresa periodística moderna y la configuración de un sistema mediático que ya podemos reconocer como parte de la España contemporánea.

Cap. 3. De oficio a profesión: la Edad de Oro que forjó la modernidad informativa (1874-1930)

1. INTRODUCCIÓN: PERIODISMO DE ORO EN LA ESPAÑA DE LA RESTAURACIÓN

1.1. La Restauración como contexto

El periodo que se extiende desde 1874 hasta 1930 es conocido en la historiografía española como la Restauración Borbónica. Se inicia con el pronunciamiento militar del general Martínez Campos en Sagunto, que proclamó a Alfonso XII, hijo de Isabel II, como nuevo monarca. Con esta acción se pone fin a la experiencia republicana del Sexenio Democrático y se abre un largo periodo de continuidad institucional y política que, con algunos altibajos, se extenderá hasta la proclamación de la Segunda República en 1931.

El arquitecto de este nuevo orden fue Antonio Cánovas del Castillo, quien diseñó un sistema político que buscaba terminar con la inestabilidad política que había marcado el siglo XIX. Este sistema, conocido como Canovismo, se basó en la alternancia pacífica en el poder de los dos grandes partidos existentes —el Conservador y el Liberal— mediante un acuerdo tácito que aseguraba la colaboración de las élites políticas y económicas. Sin embargo, esta apariencia de estabilidad descansaba sobre prácticas fraudulentas, como el caciquismo, el pucherazo electoral y la exclusión sistemática de otras fuerzas políticas.

Desde un punto de vista social, España vivió un lento pero constante proceso de modernización. El crecimiento demográfico, el avance de la alfabetización y la incipiente industrialización en regiones como Cataluña, el País Vasco o Asturias transformaron la estructura económica y social del país. No obstante, persistieron profundas desigualdades sociales y territoriales, una agricultura mayoritariamente atrasada y una fuerte dependencia del exterior en sectores clave como la industria o la banca.

1.2. Impacto de la estabilidad canovista en la prensa

La estabilidad que ofreció el régimen de la Restauración permitió a la prensa española experimentar un notable auge. Si bien al inicio del periodo las libertades informativas se hallaban seriamente restringidas —especialmente durante el mandato inicial de Cánovas—, la llegada al poder del Partido Liberal de Sagasta en 1881 supuso un cambio de rumbo. La promulgación de la Ley de Policía de Imprenta en 1883 marcó un hito, al establecer un marco legal relativamente más favorable para el desarrollo de la prensa. Esta legislación, como ya comentaremos, confirió mayor seguridad jurídica a los editores y periodistas, y aunque seguía vigente la posibilidad de suspensión gubernativa en circunstancias excepcionales, en términos generales se asentaron las bases de un sistema informativo más estable y plural.

La prensa comenzó entonces a consolidarse como un sector industrial de primer orden. Aparecieron grandes grupos editoriales, tales como la Sociedad Editorial de España o la agrupación denominada Prensa España (el llamado “Trust” de *El Liberal*, *El Imparcial* y *Heraldo de Madrid*). Estos conglomerados editoriales impulsaron la profesionalización del periodismo y promovieron la edición de cabeceras de gran influencia, como *ABC* (1905), *El Debate* (1910) y *El Sol* (1917). El aumento de los niveles de alfabetización de la población urbana y la expansión de una clase media deseosa de información y entretenimiento contribuyeron al surgimiento de un nuevo tipo de lector, más exigente y numeroso que en etapas anteriores.

Asimismo, la expansión de la infraestructura de comunicaciones —el telégrafo y los ferrocarriles— y el desarrollo de las agencias de noticias, facilitaron una cobertura informativa más ágil y completa, conectando al público español con los acontecimientos tanto nacionales como internacionales en tiempo casi real o al menos como nunca antes se había vivido. Un contexto que acabó configurando el escenario adecuado para el desarrollo de la que ha sido conocida como la “Edad de Oro de la prensa española”.

1.3. El papel de la prensa como cuarto poder emergente

Durante la Restauración, el periodismo se consolidó como un auténtico cuarto poder, con publicaciones dirigidas a un público cada vez más amplio y diverso. La prensa adquirió una capacidad inédita para influir en la opinión pública e intervenir en la vida política, configurándose ya como un verdadero medio de comunicación de masas. Fue entonces cuando el sensacionalismo y el amarillismo —aunque duramente cuestionados por algunos sectores— se revelaron como recursos eficaces para captar lectores y aumentar las tiradas. Un ejemplo

emblemático fue el llamado crimen de la calle Fuencarral (1888), que inauguró el fenómeno del periodismo de sucesos como producto de consumo masivo, donde el interés por el escándalo y el morbo convivía con un cierto compromiso en favor de la regeneración política y social.

Esa misma prensa, que empezaba a convertirse en mediadora entre ciudadanía y Estado, desempeñó un papel central durante la crisis del 98. La cobertura del conflicto colonial con Estados Unidos y la pérdida de las últimas posesiones ultramarinas puso de manifiesto su capacidad para moldear la percepción pública y actuar como actor de referencia en los grandes debates nacionales. Las cabeceras españolas desarrollaron una intensa campaña patriótica que osciló entre el belicismo y la denuncia del desastre, contribuyendo a fijar un imaginario colectivo que perduraría durante décadas.

A lo largo de este periodo, el creciente protagonismo mediático acompañó la configuración de una conciencia nacional moderna, al mismo tiempo que se consolidaba una industria periodística compleja, profesionalizada y técnicamente avanzada. El auge de las publicaciones de masas coincidió con el declive de las viejas élites tradicionales, mientras que las nuevas clases medias urbanas encontraron en los diarios un instrumento fundamental para participar en la vida pública y disputar el relato de la nación. Esta etapa supuso la madurez definitiva del sistema informativo español y sentó las bases del modelo contemporáneo, que veremos desplegarse plenamente en las primeras décadas del siglo XX.

2. EL MARCO LEGAL Y LA LIBERTAD DE PRENSA

2.1. La Ley de Policía de Imprenta de 1883 y su impacto en la prensa

La promulgación de la Ley de Policía de Imprenta en 1883 marcó un antes y un después en la historia del periodismo español. Impulsada durante el gobierno liberal de Sagasta, esta normativa vino a paliar las duras restricciones que había padecido la libertad de imprenta en los primeros años de la Restauración y respondió a la necesidad de establecer un marco legal más estable y aparentemente garantista, capaz de conciliar el control gubernamental con las demandas del liberalismo político de la época.

Su denominación puede resultar confusa desde la lectura actual. Que se llamara “ley de policía de imprenta” no significaba que la policía como cuerpo operativo gestionase la prensa, sino que el Estado se reservaba la facultad de fijar reglas y mecanismos de supervisión sobre el ejercicio de la libertad de

imprimir. En el lenguaje jurídico de entonces, “policía” aludía al conjunto de normas destinadas a mantener el orden público, la moral, la salubridad y la seguridad, aplicables a actividades vinculadas a la vida colectiva (sanidad, espectáculos, etcétera). Es decir, hacía referencia a la potestad de la autoridad civil para regular y vigilar determinadas libertades públicas, entre ellas la de imprenta.

La ley supuso, dentro del contexto restauracionista, un avance hacia una mayor liberalización respecto a etapas anteriores, aunque sin alcanzar una libertad plena en los términos que hoy asociamos a una democracia consolidada. El sistema político de alternancia consensuada entre conservadores y liberales exigía reconocer formalmente libertades como las de reunión, asociación y prensa, aunque su ejercicio continuara sometido a limitaciones y controles. En este marco, la normativa introdujo cambios relevantes: el más significativo fue el traslado de la responsabilidad última en los procesos por delitos de imprenta desde la autoridad gubernativa a la jurisdicción ordinaria. A partir de entonces, serían los jueces civiles quienes determinarían la existencia de infracción, reduciendo el margen de actuación discrecional de los gobernadores civiles, que hasta ese momento podían ordenar suspensiones o cierres de publicaciones.

Pese a ello, la ley distaba de consagrar una libertad irrestricta. Se mantenía la posibilidad de suspender publicaciones en situaciones excepcionales, así como el recurso a la censura previa en caso de declararse el estado de guerra o de excepción. Además, conservaba un enfoque coercitivo, imponiendo requisitos estrictos de identificación para editores y responsables y la obligación de depositar ejemplares en el gobierno civil antes de su distribución pública.

Aun con estas limitaciones, la nueva regulación contribuyó al crecimiento del sector periodístico. La mayor seguridad jurídica estimuló a empresarios e inversores y favoreció el surgimiento de proyectos ambiciosos en la última década del siglo XIX. Entre 1883 y 1898, el número de publicaciones aumentó de manera notable y la expansión fue también cualitativa, con cabeceras de gran tirada, mejoras tecnológicas y una profesionalización creciente de las redacciones. En definitiva, se consolidó un escenario que, aunque todavía condicionado por mecanismos de control, permitió la expansión del debate público y sentó las bases para el desarrollo definitivo de la prensa de masas en el país.

2.2. Censura y control gubernamental

A lo largo del primer ciclo de la Restauración (1875-1881), el ejercicio de la libertad de prensa estuvo condicionado por el espíritu restrictivo que marcó el régimen canovista. El decreto del 9 de enero de 1875 impuso medidas de censura previa y control gubernativo sobre la creación de nuevas publicaciones, estableciendo unas férreas limitaciones a las libertades informativas. Posteriormente, la llegada al poder de Sagasta y la promulgación de la Ley de 1883 aliviaron, como ya hemos visto, esta situación. Sin embargo, la vigencia de estados de excepción, comunes en momentos de inestabilidad política o conflictos peninsulares o coloniales, habilitaba al gobierno para suspender garantías constitucionales, incluidas las relativas a la libertad de imprenta.

A comienzos del siglo XX, la relativa apertura alcanzada en la etapa anterior se vio pronto limitada por el aumento de la tensión social y política. La Semana Trágica de Barcelona (1909), el auge de los movimientos nacionalistas y obreros y las presiones derivadas de la política colonial y de la Gran Guerra llevaron al gobierno a endurecer de nuevo las políticas de control informativo.

Otro hito legal que marcó el desarrollo del periodismo lo encontramos en la promulgación de la Ley de Jurisdicciones en 1906, que constituyó un nuevo obstáculo para la libertad de prensa en España. Esta ley, oficialmente denominada Ley para la Represión de los Delitos contra la Patria y el Ejército, fue impulsada por el gobierno conservador tras el asalto al semanario satírico catalán *Cu-cut!*, perpetrado por oficiales del ejército, molestos por sus caricaturas publicadas.

La Ley de Jurisdicciones estableció que los delitos de opinión que se consideraran ofensivos para la patria o el ejército quedarían bajo la jurisdicción de los tribunales militares, en lugar de los tribunales civiles. Esta disposición otorgaba a la autoridad castrense la capacidad de enjuiciar a periodistas y publicaciones que incurrieran en críticas consideradas ofensivas para el honor de las instituciones militares o para la unidad de la nación.

El impacto de esta ley no se hizo esperar y numerosos periódicos se vieron obligados a moderar sus opiniones y contenidos sobre el ejército y las cuestiones nacionales, autocensurándose para evitar represalias legales. Esta ley supuso, por tanto, un golpe para el pluralismo informativo y la libertad de crítica que afectó principalmente a las publicaciones de corte regionalista y nacionalista, en Cataluña, el País Vasco o Galicia, así como a las cabeceras socialistas y republicanas.

En el plano político, la norma —la cual permaneció en vigor hasta la instauración de la Segunda República en 1931— contribuyó a la polarización de la sociedad. Fue percibida por amplios sectores como una muestra de la subordinación del poder civil al militar, alimentando el descontento de los movimientos nacionalistas y acrecentando la crisis de la monarquía constitucional. El resultado no fue otro que el progresivo desgaste de la confianza pública en el régimen, erosionando sus bases de estabilidad.

3. LA CONQUISTA DE LOS LECTORES: EL NACIMIENTO DE LA PRENSA DE MASAS EN ESPAÑA

3.1. ¿Qué hizo posible el periodismo moderno?

Como hemos visto hasta ahora, la Restauración y el sistema bipartidista basado en el turno proporcionó un marco de estabilidad política y jurídica que permitió el desarrollo de una prensa cada vez más moderna, profesionalizada y con mayor impacto social. A partir de la última década del siglo XIX, y especialmente en los primeros años del siglo XX, España asiste al nacimiento de una auténtica prensa de masas, fenómeno que supuso una profunda transformación en la historia del periodismo y en la relación de los periódicos con la sociedad.

Este proceso, como sucede con otros hitos del periodismo, se inscribe en una tendencia internacional, visible en Europa y en Estados Unidos, donde la prensa se convierte en un auténtico negocio empresarial y en un actor decisivo de la opinión pública. En el caso español, aunque con ritmos y características propias, se produjo un cambio fundamental que sentó las bases del periodismo contemporáneo.

¿Qué llevó a que naciera la prensa de masas en España? El surgimiento de este fenómeno no puede entenderse sin tener en cuenta un conjunto de factores estructurales que contribuyeron a transformar el ecosistema mediático del país. En primer lugar, el incremento de la alfabetización desempeñó un papel clave, al ampliar significativamente el número de personas capaces de acceder a la lectura periódica y convertir a nuevos sectores sociales en potenciales consumidores de prensa. Durante el siglo XIX, España presentaba tasas de analfabetismo muy elevadas, especialmente en las clases más humildes, en las zonas rurales y con mayor presencia entre la población femenina. Sin embargo, las

políticas educativas impulsadas a partir de la Ley Moyano de 1857¹ y, más tarde, las reformas educativas liberales del periodo de la Restauración lograron mejorar progresivamente el acceso a la educación básica. Aunque el analfabetismo seguía siendo muy elevado a finales del siglo XIX, las ciudades y los núcleos urbanos experimentaron un notable aumento del número de lectores potenciales. Las cifras son claras al respecto: en 1900, solo el 45 % de la población sabía leer y escribir; en 1930, esta cifra superaba el 70 %. La brecha de género también fue estrechándose: mientras en 1900 el analfabetismo femenino rondaba el 70 % (frente al 50 % en los varones), en 1930 aproximadamente el 55 % de las mujeres sabía leer y escribir, frente a un 75 % de los hombres.

La mejora de los niveles de alfabetización generó una nueva demanda social de información y entretenimiento. A ella comenzaron a responder los periódicos con formatos más accesibles, un lenguaje más divulgativo y contenidos de interés más amplio pensando en todos los públicos. Por otra parte, el incremento de la alfabetización de las mujeres también influyó en el surgimiento de cabeceras específicas y en la inclusión en los periódicos de nuevos contenidos.

Así, el público femenino comenzó a ser un destinatario específico para ciertos periódicos y revistas. Durante la Edad de Oro del periodismo español, aparecieron suplementos y cabeceras orientadas a las mujeres, como la revista *Blanco y Negro* o publicaciones específicas como *La Moda Elegante* y *El Mentor de las Familias*.

Fue entonces cuando la mejora de la alfabetización femenina no solo incrementó la cifra global de lectores, sino que diversificó los intereses y los contenidos de la prensa de masas, al incluir temas considerados “de mujeres” como la educación de los hijos, el hogar, la moda y, paulatinamente, cuestiones políticas y laborales vinculadas al incipiente feminismo y al movimiento sufragista.

Otro factor importante fue el abaratamiento del papel tras la creación en 1901 de La Papelera Española, impulsada por quien sería su director general, Nicolás María Urgoiti. Este ingeniero industrial, estrechamente vinculado al mundo periodístico, modernizó con su iniciativa la producción y distribución de papel prensa en el país. Aunque la industria española seguía dependiendo en parte de las importaciones, la mejora de la oferta interna facilitó la publicación

¹ La Ley Moyano rigió el sistema educativo español durante más de un siglo y supuso en España la primera ordenación general del sistema educativo: estableció la obligatoriedad de la enseñanza primaria y facilitó su gratuidad para los que no pudieran costear su gasto y, entre otras medidas, dividió la educación en tres niveles —primaria, secundaria y superior—.

de diarios a precios más asequibles para el gran público. Paralelamente, la expansión de las agencias de publicidad y el desarrollo de los anuncios comerciales como vía de financiación permitieron reducir aún más el precio de venta, impulsando la consolidación del modelo de prensa de masas.

A ello se sumaron los avances tecnológicos, como la mecanización de las imprentas, la introducción de la linotipia y la mejora de los sistemas de distribución mediante redes ferroviarias y transporte urbano. La utilización del telégrafo permitió, además, recibir noticias internacionales casi en tiempo real, lo que mejoró notablemente la actualidad informativa de los periódicos. Todo ello convirtió la prensa en un medio de comunicación más barato, rápido e influyente. El cúmulo de innovaciones hizo posible el nacimiento de los diarios de gran tirada, que comenzaron a dirigirse a un público mucho más amplio, superando las tradicionales barreras elitistas que habían caracterizado a la prensa en España desde sus orígenes.

3.2. La noticia como misión. Fondo y forma de la nueva prensa informativa

Uno de los rasgos fundamentales de esta nueva prensa de masas fue su progresiva diferenciación respecto a la prensa de opinión tradicional. Durante la mayor parte del siglo XIX, los periódicos españoles habían actuado como órganos de expresión política, representando los intereses de los partidos dinásticos o de las distintas corrientes ideológicas. Participaban activamente del debate político y las luchas por el poder y su función principal no era informar, sino adoctrinar y persuadir.

Sin embargo, la nueva prensa de masas que emerge a finales del siglo XIX y principios del XX se caracteriza por una clara vocación informativa. Aunque la imparcialidad y la objetividad periodísticas eran todavía principios incipientes y no siempre esperados ni respetados, los diarios comenzaron a otorgar un papel central a la información de actualidad, relegando a un segundo plano los contenidos dogmáticos o el editorial político.

Este cambio se aprecia incluso en el diseño de los periódicos: secciones fijas dedicadas a la información nacional e internacional, a los sucesos, a los deportes, a los espectáculos o a la crónica social. La inclusión de anuncios publicitarios, ilustraciones y suplementos gráficos amplió la oferta y diversificó el contenido, buscando atraer a distintos tipos de audiencias.

En contraste, la prensa de opinión —representada por los viejos periódicos doctrinales— mantuvo un tono elevado y una orientación claramente ideológica. Estaba dirigida a públicos más reducidos, principalmente vinculados a los círculos políticos o intelectuales. A pesar de su prestigio en ciertos ámbitos, estos periódicos fueron perdiendo terreno frente a los grandes diarios informativos, que llegaban a un público más amplio y ofrecían un producto atractivo y accesible para el lector medio.

Hijos de su tiempo, diarios como *ABC* (fundado en 1905), *El Sol* (1917) o *El Debate* (1910) supieron combinar la información objetiva con el comentario editorial, adaptándose a los nuevos gustos de los lectores y a las exigencias del mercado periodístico. El caso de *El Debate* representa el más emblemático ejemplo de la conocida como la “Buena prensa” que surgió como un movimiento para contrarrestar la prensa anticlerical y difundir publicaciones de inspiración cristiana. Fue una iniciativa de la Asociación Católica de Propagandistas vinculada a la Iglesia católica en España y que estuvo dirigida por Ángel Herrera Oria, quien dirigió también el citado diario y, años más tarde, fundó la primera institución encargada de formar a futuros periodistas: la Escuela de Periodismo de *El Debate* (1926).

3.3. Evolución de los formatos: del protagonismo de la política al de la imagen

Al mismo tiempo que los periódicos transformaban su contenido, innovaban en cuanto a formatos y daban la bienvenida al protagonismo de la imagen. Durante la mayor parte del siglo XIX, el periódico típico era un impreso austero, casi exclusivamente textual, con escasa variación tipográfica y sin elementos gráficos. Su principal misión era difundir ideas políticas y debatir cuestiones ideológicas. La estructura se organizaba en torno a artículos, editoriales y crónicas parlamentarias, dirigidas a un público culto y politizado.

En las últimas décadas del siglo XIX, y especialmente en las primeras décadas del siglo XX, se impone un nuevo modelo de periódico que incorporaba elementos visuales que hacían la lectura más atractiva y facilitaban la comprensión de la información. La inclusión de grabados, fotografías (a partir de la introducción de técnicas de fotograbado) y tipografías variadas permitió captar la atención de lectores menos familiarizados con la lectura más densa de los periódicos tradicionales.

El caso paradigmático en España es el de *ABC*, que desde sus inicios en 1903 (como diario desde 1905) adoptó el formato de diario ilustrado, inspirado en los modelos franceses como *Le Petit Journal* o *Le Matin*. *ABC* convirtió a la fotografía

en la protagonista de sus portadas y ofreció una maquetación más moderna y elaborada, con mayor presencia de espacios en blanco y titulares destacados.

A este cambio formal se unió la creación de suplementos dominicales y revistas ilustradas asociadas a los grandes diarios —como el caso de *ABC* y la revista *Blanco y Negro*— que ofrecían reportajes gráficos, crónicas de viajes y contenidos de entretenimiento destinados a un público familiar.

El resultado de esta evolución fueron periódicos más accesibles, visualmente atractivos y pensados para un lector medio que no necesitaba pertenecer a la élite política o intelectual. La prensa ilustrada se había convertido en una herramienta esencial para consolidar el periodismo de masas, facilitando el acceso a la información y contribuyendo al desarrollo de una base más amplia de la opinión pública.

4. EL PERIODISMO COMO NEGOCIO: LOS NUEVOS MODELOS EMPRESARIALES

El periodo de la Restauración y el primer tercio del siglo XX constituyó una etapa de esplendor para la prensa española, no solo en términos de influencia social y calidad periodística, sino también en lo que respecta al desarrollo de nuevos modelos empresariales. La consolidación de los grandes diarios nacionales y el surgimiento de las agencias de noticias marcaron un antes y un después en la organización y funcionamiento del periodismo español.

Este proceso fue paralelo a la transformación del periodismo en una industria moderna, que exigía inversiones considerables, estrategias empresariales innovadoras y el dominio de las nuevas tecnologías de impresión y distribución. Frente a los viejos periódicos doctrinarios del siglo XIX, las cabeceras que protagonizan esta Edad de Oro nacieron con una vocación industrial y comercial claramente definida. Su objetivo es doble: informar y entretener, pero también asegurar su rentabilidad en el mercado competitivo de la información.

Al margen de los medios de los que vamos a hablar a continuación, cabe destacar varios periódicos que sobresalieron del panorama general y que compitieron a la hora de captar lectores:

- *La Correspondencia de España*, del que ya hablamos en el capítulo anterior, fue un periódico muy popular debido, en gran medida, a su popular precio y la venta callejera con la que llegaba a los lectores. Nació como vespertino, pero llegó a tener hasta siete ediciones diarias e incluso algunas

en diferentes provincias de España. Publicaba número extraordinarios con ilustraciones y firmas reconocidas.

- *El Imparcial* (1867) se distanció desde un comienzo del modelo de periódico de partido y fue todo un pionero de la prensa moderna en España. Destacó por sus artículos de fondo, la crónica diaria, una gran variedad de secciones, boletines de espectáculos, publicación de folletines y anuncios publicitarios. Contaba con una amplia red de corresponsales, dentro y fuera del país, y desde 1874 enriqueció su oferta con el suplemento literario y de divulgación científica *Los Lunes de El Imparcial*, dirigido por Isidoro Fernández Flórez (Fernanflor), en el que firmaron las más destacadas plumas de la España del momento.
- *El Liberal* (1879) nació de un grupo de redactores que abandonaron *El Imparcial* debido a sus desavenencias con la línea editorial del periódico y su posicionamiento frente a la Restauración. Se trataba de un diario independiente dirigido fundamentalmente a la pequeña burguesía y la clase trabajadora que llegó a dar un giro popular y sensacionalista en ocasiones, como veremos en la cobertura del crimen de la calle Fuenca-r-ral. Le dio mucho valor a la publicidad y fue el primero en incluir una sección de “anuncios por palabras”.

4.1. Nacimiento y consolidación de grandes diarios

***La Vanguardia* (1881): el referente de la prensa catalana**

Nació en Barcelona como órgano de expresión de una fracción del Partido Liberal de Barcelona, que aspiraba a la alcaldía de la ciudad. En esta primera etapa, respondía al modelo habitual de prensa partidista, característico de buena parte de los diarios del último tercio del siglo XIX.

El punto de inflexión llegará en 1888, cuando Carlos Godó se convierte en propietario único del periódico. Desde ese momento, *La Vanguardia* experimenta un giro editorial decisivo, alejándose del partidismo para adoptar un enfoque eminentemente informativo convirtiéndose en un diario independiente y moderno. A partir de entonces, comienza a publicar dos ediciones diarias — una matutina y otra vespertina—, lo que refuerza su presencia y utilidad en la vida cotidiana de los lectores.

En el seno de la prensa regionalista, y especialmente dentro del dinámico panorama catalán, *La Vanguardia* sobresale por su capacidad de adaptación a las

nuevas lógicas del periodismo industrial. Su éxito no tardó en manifestarse: en 1913 ya era el diario más leído de Cataluña. Y durante la década de 1920, consolidado como uno de los principales periódicos de España, alcanzó una tirada superior a los cien mil ejemplares, cifras notables en un país con altos índices de analfabetismo y escasa cultura de lectura periódica.

***El Heraldo de Madrid* (1890): un diario para el pueblo**

Pocas décadas después de su nacimiento, *El Heraldo* se convirtió en uno de los periódicos vespertinos más emblemáticos del panorama informativo de la Restauración. Desde sus inicios, destacó por su carácter popular, su estilo ágil y una tendencia sensacionalista que buscaba atraer lectores urbanos, especialmente en la capital.

La propuesta de *El Heraldo* se alejaba del periodismo doctrinario o elitista para acercarse al ciudadano medio, interesado en los acontecimientos cotidianos, los sucesos, la vida madrileña y los debates de la calle. Esto se tradujo en un diseño innovador: primeras páginas muy visuales, grandes titulares, textos breves y organizados en columnas estrechas que facilitaban la lectura rápida. Además, rompió con la convención de ubicar la publicidad en la última página, desplazó los anuncios a la segunda y reservó la cuarta para la información nacional y local, lo que supuso un giro en el modelo tradicional de presentación periodística.

Políticamente, *El Heraldo de Madrid* se alineó con el liberalismo democrático, mostrando simpatía por la figura de Sagasta y los postulados del Partido Liberal. Sin embargo, no fue un órgano oficialista ni dogmático, sino un medio que supo conjugar información, entretenimiento y posicionamiento ideológico en clave popular.

Una de las iniciativas más celebradas fue su *Suplemento Ilustrado*, de publicación mensual, que contó con la colaboración de prestigiosos escritores y dibujantes. Este suplemento no solo elevó el nivel cultural del diario, sino que contribuyó a estrechar la relación entre periodismo y literatura, uno de los rasgos distintivos de la prensa de calidad en esa etapa.

El Heraldo de Madrid formó parte de la ambiciosa Sociedad Editorial de España, también conocida como el *Trust*. Esta cooperativa, constituida por algunos de los principales diarios liberales del momento —como *El Imparcial* y *El Liberal*—, aspiró a combatir la crisis de la prensa tras el Desastre del 98 y a hacer frente al auge del modelo de prensa conservadora y monárquica que representaba ABC. El

Trust buscaba racionalizar los costes de producción mediante la compra conjunta de papel y maquinaria, unificar las tarifas publicitarias y compartir un servicio informativo común, todo ello sin perder la identidad de cada cabecera.

Pese a lo ambicioso del proyecto, la Sociedad Editorial no logró consolidarse. Las tensiones internas, los cambios de dirección y el progresivo alejamiento de *El Imparcial* marcaron el inicio de su declive. A partir de los años veinte, y más aún en la década siguiente, las crisis políticas y los vaivenes editoriales condujeron a la disolución del *Trust*, aunque *El Heraldo de Madrid* logró mantenerse como cabecera influyente hasta bien entrada la Segunda República.

ABC (1903): el éxito del periodismo visual

Fundado en 1903 por Torcuato Luca de Tena, ABC representa el paradigma del diario ilustrado, un modelo innovador que integraba texto e imagen en perfecta sintonía y apostaba, como ningún medio había hecho hasta ahora en España, por la fotografía como un elemento central de la información periodística. Inspirado en el éxito de los periódicos ilustrados franceses como *Le Petit Journal* y de revistas gráficas como *The Illustrated London News*, ABC supo adaptar este formato al público español, ofreciendo —por el mismo precio que la competencia— un producto diferente, moderno, con un gran atractivo visual y una alta calidad gráfica.

Desde sus inicios, ABC fue pionero en la incorporación sistemática de la fotografía en la prensa diaria, convirtiendo la portada en una página esencial. Destacó por la calidad de su impresión y por una maquetación especialmente cuidada. Además, su edición en papel satinado y la impresión en huecograbado lo distinguieron de la competencia.

El modelo empresarial de ABC estuvo basado en la combinación de una amplia red de corresponsales, un equipo profesionalizado de redactores y una clara orientación hacia el lector de clase media y alta, identificado con los valores del conservadurismo monárquico y católico. Su ideología monárquica, tradicionalista y defensora de la unidad nacional lo alineó con los intereses de la alta sociedad y del régimen de la Restauración, aunque su influencia se extendió a capas amplias del público urbano.

En el ámbito empresarial, ABC fue editado por Prensa Española, un grupo que supo diversificar sus inversiones y ampliar su catálogo editorial. Además, el éxito de su edición en Madrid llevó a la creación, en 1929, de una edición propia en Sevilla, que consolidó el alcance nacional del periódico.

***El Debate* (1910): la profesionalización del periodismo católico**

El Debate, fundado en 1910 bajo la dirección de Ángel Herrera Oria, fue el máximo exponente de la prensa católica profesionalizada y moderna en la España de principios del siglo XX. Su aparición marcó el inicio de un modelo empresarial innovador, donde la prensa confesional rompía con los moldes tradicionales y se adaptaba a las exigencias de la prensa de masas.

Propiedad de la Editorial Católica, *El Debate* surgió como respuesta a la necesidad de contrarrestar la influencia de la prensa laica y liberal en la sociedad española. A diferencia de los periódicos religiosos del siglo XIX, caracterizados por su tono apologético y su escasa vocación informativa y popular, *El Debate* se presentó como un diario profesional, bien estructurado y comprometido con el rigor informativo.

Herrera Oria impulsó un modelo periodístico que combinaba información rigurosa, análisis político y social y la defensa de los principios católicos. El periódico mantenía una línea editorial confesional, pero su tratamiento de la información seguía los criterios de la prensa moderna: objetividad, actualidad y profesionalidad.

Como ya se ha adelantado, una de las claves de su éxito fue la creación de la Escuela de Periodismo de *El Debate* en 1926, la primera institución formal de formación de periodistas en España. Esto permitió generar una cantera de profesionales bien formados, lo que incrementó notablemente la calidad del periódico y sentó las bases para la profesionalización del oficio periodístico en España.

Desde el punto de vista empresarial, destacó por su capacidad de generar una red de publicaciones afines, consolidando un auténtico imperio mediático confesional, que incluía revistas, semanarios y boletines especializados y que fue creciendo a medida que se diversificó el panorama mediático en España. Esta red le permitió amplificar su mensaje y consolidar un público lector fiel, principalmente en el ámbito del catolicismo social y político. Además, uno de los pilares de su consolidación fue la creación de su propia agencia de noticias, Logos, fundada en 1929, lo que reforzó su autonomía informativa y le permitió competir en mejores condiciones con los grandes diarios laicos, al disponer de un flujo constante de contenidos propios alineados con su línea editorial.

***El Sol* (1917): la modernización del periodismo informativo**

El Sol, fundado en 1917 por Nicolás María de Urgoiti, representó el proyecto más ambicioso de modernización del periodismo informativo visto hasta el momento en la España. Inspirado en modelos europeos de prensa independiente y de alta calidad, como el *Times* británico o el *Le Temps* francés, *El Sol* apostó por una información rigurosa, bien documentada y con firmas de intelectuales y expertos de prestigio.

Desde su primer número, *El Sol* se propuso engrandecer el periodismo español alejándolo del partidismo de la prensa tradicional y del sensacionalismo de la prensa más popular. Su lema, “por un periodismo digno y libre”, sintetizaba su vocación de independencia y calidad. El periódico contó con colaboradores del más alto nivel, como José Ortega y Gasset, Ramiro de Maeztu o Julio Camba, que hicieron de sus páginas un foro de reflexión y análisis de primer orden. Como veremos en el siguiente capítulo, su compromiso por el periodismo y el intelectualismo le llevó a jugar un papel destacado ante cambios destacados de la historia política del país, como fue el advenimiento de la Segunda República.

El modelo empresarial de *El Sol* se basaba en una empresa periodística profesionalizada, apoyada en la solvencia financiera de la Sociedad Editorial España, que integraba a varios periódicos de ideología liberal, como *El Imparcial* y *Heraldo de Madrid*. Esta estructura permitió garantizar la estabilidad económica del proyecto durante sus primeros años.

A pesar de su indiscutible calidad y prestigio, *El Sol* tuvo dificultades para convertirse en un diario de masas, dado su tono elevado y su público lector, compuesto en gran parte por las clases ilustradas y la intelectualidad urbana. Sin embargo, su influencia en la opinión pública y en el panorama periodístico español fue destacada, marcando un referente de calidad informativa y de seriedad periodística.

4.2. Las agencias de noticias y su influencia en la prensa española

En el tránsito del siglo XIX al XX, las agencias de noticias se convirtieron en una pieza clave del periodismo informativo internacional y nacional. Fueron estas empresas las que garantizaron la circulación rápida de la información, lo que permitió a los periódicos acceder a noticias de última hora y ofrecer a sus lectores un panorama amplio de los acontecimientos mundiales.

En España, la consolidación de estas agencias representó el salto definitivo del periodismo como organización empresarial. La información dejó de

depender exclusivamente de corresponsales individuales o de cartas escritas a mano (o incluso de lo que hubieran dicho los diarios extranjeros días o semanas atrás), para pasar a distribuirse mediante redes organizadas y tecnologías de vanguardia, como el telégrafo óptico, y posteriormente eléctrico e incluso el uso de palomas mensajeras en momentos críticos.

La Agencia Fabra y su vinculación con Havas

La Agencia Fabra, fundada en 1865 por Nilo María Fabra, fue la primera agencia de noticias moderna de España y uno de los pilares fundamentales del sistema informativo español durante la Restauración y la Edad de Oro del periodismo. Fue la primera en profesionalizar la distribución de noticias en el mercado español y en establecer una red estructurada para su envío a los diarios, inicialmente de Madrid y posteriormente de todo el territorio nacional.

En 1879, Fabra alcanzó un acuerdo con la poderosa Agencia Havas, la más antigua del mundo (fundada en París en 1835 por Charles-Louis Havas), convirtiéndose en su representante exclusivo en España. Esto significó que Fabra canalizaba toda la información internacional procedente de Havas, lo que le confería una posición de monopolio de facto sobre el mercado informativo español. Durante décadas, Havas —y por extensión Fabra— dominaron el flujo de noticias extranjeras que leían los españoles.

Sin embargo, esta vinculación con Havas implicó una cierta subordinación a los intereses informativos y comerciales de la agencia francesa. La dependencia de Fabra respecto a Havas limitó su capacidad de autonomía y redujo la presencia de la prensa española en el circuito internacional de información. A pesar de estas limitaciones, la Agencia Fabra desempeñó un papel crucial en la profesionalización de la información periodística en España, al ofrecer un suministro continuo y regular de noticias, imprescindible para los periódicos de la época.

Los inicios de Logos y el impacto de las agencias internacionales

En 1929, algunos periódicos españoles, buscando la ruptura de la dependencia respecto a la Agencia Fabra-Havas, y recuperar la soberanía informativa nacional, fundaron Logos. Vinculada, como sabemos, al diario *El Debate*, apostó por acuerdos directos con agencias independientes de otros países y ofreció a los periódicos españoles una alternativa informativa más plural y menos condicionada por intereses franceses.

El surgimiento de Logos coincide con una mayor profesionalización del sector periodístico, así como con el incremento de la competencia internacional, pues otras agencias como Reuters (Reino Unido) y Wolff (Alemania) también buscaban penetrar en el mercado español, especialmente en tiempos de la Primera Guerra Mundial, cuando la información se convirtió en un arma política y estratégica.

Otros ejemplos de agencias: cuando la unión hace la fuerza

Aunque nombres como Fabra, Havas o Logos destacan entre las principales agencias de esta etapa, también existieron otras que desempeñaron un papel relevante en la configuración del sistema informativo español. Ese es el caso de la Agencia Mencheta, fundada por Francisco Peris Mencheta en 1876, que fue pionera al constituirse como la primera agencia de noticias española nacida de un consorcio de periódicos. Este modelo asociativo permitía a los medios compartir gastos, acceder a una red de corresponsales amplia y, por tanto, mejorar su cobertura informativa tanto a nivel nacional como internacional. La agencia contaba con enviados en todas las capitales de provincia y mantenía conexiones con ciudades del extranjero, lo que aseguraba un flujo de información fluido y de calidad. Su existencia refleja la temprana comprensión de que el periodismo requería estructuras colectivas para garantizar eficiencia y alcance.

Otro ejemplo relevante fue Prensa Asociada, la primera agencia de información confesional católica en España, surgida tras la II Asamblea de la Buena Prensa, vinculada a la Iglesia Católica, en 1908. Concebida como un instrumento para cohesionar y coordinar a la prensa católica, llegó a contar con hasta 78 diarios suscritos. Sin embargo, pese a su notable implantación, la agencia nunca alcanzó la sostenibilidad económica necesaria. Ni la creación de una filial, Fides, ni su posterior fusión en 1936 con Logos evitaron su desaparición.

Paralelamente al desarrollo de las agencias informativas, la Restauración fue testigo del nacimiento de las primeras agencias de publicidad en España, una manifestación clara de la progresiva modernización del sector. La aparición de estas entidades evidenciaba el reconocimiento creciente de la publicidad como fuente principal de ingresos para los periódicos, coincidiendo con el auge del periodismo de empresa. Aunque en esta etapa su desarrollo fue aún incipiente, sentaron las bases para lo que en la segunda década del siglo XX sería una auténtica industria publicitaria.

Como representantes sobresalientes de estas primeras iniciativas comerciales figuran la Agencia Roldós y la Agencia Los Tiroleses y Alas. En paralelo, en 1880 se fundó la Unión General de Anunciantes, también conocida como el Gremio de los Anunciantes, una organización que buscaba defender los intereses de quienes comenzaban a ver en el anuncio un vehículo esencial para la economía moderna de la prensa.

5. EL ORIGEN DEL SENSACIONALISMO EN ESPAÑA: EL CRIMEN DE LA CALLE FUENCARRAL

Como hemos visto a lo largo de este capítulo, el periodismo de esta etapa experimentó transformaciones constantes e incorporó elementos que contribuyeron decisivamente a la modernización de la profesión. En un contexto marcado por la creciente competencia entre diarios, la necesidad de aumentar las ventas llevó a muchas cabeceras a recurrir a fórmulas novedosas capaces de atraer a nuevos lectores. Una de ellas fue la creciente relevancia otorgada a la crónica de sucesos, tratada desde enfoques sensacionalistas y con una fuerte apelación emocional al público. Un caso paradigmático del origen del sensacionalismo en España fue la cobertura y el impacto del conocido como crimen de la calle Fuencarral (1888), que supuso un punto de inflexión en la historia de la prensa y en la consolidación de los sucesos como sección informativa. Veamos qué ocurrió con este asesinato y por qué es considerado un hito del periodismo español.

5.1. Contexto y repercusión mediática del crimen

En la madrugada del 2 de julio de 1888, apareció asesinada en su domicilio de la calle de Fuencarral (Madrid) Concepción Varela, una viuda adinerada y conocida por su vida piadosa y caritativa. El crimen, brutal en su ejecución —la víctima fue apuñalada y posteriormente rociada con petróleo antes de prenderle fuego—, sacudió a la opinión pública de la capital. La investigación judicial pronto señaló como autores a su criada Higinia Balaguer y al hijo de la asesinada, José Vázquez Varela, más conocido como “el Pollo Varela”, por su fama en los ambientes más turbios de Madrid. La complejidad del proceso y las sombras que rodeaban los hechos alimentaron todo tipo de rumores y especulaciones.

La noticia tuvo una repercusión inmediata en la prensa, que cubrió con detalle y sin descanso cada novedad del proceso judicial, las autopsias, los interrogatorios y, sobre todo, los aspectos más escabrosos y morbosos del crimen.

Desde los periódicos serios hasta los diarios más populares, todos dedicaron espacio a este suceso, multiplicando ediciones y titulares cada vez más llamativos. Las informaciones sobre el crimen resultaron ser todo un impulso en las ventas de diarios en un mes, como julio, donde la actualidad era menos intensa informativamente hablando.

Uno de los periódicos que lideró la cobertura fue *La Correspondencia de España*, cuya crónica del 3 de julio de 1888 informando de lo sucedido ya presentaba el tono típico del periodismo sensacionalista incipiente: “Ha producido la mayor indignación en esta capital. [...] Se había cometido un crimen. Sobre una cama estaba el cadáver de la viuda de Varela, rociado de petróleo y medio quemado”.

El crimen de Fuencarral no solo conmocionó a la sociedad madrileña, sino que supuso un hito en la evolución del periodismo español hacia formas más sensacionalistas. La competencia por ofrecer la información más impactante, la carrera por obtener los detalles más escabrosos y el uso de titulares grandilocuentes convirtieron este caso en el primer gran ejemplo de prensa de sucesos de masas.

Periódicos como *La Vanguardia* y *El Liberal* destacaron por su tratamiento minucioso del crimen y por la publicación de detalles que, en ocasiones, quebrantaron el respeto a la dignidad de los implicados. Las descripciones del cadáver, las insinuaciones sobre la vida privada de la víctima y de los acusados, así como las reconstrucciones de los hechos, buscaban atraer la atención morbosa del lector.

Este fenómeno entroncaba con el modelo de periodismo amarillo ya practicado en Estados Unidos por Hearst y Pulitzer, aunque en España adquirió unos tintes propios, ligados a la tradición del folletín y la literatura por entregas, que habían preparado al público para este tipo de relatos.

5.2. La división de la prensa entre “sensatos” e “insensatos”

La cobertura del crimen de Fuencarral generó un intenso debate entre los propios periódicos. Algunos se alinearon en lo que la crítica contemporánea denominó los “sensatos”, es decir, aquellos diarios que defendían un tratamiento prudente, riguroso y respetuoso de la información. En este grupo se encontraban *El Imparcial* y *El Globo*, que mostraron reticencias a la difusión de rumores no contrastados y al uso del morbo como estrategia para aumentar las ventas.

Frente a ellos, los llamados “insensatos” representaban la vertiente más sensacionalista del periodismo de la época. *La Correspondencia de España* o *El*

*País*² adoptaron un enfoque más agresivo, ofreciendo detalles morbosos y recorriendo a titulares sensacionalistas que escandalizaron a ciertos sectores de la sociedad madrileña. Esta división reflejaba, en el fondo, la polarización creciente del periodismo: por un lado, la apuesta por la información verificada y la ética periodística; por otro, el auge de la prensa popular, que entendía el periodismo como un negocio basado en la atracción emocional del lector.

Esto propició que Benito Pérez Galdós dejara constancia de su preocupación por el rumbo que estaba tomando la prensa española. En varias cartas personales, el novelista criticó con dureza el tono excesivo y la espectacularización del crimen en algunos diarios, alertando del riesgo que representaba para la moral pública y para una opinión cada vez más vulnerable a la manipulación a través de noticias distorsionadas. “Parece que el crimen es el último recurso del periódico para llenar sus columnas y excitar la malsana curiosidad del lector”, escribió a su amigo José María Pereda en 1888. Lo cierto es que, paradójicamente, Galdós tampoco fue ajeno al magnetismo del caso, pues publicó numerosas crónicas para el diario argentino *La Prensa*, narrando los hechos con un nivel de detalle casi obsesivo.

Hubo, por tanto, una clara ambivalencia en su postura. Por un lado, denunciaba el sensacionalismo y el papel de juez y parte adoptado por muchos periódicos, si bien no dudó en emplear los propios recursos del género. Siguió el proceso judicial paso a paso, asistió al juicio, entrevistó a la acusada, trazó retratos minuciosos de los implicados y elaboró un relato cargado de tensión, utilizando estrategias narrativas próximas al folletín y a la novela negra.

5.3. La explotación de los sucesos y el impacto en la opinión pública

El impacto social del tratamiento informativo del crimen de la calle Fuencarral fue enorme. La opinión pública quedó profundamente dividida entre quienes defendían el derecho a una información completa y detallada y quienes advertían del peligro de la manipulación y de la banalización de la justicia convertida en espectáculo. El juicio tuvo también una fuerte dimensión social: la criada —una mujer joven y de clase baja— fue condenada a muerte, mientras que el hijo de la víctima —con antecedentes delictivos— resultó absuelto. Para muchos periódicos de la época, aquel desenlace evidenciaba la desigualdad ante la ley, pues demostraba que la justicia había actuado con mayor severidad contra la acusada —mujer, pobre y sin defensa sólida— que contra un miembro de una familia acomodada.

² No confundir con el actual diario *El País*, nacido en 1976.

La polémica se intensificó cuando se supo que, en el momento del crimen, el hijo de la víctima estaba cumpliendo condena en prisión, pero salía del centro con frecuencia y sin control judicial, amparado por la permisividad del director de la cárcel y de los propios funcionarios. Este episodio alimentó denuncias de corrupción institucional, privilegios de clase y falta de imparcialidad judicial, avivando un debate que dividió a los medios y generó una fuerte polarización.

Por si fuera poco, el juicio también se convirtió en un espectáculo de masas, con largas colas para presenciar las sesiones y con el seguimiento minuto a minuto de los interrogatorios a través de la prensa. La presión popular, alentada por la cobertura periodística, influyó en el proceso judicial y en la condena a los acusados. Muchos autores han visto en este caso el inicio de una “justicia mediática”, en la que el juicio paralelo en los periódicos condiciona el juicio legal.

El crimen trascendió la crónica de sucesos y se integró en la cultura popular de la época. El propio Pérez Galdós se inspiró en el caso para algunos pasajes de *Misericordia* (1897), donde retrata el morbo social por los crímenes violentos. Además, el acontecimiento fue llevado al cine en 1985, con Carmen Maura como actriz protagonista, en la película, *La huella del crimen: El crimen de la calle Fuenarral*, donde se recrea tanto el suceso como el papel de la prensa sensacionalista en la construcción del relato criminal.

6. GUERRAS, ATENTADOS Y ENFRENTAMIENTOS: CUANDO EL PERIODISMO TUVO QUE CONTAR GRANDES CONFLICTOS

6.1. La Guerra de Cuba y la prensa belicista (1895-1898)

La Guerra de Cuba marcó un antes y un después en la historia del periodismo español. En ella se consolidó un tipo de prensa moderna, capaz de movilizar emociones colectivas, de operar en tiempo real gracias al telégrafo y de construir discursos ideológicos complejos como el patriotismo belicista. Pero también mostró los peligros del sensacionalismo, el amarillismo, la manipulación y la pérdida de rigor, elementos que a la larga contribuyeron al descrédito de los medios tras el Desastre del 98. El caso cubano anticipó muchas de las dinámicas mediáticas del siglo XX: el poder de los medios para influir en la política, el uso de la emoción como motor narrativo y la aparición de la inmediatez informativa.

La Guerra de Cuba: un breve contexto

Entre 1895 y 1898 se desarrolló el último gran conflicto colonial del Imperio español: la Guerra de Independencia de Cuba, que desembocaría en la intervención de

Estados Unidos y en la conocida como Guerra Hispano-norteamericana. Este conflicto, que concluyó para España con la pérdida definitiva de las últimas colonias americanas —Cuba, Puerto Rico y Filipinas—, supuso una profunda conmoción en la conciencia nacional y en la evolución política e informativa del país. En el plano interno, evidenció las debilidades del sistema de la Restauración y la fragilidad del aparato militar. Pero también fue, paradójicamente, el escenario de uno de los momentos más dinámicos para la prensa española, que vivió durante esos años una intensa transformación estructural, discursiva y tecnológica.

En el plano internacional, la contienda se inscribe en el contexto de una reordenación del poder imperial en el mundo. Frente a un imperio español en retroceso, emergía con fuerza la potencia estadounidense, impulsada por una doctrina expansionista y una creciente maquinaria mediática al servicio de sus intereses estratégicos. Fue en este marco donde la prensa, tanto en España como en Estados Unidos, dejó de ser únicamente un vehículo de información para convertirse en un agente activo de la política y la guerra.

El papel del periodismo en la construcción del discurso patriótico

Durante el trienio 1895-1898, la prensa española se posicionó en su mayoría de forma decididamente belicista. Salvo contadas excepciones —principalmente entre la prensa anarquista, socialista o algunos sectores federalistas—, los periódicos más influyentes sostuvieron una narrativa patriótica que vinculaba la defensa de Cuba a los valores fundamentales de la nación. A través de sus páginas se construyó un discurso simbólico en el que la isla se representaba como una prolongación natural de la patria, y su pérdida, como un daño moral irreparable.

Este discurso apelaba a la emoción colectiva, reforzando una visión mítica del pasado imperial y fomentando el ideal de la “guerra justa” contra el enemigo separatista y, posteriormente, contra la amenaza norteamericana. Los editoriales, los artículos y las crónicas desde el frente estaban impregnadas de un lenguaje enfático, con referencias constantes al honor, la dignidad nacional, el valor de los soldados y la traición de los insurrectos. La guerra no se presentó tanto como un conflicto político o económico, sino como una cuestión de orgullo nacional y de integridad histórica.

Este belicismo tenía una doble raíz: por un lado, la presión de la opinión publicada —las voces dominantes en los medios— y, por otro, el vacío de alternativas políticas efectivas frente a la crisis colonial. El resultado fue una espiral de exaltación patriótica que ahogó cualquier debate realista sobre las posibilidades de una solución negociada.

La irrupción del amarillismo: la influencia de la prensa norteamericana

Uno de los elementos más innovadores y problemáticos de la cobertura de la guerra fue el desarrollo del amarillismo, término que designa un estilo periodístico centrado en la exageración, la emocionalidad y la manipulación de los hechos. Aunque este fenómeno tenía ya antecedentes en la prensa europea, fue en el contexto del conflicto cubano donde adquirió una dimensión inédita, especialmente por influencia de la prensa norteamericana.

En Estados Unidos, los magnates de la prensa William Randolph Hearst (*New York Journal*) y Joseph Pulitzer (*New York World*) protagonizaron una auténtica guerra informativa que empujó a la intervención militar norteamericana. La célebre frase atribuida a Hearst, “*You furnish the pictures and I’ll furnish the war*” —traducible como “tú pon las imágenes y yo pondré la guerra”, y cuyo espíritu retrató Orson Welles en la célebre película *Ciudadano Kane* (1941)—, ilustra bien el clima de competencia y propaganda en el que se desenvolvía aquella prensa amarillista y sensacionalista.

Los periódicos norteamericanos presentaron la guerra de forma maniquea, con un claro sesgo proindependentista y una imagen demonizada del ejército español. Se difundieron historias escabrosas, a menudo sin contrastar, sobre campos de concentración, ejecuciones masivas o violaciones de derechos humanos, que movilizaron a la opinión pública estadounidense e influyeron directamente en la decisión del Congreso de declarar la guerra a España en abril de 1898.

La prensa española, aunque en menor medida, también se vio influida por estas estrategias. Algunos diarios —como *El Imparcial* o *El Liberal*— comenzaron a incorporar recursos visuales, grandes titulares, crónicas emocionantes y una narrativa más agresiva. En este sentido, puede hablarse de una “respuesta amarillista” española, aunque sin alcanzar la sistematización propagandística de los medios estadounidenses.

La cobertura de un conflicto en directo: el uso del telégrafo

Uno de los aspectos técnicos más relevantes de la cobertura informativa de la Guerra de Cuba fue el papel desempeñado por el telégrafo, que permitió por primera vez en la historia del periodismo español una transmisión rápida de noticias desde el otro lado del Atlántico. La rapidez con la que llegaba la información, la inmediatez informativa, hizo que la opinión pública viviese este conflicto como “una guerra en directo”. Aunque las comunicaciones estaban limitadas por la capacidad y la censura militar, los periódicos realizaron un

notable esfuerzo logístico para mantener informada a la población casi en tiempo real.

Se enviaron corresponsales a la isla, a menudo sin formación profesional, que actuaban como improvisados cronistas de guerra. La figura del corresponsal se consolidó durante este conflicto, y el hecho de que sus crónicas llegasen por vía telegráfica —a veces en el mismo día— incrementó notablemente la demanda de periódicos y la implicación del público lector.

El telégrafo fue también un arma de doble filo. La rapidez con que se transmitían los boletines facilitaba la difusión de noticias no verificadas, rumores o incluso bulos, que eran amplificadas por la propia dinámica competitiva de la prensa. Asimismo, en las fases más críticas del conflicto, el gobierno español impuso restricciones a la información mediante la censura o la vigilancia de las transmisiones, intentando controlar la narrativa de la guerra. Sin embargo, estas medidas llegaron tarde y resultaron ineficaces frente a la avalancha informativa transatlántica.

Durante la guerra, el periodismo se convirtió, por tanto, en un actor central del conflicto: no solo relataba los hechos, sino que los interpretaba, los dramatizaba e incluso los provocaba. La guerra, más allá de los campos de batalla, se libraba también en las páginas impresas, en las tertulias de cafés y en la opinión pública nacional e internacional. Las consecuencias fueron visibles muy pronto, ya que la intensidad del flujo informativo, la espectacularización de la batalla y la constante apelación a las emociones colectivas generaron un clima de opinión especialmente sensible a los giros de la guerra.

El Desastre del 98 y su impacto en la opinión pública

La derrota de España frente a Estados Unidos en la Guerra marcó un antes y un después en la conciencia nacional y en la configuración de la opinión pública. El llamado Desastre del 98, con la pérdida de las últimas colonias de ultramar, no solo precipitó una crisis política e institucional, sino que también puso en entredicho la credibilidad de la prensa y evidenció las limitaciones de un sistema informativo que, pese a sus avances técnicos y empresariales, mostró graves carencias en su función de intermediación entre la realidad y la ciudadanía.

Como ya hemos visto, durante la contienda los principales diarios españoles desplegaron una actitud abiertamente belicista. Con una mezcla de patriotismo exaltado y desconocimiento real del adversario, la prensa desarrolló una narrativa triunfalista que alimentó expectativas irreales. Se llegó a afirmar la

superioridad de la armada española frente a la estadounidense e incluso se difundieron noticias tan inverosímiles como que una sublevación de “pieles rojas” estaba poniendo en jaque al Gobierno Federal de EEUU. Esta actitud de desprecio hacia el enemigo no solo denotaba ingenuidad estratégica, sino que además contribuyó a la desinformación en un momento determinante.

Uno de los fenómenos más criticados fue el uso del sensacionalismo y el amarillismo del que se había servido la prensa para lograr un mayor número de ventas diarias. El falseamiento exagerado de los hechos, lejos de fortalecer la cohesión nacional, terminó por generar un efecto *boomerang*, ya que la realidad del desastre desmontó de un plumazo el entusiasmo fabricado en las redacciones.

La pérdida de confianza en la prensa tuvo consecuencias duraderas. Los medios, que se habían presentado como paladín del patriotismo y de la verdad, quedaron retratados como irresponsables y serviles a los intereses del poder. La ciudadanía comenzó a percibir la información como un producto contaminado por la propaganda y el oportunismo, lo que alimentó un escepticismo creciente hacia su función mediadora. La censura gubernamental impuesta en julio de 1898 no fue tanto una medida frente al enemigo exterior como una respuesta a las tensiones internas, especialmente ante la amenaza carlista y el creciente regionalismo que marcaron también estos años.

El Desastre del 98 abrió así una grieta en la relación entre prensa y sociedad y dio lugar a una creciente desconfianza hacia los medios. Tras el impacto del desastre, la relación entre lectores y periódicos cambió para siempre: el periodismo tuvo que redefinir su papel en una sociedad que ya no otorgaba confianza automática a sus titulares

6.2. La primera exclusiva gráfica: el atentado de la boda real

Antes de la irrupción definitiva de la fotografía como instrumento periodístico, los diarios y revistas españoles del siglo XIX recurrían a otras técnicas como el grabado xilográfico, el aguafuerte o la fototipia para dotar de imagen a sus publicaciones. Gracias a estas tecnologías, las revistas ilustradas jugaron un papel crucial en la alfabetización visual de la población española y en la creación de un imaginario colectivo visual. Fue en ese marco donde, a finales del siglo XIX, la fotografía comenzó a introducirse progresivamente como instrumento informativo.

La incorporación de la fotografía a la prensa supuso una auténtica revolución en la manera de representar y consumir la información en paralelo a la industrialización del sistema periodístico-empresarial. A pesar de sus primigenias limitaciones

técnicas, su capacidad para captar el instante, para documentar con realismo escenas de actualidad y para transmitir una aparente objetividad la convirtió en una herramienta especialmente poderosa dentro del periodismo moderno.

La presencia de la imagen se aceleró notablemente durante la Guerra de Marruecos (1909-1927), como parte de la necesidad de acercar al público la experiencia directa del conflicto. La fotografía se convirtió en un recurso fundamental para conectar al lector con el frente y mostrar la crudeza del combate más allá de las descripciones escritas. La reproducción de imágenes de soldados, trincheras, campamentos o funerales ofrecía una dimensión visual hasta entonces inédita, reforzando tanto el componente emocional como la carga ideológica del relato periodístico.

No obstante, sería un acontecimiento civil el que marcaría antes un punto de inflexión en el reporterismo gráfico en España. Se trató de la boda del monarca Alfonso XIII y Victoria Eugenia de Battenberg, celebrada en Madrid el 31 de mayo de 1906. La prensa de la época se volcó con entusiasmo en la cobertura del evento, desplegando corresponsales, cronistas de sociedad y, de forma destacada, reporteros gráficos. Por primera vez, los medios impresos españoles realizaron una cobertura fotográfica sistemática de un acto de Estado, desde los preparativos del enlace hasta los detalles de los trajes, carruajes, banquetes y personalidades asistentes.

Sin embargo, lo que iba a ser una jornada de exaltación nacional se transformó en tragedia. Al paso de la comitiva real por la calle Mayor, el anarquista Mateo Morral lanzó una bomba camuflada en un ramo de flores desde un balcón. La familia real resultó ilesa, pero el ataque causó la muerte de más de veinte personas y dejó decenas de heridos. En términos informativos, el atentado supuso un momento decisivo, ya que los periódicos ilustrados se apresuraron a publicar fotografías de los cadáveres, los escombros, los daños en los edificios y, en algunos casos, incluso de las víctimas mortales.

En aquella cobertura destacó el diario ABC. El periódico planificó cuidadosamente la distribución de sus fotografías y la estrategia visual para narrar el acontecimiento. Además, convocó a la ciudadanía a colaborar mediante un concurso que premiaba con 25 pesetas cada fotografía que el diario aceptase y publicase. Con esta iniciativa aseguraba una cobertura más amplia y fomentaba la participación directa de los lectores en la construcción del relato visual.

Gracias a esta convocatoria, ABC obtuvo la fotografía que ningún otro medio, español o internacional, consiguió capturar. El estudiante Eugenio Mesonero Romanos, nieto del célebre periodista y escritor, fotografió la escena apenas

segundos después de la explosión. La imagen fue vendida al periódico por 300 pesetas y pasó a la historia como la primera gran exclusiva gráfica del periodismo español: un testimonio visual directo, dramático y de enorme valor noticioso.

La publicación de esta fotografía en la portada de ABC supuso un hito para la historia de la prensa gráfica en España. Era un documento informativo de alcance extraordinario que consolidaba al diario, fundado apenas un año antes, como un medio moderno, visual y de vanguardia. Con aquella exclusiva, reforzó su identidad como periódico pionero en el uso de la imagen como elemento central del discurso informativo. Desde entonces, el reporterismo gráfico empezó a consolidarse como un pilar esencial del periodismo y el resto de cabeceras nacionales incorporaron fotógrafos en sus plantillas, surgieron agencias especializadas en fotografía de prensa y los reportajes visuales pasaron a ocupar posiciones destacadas en la estructura de los periódicos.

6.3. El periodismo en la Guerra de Marruecos: corresponsales, fotografía y opinión pública

La Guerra de Marruecos, especialmente su fase más convulsa entre 1909 y 1927, marcó profundamente la historia contemporánea de España. El conflicto, prolongado e irregular, enfrentó a las tropas españolas con las cabilas —o tribus bereberes— del Rif en un contexto de competencia imperialista con Francia, inestabilidad política interna y creciente militarización del Estado. Más allá de lo estrictamente militar, la guerra tuvo un impacto decisivo en la sociedad española gracias, en gran parte, a la labor de la prensa.

A diferencia de otros conflictos coloniales previos, la contienda en el norte de África coincidió con una prensa ya más madura, técnicamente mejor dotada y con mayor capacidad de influencia en la opinión pública. Las empresas periodísticas comprendieron pronto que la guerra era no solo un hecho informativo de primera magnitud, sino también una oportunidad para consolidar su papel como mediadoras del discurso nacional. Por ello, los principales diarios enviaron corresponsales al frente y abrieron espacios específicos dedicados al conflicto, en los que se mezclaban crónicas militares, artículos de opinión y reportajes gráficos.

Si bien ya había antecedentes durante la Guerra de Cuba, en Marruecos la figura del periodista desplazado al frente adquirió una relevancia pública inédita. La cercanía geográfica, la duración del conflicto y el creciente interés del público por las noticias del campo de batalla convirtieron al corresponsal en una figura mediática clave.

Entre los corresponsales cabe destacar a Carmen de Burgos, conocida también como “Colombine”, considerada la primera mujer corresponsal de guerra en España. Enviada por *El Heraldo de Madrid* en 1909 durante la primera campaña en Melilla, Carmen de Burgos ofreció una cobertura singular, centrada no solo en los movimientos militares, sino también en la vida cotidiana de los soldados, las condiciones sanitarias y las injusticias del reclutamiento. Su mirada crítica, sensible al sufrimiento humano y ajena al belicismo patriótico, contribuyó a humanizar el relato sobre la guerra.

Otra de las novedades fundamentales fue el uso de la fotografía como instrumento periodístico y de construcción simbólica del conflicto. Aunque la técnica fotográfica ya estaba presente en la prensa de finales del siglo XIX, es durante la Guerra de Marruecos cuando la imagen impresa se convierte en una pieza central del relato informativo. Publicaciones como *ABC*, *La Ilustración Española y Americana* o *Nuevo Mundo* ofrecieron extensos reportajes gráficos que llevaban al lector al mismo escenario del combate.

Estas imágenes cumplían una doble función. Por un lado, reforzaban el discurso patriótico al mostrar escenas de heroísmo militar, retratos de oficiales, avances en el terreno y ceremonias de homenaje. Por otro lado, permitían también, en ciertos casos, visibilizar el horror de la guerra: cadáveres, hospitales de campaña, paisajes arrasados. Este doble registro convirtió a la fotografía en un campo de disputa ideológica, donde lo visual se cargaba de sentido político.

La reproducción de imágenes en la prensa generaba un fuerte impacto emocional y contribuía a movilizar o dividir a la opinión pública. Mientras unos sectores aplaudían la gesta colonial, otros denunciaban el sacrificio inútil de soldados humildes en beneficio de intereses económicos y estratégicos que no eran los de la nación. Esta tensión quedó especialmente de manifiesto tras el desastre de Annual en 1921, cuando la masacre de más de diez mil soldados españoles conmocionó al país y multiplicó la circulación de publicaciones críticas.

6.4. La prensa y la Semana Trágica de 1909: el papel de los diarios en la crisis política

Fractura social y política en la España de la Restauración: 1909

La Semana Trágica de 1909 fue uno de los episodios más conflictivos, desde un punto de vista social y político, que se vivió en la etapa de la Restauración borbónica. Entre el 26 de julio y el 2 de agosto de aquel año, Barcelona y otras

localidades catalanas fueron escenario de huelgas, disturbios callejeros, incendios de edificios religiosos y una violenta represión por parte del Ejército. Todo comenzó después de que se ordenase enviar tropas de reserva — compuestas mayoritariamente por obreros casados y padres de familia— a la guerra de Marruecos, en el contexto del conflicto en el Rif. Las protestas, inicialmente antimilitaristas, se transformaron pronto en una insurrección urbana de carácter obrero y anticlerical, con el trasfondo de un profundo hartazgo hacia el sistema político turnista.

El gobierno presidido por Antonio Maura respondió con dureza. La represión dejó más de cien muertos, miles de detenidos y la declaración del estado de guerra en la capital catalana. En el plano judicial, se celebraron consejos de guerra sumarísimos, y uno de los condenados a muerte fue el pedagogo anarquista Francesc Ferrer i Guàrdia, ajusticiado el 13 de octubre pese a la falta de pruebas concluyentes. Su ejecución tuvo una importante repercusión en la prensa extranjera, desató una oleada de protestas internacionales y fue el golpe definitivo a la estabilidad del gabinete Maura. La crisis política que siguió culminó con su dimisión.

El campo de batalla mediático: prensa y polarización ideológica

La cobertura periodística de la Semana Trágica evidenció, una vez más, el papel central de la prensa en la España de la Restauración. Como ya hemos visto en episodios anteriores, los diarios no se limitaron a narrar los acontecimientos, sino que intervinieron activamente en el debate político, adoptando posturas enfrentadas y contribuyendo a polarizar aún más la sociedad.

Los periódicos de tendencia conservadora, como *La Época* o *El Diario de Barcelona*, reprodujeron sin apenas matices la versión oficial del gobierno, justificando la represión y calificando los sucesos como una “barbarie subversiva alentada por el anticlericalismo” y el “radicalismo revolucionario”. Esta narrativa buscaba legitimar el uso de la fuerza y minimizar las críticas tanto nacionales como internacionales.

En cambio, la prensa liberal y republicana adoptó un tono mucho más crítico. Diarios como *El Liberal*, *El País*, *La Publicidad* o *El Heraldo de Madrid* denunciaron la desproporción de la respuesta gubernamental y cuestionaron abiertamente la legalidad de los consejos de guerra. En la portada de *El Imparcial*, Benito Pérez Galdós llamaba a la nación a que “actúe” y “se levante” contra Maura, en pos del republicanismo que debía salvar a España: “Ya es tiempo de que se acabe

tanta degradación y el infamante imperio de la mayor barbarie política que hemos sufrido desde el aborrecido Fernando VII” (06/10/1909). A su vez, la prensa de izquierdas aprovechó el clima de indignación para reclamar reformas democráticas y un cambio de rumbo en la política colonial y represiva del Estado.

Uno de los elementos más significativos fue el intento, promovido por sectores de la prensa madrileña, de crear una liga de periódicos contrarios a Maura. Aunque la iniciativa no llegó a consolidarse, muestra hasta qué punto los medios actuaban ya como actores políticos con agenda propia. Por su parte, los partidarios de Maura intentaron organizar una liga de signo opuesto, lo que indica que el conflicto se libraba también en el terreno mediático, con la prensa como herramienta de movilización y persuasión ideológica.

Censura, control y movilización de la opinión

Pese al protagonismo mediático, la cobertura de la Semana Trágica no estuvo exenta de restricciones. Desde los primeros disturbios, el gobierno decretó el estado de guerra, lo que permitió la aplicación de la censura previa y el control de las publicaciones. En muchos casos, los periódicos debían presentar sus páginas al gobernador civil antes de su impresión. Sin embargo, esta medida no impidió que se filtraran informaciones y que se produjera una intensa circulación de rumores, hojas volanderas y artículos firmados bajo seudónimo.

La censura, además de limitar la información, incrementó la desconfianza hacia el discurso oficial. Buena parte de la ciudadanía percibía que se ocultaban los excesos de la represión y que se manipulaba la verdad para proteger al gobierno. Esta percepción fue alimentada por la prensa crítica, que difundió relatos alternativos y testimonios directos de los abusos cometidos por el Ejército y las autoridades civiles.

Consecuencias políticas y periodísticas

Las consecuencias del papel de la prensa durante la Semana Trágica fueron múltiples. En el plano político, el desgaste de Maura fue irreversible. Su imagen, asociada a la represión y la inflexibilidad, pasó a ser el blanco de campañas de prensa que terminaron por aislarlo incluso dentro de su propio partido. La famosa consigna “¡Maura, no!” se convirtió en un lema periodístico y ciudadano que sintetizaba el rechazo al autoritarismo gubernamental.

Desde el punto de vista periodístico, la crisis de 1909 consolidó un modelo de prensa militante y de combate, en la que los diarios asumían explícitamente

una función de orientación política. La imparcialidad informativa era secundaria frente a la urgencia de tomar posición. Este modelo favoreció el desarrollo de una cultura política más plural y combativa, en la que el ciudadano lector se acostumbró a contrastar versiones y a participar activamente del debate público. Todo ello ocurrió mientras el sistema político mantenía su estructura oligárquica y caciquil, un escenario en el que la prensa empezaba a construir un espacio propio de oposición y vigilancia pública en alianza con fuerzas sociales como sindicatos, partidos obreros, asociaciones republicanas y grupos intelectuales.

6.5. La Gran Guerra y la prensa española: aliadófilos versus germanófilos

España ante la Gran Guerra: neutralidad oficial, polarización interna

La Primera Guerra Mundial (1914–1918) impactó en la política, la economía y la cultura europea con una intensidad sin precedentes. El conflicto, originado por la rivalidad entre las grandes potencias europeas, fue protagonizado por dos grandes bloques: la Triple Entente (Francia, Reino Unido y Rusia) y las Potencias Centrales (Alemania, Austria-Hungría y el Imperio Otomano). España, bajo el reinado de Alfonso XIII y en medio de una Restauración desgastada, se mantuvo neutral durante todo el conflicto. Sin embargo, esta neutralidad política no se tradujo en neutralidad ideológica, ni mucho menos mediática.

La prensa española reflejó y amplificó una polarización ideológica y cultural que dividió profundamente a la sociedad. Surgieron dos posicionamientos marcados: los aliadófilos, favorables a las potencias de la Entente, y los germanófilos, simpatizantes del bloque liderado por Alemania. Esta división trascendía lo estrictamente internacional y servía, en muchos casos, como catalizador de conflictos internos: monarquía frente a república, clericalismo frente a laicismo, tradición frente a modernidad. Los diarios, lejos de limitarse a informar, se convirtieron en actores clave del debate político y cultural que la guerra proyectó sobre el territorio español.

La prensa como campo de batalla ideológico

La neutralidad española brindó a los periódicos libertad para posicionarse ante el conflicto. Al mismo tiempo, las posturas de los partidarios de uno u otro bando quedaron abiertamente marcadas, generándose así una batalla ideológica entre aliadófilos y germanófilos. La prensa vivió su propia guerra dentro

del conflicto mundial, donde cada bloque utilizó sus cabeceras, sus periodistas y sus recursos para influir en la opinión pública.

Los aliadófilos solían identificarse con sectores liberales, republicanos y progresistas. Eran partidarios de una Europa democrática y sobre todo veían en Francia un modelo de cultura y modernidad. Diarios como *El Liberal*, *El Sol* o *El País* expresaron simpatía abierta hacia la causa aliada, denunciando lo que consideraban el militarismo autoritario de Alemania y exaltando los valores de libertad y civilización frente a la barbarie. Su argumentario se articulaba en torno a la defensa de un orden internacional basado en el derecho y la razón.

Frente a ellos, los germanófilos agrupaban a sectores conservadores, tradicionalistas y monárquicos. Admiraban el modelo alemán por su disciplina, orden y eficacia, y a menudo justificaban su apoyo en una defensa de la autoridad, el patriotismo y la unidad social. Cabeceras como *La Época*, *ABC* o *El Debate* —aunque con matices distintos entre ellas— adoptaron posturas cercanas a las Potencias Centrales, enfatizando la responsabilidad aliada en el estallido del conflicto y denunciando la supuesta propaganda anglosajona o francesa.

Además, en el contexto de propaganda bélica, las potencias extranjeras intentaron influir directamente en el discurso mediático. No faltaron episodios de compra de periodistas, financiación de suplementos especiales o creación de publicaciones falsas para servir a los intereses de uno u otro bando. Un ejemplo ilustrativo fue *El Debate*, que durante estos años recibió subvenciones económicas de la embajada alemana y mantuvo una línea editorial abiertamente germanófila. No fue casual, por tanto, que publicase un editorial bajo el título “¿Por qué somos germanófilos?” (12 de octubre de 1914), en el que justificaba su postura exaltando la fortaleza moral y el orden social del modelo alemán frente al sistema político y cultural de las potencias aliadas. Como *El Debate*, otras cabeceras actuaron como plataformas de influencia geoestratégica encubierta, asumiendo sin ambages el papel de actores implicados en un conflicto que, aunque formalmente ajeno, atravesaba profundamente el espacio público español

Profesionalización informativa en tiempos de propaganda y censura

La guerra favoreció la aparición de un nuevo tipo de lector, más exigente, más interesado en la política internacional y que demandaba la publicación de crónicas, editoriales, reportajes o fotografías informativas. Por otra parte, como consecuencia de esas demandas del público, el conflicto supuso también un incremento de la profesionalización del periodismo. Lógicamente, la demanda de

información internacional creció de forma significativa, ya que los lectores querían saber sobre el desarrollo de la guerra. Así, muchos periódicos se vieron obligados a mejorar sus servicios de corresponsales, sus fuentes internacionales y su cobertura gráfica. La guerra consolidó, en este sentido, a los grandes diarios como *ABC* o *El Imparcial*, que aprovecharon la oportunidad para atraer lectores interesados en los análisis geopolíticos, los partes del frente y los reportajes desde las capitales europeas.

Sin embargo, este auge no estuvo exento de complicaciones. El papel, materia prima esencial para la prensa, se encareció drásticamente debido al bloqueo comercial derivado de la guerra. Esta situación provocó una crisis económica en muchas redacciones y obligó al Estado a intervenir, paliando parcialmente los efectos del encarecimiento mediante ayudas o facilidades fiscales.

Por otra parte, en relación a la libertad de expresión, el Gobierno impuso censura previa desde los primeros meses del conflicto. Se trató de un intento por evitar que la prensa española comprometiera la neutralidad oficial del país, aun cuando el clima periodístico estaba lejos de cualquier equilibrio. Aunque no se prohibía informar sobre la guerra, se vigilaban los contenidos que pudieran interpretarse como provocación diplomática. Aun con ello, la medida no impidió que la prensa se posicionara y dividiera y que las pasiones ideológicas encontraran canales de expresión indirectos, mediante alegorías, artículos de opinión o cobertura sesgada.

El periodismo gráfico, que como ya sabemos había llegado para quedarse, también vivió un momento de esplendor. La fotografía bélica, las ilustraciones satíricas y los mapas del frente se convirtieron en elementos habituales en los diarios ilustrados. Publicaciones como *Nuevo Mundo* o *La Esfera* integraron imagen y texto en formatos cada vez más atractivos, configurando una nueva forma de leer e interpretar la contienda europea.

La fractura entre aliadófilos y germanófilos tuvo efectos más allá del ámbito periodístico. Reflejó y a la vez agudizó la polarización ideológica del país en un momento de crisis del sistema de la Restauración. La guerra actuó como catalizador de las tensiones internas que estaban latentes: mientras unos defendían una España alineada con los valores liberales y democráticos, otros anhelaban un orden fuerte, basado en el autoritarismo ilustrado. Esta dualidad anticiparía los problemas que estallarían con fuerza en las décadas siguientes, los de la ruptura del consenso reformista y la deriva hacia posiciones irreconciliables.

7. EL AUGE DE LA PRENSA OBRERA Y DE IZQUIERDAS: LA EMERGENCIA DE UN PERIODISMO ALTERNATIVO AL SERVICIO DEL CAMBIO SOCIAL

Durante la Restauración borbónica, en un contexto de creciente conflictividad social, surgió y se consolidó una prensa obrera y de izquierdas que actuó como contrapeso discursivo a la hegemonía informativa de la prensa burguesa, liberal o conservadora. Esta prensa no perseguía tanto a la rentabilidad económica sino la concienciación y la influencia ideológica de sus lectores, habitualmente militantes o simpatizantes de las causas obreras, socialistas, anarquistas o regionalistas.

Este auge del periodismo alternativo fue paralelo a la politización de las clases trabajadoras, al avance del movimiento obrero organizado y a la consolidación de nuevos sujetos políticos que reclamaban espacio en la vida pública. En ese marco, *El Socialista* se convirtió en el órgano de referencia del PSOE, mientras que la prensa anarquista, más fragmentada pero intensa, se expandió en medios de menor tirada pero fuerte implantación local y doctrinaria.

Al mismo tiempo, en los márgenes del centralismo liberal, florecieron cabecezas vinculadas a los movimientos regionalistas y nacionalistas, especialmente en Cataluña, País Vasco y Galicia. Estos medios contribuyeron a articular una prensa cultural y política propia, con identidad lingüística e histórica y un claro proyecto de diferenciación respecto al Estado español. Su labor fue clave en la difusión de ideas autonomistas y en la consolidación de una conciencia colectiva que reivindicaba los derechos históricos, la lengua y las instituciones propias de cada territorio. En conjunto, todas estas manifestaciones de prensa no hegemónica desempeñaron un papel fundamental en la configuración del debate público y en la construcción de una esfera crítica al margen del bipartidismo dinástico.

7.1. *El Socialista*: identidad, militancia y pedagogía

Fundado en 1886 por Pablo Iglesias Posse, padre del Partido Socialista Obrero Español y de la Unión General de Trabajadores, *El Socialista* fue desde su origen el órgano oficial de dicho partido y, más allá de su carácter doctrinal, una pieza clave en la configuración de una cultura política obrera. A diferencia de otros periódicos de la época, no nació como empresa comercial, sino como una herramienta de militancia ideológica y cohesión organizativa.

Su estilo sobrio y directo combinaba editoriales de fuerte carga política con noticias sobre luchas laborales, informes sobre sindicatos, notas internacionales y secciones de formación ideológica. Su alcance fue limitado en términos de tirada, pero destacado en cuanto a su influencia.

Durante la Semana Trágica de 1909 y el conflicto de Marruecos, *El Socialista* mantuvo una postura coherente con el internacionalismo obrero, denunciando la represión, el militarismo y la explotación de los trabajadores enviados al frente. A través de sus páginas supo combinar mensajes de alto contenido político con un lenguaje directo y accesible, capaz de llegar eficazmente a las clases populares, lo que constituyó una de las claves de su éxito.

A partir de 1910, y sobre todo tras la entrada del PSOE en la vida parlamentaria, el periódico amplió su base de lectores y su contenido. Incorporó análisis de actualidad nacional, crónicas sobre las condiciones de vida obrera y artículos sobre educación, vivienda y legislación laboral. Su papel como órgano de agitación y formación fue fundamental para la consolidación del partido como fuerza política organizada.

7.2. La prensa anarquista: diversidad, represión y radicalidad

Más fragmentada pero igual de combativa fue la prensa anarquista. A diferencia del socialismo, que tendió a centralizar su estructura y discurso, el anarquismo se manifestó en diferentes de cabeceras locales y efímeras, que surgían y desaparecían con frecuencia, a menudo perseguidas por la censura y las leyes represivas. Estos periódicos o suplementos ofrecían un periodismo de fuerte carga ideológica, alejado de la lógica del mercado y fuertemente comprometido con la causa revolucionaria. Su estilo era más directo, incluso incendiario, con textos que combinaban análisis teórico, crítica cultural, denuncia de la represión y llamamientos a la acción. Los atentados anarquistas de finales del XIX y principios del XX provocaron una fuerte represión de estos medios, que fueron objeto frecuente de cierre, incautación y persecución judicial.

Aun así, la prensa anarquista cumplió funciones fundamentales, articulando redes de solidaridad obrera, difundiendo ideas como el comunismo libertario, el antimilitarismo, el ateísmo o el feminismo radical, y sirviendo de herramienta de formación para sectores obreros excluidos de los medios tradicionales. Entre todos ellos destaca especialmente *La Revista Blanca*, dirigida por Federico Urales (Juan Montseny) —tras regresar clandestinamente de Londres a España— y Soledad Gustavo (Teresa Mañé).

Nacida en 1900 en Madrid, la revista intentó combinar un anarquismo ético e intelectual con un estilo ensayístico, y pronto se convirtió en una referencia imprescindible del pensamiento libertario. Surgió para llenar el vacío dejado por la desaparición del periódico *El Progreso*, dirigido por Alejandro Lerroux, en

un momento marcado por el endurecimiento de las leyes represivas contra el anarquismo. Entre sus colaboradores contó con figuras como el propio Lerro, Miguel de Unamuno, Francisco Giner de los Ríos, Joaquín Costa o Leopoldo Alas “Clarín”, entre otras personalidades destacadas del pensamiento crítico del momento. En sus páginas se publicaban artículos teóricos y doctrinales sobre el anarquismo, el movimiento y activismo obrero, el internacionalismo, el libre-pensamiento o el feminismo, convirtiendo a la revista en un espacio fundamental para el debate intelectual.

7.3. Prensa regionalista y nacionalista: la voz de las periferias

Aunque no puede incluirse estrictamente dentro de la prensa obrera o de izquierdas, la prensa regionalista y nacionalista compartió con ella un mismo espacio de exclusión del poder central y una aspiración transformadora del orden político. En Cataluña, el País Vasco y Galicia florecieron publicaciones que no solo reivindicaban una lengua y una cultura propias, sino también una identidad política diferenciada.

En Cataluña, diarios como *La Veu de Catalunya*, vinculado a la Lliga Regionalista, combinaron un nacionalismo conservador con una modernización periodística. Otros, como *El Poble Català*, con un cariz más progresista, apostaron por una identidad catalana laica, republicana y popular. La pluralidad de voces configuró un ecosistema mediático en el que la lengua catalana se consolidó como vehículo informativo y político.

En el País Vasco, *Euskadi*, órgano del nacionalismo vasco de Sabino Arana, desarrolló una prensa confesional y etnicista, mientras que, en Galicia, publicaciones como *A Nosa Terra* articularon una visión galleguista de la cultura y el territorio. Aunque más débiles en tirada y estructura, estas cabeceras cumplieron un papel clave en la construcción de un imaginario nacional alternativo al de la España liberal castellano-centralista.

La prensa regionalista no se limitaba a reivindicar símbolos o tradiciones, sino que también denunciaba el caciquismo, el centralismo fiscal, la marginación cultural y el desequilibrio territorial en infraestructuras o inversiones. En ese sentido, compartía con la prensa obrera una voluntad de transformación profunda de la realidad social.

Frente a la prensa comercial, orientada al gran público y a los intereses empresariales, estos medios alternativos priorizaron la coherencia ideológica, la militancia y la transformación social. Su impacto, aunque limitado en números de

ejemplares, fue profundo en la formación de identidades colectivas, en la configuración de proyectos políticos y en la democratización del acceso a la información.

8. EL PERIODISMO DURANTE LA DICTADURA DE PRIMO DE RIVERA (1923-1930): TIEMPOS DE CENSURA QUE VIERON NACER A LA RADIO

8.1. Y llegó la dictadura: control y censura previa

El 13 de septiembre de 1923, el general Miguel Primo de Rivera protagonizó un golpe de Estado con el respaldo del rey Alfonso XIII, clausurando el sistema parlamentario de la Restauración y dando paso a una dictadura militar. La justificación oficial se apoyó en la necesidad de restaurar el orden público, erradicar el caciquismo y afrontar la crisis nacional agravada tras el Desastre de Annual (1921). En esta derrota, las tropas españolas fueron vencidas por las fuerzas rifeñas en Marruecos, precipitando una profunda conmoción política y militar. Primo de Rivera se autoproclamó presidente de un Directorio Militar e instauró un régimen autoritario que, sin romper formalmente con la monarquía, abolió las garantías constitucionales y disolvió el sistema de partidos. En este nuevo escenario, la prensa española sufrió un retroceso evidente en sus avances, sometida a vigilancia constante, suspensión de publicaciones y presiones políticas directas.

La llegada de la dictadura no generó, en un primer momento, el rechazo que cabría imaginar. Una parte considerable del periodismo español la recibió con una mezcla de alivio y esperanza, como si aquel golpe pudiera ser una vía para frenar el caos político y restaurar la autoridad del Estado. Las posiciones oscilaron entre la adhesión abierta, la prudencia calculada y la aceptación resignada. El cansancio histórico ante los males crónicos de la Restauración —caciquismo, corrupción, clientelismo— abrió paso a una indulgencia inesperada en sectores que, en teoría, debían haber sido sus adversarios naturales. La influyente voz de *El Sol* lo sintetizó con nitidez:

“No hubo ciudad, pueblo ni aldea donde no se recibiera con júbilo y alborozo la noticia de que se habían hundido las ficciones de la política que, suplantando el sufragio, utilizando la Administración municipal como arma caciquil, corrompiendo a la justicia y burlando las leyes, había hecho de la nación juguete de varias familias privilegiadas” (*El Sol*, núm. 4.089, 19 de septiembre de 1930, en España bajo la dictadura: siete años sin ley, p. 41).

Lejos de ser excepcional, aquella postura expresaba una tendencia presente en gran parte de la prensa. Muchos veían en el cambio una vía para

superar la parálisis institucional y la pérdida de credibilidad del sistema político. Frente a ella, no faltaron voces críticas que sufrieron coacciones y represalias, particularmente en medios vinculados al republicanismo, al movimiento obrero y a los nacionalismos periféricos. El resultado fue un escenario mediático profundamente polarizado entre sumisión y resistencia.

La llegada de la dictadura instauró sobre la prensa un régimen de control hiperrestringido. Primo de Rivera decretó el estado de guerra al asumir el mando, anuló las libertades de expresión e impuso la censura previa. El control rígido de la información redujo de manera notable la autonomía periodística y, desde 1924, se crearon órganos destinados a supervisar previamente los textos, lo que provocó el cierre de cabeceras, alineamientos editoriales forzados y un clima profesional dominado por la autocensura. Como resultado, la dictadura supuso un retroceso nítido en los derechos públicos y una marcha atrás respecto a los avances alcanzados años antes.

Ese clima de presión creciente deterioró rápidamente la relación entre el poder y el periodismo. Muchos medios optaron por silenciar las actuaciones del gobierno, que veía cómo su mensaje no encontraba canales de difusión voluntaria. Ante ese silencio informativo, Primo de Rivera impuso la inserción obligatoria de textos redactados por él mismo en los diarios. Estas comunicaciones recibieron el nombre de “notas oficiosas” y aspiraban a mantener informada a la población sobre las decisiones del Ejecutivo, siempre desde una visión alineada con el régimen. Forzados a buscar resquicios de libertad, solo algunas cabeceras recurrieron a secciones menos expuestas al control político, como los contenidos dirigidos a la mujer o los artículos culturales y literarios.

En cuanto al funcionamiento cotidiano de los diarios, en 1924 se estableció el descanso dominical. Las redacciones no podían trabajar los domingos, lo que impedía la salida de los periódicos en esa jornada. Para cubrir ese hueco en la oferta de contenidos nacieron, dos años después, las *Hojas Oficiales de los Lunes*, concebidas como publicaciones de alrededor de quince páginas e inicialmente gestionadas por las diputaciones provinciales y, más tarde, por las asociaciones de la prensa. Poco después de su creación se decretó la obligatoriedad de incluir en ellas determinadas informaciones políticas, signo de la voluntad gubernamental de mantener un férreo control sobre el flujo informativo.

A esta injerencia discreta se sumó una estrategia más decidida por parte del régimen: la creación de medios propios bajo su patrocinio institucional. El caso más significativo fue el del diario *La Nación*, fundado en octubre de 1925

con el objetivo de actuar como portavoz oficioso del régimen y dar forma a un nuevo ideal nacional. Para sostenerlo económicamente se constituyó la Editorial La Nación S.A., cuyo consejo de administración incluía a influyentes miembros de la oligarquía, como el conde de Güell o el marqués de Sotelo. Su primer director fue el teniente coronel Pedro Rico Parada, antiguo responsable de la Dirección General de Censura, aunque poco después fue sustituido por el periodista Manuel Delgado Barreto, buscando así reforzar su legitimidad profesional.

Con una tirada estimada de 55.000 ejemplares a los dos años de su aparición, *La Nación* se presentó en formato reducido y con una extensión media de unas treinta y seis páginas. Su línea editorial se centraba en la exaltación patriótica, la unidad de España, el orden social y la defensa de la soberanía compartida entre el rey y el pueblo. El periódico se diseñó como una herramienta de afirmación ideológica del régimen y contó con la colaboración de destacados intelectuales del pensamiento conservador como Ramiro de Maeztu, José María Pemán o José Calvo Sotelo. Tras la caída de la dictadura, el diario no desapareció, sino que se reorientó como órgano de expresión de la derecha monárquica más intransigente.

8.2. El nacimiento de la radio en España: el medio que llegó para quedarse

Pioneros y primeros pasos (1923-1924)

Al margen de la prensa, la década de 1920 vería aparecer un nuevo medio de comunicación; uno que en pocos años alcanzaría el protagonismo en los hogares españoles. Aunque el teléfono y el telégrafo ya eran conocidos, diversos investigadores y pioneros desde el siglo XIX —desde Tesla a Marconi, pasando incluso por el español Julio Cervera— aportaron sus avances para lograr la comunicación sin cableado. De ahí que el término “telegrafía sin hilos”, o sus iniciales T.S.H., sirvieran para lo que en un primer momento fueron concebidas, como transmisiones de punto a punto, y que después sería un medio de emisión de voces y sonidos a múltiples receptores: nada más y nada menos que la radio.

El nacimiento de la radio en España no fue el resultado de una decisión institucional planificada, sino más bien la consecuencia de la experimentación técnica y del entusiasmo de grupos reducidos, en su mayoría formados por radioaficionados y fabricantes de equipos. Así lo muestran también revistas técnicas especializadas como *La energía eléctrica* y *Electrón*, entusiastas por el “sinhilismo” y por la nueva tecnología revolucionaria. En este sentido, la

génesis de la radio española se sitúa en una etapa de transición entre lo artesanal y lo profesional, entre el laboratorio técnico y la empresa comercial.

Las primeras emisiones radiofónicas en territorio español se llevaron a cabo a finales de 1923 y principios de 1924 a través de Radio Ibérica, una emisora madrileña que surgió de la colaboración entre la Compañía Ibérica de Telecomunicaciones y la Sociedad de Radiotelefonía Española. Las probaturas se suceden, entre difusiones esporádicas de conciertos, conferencias y hasta el sorteo de la Lotería de Navidad de 1923, que concitó a numerosos madrileños alrededor de altavoces dispuestos por los diarios de Uργοiti en uno de sus quioscos. A pesar de su carácter innovador, Radio Ibérica no consiguió consolidarse como una emisora estable debido a la irregularidad de sus emisiones y a la falta de una programación continua. Un grupo de industriales se constituyó en la Asociación Radio Madrid, que empleó los equipos de Radio Ibérica para dotarla de una pionera emisión regular, aunque esta fue fugaz y sus creadores tardarían meses en desligarse de aquella emisora para emprender un proyecto separado.

Es por ello que se considera que el verdadero inicio de la radiodifusión regular fue en 1924. Tratando de establecer cierta ordenación de las ondas, se impuso un primer marco legal: con el monopolio estatal preestablecido durante la Restauración, ya en plena dictadura de Primo de Rivera, el Reglamento de junio de 1924 estableció un sistema de licencias para cinco tipos de emisoras diferentes. De todas ellas, la más atractiva terminó siendo la cuarta categoría, que correspondió a las “estaciones de difusión oficiales o particulares”, o sea, lo que hoy conocemos como emisoras de radio propiamente dichas.

Al calor de la normativa, empezaron a surgir iniciativas concretas en las principales ciudades españolas. Entre ellas, dos estaciones que, con distinta intensidad, marcaron la trayectoria futura del medio. En noviembre de ese año se inauguran Radio Barcelona y Radio España de Madrid.

Ambas habían comenzado a emitir algunas semanas antes de su presentación oficial, lo que ha provocado una tradicional disputa por el decanato radiofónico: Radio Barcelona obtuvo antes la licencia, pero Radio España fue inaugurada cuatro días antes. Sin embargo, se ha impuesto como emisora decana EAJ-1 Radio Barcelona, por ser la primera en contar con una licencia oficial de emisión. El propio indicativo EAJ-1 evidencia esta condición: la “E” hace referencia a España; “AJ” a las estaciones de telegrafía sin hilos, y el número “1” a su primacía. Desde el hotel Colón de la capital condal, y como parte de su inauguración oficial, el 14 de noviembre de 1924 la voz de María

Sabater saludó a los primeros oyentes de la que hoy es emisora decana de la radio española.

Estas primeras experiencias se enfrentaron con diversas limitaciones técnicas —la señal era inestable, la recepción deficiente, la cobertura territorial limitada—, pero también con un horizonte normativo todavía incierto. Durante estos primeros años, la radio se percibía como una actividad ligada más a la experimentación científica o al entretenimiento cultural que a un proyecto empresarial consolidado. La idea de rentabilizar el medio a través de fórmulas comerciales, como la publicidad, fue motivo de tensiones, especialmente con la aparición de Unión Radio en 1924 (futura Cadena SER), una sociedad de capital fuerte —con una inversión de potentes empresas internacionales detrás, como Telefunken o la compañía de Marconi— y vocación hegemónica que anticipaba el modelo de empresa moderna de radiodifusión.

Radio Barcelona destacó especialmente por su vocación social y su contenido diversificado. Bajo la dirección de Guillén-García, incorporó emisiones infantiles, programas agrícolas y espacios informativos con una sorprendente regularidad, algo insólito en aquella época. Además, impulsó una importante revista especializada, *Radiosola*, uno de los primeros referentes en papel dedicado exclusivamente al medio radiofónico.

La rápida consolidación de la radio

El proceso de institucionalización de la radio en España se desarrolló en paralelo al afianzamiento del Estado liberal autoritario durante la dictadura de Primo de Rivera, primero, y posteriormente en los años iniciales de la Segunda República. Desde sus orígenes, el Estado proclamó su soberanía sobre las frecuencias radiofónicas, lo que supuso que cualquier actividad radiofónica quedara supeditada a un régimen de concesión. Así, aunque se reconocía formalmente la posibilidad de existencia de emisoras privadas, estas solo podían operar previa autorización gubernativa, lo que ponía en evidencia el carácter estratégico que el Estado atribuía al medio.

La normativa adoptada en los primeros años reflejaba una tensión constante entre el deseo de ejercer un férreo control estatal y la necesidad de permitir el desarrollo de un sistema plural. Esta ambivalencia se refleja, por ejemplo, en el Real Decreto de 1929, que buscaba estructurar una red nacional de radiodifusión centralizada, y, como veremos en el próximo capítulo, en la Ley de Radiodifusión de 1934, que ratificaba este enfoque estatalizador. En ambos

casos, el diseño de la red de emisoras quedaba reservado a la sociedad ganadora de un concurso público, dejando en un segundo plano la iniciativa privada.

El sostenimiento económico de las emisoras pioneras planteó también serias dificultades. Durante los primeros años, las fuentes de financiación fueron diversas: impuestos sobre equipos receptores, el canon anual de uso, donativos de oyentes, cuotas de asociaciones de radioyentes, la venta de revistas especializadas y, sobre todo, la publicidad. Esta última se convirtió progresivamente en la principal fuente de ingresos, aunque gravada por el Estado con un 20 % de participación. Además, el tiempo permitido para los anuncios estaba limitado por ley a cinco minutos por hora de emisión.

Aunque más de una veintena de emisoras con licencia EAJ surgieron en el primer lustro, Unión Radio fue la gran protagonista de este periodo. Fundada en diciembre de 1924, la sociedad —que quedaría bajo el control del empresario Nicolás María de Urgoiti bajo la dirección de su hijo, el ingeniero Ricardo Urgoiti— pretendía convertirse en el epicentro del sistema radiofónico nacional. Con fuertes inversiones técnicas, instaló su primera emisora en Madrid en 1925 y, mediante la incorporación de otras emisoras como Radio Barcelona, fue extendiendo una red de alcance nacional. Fue pionera en transmisiones deportivas, espectáculos musicales y programas de autor.

Su afán por innovar se vio también reflejado en la puesta en marcha los primeros servicios informativos con carácter permanente. El que en un principio fuera para los españoles un mero “invento” tecnológico empezó a ser visto también como una vía de información, abriendo una competencia para los periódicos. Tras algún breve intento previo —como fue Radio Ibérica en los años veinte—, Unión Radio aprovechó su potencial para poner en marcha en 1930 *La Palabra*. Su concepción de “diario hablado” propiciaba que el oyente conectara esta emisión con el propósito informativo de la prensa diaria: las noticias, esta vez contadas.

Bajo *La Palabra*, la cadena de Urgoiti contrataría a una primera redacción de periodistas —Agustín Martín Becerra, Josefina Carabias, Carlos Caballero Gómez de la Serna, Isaac Pacheco, Jesús M^a de Arozamena o Carlos Fuentes Peralba entre otros— en lugar de limitarse a las informaciones de agencia o de los periódicos contratados por la propia Unión Radio. Esta condición convierte a este espacio como un origen, aunque incipiente aún, del periodismo radiofónico. Hasta su propio horario asentaría la cita informativa del día: varios boletines a partir de las ocho de la mañana, más una edición temática en plena tarde sobre

temas como la mujer, la infancia, los deportes o la cultura. La colaboración del escritor Ramón Gómez de la Serna completaría la amplia oferta de este completo informativo diario.

A pesar de las quejas por el exceso de contenido publicitario, Unión Radio gozó de una posición hegemónica posteriormente, durante toda la Segunda República. Más adelante se examinarán las bases de ese liderazgo y su impacto en el sistema radiofónico, cuyo desarrollo alteró significativamente el panorama comunicativo español. Lo cierto es que aquella supremacía evidenció una transformación acelerada del medio, propiciando mejoras constantes en la infraestructura técnica y en las calidades de emisión. En poco más de una década, la radio abandonó definitivamente su condición experimental para convertirse en un espacio dinámico e influyente, capaz de disputar a la prensa escrita el protagonismo en la definición de actualidad.

Cap. 4. De las urnas a las trincheras. Periodistas y medios ante la II República y la Guerra Civil (1930-1939)

1. UNA DIFÍCIL DEMOCRACIA, UN PERIODISMO POLARIZADO. DE BERENGUER A LA II REPÚBLICA (1930-1936)

1.1. El “error Berenguer” y el interludio monárquico de *El Sol*

“*Delenda est Monarchia*”. O traducido del latín, “la monarquía debe ser destruida”. Así concluía José Ortega y Gasset su artículo publicado en la primera página del diario *El Sol*, el día 15 de noviembre de 1930. La expresión tenía su reflejo en la antigua Roma: el filósofo se valía de una locución atribuida a Catón el Viejo, “*Carthago delenda est*”. En todos sus discursos, Catón incluía esta coletilla final para abogar por la tercera guerra púnica contra Cartago, incluso aunque el tema no tuviera relación con ello. Dos milenios después, Ortega traía la expresión de vuelta al siglo XX, esta vez contra el régimen que encarnaba Alfonso XIII. El contundente texto llevaba por título “El error Berenguer”, una crítica al general Dámaso Berenguer, que sumaba entonces diez meses al frente del Gobierno como sucesor del dictador Miguel Primo de Rivera. Así, el artículo, con gran impacto en la opinión pública, sellaba la tumba de aquella etapa política y marcaba los pasos hacia una nueva, intensa e inestable república en España.

La breve etapa de Berenguer en el poder, conocida como dictablanda (enero de 1930-febrero de 1931), pretendía volver a la normalidad constitucional de 1876. Para ello, amnistió a los condenados por delitos de imprenta durante la dictadura de Primo (Real-Decreto Ley de 5 de febrero de 1930) e incluso llegó a adoptar una medida liberalizadora para la prensa: la supresión del régimen excepcional de censura previa —si bien se recuperó tras la sofocada sublevación de Jaca del 12 de diciembre—. No obstante, la impaciencia y desconfianza por un cambio más rápido y profundo llevó a su dimisión.

Tras otro fugaz gobierno de concentración, presidido por el almirante Juan Bautista Aznar (febrero-abril de 1931), las elecciones municipales del 12 de abril

de 1931 fueron el detonante de una nueva etapa política en España. A pesar de que los candidatos monárquicos ganaron en número de concejales, en particular en los núcleos rurales, la victoria de los partidos republicanos en importantes capitales de provincia provocó la dimisión de Aznar y, dos días después, el exilio del rey Alfonso XIII. Solo un diario, el monárquico ABC, publicó el día 17 su carta de despedida: “Las elecciones celebradas el domingo me revelan claramente que no tengo hoy el amor de mi pueblo. [...] quiero apartarme de cuanto sea lanzar a un compatriota contra otro en fratricida guerra civil”.

En este contexto, resulta irónico cómo los nuevos tiempos republicanos pillaron a *El Sol*, el diario que había publicado “El error Berenguer”, con el pie cambiado. El artículo de Ortega se tradujo en importantes consecuencias dentro del periódico. Su influencia como columnista estrella implicaba también al propio *El Sol* —que, en su momento, había apoyado el golpe de Primo de Rivera— y comprometía a su principal propietaria, La Papelera Española, hasta entonces más prudente respecto a la crisis política. Tras presiones de altas instancias, insinuadas después por el director del periódico, Félix Lorenzo “Heliófilo”, un grupo de accionistas monárquicos se hicieron con el control accionario de *El Sol*, provocaron la salida del editor Nicolás María de Urgoiti —y también del diario *La Voz* y la agencia Febus, vinculados a la Papelera— y dieron un vuelco a la línea editorial, que pasó a ser más conservadora y cercana al rey. Junto a Urgoiti, se hizo oficial en marzo de 1931 la marcha del director Heliófilo, el columnista Ortega y demás equipo fundacional de *El Sol*. La Historia apuntaba en la dirección opuesta: este relevo se produjo días antes de las elecciones municipales del 12 de abril y, a la postre, el final del reinado de Alfonso XIII. Con ello, el diario acogió de nuevo los postulados republicanos, aunque con un nuevo equipo encabezado esta vez, antes de empezar su carrera política, por Manuel Aznar Zubigaray.

1.2. Libertad constitucional y suspensiones de periódicos en la Segunda República. Contradicciones del bienio progresista

Entre grandes esperanzas de cambio y modernización, el periodo republicano estuvo marcado tanto por sus avances democráticos y sociales —fundación de numerosas escuelas, mejores condiciones para los obreros, secularización del Estado, impulso de la cultura— como por su clima de intenso conflicto político. Entre medias, dos gobiernos, que sufrieron sendas revueltas: la etapa reformista (1931-1933), que superó el fallido golpe de Estado del general Sanjurjo o “Sanjurjada” de 1932; y la etapa conservadora o radical-cedista (1933-35), que reprimió la Revolución de Asturias en octubre de 1934. El tercer gobierno, liderado

por la coalición de izquierdas Frente Popular, apenas gobernó cinco meses en paz durante 1936, antes de que una nueva insurrección, liderada en este caso por el general Francisco Franco, desembocara en una sangrienta guerra civil que dividió al país en dos.

Pero antes de todo ello, los primeros momentos de aquel intenso lustro marcaban un complejo devenir en la conflictiva convivencia republicana. El balance era rotundo: su coche incendiado y su periódico suspendido, acusado de incentivar la quema de conventos. Este es el precio que Juan Ignacio Luca de Tena, director de *ABC*, debió pagar por sus actos de frontal oposición a los procesos de reforma anunciados desde el primer Gobierno provisional (1931), antes incluso de contar con una nueva Constitución. Ante los primeros movimientos para impulsar una candidatura monárquica en las elecciones constituyentes, Luca de Tena entrevistó a Alfonso XIII en Londres, para publicar la conversación junto a una encendida defensa de su reinado: “*ABC* permanece donde estuvo siempre [...] en España, con la Monarquía Constitucional y Parlamentaria”.

Pocos días después, el periodista impulsó la fundación del Círculo Monárquico Independiente e hizo un llamamiento desde sus páginas para acudir al acto. En la calle, se desataron actos violentos entre ciudadanos monárquicos y republicanos, con quema de vehículos incluida —entre ellos, como dijimos, el de Luca de Tena—. De ahí, se desencadenó la violencia en otros puntos de Madrid, como la sede del *ABC*, objeto de un intento de asalto. Ante la inacción del Gobierno, contra la voluntad del ministro de la Gobernación Miguel Maura, la escalada derivó en la conocida como “quema de conventos”, en la que se incendiaron durante apenas 48 horas múltiples edificios religiosos en Madrid, Andalucía y el levante. Tras sofocar por fin los graves incidentes, las fuerzas de izquierda responsabilizaron a *ABC* y al católico *El Debate* de motivarlos, por lo que ambas publicaciones fueron suspendidas temporalmente, junto a otros periódicos regionales. La Segunda República cumplía tan solo su primer mes de vida y ya tenía ante sí las contradicciones que generaba la defensa de la libertad de expresión, cuando esta retaba a las bases mismas de su régimen.

La prensa no pudo evitar obstáculos ni limitaciones. Aun así, tampoco ha de obviarse el importante reconocimiento constitucional que consiguió el periodismo español de su libre ejercicio durante esta etapa. La nueva Constitución, promulgada el 9 de diciembre de 1931 durante el Gobierno provisional, proclamaba el derecho de toda persona a “emitir libremente sus ideas y opiniones, valiéndose de cualquier medio de difusión, sin sujetarse a la

previa censura” (artículo 34). El texto vetaba también el secuestro o la suspensión de periódicos salvo mandato judicial. Todo esto marcaba un importante avance para los periodistas, incluidos y protegidos por una “ley de leyes” distinta en su esencia al marco legal de regímenes anteriores y que armonizaba con el espíritu del tiempo nuevo.

Sin embargo, otras normas de sistemática aplicación se encargaron de poner los “peros” al mencionado artículo 34. La Ley de Defensa de la República (octubre de 1931) calificaba como acto de agresión al régimen la “difusión de noticias que puedan quebrantar el crédito o perturbar la paz o el orden”, así como las manifestaciones a favor de la monarquía o contra las instituciones republicanas. El margen amplio que dicha redacción otorgaba a la interpretación del poder ejecutivo dejaba a las publicaciones al arbitrio de cada gobierno, lo que provocaría en efecto numerosas suspensiones. La Constitución mantuvo la vigencia de la Ley de Defensa, hasta 1933; su disposición sustituta, la Ley de Orden Público, concretaba una serie de supuestos en contra del mencionado orden público, si bien mantenía abierta la puerta a sancionar comportamientos que “de cualquier otro modo no previsto” por las demás posibilidades de la ley. Así, esta norma especificó la cuantía de las multas e incluso permitía la suspensión del artículo 34 si se declaraba el estado de alarma. Con cada norma, la situación para la prensa estaría lejos de mejorar.

Insólitamente, la Ley de Defensa y la suspensión de *El Debate*, en febrero de 1932, provocaron un fugaz intento de unión entre el sector periodístico³. Varias cabeceras fundaron la Liga Defensora de la Libertad de Prensa, un frente común de solidaridad que se opusiera a las restricciones republicanas. Esta iniciativa unió a voces de muy variada ideología, desde sectores conservadores —*El Debate*, *ABC*, *Informaciones*, *La Nación*...—, incluso el carlista *El Siglo Futuro*, hasta republicanos como *El Sol*, *Ahora*, *La Libertad*, *Heraldo de Madrid* y hasta una cabecera anarquista, *La Tierra*. No obstante, hubo también quienes rechazaron e incluso criticaron la iniciativa: *El Socialista*, *Luz* y *El Liberal*, que echó en falta un apoyo similar de los promotores ante una sanción equivalente hacia *La Época*, durante la dictadura de Primo de Rivera.

Tanto la intensidad como la dirección hacia la que apuntaban las medidas políticas —incluidas las relativas a la prensa— se verían condicionadas por el

³ No sería la única unión periodística durante la República. En 1935 se fundieron las tres organizaciones periodísticas: la de Madrid (Unión de Empresas Periodísticas Madrileñas), la catalana (Asociación de Empresas Periodísticas de Cataluña) y la Federación de Empresas Periodísticas de Provincias de España. El resultado fue la Confederación de Empresas Periodísticas Españolas, de breve existencia (Sánchez y Barrera, 1992: 207).

signo político de cada etapa. Las intenciones del Gobierno reformista, liderado por Manuel Azaña, eran modernizar el país mediante cambios profundos, como la organización territorial —Cataluña aprobó su estatuto de autonomía, mientras el País Vasco y Navarra reclamaban el suyo—, la modernización y reducción del ejército, la regulación laboral de los jornaleros y la secularización del Estado. Estas y otras medidas tenían en los periódicos su foro de debate y discusión pública. En las hemerotecas queda, por ejemplo, la defensa y celebración del sufragio femenino, por parte de la diputada Clara Campoamor, tal y como dejó escrito en 1932 en *Nuevo Mundo*: “De todas las conquistas de la República, ninguna más llena de promesas que esta. [...] La vida nacional no será ya tan sólo cosa de hombres; el sentido de la responsabilidad mutua dignificará sus relaciones y elevará el tono moral de la sociedad”.

Fruto de la polarización que caracterizó a la sociedad española de la República, la prensa participó con su alto contenido político tomando partido combativamente, cada cabecera desde su línea editorial. Las reformas contarían con el favor de diarios republicanos: *El Sol* y el popular *La Voz*, ambos fuera del dominio de Urgoiti; las cabeceras del *Trust* (*El Liberal* y *El Heraldo de Madrid*), más escoradas a la izquierda republicana, aunque con particular esplendor en ventas en el caso del *Heraldo*. A este bloque se sumó el nuevo *Ahora*, fundado en 1930 y convertido en un notable éxito bajo la dirección del veterano Luis Montiel Balazat (quien, décadas más tarde, fundaría el diario deportivo *As*) y la subdirección de Manuel Chaves Nogales. *Ahora* fue un caso atípico: aunque nació como monárquico, aceptó después la legalidad republicana y mantuvo una posición centrista; su fórmula de “diario gráfico” le permitió competir con *ABC* tanto en calidad técnica como en cifras de ventas, al tiempo que incorporaba a colaboradores de la talla de Pío Baroja, Ramón María del Valle-Inclán y Miguel de Unamuno.

Por su parte, Urgoiti emprendería con su equipo nuevas cabeceras tras su salida de *El Sol*. Primero, *Crisol*, proclamado prorrepblicano desde su primer número, diez días antes del inicio de la Segunda República. Después, *Luz*, diario elogioso con Azaña hasta el punto de ser visto como un oficioso “órgano” de la República por su competencia. A pesar de todo, ambos acabaron en sendos fracasos: *Crisol* tuvo solo un año de vida y Urgoiti vendió *Luz* antes de su cierre definitivo en 1934, bajo la sombra de su antigua cabecera a la que no pudo superar.

Sin embargo, como ya se ha visto antes, no toda la prensa respaldó las decisiones del gobierno azañista. De hecho, las suspensiones tras la “quema de conventos” no serían las únicas, pues varios diarios vieron interrumpida

su actividad tras episodios conflictivos como los debates en torno a la libertad religiosa, los altercados en Castilblanco (Badajoz) entre jornaleros y guardias civiles (diciembre de 1931), el decreto de expulsión de los jesuitas (enero de 1932) o, en particular, la “Sanjurjada”. Siguiendo la misma línea de acción, más de un centenar de rotativos recibieron el decreto de cierre a raíz del intento de golpe de Estado del general José Sanjurjo, señalados como opositores a la República. La lista incluía a monárquicos como *ABC* —que reanudó sus ediciones el 30 de noviembre— y *La Nación*, el tradicionalista *El Siglo Futuro*, católicos o cercanos al derechismo como *El Debate* e *Informaciones*. El conservador *El Imparcial*, que en esta etapa se fue acercando también a postulados cercanos al rey Alfonso, ya se encontraba en suspensión de cuatro meses por una crónica contra el Estatuto catalán. El moderado *La Época*, por haber acatado la República, sería el único diario destacado de línea monárquica en librarse de las sanciones. El golpe de Estado fallido sería la causa de disolución de la breve Liga Defensora de la Libertad de Prensa, que no llegó a consolidarse.

La mayor incidencia de las sanciones recaería hacia ambos lados del espectro político. Las cabeceras revolucionarias de izquierdas tampoco se libraron de cierres, con el agravante de la debilidad económica con la que se sostenían estas publicaciones. La prensa de izquierda radical, obrera y lejana a las influencias burguesas, sería representada por *El Socialista*, el comunista *Mundo Obrero* —ambos periódicos “de partido”—, *Avance*, *Solidaridad Obrera* o *La Tierra*.

En esta última cabecera, el redactor Eduardo de Guzmán relató en 1933 otra tragedia clave, los sucesos de Casas Viejas (Cádiz). Allí, una insurrección anarquista duramente reprimida por la Guardia Civil acabó en una masacre de 26 muertos. El relato de los acontecimientos —también el que hizo Ramón J. Sender para el periódico izquierdista *La Libertad*— derivó en consternación y escándalo político, pues la tragedia quedó ligada a Manuel Azaña. El capitán Rojas, quien dio la orden de disparar e incendiar la choza, acusó al entonces jefe de Gobierno y ministro de Guerra de ordenar “los tiros, a la barriga”. Esta versión quedó desmentida y Azaña salió indemne de la investigación judicial. Sin embargo, el falso mensaje generó un fuerte impacto negativo sobre su imagen ante la opinión pública, pues la frase fue asumida no solo por la derecha, sino también por la izquierda anarquista.

1.3. Retroceso a la censura previa. La prensa durante el bienio radical-cedista

“Un gran partido de derechas”. Así celebraba *El Debate* en marzo de 1933 la fundación de la Confederación Española de Derechas Autónomas, CEDA. No era un apoyo extraño o inesperado: Ángel Herrera Oria, el director del diario católico entonces perteneciente a la Editorial Católica, ya había participado años atrás en Acción Nacional —después Acción Popular—, uno de los partidos que participarían en la nueva Confederación. Por si el apoyo de *El Debate* a la CEDA no fuera evidente, ambos tenían un importante nexo: por el rotativo había pasado un periodista salmantino, que llegó incluso a la subdirección, sacrificando así su trayectoria periodística. Su nombre era José María Gil Robles, presidente fundador de la CEDA y figura imprescindible durante la siguiente etapa política de la Segunda República.

Con un gran apoyo de la prensa conservadora, católica y monárquica, la CEDA de Gil Robles consiguió la victoria electoral en noviembre de 1933 —primeros comicios que permitieron el voto de las mujeres en España—. El triunfo se vio favorecido por la profunda desunión con que las fuerzas de izquierda acudieron a las urnas. Se abrió así el segundo bienio republicano, conocido como “negro” por sus detractores, “contrarreformista” por sus partidarios o “radical-cedista”, pues la CEDA apoyó primero a un gobierno en solitario del Partido Republicano Radical de Alejandro Lerroux y, meses después, entró a gobernar en coalición con él. Hasta diez gabinetes distintos se sucedieron durante este periodo, marcado por una inestabilidad fruto de la fragmentación generada por los resultados electorales.

Si bien la CEDA no podía formar gobierno en solitario, su alta representación parlamentaria le permitió desplegar una estrategia progresiva para asumir el poder y revertir las reformas del primer bienio. La amnistía en 1934 a los responsables de la Sanjurjada evidenció estas intenciones, que iban mucho más allá del moderado Lerroux, generando un pulso interno por el liderazgo gubernamental. La oposición respondió con una creciente resistencia desde los sectores azañistas e izquierdistas, que percibían a la CEDA como una amenaza para la República y el preludio de un giro autoritario, en sintonía con la dictadura de Mussolini en la Italia fascista y el ascenso de Hitler en la Alemania nazi.

La polarización creciente, con continuos altercados, afectaba directamente a la acción de la prensa. En septiembre de 1934, fruto de un escándalo político, se declaró el estado de alarma y se restituyó la censura previa de las

publicaciones —prolongada hasta las elecciones de 1936—. Aquello afectó fundamentalmente a las publicaciones de izquierdas, sometidas a una vigilancia especialmente estricta. Además, nuevas disposiciones establecieron prohibiciones, como que los militares no podrían, salvo excepciones, “acudir” a la prensa —o sea, pronunciarse o hacer declaraciones, en particular de tinte político o sindical— o que no se permitiría vender y pregonar periódicos por grupos de personas cuando esto pudiera ser motivo de “provocación”.

Pero, sin duda, el acontecimiento que más impactó en este periodo ocurrió en octubre de 1934. La entrada de la CEDA en el Gobierno, una línea roja para los partidos republicanos, desencadenó una “huelga general revolucionaria”, que se extendió por todo el país. La revuelta tuvo particular éxito inicial en Asturias, impulsada por socialistas y anarquistas de la CNT, con importante participación del sector minero y apoyada en la prensa por la cabecera socialista *Avance*. No solo las cabeceras de izquierdas jalearon el movimiento revolucionario, dado que incluso empleados de diarios como *ABC* e *Informaciones* lo secundaron, si bien terminaron pagándolo con sus puestos de trabajo una vez certificado su fracaso. Con la censura previa vigente, textual y gráfica, medios originalmente cercanos con la política socialista, como *El Sol* y *El Heraldo de Madrid*, fueron más pálidos con el movimiento. En cambio, los adscritos a la derecha política impulsaron un vehemente rechazo, tildando a los mineros asturianos de sanguinarios y destructores.

Las tropas republicanas, coordinadas entonces por el general Francisco Franco, acabaron con la llamada Revolución de Octubre. La represión fue brutal, con fusilamientos, torturas, miles de detenidos y unos mil quinientos muertos. Entre ellos, un destacado periodista fue víctima de la masacre: Luis de Sirval (sobrenombre de Luis Higón Rosell) fue a Asturias para relatar aquellos acontecimientos, entre los que contó el fusilamiento de una joven. Su reportaje le costó la detención y el asesinato en el patio de una comisaría de Oviedo, ante la conmoción periodística e incluso parlamentaria.

Del relato de aquella revuelta, y de los días que la siguieron, quedaron crónicas escritas sobre el terreno que coincidían en la dureza del episodio y en lo grave de sus consecuencias. Para *Ahora*, Manuel Chaves Nogales describió el “espantoso” y “cruel” escenario de Oviedo, marcado por una “pavorosa falta de sentido humano”. Con atención a los hechos, desmintió versiones sensacionalistas, como que “en Sama los revolucionarios se comieran a un cura guisado con *fabes*” o que “en Ciaño despanzurraran a la mujer de un guardia civil y le

hundieran un tricornio en las entrañas”. Confirmó, eso sí, que ambas muertes se produjeron. Por su parte, Josep Pla, enviado de *La Veu de Catalunya*, atribuía la responsabilidad a la “frivolidad política” —también de sectores de la izquierda catalana— y calificaba la insurrección como “el movimiento subversivo más extenso y más profundo, quizá, de nuestra historia contemporánea”. Mientras tanto, José Díaz Fernández, periodista y exdiputado izquierdista por Oviedo que vivió la revolución desde su inicio, la noveló en *Octubre rojo en Asturias*, firmado como José Canel, un testimonio que alcanzó gran difusión desde su publicación previa por entregas en el *Diario de Madrid*.

Casi al mismo tiempo, se proclamaba en Barcelona el Estado Catalán. No era la primera vez que se producía un gesto semejante, puesto que, durante el mismo nacimiento de la República, el líder de Esquerra Republicana de Catalunya (ERC), Francesc Macià, tras los buenos resultados en las elecciones municipales de 1931, ya había realizado esa proclama como República Catalana, aunque renunció a ella días después a cambio de un estatuto de autonomía aprobado en 1932. No obstante, la llegada de la CEDA al poder fue argumento suficiente para que el presidente de la Generalidad de Cataluña, Lluís Companys, anunciara la ruptura de relaciones con las instituciones españolas y, al mismo tiempo, llamara a un Gobierno republicano provisional con sede en Barcelona. Los altercados de esa noche fueron sofocados por tropas republicanas, que lograron la rendición de Companys pocas horas después. Diarios catalanistas como el moderado *La Vanguardia* —el de mayor difusión entonces— o el monárquico *Diario de Barcelona* rechazaron la intentona. El balance, aunque trágico (46 muertos), fue mucho menor que en Asturias.

Como pasara con la Sanjurjada, pero en sentido contrario, todo se saldó en el terreno mediático con la suspensión de numerosos periódicos y revistas de signo opuesto al del Gobierno. Entre ellos se encontraban cabeceras republicanas de izquierda, la prensa socialista y obrera, así como diarios independentistas como *La Humanitat*, vinculado a Esquerra Republicana. Sin embargo, la sanción de estas últimas cabeceras comprometía su supervivencia, dada la mayor fragilidad económica que padecían. *El Socialista*, uno de los medios más castigados, fue suspendido hasta finales de 1935. En el otro extremo, prensa falangista como *Arriba* también recibió la orden de parar rotativas durante el mismo bienio —en su caso, en el verano de 1935—, mientras la prensa que permanecía activa, entre ella todos los diarios monárquicos, condenaba rotundamente la rebeldía y la brecha ideológica se hacía más grande.

Los últimos meses de la Segunda República en periodo de paz empezaron tras una muy intensa campaña para la cita con las urnas, que se trasladó a la prensa. Voces moderadas como la de *Ahora*, partidaria de respetar el marco institucional, constituían casi una excepción en un escenario polarizado entre dos bloques enfrentados. Por un lado, la prensa republicana denunciaba la represión de 1934, incluida de nuevo la prensa obrera, que había recuperado su circulación salvo el final del anarquista *La Tierra*. Por otro, el bloque contrarrevolucionario, formado por diarios monárquicos y otros sectores que, aunque aceptaban el régimen republicano, rechazaban la llegada del socialismo. Eran escasos los puentes que permitieran imaginar una conciliación entre ambos campos, en los periódicos y en la vida política.

El periodismo alcanzó la legislatura final de la Segunda República tras el nacimiento de varias publicaciones. Entre ellas, semanarios como *Crónica* y *Estampa* se abrieron un hueco en el mercado gracias a la importancia de sus ilustraciones. El quiosco asistió además a la fundación de nuevos diarios: *El Diario Vasco* (1934), en San Sebastián, de línea derechista y antinacionalista; el vespertino *Ya* (1935), a manos de Editorial Católica, como complemento y después sucesor de *El Debate*; y *Claridad* (1935 como semanario, un año después a diario), vinculado al sector más izquierdista del PSOE que representaba Francisco Largo Caballero. No obstante, la vida de algunas de estas cabeceras se vería abruptamente interrumpida en julio de 1936.

1.4. El dominio de Unión Radio, la red de emisoras de la República

“La intensidad histórica que vive España desde el 14 de abril, y la inquietud que sienten todos los españoles por oír la palabra de los hombres de la República, está teniendo en Unión Radio una colaboración extraordinaria, que desde el primer instante su micrófono ha sido abierto para que las personalidades del Gobierno provisional transmitan al público invisible las emociones de este gran proceso histórico”. Estas elocuentes palabras abrieron el número de la revista *Ondas*, especializada en el medio radiofónico, el 26 de abril de 1931, y marcarían también un giro relevante en la función de la radio durante el lustro republicano. Desde su primer día, los micrófonos también serían importantes para el debate político y la transmisión de ideas; la radio superaba por tanto la época de probatura técnica y experimentación, mientras el poder empezaba a verla como una verdadera herramienta de influencia con un radio de acción potencial durante las campañas electorales tan potente como peligroso.

Al mismo tiempo que la prensa, cada vez más polarizada, era relatora y también participante directa del convulso periodo republicano, la radio también estuvo en los acontecimientos relevantes de la década. El propio Alcalá Zamora leyó en la antena de Unión Radio la proclamación de la Segunda República, así como Lluís Companys anunció en los micrófonos su proclamación del Estado Catalán en 1934. Los políticos de la República habían aprendido el poder del medio radiofónico como altavoz político y propagandístico, un antecedente de la utilización de las ondas durante la contienda civil. A pesar de ello, tampoco era total la libertad política de la que gozaban las emisoras, pues en 1932 se prohibía la emisión de mítines políticos sin autorización expresa del Ministerio de la Gobernación.

Hasta entonces, la radio se había consolidado en las grandes ciudades, con el dominio empresarial de Unión Radio tras las absorciones iniciadas en la década anterior, dominio al que solo la *Ràdio Associació de Catalunya* (RAC) (desde 1933) consiguió hacer cierta sombra como red de emisoras. No obstante, la República tenía aún pendiente el reto de expandir el invento a las zonas rurales, dentro de un esfuerzo por equiparar los ritmos culturales y educativos del campo y de la ciudad. Para ello se plantearon dos caminos. El primero, el del monopolio público, ya había sido explorado en tiempos de la dictadura de Primo de Rivera. El gobierno de Azaña retomó la idea de sacar a concurso el Servicio Nacional de Radiodifusión para su explotación por parte de una empresa privada. Sin embargo, entre sospechas de corrupción, el concurso quedó anulado y, tras varios intentos fallidos, el Servicio nunca llegó a ponerse en marcha.

En cambio, la segunda vía fue más provechosa. Un decreto de diciembre de 1932 sentaba las bases para que nuevas emisoras locales de onda media pudieran solicitar sus concesiones, con la finalidad de “dotar a determinadas poblaciones del moderno y ya indispensable servicio de radiodifusión”. El impulso fue notorio: de ocho emisoras a unas 60 por todo el Estado español en apenas tres años. A su mantenimiento contribuyó que, durante esta década, la radio consolidó su modelo de negocio basado en la publicidad. La alta fragilidad de las primeras emisoras, que propició su absorción por parte de la cadena de Urgoiti, nada tuvo que ver con la estabilidad de las nuevas radios.

La radio era, en definitiva, el medio de comunicación de moda, de ahí que atrajera suficiente atención regular en la prensa e incluso propiciase la aparición de publicaciones especializadas. Sin embargo, fue en esta década cuando el hasta entonces mero “invento” tecnológico empezó a ser visto también como

una vía de información, abriendo una competencia para los periódicos. Tras diversas experiencias precursoras —entre ellas la breve Radio Ibérica en los años veinte—, Unión Radio dio un salto decisivo en octubre de 1930 con la creación del informativo *La Palabra*. Como ya hemos adelantado, la cadena impulsó la formación de su propia redacción y superó así el modelo anterior basado en textos de prensa y agencias; este modelo la convirtió en tiempo republicano en una marca emblema para la radio de Urgoiti.

Pero volviendo a la regulación del medio, a pesar de los fracasos previos, los gobiernos del segundo bienio tampoco renunciaron a la idea del monopolio estatal. La Ley de Radiodifusión de 1934 planteó de nuevo la creación del Servicio Nacional de Radiodifusión, al mismo tiempo que reafirmaba al medio radiofónico como un servicio público atribuido de una función “esencial y privativa del Estado”. El concurso para decidir a qué empresa se concedía la explotación llegó a estar avanzado, e incluso el propio Servicio llegó a tener un reglamento publicado en la *Gaceta de Madrid* a finales de 1935 —con límites temporales para la propaganda política, confesional y hasta para conferencias y mítines autorizados—, pero este intento tampoco fraguó, víctima de la inestabilidad política. No obstante, la propia norma constituyó un paso relevante para la consolidación jurídica de la radio española.

1.5. Al borde del abismo. Prensa y radio durante el gobierno del Frente Popular

Entre escándalos políticos y la creciente presión de la CEDA de Gil Robles por llevar la contrarreforma hasta el límite, dejando caer incluso su voluntad de disolver las Cortes, el Partido Republicano Radical terminaría apeándose del gobierno a causa de un juego de azar fraudulento, el Straperlo, permitido gracias a sobornos de cargos vinculados al partido de Lerroux. Tras varios intentos del Presidente de la República por buscar alternativas a un gobierno liderado por la CEDA, Alcalá-Zamora convocó elecciones para el 15 de febrero de 1936.

El mero llamamiento a las urnas ya significó un progreso para el periodismo español, pues el gobierno provisional, de signo centrista, levantó la censura previa que llevaba instalada desde poco antes de la Revolución de Octubre, más de un año seguido. Sin embargo, la medida fue más efectiva para la prensa que para la radio, cuya potencial influencia hacía temer que desequilibrara la balanza en función de los mítines que transmitiera. Por ello, igual que en 1933, el medio radiofónico no pudo tomar partido en campaña electoral y se limitó a transmitir solo actos autorizados, abogar por un proceso de votación pacífico, contar los

sucesivos resultados y a servir, una vez más, como altavoz de los ganadores tras la votación; en este caso, el nuevo presidente del Gobierno, Manuel Azaña.

Los resultados oficiales dieron la llave de gobierno al Frente Popular, una gran coalición izquierdista liderada por Azaña que abarcaba desde socialistas hasta marxistas y nacionalistas. Bajo la voluntad común de un programa de mínimos, su primer propósito fue la amnistía de los condenados por la revuelta de 1933. Esto también afectaba a numerosos periodistas que habían sufrido la represión y habían sido alejados de sus empresas, en cabeceras progresistas pero también en conservadoras como el ABC. Poco duraron las buenas noticias para la prensa, pues las protestas, huelgas, presiones y alteraciones del orden público —incluso el asalto a las instalaciones de periódicos derechistas— propiciaron un nuevo estado de alarma, que restauró la censura previa y limitó la libertad de expresión durante los escasos cinco meses de tensa paz, con la excepción de la información parlamentaria.

El 12 de julio de 1936, el socialista de la Unión Militar Republicana Antifascista José Castillo fue asesinado por cuatro pistoleros de extrema derecha. La conmoción dejaría paso a la venganza, cuando unas horas después unos milicianos socialistas mataron a José Calvo-Sotelo, líder del partido monárquico Renovación Española. En la edición del día 14, ABC abrió su edición de Madrid con la segunda noticia. La tensión se multiplicaba, mientras las voces que abogaban por rebajar el enfrentamiento ya eran escasas y poco escuchadas. El *Ahora* de Manuel Chaves Nogales respaldó la actitud de condena del Gobierno, pero con el matiz de proclamarse como voz solitaria —a su pesar— a favor de la convivencia pacífica: “el país quiere que esa gobernación se haga por medio de la ley y con la ley, sin viñetas de vandalismo [...] hay que cerrar definitivamente las esclusas de la violencia y el barro”, decía en su editorial del mismo día.

Sin embargo, aquella llamada a la calma apenas tuvo eco. Los retratos de Castillo y Calvo-Sotelo compartieron la monotemática portada de *Ahora*, en un gesto en consonancia con el intento de frenar la espiral de violencia y reclamar unidad institucional. Pese a ello, en un contexto prebélico en Europa, con Adolf Hitler al frente de la Alemania nazi y a pocos meses del estallido de la Segunda Guerra Mundial, la polarización en la prensa marcaba un punto de no retorno. La conspiración derechista —gestada desde la propia victoria del Frente Popular— se concretó en la sublevación militar liderada por el general Francisco Franco, primero en las islas Canarias y el Protectorado español de Marruecos y después en la península y Baleares. El fracaso parcial de la operación desencadenó un nuevo escenario para España: la Guerra Civil.

2. A LA ORDEN DEL FRENTE: PRENSA, RADIO Y GUERRA CIVIL (1936-1939)

2.1. Los periódicos en guerra. Incautaciones y clausuras

De la misma forma que el frente separó al país en dos, la actividad de la prensa sufrió un enorme vuelco, desde entonces al servicio de uno u otro bando, hasta el punto de que incluso hubo periodistas alineados que decidieron luchar en el frente. Las rotativas —y también las emisoras de radio, como desarrollaremos más adelante— fueron un canal de propaganda directa, implicando a sus lectores en un contexto de alta demanda informativa. Como es habitual en tiempos de guerra, la población necesitaba saber las novedades en el campo de batalla, mientras los ejércitos necesitaban blindar los ánimos de su zona, vender triunfos y generar el odio al enemigo. Para ello, la censura previa fue instrumento de control imprescindible que garantizara la fidelidad del mensaje a los objetivos militares.

El giro radical que supuso el alzamiento del 17-18 de julio de 1936 transformó al asalto las cabeceras. Los talleres fueron incautados por partidos, sindicatos o comités de guerra en ambos bandos, lo que provocó giros radicales en las líneas editoriales de aquellos periódicos que pudieron continuar activos. El diario que durmió como republicano amanecería días después como falangista, o viceversa. En Murcia, *La Verdad* cambiaría su nombre temporalmente por *Nuestra Lucha*, con el subtítulo “portavoz de la Unidad Obrera”. El valenciano *Las Provincias* fue incautado por el sindicato CNT y se transformó en *Fragua Social*. En Madrid, el católico *El Debate* dejó paso a *Mundo Obrero*. Al otro lado de las barricadas, el yugo y las flechas lucirían a gran tamaño en los diarios controlados por la Falange. En Pamplona, donde antes se editaba *La Voz de Navarra* —publicación del Partido Nacionalista Vasco (PNV)—, pasaría a imprimirse un diario de nuevo cuño y nombre que no dejaba lugar a la duda, *Arriba España*. En cambio, su competidor en la región, *Diario de Navarra*, sería alentador y punto de encuentro para las fuerzas golpistas contra la República, junto a su director Raimundo García, “Garcilaso”.

Esta situación implicó también un relevo en los puestos directivos. El pacificador editorial de *Ahora* con el que se refirió al asesinato de Calvo-Sotelo no impidió que la cabecera siguiera el mismo destino que tantas otras. El consejo obrero que tomó el control del periódico confió el puesto simbólico de “camarada director” a Manuel Chaves Nogales, antiguo redactor jefe. En su nueva función, Chaves se integró en la causa republicana durante los primeros meses de la guerra, publicando editoriales revolucionarios y antifascistas, hasta su exilio

en noviembre de 1936. En el prólogo de *A sangre y fuego*, su compilación de relatos testimoniales sobre el conflicto, explicaba cómo se puso “al servicio” de sus nuevos jefes aun reconociendo su “falta de convicción revolucionaria”, pero aceptando el compromiso de “defender la causa del pueblo contra el fascismo y los militares sublevados”. A pesar de ese aparente escepticismo, Chaves admitía que “nadie me molestó por mi falta de espíritu revolucionario, ni por mi condición de ‘pequeño burgués liberal’, de la que no renegué jamás. [...] Cuando no estuve conforme con ellos, me dejaron ir en paz. Me fui cuando tuve la íntima convicción de que todo estaba perdido y ya no había nada que salvar, cuando el terror no me dejaba vivir y la sangre me ahogaba”.

Así se repetiría con decenas de diarios, grandes y pequeños. Fieles a la España no golpista, encontramos títulos como *Diario Gráfico*, *Heraldo de Madrid*, *El Liberal*, *La Libertad*, *La Vanguardia*, *La Voz* o el ya mencionado *Ahora*. Del lado de la sublevación, el *Heraldo de Aragón*, *Ideal*, *La Región*, *Diario de Burgos* u otros de recién aparición como *La Nueva España* o *Unidad*. A todos ellos habría que sumar la importancia de la cartelería y la prensa de los frentes, brevísimos boletines de noticias con recursos justos para su difusión y que sirvieron para informar de bajas, repartir consignas entre soldados y ser canal de propaganda.

Numerosos estudios locales han explorado el impacto de la guerra para su prensa local, con sus particularidades en cada zona. Tal es así que, en algunos casos, las autoridades renunciaron al cambio de signo y prefirieron cortar por lo sano. En Badajoz, la Junta de Defensa republicana clausuró el periódico *Hoy*, de la Editorial Católica, crítica con la República. Cuando las tropas franquistas entraron en agosto, el diario retomó su actividad, no sin la presión de la Falange Española Tradicionalista y de las JONS, que terminó imponiendo su lema y su iconografía en la cabecera. Bajo el dominio nacional, diarios republicanos como *La Libertad* sufrieron la orden de clausura, mismo castigo que su competidor y superviviente. Muchos más periódicos padecieron la suspensión: entre ellos, *El Debate* —en el que sería su final definitivo—, *Ya* o, en el ámbito cultural, la *Revista de Occidente* de Ortega y Gasset —aunque su hijo la retomaría en los años sesenta—.

Con todo, el ejemplo más evidente fue la “doble” posición de *ABC*. El diario mantenía entonces una edición en Madrid, feudo republicano hasta la ofensiva final, y Sevilla, capital donde el golpe de Estado triunfó. Bajo el gran titular en mayúsculas “VIVA ESPAÑA”, el *ABC* de Sevilla reanudaba su edición tras el alzamiento franquista, manteniendo incluso la dirección de Luca de Tena. Este

autodenominado “suplemento extraordinario” abrió con el discurso del general Gonzalo Quiépo de Llano, tras controlar la ciudad andaluza; en palabras del periódico, “renaciente, gracias al esfuerzo heroico de los españoles dignos de serlo”. En cambio, el ABC en Madrid tardó en volver a los quioscos, incautado por la Unión General de Trabajadores —aunque quedaría adscrito como órgano del partido Unión Republicana—; el día 25, redoblaba la apuesta con un único titular en portada a toda página: “¡VIVA LA REPÚBLICA!”. Así continuarían ambos hasta la caída de la capital.

2.2. Dos sistemas de medios: control franquista *versus* diversidad republicana

Una vez establecidos los bloques, según hubiese triunfado o fracasado el levantamiento contra la República en unas zonas u otras del país, era el momento de adaptar el régimen de los medios de comunicación al nuevo escenario. Existe el acuerdo general de que la organización mediática fue mucho más efectiva en la centralización de la España franquista que en la diversidad de voces, al menos en un primer momento, de la España republicana. Durante los primeros meses en la zona tricolor, los mensajes del Gobierno, los partidos o sindicatos —según la facción dominante en cada territorio— resultaban en ocasiones contradictorios, fruto también del mayor margen de libertad de expresión del que podían disfrutar en comparación con sus enemigos. La falta de consenso entre organismos del Estado, comunistas, anarquistas y demás apoyos del Frente Popular incitaban discursos diferentes, cuando no opuestos, sobre su modelo de país o la llamada a la acción o a la calma en la población; a ello se sumó la inestabilidad institucional, pues el Gobierno del socialista Francisco Largo Caballero, que creó el Ministerio de Propaganda en noviembre de 1936, apenas duró unos meses, sucedido en 1937 por Juan Negrín. Su política fue más estricta y censora, tratando de controlar la dispersión de voces para centralizar su mensaje.

En cambio, los rebeldes fueron mucho más inflexibles: censura militar, duro control de los medios —con muchas menos cabeceras en activo, pero con mejor situación estratégica— y centralización institucional del poder sobre la prensa. Esta reposó sobre la Falange Española Tradicionalista y de las JONS, único partido legal en territorio sublevado desde el decreto de Unificación de 1937. Los falangistas se encargaron de primera mano de vigilar la tarea periodística, primero en la Oficina de Prensa y Propaganda (1936), después en la Delegación del Estado para Prensa y Propaganda (1937). Fue la Falange quien cen-

tralizó la producción de numerosos periódicos regionales hasta el punto de sentar entonces las bases para la extensa Cadena de Prensa del Movimiento, vigente durante toda la dictadura.

No obstante, el mayor reflejo de este control vino de la Ley de Prensa de 1938, escrita por José Antonio Giménez-Arnau pero impulsada por su ministro de Interior, Ramón Serrano Suñer (de ahí que sea conocida como “Ley Serrano Suñer”). El ordenamiento no dejaba lugar a dudas sobre su concepción del periodismo: “Cuando en los campos de batalla se luchaba contra unos principios que habían llevado la Patria a un trance de agonía, no podía perdurar un sistema que siguiese tolerando la existencia de ese ‘cuarto poder’ del que se quería hacer una premisa indiscutible”. El periodista ya no podía abusar del “libertinaje” que había “envenenado” a sus lectores, sino que debía integrarse como “un digno trabajador al servicio de España”, y por ende, correa de transmisión de las directrices gubernamentales. Respecto a medidas concretas, la Ley Serrano Suñer no solo reforzaba los sistemas de control, sino que imponía la designación de directores de periódicos a cargo del Gobierno, fijaba las consignas obligatorias y establecía la restricción profesional para el ejercicio del periodismo. Aunque la Ley Serrano Suñer se planteó como provisional y sujeta al contexto bélico, la victoria de Franco alargaría su vigencia hasta el año 1966.

A pesar de todo, los límites legales no eran los únicos obstáculos que debía salvar el periodismo español en este trienio. Los avatares de un país en escasez, más necesitado de destinar recursos al frente o a los suministros básicos, afectaron seriamente a la continuidad de los periódicos, con la consecuente bajada de la fundamental inversión publicitaria, la carestía del papel para su impresión y hasta cortes del suministro eléctrico que podían impedir su realización. Sin embargo, tanto en su estallido como en su largo y cruento desarrollo, las consecuencias más oscuras de la guerra cayeron también para los trabajadores de los medios de comunicación. Bajo la sombra de la sospecha, podían ser objeto de informes sobre su ideología, depuraciones profesionales, condenas y hasta fusilamientos. El destino de los periodistas se repartía en ocasiones entre ser reclutado, abandonar en busca de refugio o pagar con su vida el haber ejercido el periodismo en uno u otro sentido. Varios directores de distinto signo lo experimentaron en primera persona: desde el de *La Nación*, el monárquico Manuel Delgado Barreto, a manos de los republicanos, hasta Augusto Vivero, responsable del *ABC* de Madrid, por los falangistas tras la conquista de la capital.

2.3. EFE, la agencia de los sublevados en busca del monopolio informativo

De la misma forma que los años de la guerra sirvieron al franquismo para construir y consolidar su propio sistema de prensa, lo mismo ocurriría en el campo de las agencias de información. Durante la mayor parte del conflicto, Fabra dominó el mercado a ambos lados, con dos responsables diferentes, uno en la zona frentepopulista y otro en la sublevada. No obstante, la variación que tendría consecuencias duraderas en el mercado informativo se gestó en los instantes finales de la contienda.

El 3 de enero de 1939, Serrano Suñer fundó en el cuartel general de Franco en Burgos la Agencia EFE. Como primer director, Suñer colocó a un hombre de confianza, Vicente Gállego, quien fuera responsable del diario *Ya* y de la agencia católica Logos. Más de una teoría existe sobre el misterioso —o no confirmado— origen del nombre: la F de Franco, de Falange, de su periódico *Fe...* e incluso la F de un hermano del director general de Prensa, Giménez Arnau. No obstante, EFE no nace de la nada, pues la agencia Fabra, fundada en 1919, fue confiscada y sus dos representantes legales otorgaron su nombre y sus derechos. En lugar de partir de cero, la herencia de Fabra le permitía también tomar su posición como representante española en una alianza de unas treinta agencias internacionales, con las que podía intercambiar noticias como única representante española. Las simpatías de Franco con Hitler también ayudaron en una primera etapa, pues Gállego acordó con el representante de Transocean —agencia alemana de noticias radiofónicas fundada por el Ministerio de Propaganda— la publicación de sus telegramas a cambio de una compensación económica.

Para diferenciar sus servicios, EFE separaría la firma de sus informaciones con distintas denominaciones: Cifra para noticias nacionales, Cifra Gráfica para imágenes, Alfil para deportes y Efe solamente para internacional. La competencia a EFE se liquidó al final de la guerra, dado que Febus, particularmente activa suministrando informaciones a los diarios de la zona republicana, desapareció con el final del conflicto. Similar suerte corrió la agencia Faro, que dejaría de operar algo después. Así, EFE incorporó personal y elementos técnicos de las empresas disueltas. De ahí que, una teoría más, se haya relacionado el nombre de EFE con sus tres víctimas previas: Fabra, Febus, Faro.

2.4. Las crónicas al extranjero y el auge del fotoperiodismo

En febrero de 1937, un periodista *free-lance* llamado Kim Philby acudió a España para cubrir la guerra desde la zona sublevada. Sus crónicas desde Sevilla para el británico *The Times* se ganaron las simpatías de “los nacionales”, hasta el punto de recibir una condecoración del propio Franco en 1938. Lo que el general desconocía era el propósito real de Philby: lejos de la búsqueda de la noticia, este redactor de apenas 26 años cumplía con su primera misión como espía soviético, bajo el encargo de matar a Franco. Si bien este caso es único, simboliza a su vez el papel del periodismo en España entre 1936 y 1939, supeditado siempre a la causa bélica.

Al margen de Philby, lo cierto es que la Guerra Civil atrajo la atención del mundo, que ponía sus ojos a la península Ibérica como un pulso entre fascismo y comunismo que pudiera influir en el escenario global —con Hitler de *führer* en la Alemania nazi, Mussolini al mando de la Italia fascista y Stalin en la Unión Soviética—. En perspectiva histórica, es vista hoy como el campo de pruebas propagandístico de las potencias del Eje en la Segunda Guerra Mundial. A la Historia han pasado las crónicas de corresponsales extranjeros de lujo, entre los que destaca la pluma de Ernest Hemingway o la cámara de Robert Capa —pseudónimo que compartieron Endre Ernő Freidmann y su mujer, Gerda Taro—. El interés fue tal que *The New York Times* mantuvo incluso a dos enviados especiales: uno para la zona frentepopulista, Herbert Matthews, y otro para la sublevada, William P. Carney.

Precisamente, el gran impulso de la información gráfica durante la Guerra Civil española transformó el fotoperiodismo bélico. Se consolidaron nuevas técnicas —sobre todo gracias a la incorporación de las pequeñas cámaras Leica—, aumentó el protagonismo visual ante la población y se generaron imágenes destinadas a perdurar, aunque también surgieron controversias sobre su autenticidad. Entre todas ellas, destaca en el imaginario colectivo “Muerte de un miliciano”, atribuida al propio Capa. La fotografía muestra a un combatiente anarquista desplomándose hacia atrás y soltando su fusil, aparentemente alcanzado por una bala, sobre una ladera y bajo un cielo plomizo con montañas al fondo. Tras su publicación en la revista francesa *Vu* —y, sobre todo, meses después en la estadounidense *LIFE*— la imagen se convirtió en símbolo y marcó la trayectoria profesional del fotógrafo. Capa defendió siempre su autenticidad, pero décadas más tarde varios investigadores cuestionaron la veracidad de la escena y lo acusaron de haberla escenificado. La imagen monopolizó la memoria visual

del conflicto y eclipsó a fotoperiodistas españoles como Agustí Centelles, Alfonso Sánchez Portela o los hermanos Mayo, lo que confirma la subordinación sistemática del material gráfico a la lógica propagandística del enfrentamiento.

2.5. Las radio como arma de propaganda. Nacimiento de RNE

Como vimos en el capítulo anterior, cuando Miguel Primo de Rivera tomó el poder tras el golpe de Estado de 1923, la radio apenas era un descubrimiento científico en vías de exploración. Una década después, durante la lectura del bando que proclamaba el estado de guerra en Radio Club Tenerife (EAJ-46) el 18 de julio de 1936, la radio era ya un medio con alcance y calado suficientes como para convertirse en un canal imprescindible de la vida pública. La guerra, por tanto, debía pasar también por las ondas.

La sublevación militar que propició la guerra sacudió los micrófonos de toda España: unos, para rendirle fidelidad en la nueva contienda —la que solo se hablaba y oía—; otros, para convertirse en fieros opositores antifascistas y firmes defensores del orden republicano. Tras el fracaso de la sublevación, que dejó a España dividida, el estallido de la lucha fratricida rompió el guion y convirtió a los locutores en soldados de su causa. El poder del nuevo medio debía ser testado en situación de batalla: no solo las emisoras, sino incluso los aparatos receptores. Las radios llegaron a ser objetos preciados, en ocasiones requisadas y colocadas como altavoz al servicio del pueblo.

Ahí estaba el gran poder de la radio que ni periódicos ni cartelera podían igualar: un medio de comunicación invisible que era capaz de atravesar frentes y penetrar entre sus tropas y la población civil dominada por estas. Esto provocaría la escucha clandestina de señales procedentes de territorio enemigo, con peligro de la integridad de aquellas y aquellos oyentes lo suficientemente valientes —o temerarios— de emprender el riesgo de mover la rueda del dial más de la cuenta. El método oficial para rivalizar con la señal traidora era radical pero efectivo: difundir interferencias en la misma exacta frecuencia, para hacer inaudibles sus mensajes de cara al público más cercano. No obstante, en caso de que la emisora detectase este comportamiento, siempre tenía la opción de moverse por la banda de los kilohercios, provocando un perverso juego del “gato y el ratón” con las ondas electromagnéticas como campo.

Aun así, no era la única manera de sabotaje radiofónico. El poder de las ondas era tan atractivo que hasta entraba en los planes de infiltración. Las instalaciones de Unión Radio Madrid, en zona “roja” y controladas por un comité

obrero, albergaban a varios trabajadores “quintacolumnistas” —infiltrados que trabajaban para el enemigo— que pudieron emitir clandestinamente mensajes profranquistas desde la Gran Vía. Incluso el nombre del director de la emisora, Ricardo Urgoiti, aparece mencionado en los archivos de los infiltrados. Tras su exilio en los primeros meses de la guerra, Urgoiti pudo volver a España en 1943 e incluso se reincorporó años después al consejo de administración de la sucesora de Unión Radio, la SER.

En zona republicana, los comités obreros, sindicatos y partidos políticos tomaron control de las estaciones radiofónicas, de la misma forma que hicieran también con las rotativas. El cambio de nombre de las emisoras fue aún más explícito en algunos casos: véanse la sindicalista Radio UGT, la comunista Radio PCE (ambas en Madrid) o las catalanas Radio CNT-FAI, anarquista; Radio ERC, de Esquerra Republicana de Catalunya; Radio POUM, marxista; o Radio PSUC, comunista. La disparidad e incluso rivalidad ideológica fue frenada por el Ejecutivo de José Negrín a partir de 1937, con el cierre de emisoras “de partido” y la supervivencia de las radios comerciales como altavoz propagandístico preferente.

Igual que en la prensa, la súbita división en dos Españas a mediados de 1936 provocó la peculiar situación de que dos emisoras antagónicas usasen similar indicativo. Hasta entonces, Unión Radio integraba la mayoría de emisoras de onda media en todo el Estado, monopolizando en la práctica el mercado de la radiodifusión comercial. Sin embargo, la cadena quedó separada en dos, y con especial significación —por su destacada potencia emisora— entre la capital madrileña y la andaluza. Mientras Unión Radio Madrid sostenía el “no pasarán”, pronunciado por Dolores Ibárruri “Pasionaria”, su homóloga Unión Radio Sevilla replicaba los agresivos mensajes de odio del general Queipo de Llano. Su “voz simpática que ganaba corazones a millares”, según la propaganda oficial, se asomaba al micrófono cada noche para llamar a la deserción republicana en el mejor de los casos, cuando no celebraba las muertes del otro bando, la vejación de sus mujeres u ordenaba “matar como un perro” al enemigo. Los espontáneos comentarios radiofónicos de Queipo terminaron en enero de 1938, una vez Franco fue alertado de la mala imagen internacional que podía generar la agresividad de estas soflamas.

Por entonces, los sublevados ya tenían una voz oficial por la que hacer llegar sus mensajes. En los primeros compases de la guerra, Franco necesitaba una emisora de cabecera con suficiente potencia. Cumplieron este rol durante los primeros compases Radio Castilla de Burgos y Radio Navarra, rebautizada por

los carlistas como Radio Requeté —mantendría este indicativo hasta 1984, siendo hoy Radio Pamplona—, hasta que los nacionales consiguieron introducir un emisor de origen alemán de muy alta potencia —marca Telefunken, regalo de Hitler para España— y, desde Salamanca, ponerlo en marcha el 19 de enero de 1937. Con una eufórica presentación, seguida de la alocución del propio Franco, arrancó sus emisiones Radio Nacional de España.

La antena de RNE, después trasladada a Burgos y, finalmente, a Madrid, seguía un objetivo claro: ser voz oficial y herramienta propagandística de primer orden para la causa nacional. A ello contribuyó su programación, incluso la destinada al entretenimiento, con el espacio infantil *Ondas animadas* y hasta ficciones seriadas como *El miliciano Remigio pa' la guerra es un prodigio* o *Aquí es la emisora de la flota republicana*, parodia que ridiculizaba al bando “rojo”. Sin embargo, lo que más patente quedó en el recuerdo de los españoles —hasta el punto de que popularmente llamaran igual a los informativos radiofónicos, e incluso a los televisados, en décadas posteriores— fue la cita diaria con el parte de guerra, de obligada conexión para todas las emisoras de la zona sublevada.

El “no pasarán” se convirtió en una utopía para la resistencia republicana, aislada, abandonada por sus aliados afines internacionales e incapaz de resistir el envite de los sublevados. Con su histórica lectura con tono marcial, “cautivo y desarmado el ejército rojo, han alcanzado las tropas nacionales sus últimos objetivos militares”, el último parte de guerra leído pomposamente con la voz de Fernando Fernández de Córdoba celebró la victoria de los sublevados el día 1 de abril de 1939.

Cap. 5. Al servicio de la dictadura. Periodismo y medios en el franquismo (1939-1975)

1. PRENSA Y PERIODISMO EN EL PRIMER FRANQUISMO. PASE SIN LO TACHADO

1.1. Invalidados para ejercer. Depuración y exilio de periodistas

A partir del momento en que los sublevados tomaron la capital de España, Francisco Franco concentró todo el poder y sentó las bases para una dictadura personalista y feroz de casi cuatro décadas, con distintas etapas, virajes y apoyos internacionales, pero con el elemento común de su único líder, glorificado a través de un dirigido sistema de propaganda en el que los medios de comunicación tomarían un rol esencial. De la misma forma que la victoria de los rebeldes supuso el radical borrón y cuenta nueva a cualquier rastro del régimen anterior en todos los órdenes, así ocurrió también en el ámbito periodístico: “Pongo en su conocimiento que el Ilmo. Sr. Director general de Prensa, en uso de sus atribuciones, ha denegado su inscripción en el Registro Oficial de Periodistas como consecuencia de la resolución recaída en su expediente de actuación político profesional. En consecuencia, [...] queda usted invalidado para ejercer la profesión periodística”. Estas líneas, de uso común durante la posguerra, sirvieron de plantilla habitual para finiquitar la carrera de numerosos periodistas, aquellos con pasado republicano que pudieran resultar opositores, incómodos o meramente sospechosos a la estrenada dictadura. En el mejor de los casos, estos podían rehacer su vida alejados de la pluma y el papel. En el peor, lo pagarían con el exilio, la cárcel y hasta con su propia vida.

Las voces disonantes desaparecieron de los impresos por la fuerza y se vieron sometidas a una amplia y discrecional depuración. El proceso a través de juicios sumarísimos se aprecia mejor con el relato de primera mano de Eduardo de Guzmán, anarquista y ex redactor de *La Tierra* y *La Libertad*. Según explicó décadas después en la revista *Triunfo*, las garantías judiciales brillaban por su ausencia: los inculpados debían demostrar su inocencia, y no al revés; no conocían los cargos de los que se les acusaba; la mayoría no pudo hablar con el juez o el defensor; y, por supuesto:

“todos teníamos la cabeza en peligro. En 1939 [a] 1942 era muy raro que un redactor de cualquier periódico republicano fuese condenado a seis o doce años de presidio. Predominaban de tal modo y manera las peticiones fiscales de última pena que cualquiera de nosotros podía darse –y se daba– por muy satisfechos si en el consejo correspondiente no se le pedía más que reclusión perpetua” (*Triunfo*, núm. 26–28, 4 de septiembre de 1976, “Periodistas depurados, condenados o fusilados al término de nuestra guerra civil”. E. De Guzmán).

De Guzmán fue condenado a muerte, en el mismo consejo de guerra que el poeta Miguel Hernández. Sin embargo, el periodista consiguió que le conmutaran su pena por cárcel y, a su salida, seguir proscrito de la profesión por numerosos años. No pudieron evitar un fatal destino otros sentenciados, como los mencionados directores de *ABC*, Augusto Vivero, o de *Mundo Obrero*, Manuel Navarro Ballesteros.

Aunque se desconoce el número exacto de periodistas afectados por la purga, se da por hecho que alcanzó como mínimo las tres cifras. Los que se quedaron, en su mayoría, perdieron la posibilidad de ganarse la vida con su profesión. José María Díaz Casariego había ejercido el fotoperiodismo con gran éxito en numerosas cabeceras —*ABC*, *Ahora*, *La Voz* y *Heraldo de Madrid* entre otras—, cofundó en 1911 la revista *Mundo Gráfico* y consiguió hitos como ser el único en retratar a Abd-el-Krim, líder del Rif, durante la guerra de Marruecos. Pocos días antes de la rendición de Madrid, reveló en la redacción del *Heraldo* que era infiltrado colaborador de los sublevados, con la esperanza de sobrevivir al venidero cambio de rumbo nacional. Aunque Casariego se libró de la pena capital, apoyado también por una carta firmada por Franco que él proclamaba como “indulto”, su carrera profesional paró en seco con el final de la guerra, y tras su paso por la cárcel terminó sus días trabajando en la hemeroteca municipal. Otros compañeros de redacción no tuvieron la misma suerte.

Entre aquellos que salieron del país, hubo quienes dieron continuidad a algunas cabeceras de partido desde el exilio. Como países receptores de una gran parte de la resistencia republicana, Francia y México acogieron publicaciones de los vencidos en la guerra. Periódicos como *El Socialista* (desde Toulouse) y *Solidaridad Obrera* (en París) trataban de mantenerse como órganos de sus partidos y sindicatos, así como de organizar la resistencia antifranquista, tratando de salvar las dificultades que conllevaba introducir clandestinamente sus ejemplares cruzando la frontera. Además de la prensa de partido, también se editaban fuera de las fronteras españolas revistas literarias de intelectuales o incluso

de la breve *Gaceta Oficial de la República*, en manos del Gobierno en el exilio que presidía José Giral.

1.2. Ley de guerra para tiempos de represión. Carnet, censura y consignas

Aquellos que se quedaron en la España de los vencedores, aquella “una, grande y libre” que proclamaba el lema franquista, tuvieron que someterse a un férreo marco legal heredado de la situación bélica. Franco mantuvo por su propia conveniencia la Ley Serrano Súñer de 1938, una ley de prensa en guerra que estuvo vigente más de dos décadas. Esto explica en gran parte cómo el periodismo más amable y acrítico fue el imperante durante las dos primeras décadas de franquismo, sus años más duros y represivos. Esta norma supeditó el ejercicio de las publicaciones a la rendición a la causa común, “en servicio permanente del interés nacional”. En obligación de tal servicio, la prensa era tratada como una mera correa de transmisión, pues su reconocimiento simbólico como “institución nacional” servía de excusa para someterla a la “organización, vigilancia y control” del Estado.

De entrada, no todo el que quisiera podía escribir noticias o gestionar una publicación. En lo referente al acceso a la profesión periodística, la normativa franquista obligaba a la posesión de un carnet, unido a la inscripción en el Registro Oficial de Periodistas. Sin autorización profesional, estaba prohibido dedicarse a “la confección literaria del periódico”. Una vía para las nuevas generaciones de adquirir el carnet era formarse a través de la nueva Escuela Oficial de Periodismo (1941), cuya titulación exigía jurar “fidelidad íntegra y total” a los principios del Estado Nacional-Sindicalista “ante Dios, por España y su Caudillo”. No obstante, el registro oficial no servía de mero trámite administrativo, sino de herramienta de restricción hacia todo aquel posible contrario a los intereses políticos del franquismo. La discrecionalidad para conceder o denegar carnets —e incluso para entrar a los estudios habilitantes de la Escuela Oficial— pudo permitir algunas excepciones, si bien bajo obediencia estricta hacia las tesis oficiales en sus textos. Los “rojos” que quisieran seguir escribiendo sin ocultarse —y más importante, con expectativas vitales— debían, además de recibir el perdón por su pasado (cosa que no siempre ocurría), reconvertirse en apariencias, abrazar públicamente al Nuevo Estado y colaborar con el elogio común hacia Franco.

Además del carnet de periodista, el régimen asumía la potestad de elegir a los directores de los periódicos, que podían también caer de su puesto según

dispusiera la Administración. La selección debía recaer por tanto en personas de confianza para el franquismo que no generasen la menor de las sospechas. Para ostentar tal cargo, el candidato a director debía figurar en el Registro Oficial de Periodistas. Desaparecían de la lista, como ya mencionamos, los ejecutados, los encarcelados, los exiliados o los apartados de la profesión. Además, el director debía ser responsable por los artículos publicados, estuvieran firmados o no —una mera formalidad, pues el periódico debía conservar el nombre de los autores—. Pero la presión del legislador no se concentraba solo sobre él. En su solicitud al ministerio, que tenía siempre la última palabra, la empresa editora aceptaba responsabilidad solidaria por las decisiones del director, lo que fomentaba una suerte de censura interna para evitar conflictos. Si ambos osaban jugar con fuego, nada podían hacer en caso de que el impresor se negara a participar: la imprenta del periódico también asumía responsabilidad subsidiaria por el contenido, expuesta a sanciones que iban desde multas a incautaciones.

A la obligación teórica marcada por la ley se sumaban los casos prácticos de control. El más evidente para un periódico podía ser la restricción del cupo de papel. Es decir, si una cabecera resultaba incómoda o había sobrepasado cierto límite a juicio de la Administración, la cantidad de hojas disponibles para imprimir sus ejemplares se reducía. Con ello, la difusión del periódico era menor, y así también su venta potencial y sus posibles ingresos. De esta forma se plasmaba otra vía restrictiva más sutil, más importante aún durante una época de posguerra con escasez de bienes básicos —aún en los primeros años persistían las cartillas de racionamiento—, carestía de papel y de electricidad.

Los mecanismos de control no se quedaban solamente en el ámbito empresarial o el acceso a la profesión. De hecho, el Servicio Nacional de Prensa y sus delegaciones por cada provincia eran particularmente estrictos en las dos “herramientas” que vigilaban directamente el contenido periodístico. La censura previa y el sistema de consignas —órdenes directas de la Administración a los directores de los periódicos sobre qué temas podían o no podían cubrir, y cómo debían hacerlo en caso positivo— serían elementos esenciales para tachar lo prohibido e imponer lo dictado. El temido color rojo del censor dejaba fuera palabras, líneas, párrafos, imágenes y páginas enteras que jamás verían la luz, y las galeradas volvían al periódico hasta conseguir el “pase sin lo tachado” que permitía la salida al quiosco con las modificaciones marcadas. Esto reducía también el riesgo de los recuadros en blanco, el guiño que en otras etapas podían usar los editores para avisar a sus lectores de la ausencia de un contenido no permitido.

Pero la censura del primer franquismo también condicionó la redacción antes incluso de que el “plumilla” se pusiera a escribir. Las recurrentes consignas oficiales marcaban todos y cada uno de los aspectos de la información: el enfoque y el tono de los editoriales —no era posible hablar por entonces de libre opinión—, la estructura y orden del relato y hasta su extensión, pasando por qué o quién podía ser noticia, y qué debía quedar fuera. Si el discurso de Franco o alguno de sus ministros requería de gran espacio y pomposidad, así se indicaba directamente a los directores de los periódicos. Al contrario, si un tema resultaba molesto o poco apropiado para el régimen, también se avisaba de su prohibición o restricción. De este modo, por ejemplo, la muerte de José Ortega y Gasset, personalidad incómoda para el franquismo, sufrió esta estricta limitación: solo tres informaciones, reducidas a una biografía y dos firmas, destacando sus errores en lo relativo a la religión, junto a una fotografía del cuerpo en su féretro —es decir, no del filósofo en vida—. Las pautas eran claras; las consecuencias de saltárselas, temibles.

La ejecución práctica de la censura llegaba en ambos sentidos: no solo la prohibición preventiva de qué asuntos debían evitarse o limitarse, sino también las consignas que obligaban a incluir determinadas noticias, junto a su extensión y enfoque. Sin embargo, el elogio desmedido podía resultar demasiado evidente. Por ello, ciertas consignas exigían un tono con apariencia de sinceridad. Miguel Delibes, redactor y después director de *El Norte de Castilla*, relataba el montaje de aquel “aparato inquisitorial” retorcido: “había que escribir al dictado parodiando la apariencia de que aquello era espontáneo, de que lo escrito le salía al periodista del corazón”, hasta el punto de exigir comentarios con “aire original” o artículos sobre un discurso de Franco “sin agobiar con numerosas o largas transcripciones” del mismo. En este último caso, las especificaciones llegaban al absurdo: número y orden de los puntos que debían destacarse de las palabras del Caudillo, tono, disposición y extensión en el periódico y hasta qué fragmentos citar textualmente. Tampoco cabían discusiones sobre los temas de tratamiento obligatorio, ni sobre editoriales con la conclusión marcada; ni siquiera se permitía calificar como tal las dimisiones en clubes deportivos —“en el régimen actual no existe más trámite que el cese”— (Delibes, 1985).

Para colmo, las órdenes directas del régimen a la prensa no estaban exentas del cambio de rumbo. Si bien el culto a la personalidad de Franco era inamovible —comparado con emperadores, conquistadores y hasta como un elegido de Dios—, no lo fueron tanto, por ejemplo, los elogios a sus aliados internacionales. El giro del filonazismo al acercamiento a Estados Unidos tras la Segunda

Guerra Mundial propició similar viraje en la postura de los diarios, aunque, en la línea de lo que decía Delibes, en ningún momento debía notarse como un volantazo —eso significaría asumir la falibilidad del Caudillo, un pecado impronunciable—. Otras órdenes, mucho más mundanas, podían caer en la contradicción incluso en la misma consigna, dejando al periódico indefenso ante la arbitrariedad de la censura, sus avisos y sanciones. Como ejemplo, los diarios deportivos —entre ellos, el *Marca*, nacido en 1938 como parte de la Prensa del Movimiento— tenían una teórica libertad para criticar las actuaciones de los árbitros, pero se prohibían los juicios “contra los organismos federativos, de carácter nacional o regional, y a la situación concreta de sus miembros”, en términos tan abiertos que cuestionaban su aparente permisividad. Nada estaba a salvo de la misión de servicio al Estado que marcaba la ley.

Un ejemplo, quizás anecdótico pero también revelador, de la intervención periodística vino a través de un extraño nombre: Jakim Boor. Bajo su firma, se publicaron en el diario *Arriba* varios artículos con la antimasonería como nexo común. En los años cincuenta, se anunció una audiencia oficial del mismísimo Franco a este columnista en el Palacio de El Pardo. Todo un honor, o eso fue lo que el Estado quiso vender, pues la realidad era bastante más absurda: Jakim Boor era un seudónimo de Franco, convirtiendo este aparente recibimiento en un juego de apariencias de cara a los lectores. El último artículo de Jakim Boor apareció en 1951, poco antes del progresivo giro aperturista de la España franquista.

1.3. Los medios ante el partido único. La Cadena del Movimiento en la estructura de prensa del franquismo

Además del hombre detrás de Jakim Boor, Jefe del Estado, presidente del Gobierno y Generalísimo de los Ejércitos, Francisco Franco Bahamonde concentraba todo el poder bajo un régimen personalista, con unas Cortes sin capacidad de control y de mera apariencia pseudodemocrática. El soporte político se completó a través de la Falange Española, primero fusionada con las JONS (1934) y después, ya en plena guerra, con los carlistas-traditionalistas (Decreto de Unificación de 1937). Así constituyó Franco su partido único, conocido como el Movimiento Nacional, una superestructura entrelazada íntimamente con el organigrama de la Administración del Estado, hasta el punto de confundir en ocasiones dónde empezaba uno y acababa otra.

Durante toda su dictadura, Franco repartió, concedió y retiró su apoyo de líder hacia las distintas “familias” institucionales y políticas que le rodearon: Iglesia y grupos católicos, monárquicos, militares... y, sobre todo, los falangistas. El soporte

de Franco hacia uno u otro sector varió durante su larga etapa, según su conveniencia en cada contexto, pero sin ceder el bastón de mando. De un marcado perfil fascista en la posguerra se pasó, certificada la derrota del nazismo en la Segunda Guerra Mundial, a una mayor influencia del sector religioso. La Iglesia católica en España fue colaboradora activa de Franco, a quien paseó bajo palio, un privilegio reservado para reliquias, imágenes, autoridades religiosas o máximos mandatarios, como reyes o emperadores. Esta imagen de “veneración” encajaba con la implantación social del ideario nacionalcatólico, del que los medios de comunicación también fueron parte esencial.

Este esquema de poder trascendió a la estructura de la prensa privada. De esta manera, encontramos cabeceras que, rendidas todas —las legales— a la oda a Franco, servirían de representante mediático de cada familia. Así, los falangistas armaron su órgano de prensa con cabeceras como *Arriba*; las aspiraciones de la Iglesia se veían respaldadas por la Editorial Católica, responsable del diario *Ya*; y el *ABC* se mantendría como foco de la defensa monárquica y de Don Juan de Borbón —hijo de Alfonso XIII y heredero de sus derechos dinásticos—, aun sufriendo por ello presiones y sanciones —incluso el régimen impuso un director cercano, José Losada de la Torre, relegando el papel de la familia Luca de Tena—. A cambio, en cada viraje de la estrategia del dictador, el periódico de una “familia” repudiada podía pagar también las consecuencias. La pérdida de influencia del carlismo, absorbido por el aparato de la Falange, conllevó el apagamiento de las cabeceras tradicionalistas, unas reconvertidas en su línea editorial —*El Correo Catalán*—, otras desaparecidas definitivamente tras constatar la falta de apoyo de la nueva Administración —*El Siglo Futuro*—.

La baja circulación de prensa en los primeros años de posguerra fue seguida de una progresiva recuperación, no tanto en el número de diarios —generalmente estable— sino de otras publicaciones periódicas. A la desaparición forzada de toda cabecera republicana o prodemocrática, incluso la moderada como *El Debate*, los quioscos de la época se limitaban a vender aquellos periódicos conservadores que sobrevivieron al filtro del régimen —entre ellos *ABC*, el reaparecido *Informaciones*, el reciente *Ya* o el catalán *La Vanguardia*, renombrado a la fuerza como *La Vanguardia Española* y con la dirección de Luis de Galinsoga— y otros de nuevo cuño. Entre ellos, escasos ejemplos de periódicos de empresa, como el diario *Madrid*, nacido en abril de 1939 bajo la dirección del también franquista Juan Pujol.

Como alternativa a las cabeceras preexistentes, el franquismo montó una amplia cadena de periódicos y emisoras de radio en torno al Movimiento Nacional. La conocida como “Prensa del Movimiento” se convirtió en un poblado grupo editorial, que llegó a acumular más de cuarenta cabeceras regionales repartidas por gran parte de España, y que en ciertas zonas constituían incluso la única prensa local. Al Estado franquista le interesaba promocionar el discurso más maleable y oficialista que representaban estos periódicos, por lo que impulsaba el acceso a ellos imponiendo su disponibilidad en los centros e instituciones públicas. En 1945, cuatro de cada diez periódicos difundidos pertenecían a esta red, alimentada además de una agencia de noticias propia, Pyresa. A este conglomerado del partido único se sumarían varias revistas, algunas *Hojas del Lunes* y también decenas de emisoras.

No obstante, la constitución de la Prensa del Movimiento fue posible gracias a los talleres, las imprentas y las maquinarias incautadas durante la guerra y operativas en tiempos republicanos, que pasaron a difundir nuevas publicaciones. *Arriba* (1939) nació de los talleres de *El Sol* y *La Voz*, mientras que *Pueblo* (1940), de manos de la también monopolística Organización Sindical, comenzó a imprimirse donde antes se hacía el socialista *Claridad*. En Valencia, *Levante* (1939) surgió como refundación de *El Mercantil Valenciano*, fundado en el siglo XIX y muy alineado con la izquierda republicana hasta la guerra. En Barcelona, el anarquista *Solidaridad Obrera* fue sustituido por el muy distinto *Solidaridad Nacional* (1939).

Estas “refundaciones forzadas” se acompañaron de nuevas declaraciones de fidelidad al Estado franquista, empezando por el propio nombre de las cabeceras: *Arriba España* (Pamplona), *Falange* (Las Palmas de Gran Canaria), *F.E.* (Sevilla), *Imperio* (Zamora), *Patria* (Granada), *Yugo* (Almería)... y otras que siguieron la misma línea. Incluso en territorios con fuerte sensibilidad regionalista o nacionalista, los referentes identitarios fueron sustituidos por la apelación a la “españolidad”, como ocurrió con el *Diario Español* en Tarragona o *La Voz de España* en San Sebastián. Otros periódicos experimentaron transformaciones más discretas en apariencia: en 1941, el vallisoletano *El Norte de Castilla* se vio obligado a eliminar el calificativo de diario “independiente” que figuraba en su lema de cabecera.

Por último, la pretensión franquista del control total en la profesión periodística llegaba también al propio suministro informativo. Sin competencia privada que pudiese cuestionar su liderazgo, el dominio de la Agencia EFE se

consolidaría en los primeros años del franquismo. Con directores como el cofundador Vicente Gállego y el que fuera redactor jefe de *El Debate* Pedro Gómez Aparicio, EFE se aseguró durante la década de los cuarenta su cobertura de los temas internacionales, a través de acuerdos con Reuters y con United Press International, aunque la larga sombra de la censura condicionaba después la difusión y el enfoque de sus noticias.

2. PRENSA Y PERIODISMO EN EL SEGUNDO FRANQUISMO. LIGERA APERTURA, MISMO FIN

2.1. La Ley Fraga: distintos mecanismos, similares límites

Si bien la década de los cincuenta supuso una paulatina evolución de la “España en blanco y negro” de las cartillas de racionamiento y la autarquía, el Plan de Estabilización de 1959 es considerado como el punto de inflexión definitivo para una nueva etapa de la España dictatorial. La visita oficial del presidente de Estados Unidos, Eisenhower, era el reflejo simbólico del cambio de imagen que el Estado franquista quería impulsar, lejos ya de la posguerra y aprovechando el contexto de Guerra Fría para facilitar la inversión extranjera e impulsar una liberalización económica que sacase al país del riesgo de quiebra. Incluso la represión cambió de métodos, de la depuración militar en la posguerra a la creación de un nuevo Tribunal de Orden Público, que juzgase los delitos políticos considerados más leves y otorgase una pátina de Estado de derecho a lo que seguía siendo una persecución a cualquier atisbo de oposición. La relativa modernización de España, ligada al apoyo de Franco a los tecnócratas del Opus Dei, fue lenta y siempre quiso proteger los estamentos y las bases del franquismo, incluyendo el control de la prensa, aunque con nuevos modos.

En 1951, Franco creó el Ministerio de Información y Turismo, encargado al católico Gabriel Arias Salgado, para centralizar las competencias sobre medios de comunicación. Bajo su “doctrina Arias” —también llamada arias-salgadismo—, justificaba la censura de la Ley Serrano Súñer, la tutorización del Estado y la defensa de una “teología de la información”. Once años después, la entrada de Manuel Fraga Iribarne en su lugar introdujo políticas de apariencia más aperturista, aunque sin abandonar la censura del periodismo, las artes o cualquier vía de expresión, en particular sobre los pilares del sistema de poder franquista. El mayor legado, visto por otros autores como una vía de escape para los informadores, fue la popularmente apodada “Ley Fraga” (Ley 14/1966, de 18 de marzo, de Prensa e Imprenta). Esta derogaba y superaba por fin la dura y

escueta norma guerracivilista de 1938, así como una quincena de decretos y órdenes ministeriales que tejían la compleja legislación periodística, y en un largo articulado —72 artículos, nada menos— redefinía a las “publicaciones periódicas”, las empresas y agencias periodísticas y hasta los derechos de réplica y de rectificación.

Junto a un mayor reconocimiento de su estatus —reforzado después con el Estatuto de la Profesión Periodística de 1967, las nuevas escuelas de Periodismo y la primera Facultad de Ciencias de la Información—, el mayor avance de la Ley Fraga fue sin duda la eliminación de las consignas y de la censura previa “salvo en los estados de excepción y de guerra” (art. 3). No obstante, al mismo tiempo se obligaba al depósito legal de varios ejemplares en las dependencias del Ministerio antes de salir a la venta (art. 12), lo que podía agilizar las medidas de castigo ulteriores. A nivel empresarial, se reconocía una simbólica libertad para constituir empresas periodísticas, pero el Estado podía denegar igualmente su inscripción (art. 16), e incluso les concedía más margen para nombrar a su dirección, aunque bajo ciertos requisitos de obligado cumplimiento.

La disposición quedaba lejos de una carta blanca para los periódicos, como evidencia su inicio: manifiesta el derecho a “la libertad de expresión de las ideas” para la prensa (art. 1), pero de inmediato enumera una larga lista de “limitaciones” a través del controvertido artículo segundo: entre ellas, respeto a “la verdad y a la moral” —a discrecionalidad del régimen—, la defensa nacional, la seguridad del Estado, el mantenimiento “del orden público interior y la paz exterior”, el respeto a las leyes fundamentales y principios del Movimiento o el “debido respeto a las instituciones y a las personas en la crítica de la acción política y administrativa”. Por tanto, la fijación de excepciones dejaba la aparente declaración de libertad de expresión en un eufemismo y, ya sin control previo, cedía la responsabilidad de la autocensura a los periodistas, directores y editores, amenazados igualmente por las consecuencias de sus escritos.

Llevada a la práctica, la base del Estado seguía siendo intocable. Incluso la imposición de consignas quedaba sustituida por una doble vía: las “informaciones de interés general”, de obligada publicación; y la que no aparecía en el *Boletín Oficial del Estado* —renombramiento definitivo de la antigua *Gaceta de Madrid*— pero que se daba con frecuencia, la llamada telefónica desde el ministerio correspondiente para imponer y amenazar sobre los contenidos. El periodista y escritor Miguel Delibes, desde *El Norte de Castilla*, resumía lacónicamente las implicaciones de este nuevo marco legal: “antes te obligaban a escribir lo que no

sentías, ahora se conforman con prohibirte que escribas lo que sientes; algo hemos ganado”. En caso de duda, la ley permitía al periódico realizar una consulta voluntaria, esto es, enviar a la Administración un artículo dudoso para comprobar que entraba dentro de los ambiguos límites, y así librarse de una consecuencia peor: el secuestro de la publicación.

Para facilitar esta medida, el Estado se reservaba también otro recurso, el del depósito previo. Todas las publicaciones debían dejar un número de ejemplares al Ministerio de Información y Turismo antes de su difusión en los puestos de venta. El margen dependía de la periodicidad, aunque la más rígida era para los diarios, que estaban obligados a cumplir con este trámite, al menos, media hora antes. Para salir a la calle, el periódico en cuestión debía haberse inscrito previamente en el Registro de Empresas Periodísticas, otro censo que permitía jugar con la amenaza de exclusión —y, por tanto, de prohibición— a quien resultase incómodo o, palabras textuales de la ley, intentase “deformar la opinión pública”. Esta amenaza no se quedó en simple retórica. Así ocurrió con dureza sobre uno de los periódicos que marcaron época durante el franquismo, el diario *Madrid*.

2.2. Desafío al régimen: el caso del diario *Madrid*

“Como frente a la Ley de 1938, la actitud de las empresas periodísticas ante la Ley Fraga de 1966 fue de sumisión, salvo contadísimas excepciones encabezadas por el diario *Madrid*”. El autor de esta cita, el periodista Miguel Ángel Aguilar, vivió en primera persona, desde el diario *Madrid*, la historia trágica de una cabecera singular, que acabó convirtiéndose en todo un icono de una época gracias a una imagen tan simbólica como contundente: la demolición de sus instalaciones tras el ordenado cierre.

Madrid fue uno de tantos periódicos nacidos al calor de las apropiaciones de las cabeceras republicanas. En abril de 1939, los locales del *Heraldo de Madrid* y de *El Liberal* fueron cedidos a Juan Pujol, antiguo diputado de la CEDA de Gil-Robles, ex director del conservador *Informaciones* y fiel al golpe franquista. La orientación del *Madrid* de Pujol mantuvo la cercanía al régimen, hasta que el periódico cambió de manos en los años sesenta. Fue entonces cuando, con el opusdeísta Rafael Calvo Serer como presidente y Antonio Fontán como director, el *Madrid* empezó su giro hacia el aperturismo. Toda insinuación liberal o incluso democrática se podía dar de bruces con el muro de la censura. Sin embargo, esta era capaz de afilar el ingenio de las plumas más rebeldes.

“Lo que ha quedado claro es la incompatibilidad de un gobierno personal o autoritario con las estructuras de la sociedad industrial y con la mentalidad democrática de nuestra época en el contexto de un mundo libre”. *Madrid* publicó estas líneas con la firma de Calvo Serer el 30 de mayo de 1968. Lo que podría parecer —y en el subtexto era— un desafío a la dictadura de Franco se disfrazaba de crítica al Gobierno francés. El artículo llevaba por título “Retirarse a tiempo. No al general De Gaulle”, un reproche al general galo en plenas protestas estudiantiles en París. A pesar de ello, era evidente la vinculación implícita con la situación española, planteando además el delicado problema sucesorio: “en el momento de producirse la vacante previsible, ¿quién ha de ser el Jefe del Estado que reúna las mejores condiciones [...] para contar con la máxima adhesión popular?”. Tras la publicación de este artículo, el diario *Madrid* fue suspendido por dos meses.

La presión de la Administración, las continuas sanciones y la bajada en ventas hacían cada vez más difícil la salida del *Madrid* a los quioscos. Finalmente, el Gobierno se valió de una lucha interna entre accionistas y de irregularidades en la financiación de uno de ellos para ordenar la prohibición del periódico, en noviembre de 1971. A pesar de las protestas y negociaciones para su reapertura, la sociedad editora se disolvió poco después. La necesidad de liquidar deudas propició la venta del edificio a una inmobiliaria, que voló la antigua casa del *Madrid* en abril de 1973. La espectacular fotografía de la explosión, con el humo brotando de la fachada en descomposición, representó la victoria de la censura que, aún en el llamado tardofranquismo, seguía mandando en España.

2.3. Panorama de la prensa diaria. El éxito de *Pueblo*

La reconversión hacia posturas liberales sería destacada en el caso del *Madrid*, pero no única. Así ocurriría con el madrileño *Informaciones*, *El Correo Catalán* de Barcelona o uno de los más difundidos, el católico *Ya*. Este diario era, en los años sesenta, de los pocos que superaron en España los cien mil ejemplares diarios —según datos de la Oficina de Justificación de la Difusión, fundada en 1964 y referencia para conocer el alcance de la prensa—. En la evolución aperturista del *Ya* durante el tardofranquismo fue decisiva la participación de miembros del grupo Tácito, colectivo intelectual democristiano de los años setenta que planteaba la reforma —que no ruptura— democrática. Tácito ejemplificaría la estrecha conexión entre prensa y política en los inicios de la Transición, pues de sus páginas salieron ideas y nombres que después ocuparían un lugar destacado en la UCD y en los primeros gobiernos democráticos. Fuera de la capital, el

diario barcelonés *Tele/eXprés* (1964) representó una orientación progresista que llegó incluso a sufrir el encarcelamiento de uno de sus directores, Josep Maria Huertas Clavería.

En general, la recuperación económica del país ayudó al auge de ventas de los periódicos. De ello se beneficiaron tanto los rotativos privados como la Prensa del Movimiento. Un caso único fue el diario *Pueblo*, dependiente del Sindicato Vertical (sobrenombre común de la Organización Sindical), que aun perteneciendo a la prensa institucional, alcanzó una alta difusión, cercana a los históricos *La Vanguardia* y *ABC*, los más repartidos de toda España por entonces. El éxito de secciones como los sucesos o los deportes, que contaron con un joven José María García entre sus filas, empujó los números de ventas. José María Carrascal, Juan Luis Cebrián, Arturo Pérez-Reverte, Rosa Villacastín y Rosa Montero también integraron la larga lista de periodistas que dejaron huella en sus páginas.

Su redacción contó además con relevantes directores para la época, como Juan Aparicio —que también ostentó la jefatura de Prensa del régimen— y Emilio Romero, responsable de la cabecera durante más de dos décadas. Fiel defensor del régimen franquista, en el que ocupó cargos desde la década de los cuarenta, Romero compatibilizó su puesto de procurador en las Cortes franquistas, su responsabilidad en *Pueblo* e incluso la dirección de la Escuela Oficial de Periodismo en Madrid. Visto como “maestro” para varias generaciones, que destacan su defensa de la profesión periodística y de su propia redacción, la personalidad de Romero traslucía también en sus famosos “gallitos”. Bajo el emblema de un gallo, el director publicaba columnas de crítica afilada —siempre dentro de los márgenes del sistema— que podían alcanzar incluso a la competencia periodística que tratara de “abusar” del nuevo margen de libertad. Y aunque todavía operaban limitaciones al periodismo de opinión, aquellas piezas representaban un punto de inflexión; en contraste con la férrea censura de posguerra, el eco de los “gallitos” de Romero mostraba la creciente capacidad de influencia del periodista.

No obstante, la segunda mitad de los años sesenta fue el comienzo del fin para la red de periódicos del partido único, que en la década siguiente sufrió un declive económico insalvable. La misma Cadena de Prensa y Radio del Movimiento transitó, en pocos años, de la rentabilidad económica a unas pérdidas millonarias. En 1974, su resultado de explotación fue de menos 74 millones de pesetas.

La tarea periodística también vivió cambios internos. En el terreno de las agencias de noticias, controlado por la oficialista EFE, apareció la competencia de Europa Press. Constituida por varios intelectuales, entre ellos la familia Luca

de Tena —fundadora del ABC—, ministros franquistas y opusdeístas, lo que en un principio era una distribuidora editorial viró en los años sesenta al mercado de noticias y fotografías para la prensa. La Ley Fraga y el acuerdo con la internacional Associated Press —hasta entonces EFE tenía control monopolístico también sobre la información del extranjero— dieron el impulso adecuado para establecer, por fin, una alternativa influyente en el negocio de las agencias de información. Ya en el tardofranquismo, Manu Leguineche abriría aún más este mercado fundando Colpisa (1972), que además de su propio servicio traería también los contenidos de France Presse.

Por otra parte, el relevo generacional provocó la entrada a las redacciones de jóvenes poco identificados con la “escritura al dictado” de años atrás. Esto ocasionó roces y conflictos dentro de las redacciones, ya que también diferían las vías de acceso a la profesión. Tras la depuración profesional de la posguerra, la Escuela Oficial de Periodismo era la única vía de formación del régimen para entrar en el registro y contar con el carné habilitante. El Estado autorizó después centros religiosos, como el Estudio General de Navarra —del fundador del Opus Dei, Escrivá de Balaguer— y la Escuela de Periodismo de la Iglesia. Sin embargo, el tardofranquismo legalizó la entrada del periodismo en las universidades desde 1971. Así nacieron las primeras facultades de Ciencias de la Información, en la Complutense de Madrid, la Autónoma de Barcelona, Navarra, Salamanca, País Vasco..., que diversificaron, ampliaron y profesionalizaron la formación de las nuevas incorporaciones. En definitiva, un paso relevante para considerar el periodismo, más que un oficio, como una profesión.

2.4. El florecimiento de la prensa no diaria. “Parlamento de papel”

Los años sesenta darían paso a crecientes protestas vecinales, estudiantiles, laborales o territoriales, aplastadas todas por los “grises” —apodo con el que se conocía a la policía, por su vestimenta de la época—. Estas irían a más durante el último lustro de dictadura, el “tardofranquismo”, condicionado por el deteriorado estado de salud del Caudillo y su reducción de apariciones públicas. Así, Franco designó a su sucesor, el príncipe Juan Carlos de Borbón (1969), y cedió las funciones de gobierno a su consejero más cercano, el almirante Luis Carrero Blanco, hasta proclamarlo oficialmente presidente del Gobierno (1973). Sin embargo, el asesinato de Carrero a manos de la organización terrorista ETA, meses después de su designación y con la voladura de su coche a plena luz del día, impactó a toda la sociedad española.

En estos tiempos intensos, revueltos y hasta violentos —véanse el Proceso de Burgos contra miembros de ETA o el Proceso 1001 contra sindicalistas de Comisiones Obreras, casos que causaron gran conmoción y protestas—, las revistas y semanarios quedaron elevados a plataforma pública para las ideas pro-democráticas desde los quioscos. Estas sentaron las bases del llamado “Parlamento de papel”, o sea, cómo las distintas publicaciones representaban el debate y la discrepancia ideológica que no tenían cabida en las monótonas y no democráticas Cortes franquistas, ni, como veremos, en la única televisión, ni en la radio censurada.

Las revistas tuvieron un peso especial en este fenómeno. *Triunfo*, editada desde 1946, se convirtió de semanario de cine a magacín político y con amplios reportajes gráficos, al estilo del prestigioso francés *Paris-Match*. El propósito de nueva etapa fue tal que, en 1962, editó un nuevo “número 1”, un punto y seguido para su fase de mayor influencia y cercanía, incluso, con la izquierda opositora que se hacía hueco entre sus páginas, en ocasiones a través de seudónimos. Entre sus firmantes, Eduardo Haro Tecglen, autor de una histórica crónica sobre la “crisis de los misiles” que incluía aquel reestreno. Como ya se ha visto con el caso de Calvo Serer, semanarios como *Triunfo* también se servían de temas internacionales para dejar una fina impronta progresista envuelta en un formato llamativo y dominado por la imagen.

De un corte algo más teórico y aglutinador, la mensual *Cuadernos para el Diálogo* (1963) centraría otra vía aperturista, crítica al franquismo del llamado “búnker”. Desde el pensamiento democristiano, *Cuadernos* contó con una influyente nómina de colaboradores, muchos de ellos implicados después en los partidos políticos de la democracia, lo que le convirtió para la Historia en “cantera de la Transición”. Entre sus promotores estaba el director Joaquín Ruiz-Giménez, quien fuera ministro con Franco en los años cincuenta, y tras su destitución fue transformándose hasta posiciones prodemócratas. Otro de ellos, Pedro Altares, fue procesado tras una conferencia sobre la Iglesia e incluso militó como socialista en la clandestinidad. Su carácter oficial de revista cultural le permitiría ser prestigiada entre los entornos universitarios —en la línea de otra coetánea, *Gaceta Universitaria* (1962)—, mientras servía de cauce para diversas corrientes y, fiel a su título, velaba por el futuro entendimiento con la izquierda opositora.

Más tardío fue otro semanario, *Cambio 16*, que en su título reunía a los dieciséis socios que participaron en su fundación (entre ellos su presidente, Juan Tomás de Salas) y a la vez la palabra clave de sus intenciones: abogar por el

“cambio”, lo que le trajo problemas desde el registro de su nombre. A pesar de ello, la cabecera salió adelante con posiciones liberales, enfoques particulares en economía y sociedad y un despeque en torno a 1974, cuando ya había alcanzado tiradas de seis cifras. Un año después, sufrió hasta tres secuestros por parte de la Administración, aún durante los últimos meses de vida de Franco.

Cambio 16, Triunfo, Cuadernos para el Diálogo y otras revistas configuraban un quiosco más plural ideológicamente, que se complementaba con la oferta de otras publicaciones especializadas. Unas, para públicos selectos, como *Índice* —revista humanista con miras internacionales— y las catalanas *El Ciervo* —de orígenes católicos pero con pronta inspiración intelectual y aperturista—, *Serra d’Or* —publicada íntegramente en catalán— y *Destino* —que evolucionó del falangismo de la posguerra a un liberalismo monárquico, lo que le trajo también sanciones de la censura—. Otras, más vinculadas a sectores específicos de la población, como indican los nombres de *Gaceta Universitaria*, *Juventud Obrera* o *Iglesia Viva*. Bien por su pluralidad, sus postulados aperturistas —que en no pocos casos se habían desarrollado desde grupos vinculados a la Iglesia— o su atrevimiento ante la Administración, las publicaciones no diarias fueron las principales víctimas de expedientes, multas y hasta cierres. Una de las más castigadas fue *Sábado Gráfico*, que incluso se vio forzada a salir de los quioscos durante varios meses.

Amén de la continuidad de las *Hojas del Lunes* por parte de una treintena de asociaciones de la prensa, otros semanarios guardaban una vocación más popular y masiva, con enfoques que alcanzarían una gran tirada. Muchos de ellos nacieron en los años cuarenta y cincuenta —véanse revistas del corazón hoy señeras, como *¡Hola!*, *Semana* y *Diez Minutos*—, pero su desarrollo alcanzaría un nuevo cénit en décadas posteriores. En este sentido, *El Caso* (1952) fue peculiar porque, aunque pasó a la memoria colectiva por su periodismo de sucesos crudo, sensacionalista y hasta morboso, alcanzó al mismo tiempo una popularidad y una rentabilidad enormes —en 1972 superaba los doscientos mil ejemplares—. Fue el resultado de un reporterismo casi inédito en plena censura, poco habituada a evaluar historias lúgubres, trágicas o siniestras, con firmas reconocibles como la de Margarita Landi, pionera del periodismo de investigación y primera mujer especializada en este campo, recorriendo España de punta a punta —y con una pistola— para informar sobre el terreno.

Se volvieron habituales los mal llamados “crímenes pasionales”, hoy en día tratados como violencia de género, y que removían los sentimientos primarios de sus lectores. Varios episodios concretos despuntaron la fama de *El Caso*, como

la cobertura del crimen de Jarabo o el seguimiento del popular delincuente Eleuterio Sánchez “El Lute”. Todo ello, sin embargo, era tolerado por la dictadura, bajo el pretexto de que servía de distracción y ayudaba a “despolitizar” a la población, más atenta al último crimen violento de la España rural que a los asuntos tratados en el Palacio de El Pardo.

No tan apolíticas como *El Caso* serían las revistas satíricas. Estas encontraron en el humor una canalización para la crítica al franquismo, incluso más señalada por la censura, por aquello de transmitir su mensaje de forma más efectiva con la viñeta y el chiste, accesible para todos los segmentos de lectores, que con el sesudo análisis que podían proponer las revistas elevadas e intelectuales. La veterana *La Codorniz* (1941) encarnó el absurdo y el surrealismo en una España trágica, como un soplo de aire fresco envuelto en humor blanco, que transitó años después a una velada crítica dentro de las limitadas coordenadas de la censura. Bajo el lema “la revista más audaz para el lector más inteligente”, con la ironía por delante, por aquella cabecera pasaron viñetistas e intelectuales de primer orden. La lista es apabullante: desde Miguel Mihura, su primer director, a Miguel Gila, Enrique Jardiel Poncela, Tono, Edgar Neville, Rafael Azcona, Mingote, Forges, Chumy Chúmez, Wenceslao Fernández Flórez, Ramón Gómez de la Serna y un largo etcétera, sin obviar a su director más longevo, Álvaro Delaiglesia. Tal fue el impacto que incluso dio paso a la leyenda urbana: un dibujo de portada que rezaba “bombón es a bombón como cojín es a X, y me importa tres X que me cierren la edición”. A pesar de su gran difusión, tal viñeta no se publicó en *La Codorniz*. Eso sí, la revista no pudo evitar expedientes administrativos, multas y hasta algún cierre por varias semanas.

Igual que sucediera con la prensa representante de ese “Parlamento de papel”, *La Codorniz* comenzó su decaimiento en los años setenta, sobre todo a partir del relevo generacional que supuso *Hermano Lobo* (1972). De vida fugaz, este semanario de “humor dentro de lo que cabe” se llevó consigo a varios de los dibujantes procedentes del viejo estandarte del ingenio satírico —Chumy Chúmez, Gila, Summers...— y añadió a su nómina colaboradores literarios de la talla de Francisco Umbral, Manuel Vicent y Manuel Vázquez Montalbán. El tono de *Hermano Lobo* era bastante más ácido y político hasta su pronto final, en 1976. En su currículum, portadas censuradas como el diálogo de un interrogatorio: “¿Conoce sus derechos?”, “Sí, señor”, “¡Pues olvídelos!”.

Además de estas, se sumarían otras revistas como *Barrabás* (1973), dedicada al deporte; *Por Favor* (1974), con un fuerte compromiso político y prestigiosas

firmas detrás; o la mucho más procaz *El Pappus* (1973). Todas ellas resistieron como pudieron los envites de las autoridades franquistas, secuestros de publicaciones incluidos, en su misión de impulsar un nuevo rumbo para el país.

3. LA RADIO EN DICTADURA. EVASIÓN Y VICTORIA

3.1. RNE y el monopolio informativo del “parte”

Ni el Concierto de Aranjuez de Joaquín Rodrigo (1940), ni la canción española de Imperio Argentina o Concha Piquer, ni los cantantes “ligeros” al estilo de Manolo Escobar o Sara Montiel, ni siquiera los ye-yés de los sesenta. *La Generala* fue seguramente la pieza musical más escuchada de la radio española durante casi cuatro décadas, aunque tuviera más de cien años de historia —data de la segunda mitad del siglo XVIII—. Este toque militar atribuido al maestro Manuel Espinosa de los Monteros fue el que encabezó las emisiones informativas de Radio Nacional de España durante el franquismo, los llamados “Diarios Hablados” o, popularmente, “partes”.

No obstante, los escasos veinte segundos de *La Generala*, en ocasiones repetidos en bucle hasta el inicio del informativo, llegaban mucho más allá del alcance que tenían los escasos postes de RNE. Durante los últimos compases de la guerra, una orden ministerial (de 6 de octubre de 1939) sirvió para obligar a todas las radios —también las privadas— a conectarse a RNE, asumiendo el coste técnico de tal conexión, dos veces al día para emitir sus informativos: el de referencia al mediodía, a las 14:30 horas, y el de la noche. Así pues, un toque militar encabezaba la información oficial, tamizada por la censura del régimen y siguiendo sus cánones formales, con locutores de dicción perfecta —voz grave y campanuda los varones, más delicada las mujeres— que glosaran los logros de una España en paz y las debilidades del enemigo exterior. Otro toque, de “gloria a los caídos por Dios y por España”, cerró el servicio durante los primeros años de dictadura, dejando clara la reverencia marcial.

La alternativa estaba prohibida. Además de la obligada doble conexión diaria, las pocas emisoras privadas que subsistían en el sistema radiofónico tenían negada la opción de hacer sus propios contenidos de información “nacional e internacional”, esto es, la más sensible para el Estado —de hecho, en esta época la Agencia EFE asumía el monopolio de las noticias del extranjero—. El decreto se mantuvo vigente hasta 1977, aunque, con el paso de los años, el régimen iría dejando resquicios —cultura, deportes, incluso noticias locales— por los que se

colarían intentos más o menos exitosos de desafío a la norma. *Matinal Cadena SER* y *Hora 25*, creaciones ambas de Antonio Calderón y dirigidos en sus primeras etapas por Manuel Martín Ferrand, fueron dos inventivas soluciones para esquivar la regla: en horarios atípicos —la mañana el primero, la medianoche el segundo— y disfrazados de “programa de cuestiones actuales” para abrir un disimulado camino a la información. En particular, un joven José María García convirtió el tramo deportivo de *Hora 25* en un espacio de denuncia a las corrupciones federativas o que tocaban su ámbito, con un lenguaje directo y acusatorio que conectó rápido con la audiencia.

Ambas tentativas fueron productos de la Cadena SER, gran dominadora de la escasa radio privada que el régimen permitió. Tras la guerra, peligraba el legado de la antigua Unión Radio, desprestigiada por el franquismo como cadena aliada de los “rojos”. No obstante, tras la consiguiente depuración profesional y el borrado del rastro republicano, también en su consejo de administración, los bienes de Unión Radio fueron a parar a una nueva empresa: la Sociedad Española de Radiodifusión o, por sus siglas, SER. Así renació la red de emisoras más potente durante la dictadura, en crecimiento y con un dominio comercial apenas discutido en algunas ciudades de España. Esta posición le daba la opción única de intentar, no sin roces con el Estado, pequeños desafíos a la censura, como los programas antes citados, aunque en todo caso durante el segundo franquismo y tras haber sobrevivido a los años más duros de la censura.

3.2. Entretenimiento con mensaje en la “edad dorada” de las ondas

Irónicamente, las restricciones informativas trajeron consigo una llamada “edad dorada” de la radio. La población necesitaba evadirse más allá de la ortodoxia oficialista de RNE. Es por ello que despegaron los formatos de entretenimiento durante los años cuarenta y cincuenta: el espectáculo de variedades de *Cabalgata fin de semana*, los concursos patrocinados, los espacios de solidaridad como *Ustedes son formidables* —que recaudaban miles de pesetas para ayudar a causas de los más necesitados—, los eternos seriales diarios como *Simplemente María*, los clásicos revisitados del *Teatro del Aire*... La ficción fue reina en la radio censurada, elevando a los actores y las actrices de las emisoras a verdaderas estrellas, a un nivel equivalente al de los grandes presentadores como Bobby Deglané.

“La radio controlada de los cincuenta fue la radio del entretenimiento y el espectáculo y eso no quiere decir que en esas manifestaciones no hubiera mensaje, información o ideología. Justo lo contrario”. Esta frase en

boca de Juana Ginzo tiene aún más relevancia. Esta histórica actriz y locutora protagonizó *Ama Rosa*, el serial escrito por Guillermo Sautier Casaseca. Ginzo encarnaba a una mujer abnegada, despreciada y que da a su hijo en adopción a una familia rica con tal de conseguir trabajo. Una historia que vinculaba a la mujer con el ideario franquista nacional-católico, en su papel de resignada madre y “ángel del hogar”. Décadas después, la propia actriz renegaba del significado de aquellos papeles, que debía aceptar por mera supervivencia.

El papel de la mujer, principal consumidora de radio diaria, quedaba aún más claro en los consultorios. La radio se convirtió en consejera —en femenino—, desde moda y estética hasta materias amorosas y sentimentales. El más popular y longevo de ellos, el *Consultorio de Elena Francis*, representa a la perfección el verdadero mensaje subyacente de la radio en dictadura: en nombre de Elena Francis, una mujer contestaba a las cartas de sus oyentes y admiradoras. Sin embargo, el invento tenía un inconveniente oculto al público. Elena Francis no era una persona real, sino un personaje —interpretado por varias actrices a lo largo de los años— que leía las respuestas escritas por guionistas varones. Los consejos de “la Francis” estaban perfectamente alineados con la imagen de la mujer como eterna menor de edad, supeditada al hombre —padre o esposo— y a las tareas conyugales que marcaba la dictadura. Y, por supuesto, a la venta de los productos cosméticos del Instituto y Laboratorio de Belleza Francis, que patrocinaba el espacio. La autoría masculina del programa quedó oculta al público durante décadas. El descubrimiento público, revelado por el escritor Gérard Imbert en su libro dedicado a Francis en 1982, causó un gran *shock*. Su guionista, Juan Soto Viñolo, apareció entrevistado por Mercedes Milá en TVE, después de la cancelación del programa, en 1984.

El impulso de la televisión en el tardofranquismo coincidió con un declive de la radio. Apretada aún por la censura, deteriorada por la saturación publicitaria y el agotamiento de los seriales, muchos de los formatos que le habían dado sus mejores años fueron adaptados con éxito por la televisión. Algunas novedades le abrirían nuevos públicos y esperanzas, como el éxito de *Protagonistas* de Luis del Olmo, el mencionado *Hora 25* o las retransmisiones deportivas cada domingo —*Carrusel Deportivo* en la SER, *Tablero Deportivo* en RNE—. No obstante, una nueva vida le esperaba en los años posteriores, una vez que se certificara el fallecimiento de Francisco Franco el 20 de noviembre de 1975 y, con él, el cambio de todo un país.

3.3. Estructura del dial. Emisoras legales y clandestinas

Aunque la SER concentró gran parte de los formatos de éxito en época franquista, no era la única alternativa a Radio Nacional de España. La Prensa del Movimiento también conformó su brazo radiofónico con hasta tres cadenas diferentes: la Red de Emisoras del Movimiento (REM), la Cadena Azul de Radiodifusión (CAR) —vinculada a las estaciones-escuela de Radio Juventud— y la Cadena de Emisoras Sindicales (CES). Su crecimiento descontrolado llegó a ocasionar una saturación del dial, empobrecido por el aislamiento internacional y, como consecuencia, por el retraso en la llegada de la moderna frecuencia modulada. Completaron este panorama otras cadenas privadas de menor tamaño, como la Rueda de Emisoras Rato, antecedente lejano de Onda Cero, la Radio Intercontinental propiedad del exministro franquista Ramón Serrano Suñer y las pequeñas emisoras parroquiales que, con el tiempo, constituirían en unión la Cadena de Ondas Populares Españolas, es decir, la actual COPE.

Sin embargo, la radio española no acababa dentro de las fronteras. Igual que ocurriera durante la guerra, las emisoras internacionales que lograban burlar las interferencias de la censura eran las únicas voces libres de propaganda franquista y que podían informar de la realidad española y mundial sin sus cortapisas. A mediados de siglo ya estaban establecidos los servicios en múltiples idiomas de las principales cadenas radiofónicas; así, la británica BBC, La Voz de América para España —del gobierno estadounidense—, la soviética Radio Moscú o las francesas Radio París Internacional y Radio Toulouse podían alcanzar al dial español gracias al enorme alcance de la emisión por onda corta.

Entre todas ellas destacó la icónica Radio España Independiente. Conocida como “la Pirenaica”, debe este apelativo a la noción popular de que emitían desde el otro lado de los Pirineos. Aunque se trataba de una radio clandestina, ya que no declaraba el lugar exacto desde el que emitía, en realidad se fundó en Moscú (1941) y desarrolló su programación entre la URSS y Rumanía hasta 1977. El Partido Comunista de España, ilegalizado, fundó esta emisora como su voz oficial desde el exilio y su herramienta para la propaganda, la información —libre de los filtros de la dictadura— y, en su ambición máxima, la organización de una resistencia antifranquista. No era fácil: cualquiera que quisiera sintonizar “la Pirenaica” debía hacerlo en la más estricta discreción, si no quería ser delatado de “rojo” o conspirador contra el Estado, con las fatales consecuencias que tal acusación podía traer consigo.

4. EL NO-DO. INFORMACIÓN Y PROPAGANDA A TRAVÉS DEL CINE

4.1. El séptimo arte, del documental al panfleto audiovisual

Como parte de su estrategia propagandística, el Estado franquista buscó aprovechar todos los formatos y canales posibles para dictar e imponer su visión de la realidad, su esquema de principios y valores a la población española. Esto incluía no solo a los periódicos, los semanarios o las radios, sino también al gran entretenimiento de masas del siglo XX, que transformó al receptor en espectador: el cine.

Desde aquel primer instante capturado en 1895 por los hermanos Lumière, de unos obreros a la salida de una fábrica en Lyon, pasando por el primer “cine informativo” de la empresa francesa Pathé ya en el siglo XX, el séptimo arte ha estado ligado no solo a crear mundos imaginarios e historias fantásticas, sino también a documentar y retratar una parte de la realidad. Sin embargo, aquel primer cine de intención imparcial y neutral pasó, años después, a tomar poco a poco partido. Cintas como *Nanuk, el esquimal* (*Nanook of the North*, 1922) —considerado el primer largometraje documental— y la española *Las Hurdes, tierra sin pan* (1933), de Luis Buñuel, habían demostrado la capacidad del cine de moldear la realidad, a través de la recreación de escenas ficticias que se presentaban como ciertas para trasladar la vida de los inuit del Ártico o la miseria de los habitantes de la comarca cacereña de Las Hurdes. Entre otras lecciones, quedaba constatado que el cine podía mentir para contar “su verdad”.

Tras la llegada del cine sonoro (1927), y con el clima prebélico de los años treinta, se intensificó la utilización de películas para fines informativos y propagandísticos. En Estados Unidos, el noticiario *The March of Time* (1935) ya se había alejado del mero retrato neutral y ofrecía reportajes interpretativos, atractivos y hasta polémicos. Mientras tanto, la Alemania nazi aleccionaba a sus espectadores con los trabajos de la directora Leni Riefenstahl, como *El triunfo de la voluntad* (*Triumph des Willens*, 1934). Además de una gran influencia en el lenguaje audiovisual moderno, este documental encargado por el Partido Nacionalsocialista para capturar su congreso sirvió como gran anuncio publicitario del nazismo y del propio Hitler como líder de masas. El estallido de la Segunda Guerra Mundial confirmó el papel predominante del cine para mover conciencias y sumar adeptos a una causa, en ambos bandos: el ejército estadounidense se encargó de distribuir *Why We Fight* (1942-1945), una serie de películas propagandísticas del prestigioso cineasta Frank Capra que pretendía convencer a sus conciudadanos de por qué era importante batallar al fascismo.

4.2. Noticiero Cinematográfico Español: la verdad del régimen en pantalla grande

Por tanto, en los años cuarenta era evidente para la recién instaurada dictadura el potencial del audiovisual en su esfuerzo propagandista. Además, ya existía una corta historia de noticieros cinematográficos en España, desde las primeras compañías a principios de siglo XX —como Studio Film y Cinematográfica Española en la época muda— hasta la llegada de los informativos estadounidenses —sobre todo la *Revista Paramount* y el *Noticiero Fox*, destacados ambos en el periodo republicano—.

El final de la Guerra Civil trajo la censura también a la producción cinematográfica. Mientras que otros noticieros más liberales como el de la Fox se despedían de las salas, en 1940 se puso en marcha el noticiero hispano-alemán *Actualidades UFA*. Aun así, las producciones extranjeras o privadas fueron pronto atajadas, cuando la Administración franquista impuso a finales de 1942 el monopolio del cine informativo en favor de una nueva entidad impulsada por el partido único: el Noticiero Cinematográfico Español.

El 4 de enero de 1943, las salas españolas proyectaron el primer capítulo de su informativo oficial, que se conocería con su acrónimo NO-DO (Noticieros y Documentales). Se trataba de un noticiero semanal, de unos diez minutos, que todos los cines debían proyectar obligatoriamente antes de cada película. Desde entonces, y gracias al poder del audiovisual —con una capacidad de penetración incomparable entre la población de menor formación incapaz de leer los periódicos—, el NO-DO quedó instalado en el imaginario popular como una potente herramienta de propaganda. Lo era desde su triunfante fanfarria inicial hasta las habituales imágenes del dictador, su esposa Carmen Polo o sus ministros en actos oficiales como la inauguración de pantanos, con las pomposas locuciones que subrayaban de forma entusiasta, en forma y en fondo, el culto a la personalidad del Caudillo. El planteamiento propagandístico también implicaba a la información internacional, sesgando la imagen de los “enemigos de la patria” ante un público numeroso y cautivo presente en las salas de toda España. Las voces que guiaban las piezas del NO-DO, todas masculinas, serían luego parte importante en la radio y la televisión, como las de Matías Prats Cañete, Joaquín Ramos o David Cubedo.

Aunque el enfoque folclórico y entusiasta de los inicios se fue moderando en años posteriores, en línea con la progresión tecnócrata del propio régimen, fue en los años sesenta cuando la estrella del NO-DO se apagó progresivamente. Con la llegada de la democracia, el noticiero fue objeto de intensas discusiones

parlamentarias sobre su futuro y la conservación de sus archivos, languideciendo hasta su cierre en 1981. El motivo principal fue el obligado final de su monopolio audiovisual, con la llegada de una nueva pantalla que saltaría de las salas a los hogares: la televisión.

5. LA TELEVISIÓN, LA NUEVA ESTRELLA DE LA CASA

5.1. Orígenes y primeros pasos de Televisión Española (TVE)

Aunque los primeros ensayos experimentales con la televisión en España se dieron en torno a los años treinta del siglo XX, las emisiones regulares llegaron un par de décadas después, mucho más tarde que en Alemania (1935), Francia (1935) o Reino Unido (1936). El desinterés de Franco parece decisivo en su lento desarrollo, pues el régimen aún no era consciente —o no quería serlo— del futuro potencial propagandístico de aquel invento.

Una década más tuvo que pasar hasta que finalmente, en 1956, unos pocos españoles empezaron a familiarizarse con la famosa carta de ajuste, la primera imagen de la historia de Televisión Española (TVE). Las emisiones experimentales se remontan a antes incluso de la Guerra Civil. En 1938, en plena contienda, la Alemania nazi regaló a Franco un aparato de la empresa Telefunken, antecedente televisivo, y que el dictador probó en Burgos. Para describirlo, la prensa de la época utilizaba el término “telefonovisión”, aunque su nombre oficial era simplemente fonovisión. Lo que parecía una herramienta para el contacto punto a punto, lo que hoy sería una videollamada, guardaba mucho más potencial.

Aun así, las necesidades de la batalla y la falta de recursos durante la dura posguerra tampoco ayudaban a poner la prioridad oficial en investigar las posibilidades del nuevo aparato. A eso se suman las dudas en boca del Generalísimo. En su discurso navideño de 1955, solo meses antes del estreno oficial de Televisión Española, Franco alertó del “peligro” que generaban los medios de comunicación, incluyendo también a la televisión: “se han dilatado las ventanas de nuestra fortaleza. El libertinaje de las ondas y de la letra impresa vuela por los espacios y los aires de fuera penetran por nuestras ventanas viciando la pureza de nuestro ambiente”. Sus palabras resonaban en una España que empezaba a abrirse al extranjero, dos años después del histórico Concordato con la Santa Sede, firmados ya los primeros acuerdos con Estados Unidos respecto a bases militares y con la lenta entrada de divisas extranjeras. De ahí el “peligro” de que los valores liberales contaminaran la españolía de tiempos autárquicos. A pesar de tales miedos, el dictador sería incapaz

de renunciar a la novedad mediática del momento, ni mucho menos a su atractivo potencial promocional o panfletario.

Tras años de desarrollo y un impulso más decidido de la Administración franquista, que estipuló además un régimen de monopolio —el cual duró hasta los años ochenta con las autonómicas y los noventa con los primeros canales privados—, la fecha de las primeras emisiones regulares debía ser simbólica: 28 de octubre, día de Cristo Rey y un día antes de que la Falange celebrara el aniversario de su fundación. La inauguración contó con la pompa y boato necesarias, con la llamativa ausencia del dictador, incluido el discurso del entonces ministro de Información y Turismo, Gabriel Arias-Salgado, la bendición del capellán de Franco y las actuaciones de coros y danzas. Se calcula que en torno a 600 receptores cercanos a Madrid pudieron ofrecer aquella primera emisión, por lo demás caótica técnicamente y que exigió varias repeticiones de los implicados, cuando además TVE, incluso con el material del NO-DO, no contaba con magnetoscopios y tuvo que realizar durante sus primeros años toda su programación en directo.

Como todo nuevo medio, su entrada a los hogares llevó varios años de adaptación, no solo técnica —su cobertura se amplió poco a poco desde las grandes capitales al resto del país—, sino también en la venta de televisores para sintonizar su señal. Para ello, se fomentó la instalación de teleclubs, establecimientos públicos en las zonas rurales que servían de punto de reunión para que pudieran ver juntos la televisión. La experiencia colectiva sería paulatinamente sustituida por la familiar en el salón de casa o “cuarto de estar”, a medida que el número de receptores despuntaba en los años sesenta. Durante 1964 se alcanzó la barrera del millón de televisores en España.

Achacable en parte al desinterés inicial del franquismo sobre la televisión, esta no se convirtió desde un principio en el mascarón de proa propagandístico que pudieron ser otros medios de comunicación. El entretenimiento y los programas educativos fueron los primeros pilares de una programación en principio exigua, de apenas tres horas diarias, pero de progresiva ampliación. Esto no evitó, sin embargo, que la información fuera ignorada. Primero, la lectura de titulares de *Últimas noticias* con David Cubedo. Y desde 1957, el *Telediario*, el noticiero más veterano del periodismo audiovisual español, que en un primer momento se sirvió mucho de las piezas del NO-DO para enseñar cada día lo que pasaba en España.

5.2. Eclosión por duplicado. Entretenimiento, influencia y Segunda Cadena

Tras unos años difíciles, el cambio de década y la etapa de Manuel Fraga al frente del Ministerio de Información y Turismo supusieron la estabilización definitiva de la televisión, ya convertida en un medio de masas, capaz de incrementar sus ingresos publicitarios y respaldada por las enormes instalaciones inauguradas en Prado del Rey en 1964, que profesionalizaron notablemente su producción. La televisión de los años sesenta empezó a ofrecer una programación más variada y, desde 1966, incluso la posibilidad de elegir entre dos canales. Se estrenaba la Segunda Cadena, también perteneciente a TVE, conocida popularmente por sus siglas UHF —debido a la tecnología utilizada, *Ultra High Frequency*, frecuencia ultra alta— y denominada en tono despectivo como el “canalillo” o el “apéndice” de la Primera Cadena. Este antecedente de La 2 se orientó desde su nacimiento hacia contenidos culturales y formativos, diferenciándose del primer canal, dirigido al público mayoritario. En esta cadena cobraría una relevancia creciente el centro de producción de Barcelona, los míticos estudios de Miramar.

De un papel inicialmente formador, con alta presencia de programas educativos, el modelo de TVE viró pronto al entretenimiento en todas sus extensiones. Serían protagonistas la música —*Escala en hi-fi*, *Discorama*, *Pasaporte a Dublín* y la participación española en el festival de la canción de Eurovisión, con las victorias de Massiel y Salomé en 1968 y 1969—, el teatro —*Teatro Apolo*, *Estudio 1*—, los concursos —*Un millón para el mejor*, *La unión hace la fuerza*, *Cesta y puntos*—, los programas infantiles —*Los Chiripitifláuticos*, *El gran circo de TVE*—, de variedades —*Galas del sábado*, *Estudio abierto*—, la ficción —desde *Crónicas de un pueblo* hasta *La Cabina*, telefilme premiado con un Emmy Internacional— y hasta la divulgación de la flora y la fauna, bajo la batuta de Félix Rodríguez de la Fuente. También el deporte y las corridas de toros, con ocasionales retransmisiones en directo que suponían un logro técnico añadido. Y si hubiese que destacar uno solo de entre los centenares y centenares de nombres propios detrás de estos y otros formatos, ese sería el creador Narciso Ibáñez Serrador. “Chicho” fue el alma máter de marcas tan dispares como el terrorífico *Historias para no dormir* y el concurso familiar por excelencia, *Un, dos, tres, responde otra vez*, reconocido desde entonces como uno de los mejores programas del audiovisual español.

A medida que el televisor fue haciéndose hueco en los salones, así quedaba cada vez más evidente la influencia social del medio en manos del Gobierno. Fuera con los sucesivos aniversarios de “Años de Paz” desde el final de la Guerra Civil, la visita del presidente Eisenhower o la apertura del Valle de los Caídos,

cualquier acto institucional debía contar ya con una cámara de TVE para llevar el momento a los españoles y hacerles partícipes de la liturgia propagandística. Con miras de futuro, Televisión Española introdujo ante sus próximos súbditos al príncipe Juan Carlos de Borbón, nombrado en 1969 como sucesor de Franco en la jefatura del Estado a su muerte. Justo ese año asumía la dirección general de Radiodifusión y Televisión un abulense de 37 años con experiencia en política local dentro del Movimiento: Adolfo Suárez. La relación entre Suárez y la televisión, igual que la del futuro rey y del que llegara a ser presidente, sería esencial durante el siguiente escenario político.

5.3. Reportajes inconformistas. El fenómeno *Informe Semanal*

Aún bajo el control directo de la Administración, el relevo generacional también pasó por TVE, y con él las tentativas internas de desafiar la tónica habitual e incluir temas espinosos o incómodos para el régimen, sobre todo en los últimos coletazos de dictadura. En 1973, el periodista de la casa Pedro Erquicia asumió el formato del estadounidense *60 Minutes* para adaptarlo a España: una hora dedicada a varios reportajes de actualidad, centrados en los principales temas informativos de la semana, con un formato totalmente pionero de gran éxito. Entre su primer equipo, profesionales de la talla de Manu Leguineche, Carmen Sarmiento, Javier Basilio, Pedro Barceló, Emilio Martínez-Lázaro y Carmen Hernanz, entre muchos otros, y con la presentación de José Antonio Silva. Así surgió *Informe Semanal*, en su origen llamado *Semanal informativo*, el programa informativo más longevo de la televisión europea.

A los pocos meses de comenzar su andadura, con la firma de Sarmiento, emitió un reportaje sobre el aborto, asunto tabú para el régimen, con la excusa de abordar su legislación en otros países y con un cuidadoso uso del eufemismo. No mucho después se serviría del Año Internacional de la Mujer (1975) para introducir numerosos reportajes con enfoque feminista, algo rompedor para la TVE en monopolio ante una audiencia millonaria. Igual de desafiantes fueron otros temas del programa en sus primeros años, entre los que se trataron el divorcio, el centenario de Antonio Machado, la figura de Lenin o la situación en Cuba. Sin embargo, la censura ejercía su acción sobre los vídeos con igual o más diligencia que hacia el papel, en particular con temas sensibles como el asesinato del presidente del Gobierno Luis Carrero Blanco en 1973 o los últimos fusilamientos del franquismo. La Administración logró parar incluso la emisión de más de un reportaje montado y finalizado, aunque eso no detuviera el empeño de su equipo.

El impulso de *Informe Semanal* sentó las bases para otros espacios que ahondaron en él desde otras perspectivas. Destacó entre 1974 y 1976 *Los reporteros*, un programa con vocación internacional, pues retrató a través de sus piezas periodísticas conflictos y guerras en los cinco continentes. Entre su equipo, además de nombres reconocibles como Diego Carcedo, Federico Volpini y José Antonio Plaza, se encontraba el multifacético Miguel de la Quadra-Salcedo —deportista, aventurero y, también, periodista— quien contó *in situ* conflictos en Mozambique o en Etiopía.

El aperturismo contagiaba incluso programas televisivos fuera del ámbito informativo. Así ocurría con espacios infantiles como *Cuentopos* (1974-1976), que transmitía valores de libertad y convivencia, o ficciones como *Este señor de negro* (1975-1976), dirigida por Antonio Mercero y basada en un personaje de Antonio Mingote, donde se escenificaba el conflicto entre la moral conservadora y los cambios sociales en marcha. De entre toda aquella parrilla, el peso de *Informe Semanal* en el audiovisual español es tal que, más de medio siglo después, sigue en emisión en TVE como el programa más premiado en la Historia de la televisión nacional y como una marca de prestigio y calidad informativa. El espíritu combativo de sus inicios simboliza además la crisis de la dictadura en el tardofranquismo, frente a un relevo generacional que manifestaba, también desde las redacciones de los medios de comunicación, sus ansias de un nuevo país.

Cap. 6. Los medios en la transición política y en la democracia (1975-1990)

1. EL PERIODISMO DURANTE EL CAMBIO POLÍTICO. UN NUEVO PARADIGMA TRAS LA DICTADURA (1975-1982)

“Franco ha muerto... Franco ha muerto... Franco ha muerto”: así informó, a las 4:58 de la madrugada, un primer teletipo de la agencia Europa Press que atravesó el país y se coló en todas las redacciones de periódicos. Tras una larga agonía, la muerte del dictador ponía fin a una época de casi cuatro décadas donde los españoles habían vivido al decreto de lo que sus gobernantes —no elegidos democráticamente— decidieran. En un contexto de crisis, no ya económica, sino también política, por las circunstancias de ese franquismo final, donde se asistió a una lucha por un cambio en todos los órdenes de la vida, España se encontraba a las puertas de un nuevo paradigma.

Aquella noticia, aquel *flash* informativo de urgencia repetido hasta en tres ocasiones por si alguien se atrevía a dudarlo, presentaba un futuro incierto para una sociedad que tenía la esperanza de volver a ser protagonista de su propio destino. Muerto el dictador, se abría la posibilidad de construir una democracia en la que estuviese reconocido el derecho de todos a decidir y donde los límites de la libertad de expresión pudiesen ampliarse después de tantos años constreñidos. A las diez en punto de la mañana, los españoles enganchados al televisor pudieron ver el rostro tumefacto y compungido del presidente Carlos Arias Navarro a punto de comunicar el suceso que varios medios preveían.

ABC y Arriba, así como los demás diarios de Madrid y Barcelona, ya tenían preparado el suplemento en huecograbado, sin fecha, con la biografía de Franco, a la espera de que se consumase el “hecho biológico” del que se hablaba eufemísticamente. La prensa española rendiría aquellos días los últimos tributos a la figura del Generalísimo en términos que irían desde el elogio de la Prensa del Movimiento hasta el reconocimiento más o menos forzado o sincero, según los casos, de las demás publicaciones por su amplia trayectoria al frente

del Estado. Las lágrimas de Arias Navarro también trajeron el miedo por aquello del “¿y ahora qué?”, como expresión lógica de una incertidumbre que los sectores más continuistas pretendían llenar con la fórmula del “franquismo sin Franco”. “No olvidéis que los enemigos de España y de la civilización cristiana están alerta”, advirtió el mismo rostro pesaroso de Arias a los televidentes.

La angustia por la posibilidad de que el proceso de cambio se estancase, por la negativa del poder a ajustar la política a las exigencias del momento, tenía su razón de ser. En el caso del periodismo, no era desconocida la crítica corrosiva que algunos semanarios de la época habían desplegado contra el presidente del Gobierno por su talante eminentemente autoritario, que traslucía una incapacidad para convertirse en el hombre adecuado de cara a organizar, llegada la oportunidad, el proceso de cambio político. Recelaba Arias Navarro de las intenciones de esta prensa, a la que acusaba de subversiva y de hacer el “juego al adversario” —entiéndase oposición democrática— debido a sus veleidades aperturistas que no entraban en la mente de una figura que se mantuvo en el Ejecutivo hasta julio de 1976. Fue en ese tiempo cuando se deterioró de modo definitivo las posibilidades de pervivencia del franquismo, presentando la reforma como algo inevitable.

Así las cosas, y en contra de los sectores más proclives a una ruptura directa y un “borrón y cuenta nueva” del legado dictatorial, España vivió un más lento proceso de desarticulación de la legalidad franquista. Prueba de ello fue la progresiva recuperación de las libertades públicas, como las de expresión y opinión, esenciales para la prensa. Para ello fue determinante la figura de Adolfo Suárez, un antiguo político del Movimiento designado por el rey Juan Carlos a propuesta del Consejo del Reino como presidente del Gobierno. Con este nombramiento se abrió un nuevo periodo en la vida política española que estuvo plagado de hitos como la convocatoria y celebración de las primeras elecciones democráticas desde la Segunda República (1977) o la aprobación de la Constitución de 1978, aunque también de otros trágicos, como las acciones terroristas de distinto signo (de ETA, el Grapo, la Triple A y otros sangrientos grupúsculos), o amenazantes, por lo que hubiera supuesto su consecución, como el intento de golpe de Estado el 23 de febrero de 1981.

Sea o no tópico referirse al papel del periodismo durante toda esta etapa, no cabe duda de que la prensa, la radio y la televisión desempeñaron un papel fundamental en esos años. El paso de la dictadura a la democracia supuso para todos ellos un soplo de aire fresco a razón del fin de la apoyatura ideológica que les

había servido de asiento en el transcurso de varias décadas. Cada uno con sus particularidades, los medios habrían de afianzarse como uno de los componentes básicos del nuevo régimen de libertades, elementos de conexión entre poderes públicos y ciudadanos y testigos, al tiempo que agentes, de un nuevo panorama que parecía abrir posibilidades inagotables para la empresa periodística.

1.1. La prensa de la Transición. Aventuras y desventuras de las nuevas y viejas publicaciones

¿Fue el diario *El País* el verdadero “periódico de la Transición”? Tal vez lo fuese, por su aparición en un contexto donde ya no había dictadura, si bien tampoco democracia como tal. Puede que lo fuese por su veloz adaptación a un amplio espectro social que venía encarnando desde los años finales del franquismo lo que se llamó “la cultura de la oposición”. Otros muchos, en cambio, afirmaron que se le subió el éxito a la cabeza. En su difícil prehistoria, prolongada artificialmente por el régimen, sus ideólogos, entre los que estaba José Ortega Spottorno —hijo del famoso filósofo y escritor José Ortega y Gasset— tuvieron que lidiar pacientemente con las trabas y silencios de una Administración que demoró el nacimiento de un periódico de tipo liberal, europeísta y moderno, al estilo de la otra gran cabecera orteguiana que había sido *El Sol*. Todo había empezado en 1972 mediante la fundación de Promotora de Informaciones, S.A (PRISA), con un capital de medio millón de pesetas.

Aquel nuevo grupo empresarial lo presidía el citado Ortega Spottorno y en él estaban integrados otros nombres como el de Carlos Mendo, ex director de la agencia EFE, y Darío Valcárcel. Ramón Jordán de Urríes y Juan José de Carlos figuraban también como accionistas significativos. Con participaciones minoritarias, destacaban las figuras del democristiano José María de Areilza, ministro de Asuntos Exteriores en el Gobierno de Arias Navarro, y también, paradojas del destino, el artífice de la última Ley de Prensa, aunque convencido liberal, Manuel Fraga, del que la revista *Blanco y Negro* llegó a decir poco antes de salir el periódico: “controla *El País* y puede montar una vasta operación en pocos días” (*Blanco y Negro*, núm. 3.604, 1 de noviembre de 1975, “Los presidenciables”, p. 34). No fue exactamente así.

Cuando el primer número de *El País* vio la luz el 4 de mayo de 1976 habían cambiado muchas cosas respecto a las condiciones en las que se había fraguado el proyecto y también en las circunstancias en las que estaba inmerso el país — esta vez como nación—. En cuanto a lo primero, los hombres de PRISA habían

confiado en que algún día la cabecera lograra el permiso para salir a la calle y habían procedido a sucesivas ampliaciones de capital, construcción de instalaciones, compra de maquinaria y estudios previos al lanzamiento. El director del rotativo ya no era Carlos Mendo, pues Fraga —nombrado embajador en Londres— lo había incorporado allí como jefe de prensa. El sustituto sería Juan Luis Cebrián, hasta entonces director de informativos en TVE, quien, actuando como buen cortesano, le había dedicado los mayores elogios. Por entonces también se había involucrado en el proyecto un nombre esencial, Jesús de Polanco, empresario del sector editorial que llegaría a consejero delegado de PRISA en abril de 1975.

España era, el día de la aparición de *El País*, un Estado a la expectativa del cambio político. El proyecto de Carlos Arias Navarro parecía haber fracasado definitivamente por muy diversas razones, pero sobre todo por su rigidez e insuficiencia. “Quizás todavía sea hoy posible una estrategia de reforma, a condición de que fuera otro gobierno el que emprendiera y tuviera credibilidad entre los ciudadanos”, señaló un primer editorial (*El País*, 4 de mayo de 1976, “Ante la reforma”, p. 1). Lo que hacía el diario, aparte de marcar su línea editorial con la fe en las formas democráticas, era censurar la “situación sin salida” a la que había abocado el antiguo régimen. El distanciamiento del periódico con la dictadura, en tanto que su nacimiento después de la muerte de Franco le libraba de lastres históricos de los que otros diarios sí debieron desprenderse, le daba la suficiente autoridad como para demandar un “tránsito lineal entre la dictadura de anteaño y un sistema democrático”. “Esto es cuanto queríamos decir en nuestro primer día de existencia”, concluyó aquel artículo, que traslucía perfectamente el carácter de institución social que pretendía adquirir *El País* y que le hizo merecedor, en bastantes ocasiones, de críticas diversas⁴.

Elitista en sus planteamientos, con una redacción más accesible para un público concienciado o interesado por el acontecer político, *El País* logró sintonizar con las características fundamentales del español medio. Gestionando sus tensiones internas, que las hubo⁵, comenzó muy pronto a tener beneficios de

⁴ Curiosa anécdota la que relata Cebrián (2016: 203) en sus memorias sobre el día del nacimiento del periódico. Aquella mañana, el director de *El País* recibió dos llamadas, la primera de ellas de José María de Areilza, para darle la enhorabuena, y la segunda, la de un colérico Fraga, que aprovechó para echarle la bronca.

⁵ Existió, durante muchos años, una intensa lucha en el seno de PRISA, provocado por la diversidad ideológica de su accionariado. El sector encabezado por Polanco-Cebrián se enfrentó a un reducido grupo preocupado por lo que consideraba un excesivo progresismo del diario. El conflicto pasó a denominarse “la guerra de las galaxias” y concluyó en 1983, cuando Polanco consiguió hacerse con la mayoría de las acciones del diario (Seoane y Sueiro, 2004).

explotación, incrementando su influencia día a día. Su triunfal camino recorrido en poco tiempo le llevó a recibir apodosos como “El Goliat de la democracia” y “La Biblia Nacional”, aunque también cabría decir que su relevancia no se debió solo a los modernos métodos de organización y la calidad informativa, sino a la cierta dosis de oportunidad, quizás de suerte, que posibilitó que el rotativo fuese durante años el modelo periodístico a imitar. A este respecto, habría que destacar que la subida imparable de *El País* también fue consecuencia de las desventuras que sufrieron otras publicaciones embarcadas, con mayor o menor fortuna, en un proceso de renovación que fue característico de toda la prensa.

Diario 16, del grupo editor de *Cambio 16*, surgió solo unos meses después — 18 de octubre— y al calor de la exitosa experiencia de dicho semanario, que había tenido tiradas cercanas al medio millón de ejemplares entre 1975 y 1976. La historia de esta cabecera, a la que nos referimos por ser otra de las que nació sin conocer la censura previa, está llena de éxitos y dificultades. Ligerero de equipaje, con maquinaria moderna, *Diario 16* lo tenía todo a su favor y aun así se topó con numerosos obstáculos por salir en un momento que ya no era el oportuno, por cuando su rival —*El País*— había ocupado su espacio.

Contaba aquella publicación con la magia de la “marca 16” y no le fue suficiente para consolidarse durante la mayor parte de la Transición. Con el objetivo de barrer el mercado, de convertirse en otro gigante de la información con un éxito de ventas indescriptible, *Diario 16* empezó su andadura con más pena que gloria o con más ilusión que sensatez, puesto que aquellas previsiones no estuvieron acompañadas de un buen planteamiento ni de una sólida infraestructura empresarial. Demasiadas ideas y propuestas que cambiaban de la noche a la mañana y que hicieron que el proyecto de Juan Tomás de Salas fuese víctima de su ambición —los rectores del grupo pensaron que cualquier cosa que tocaran se convertiría en oro— y que saliese como “vespertino frivolón”, como le describió el que fuera su primer director, Ricardo Utrilla, hasta marzo de 1977.

Los problemas de *Diario 16* marcaron tanto sus primeros años como los de la dirección de Miguel Ángel Aguilar. Su llegada al periódico coincidió con el primer atentado en la historia del medio, en un periodo de gran inestabilidad durante el paso de la dictadura a la democracia. En aquellos tiempos, las amenazas contra periódicos y periodistas eran frecuentes y continuaron siéndolo durante años, como el precio a pagar por una prensa comprometida con difundir los valores esenciales del nuevo sistema que se intentaba construir sobre la base del anterior. *El País*, *Diario 16*, así como el semanario satírico *El Papus*, la

revista *Doblón*, *Diario de Navarra* y *El Correo de Bilbao* fueron otras víctimas de estos ataques a la libertad de expresión, que cobraron la vida de muchos profesionales que, más allá de ser narradores del cambio político, se veían como protagonistas activos en ese proceso.

La extraordinaria implicación política e ideológica de los periódicos constituiría así uno de los factores más relevantes en la tarea de concienciación política y democratización de los ciudadanos. Durante la primera fase de la Transición y el inicio del proceso constituyente la prensa ejerció, a diferencia de lo ocurrido en otras épocas, como un actor de estabilización política. El discurso transmitido por ella procuró infundir en los lectores —y por extensión en el conjunto de la sociedad— la sensación de que el cambio era real y que el camino del “consenso”, del que tanto hablaba la clase política, era el único posible. Los periódicos y sus informaciones promovieron en cierta manera ese consenso, fomentando el acuerdo político y contribuyendo a superar conflictos, cuando no a neutralizarlos.

Prueba muy destacada de ello fueron los editoriales conjuntos publicados por los principales diarios españoles en enero y abril de 1977. Uno de aquellos fue el difundido tras la matanza de los abogados laboristas en la calle de Atocha en Madrid y se tituló “Por la unidad de todos”. Apareció en *ABC*, *Arriba*, *Diario 16*, *Informaciones*, *Pueblo* y *Ya* y se trató de un artículo en el que se puso de manifiesto la apuesta del periodismo por la vía pacificadora y su sentimiento de responsabilidad histórica a la hora de embarcarse en un proyecto común. Un segundo editorial llevó el título de “No frustrar una esperanza” y se editó tras la complicada legalización del Partido Comunista de España (PCE), considerado otro momento crítico por la repercusión que esta noticia podía tener en los círculos militares. Fue firmado por los mismos medios, además de *La Vanguardia*, con excepción del diario *ABC*, al que merece la pena dedicar unas líneas por la situación que atravesaba.

Que el decano de la prensa nacional no se mostrase conforme con la legalización del PCE no se debió únicamente a su pensamiento conservador. También respondió a la dificultad que mostró para abrazar el cambio político en su totalidad. *ABC* sufrió, en el contexto de la reforma política, el bache más serio de su historia tras su nacimiento en 1903. El camino hacia la democracia le había pillado a paso cambiado, debido a las complicaciones para lograr la rentabilidad económica fruto de una plantilla sobredimensionada y las desavenencias entre sus principales propietarios. Su actuación tras la muerte de Franco resultó un tanto

contradictoria, puesto que comenzó mostrando su oposición a las reformas para posteriormente aceptarlas y apoyarlas, representando a ese sector de la sociedad que, sin rechazar completamente el régimen dictatorial, se fue aproximando poco a poco al sistema democrático que se estaba implantando en el país.

Justo es decir que existieron otros títulos como *Informaciones*, *Pueblo* o *Ya*, entre otros, que experimentaron algo parecido. Otros tantos se vieron arrastrados por la crisis que afectó al mercado de la prensa y que se llevó por delante proyectos enteros. En ese sentido, y aunque la era del periodismo español durante la Transición se ha visto como una época brillante, con contribuciones extraordinariamente valiosas como los editoriales señalados, los hubo que no supieron adaptarse al nuevo escenario ni situarse en un mapa periodístico completamente modificado. En el transcurso de aquellos años, y en especial a partir de la creación de las primeras instituciones verdaderamente representativas, se fueron quedando en el camino muchas publicaciones que otrora habían sido importantísimas. Las emblemáticas *Cuadernos para el Diálogo* y *Triunfo*, por ejemplo, junto al resto de revistas sociopolíticas, se vieron afectadas por lo que se llamó el “ocaso de los semanarios” y que no fue sino una consecuencia de la clarificación de aquel mercado periodístico, que tuvo que desprenderse de algunas piezas, la mayoría de las veces, por una razón de pura lógica empresarial. En otras palabras: con la apertura informativa, la aparición de publicaciones y el fin de las trabas administrativas, ya no había hueco para todos.

A medio plazo, solo unos pocos de los que afrontaron esta aventura lograron sobrevivir. El resto pasaron a engrosar el deshonroso grupo de los “extintos”. *Tele/Exprés*, *El Noticiero Universal* y *Mundo Diario* son algunos nombres dentro de este conjunto, a los que cabría añadir los integrantes de la Prensa del Movimiento o el caso singular de *El Alcázar*, la conocida “voz de los nostálgicos”, que prolongó su vida más allá de la Transición gracias a su capacidad para canalizar la desilusión provocada por fenómenos como el terrorismo, y cuya postura partidaria de modificar el orden constitucional le acarreó numerosas querrelas desde 1977. Como muchos otros, terminó ahogado por una crisis económica irreversible y se vio obligado a desaparecer, cosa que ocurrió finalmente en abril de 1988. Los que permanecieron en los quioscos tuvieron que asumir las consecuencias de una vertiginosa transformación tecnológica, el estancamiento del mercado publicitario y la acumulación de la gran masa lectora en torno a unas pocas opciones que empezaba atisbar un proceso de concentración empresarial. Fue aquella la cara más amarga de la “otra transición”, la del propio periodismo, que asumió su papel clave en la construcción de una era esperanzadora.

1.2. Normas, límites y aperturas en la prensa democrática

Primero fue la llamada “ley antilibelo”. En la primavera de 1977, mientras muchos de los diarios mencionados daban sus primeros pasos empresariales, la derogación del célebre artículo segundo de la Ley de Prensa de 1966 plasmó sobre el papel, y en forma de documento jurídico, el derecho de todos los ciudadanos a la libre información. Esta “norma para la libertad”, bautizada como “ley antilibelo” por seguir imponiendo condiciones a la libre circulación de impresos, representó un avance significativo hacia la autonomía informativa. Tres principios fundamentales permanecieron intocables y sujetos a las mismas restricciones de siempre: la Monarquía, la Unidad Nacional y las Fuerzas Armadas. Aquella advertencia, recibida con cierta decepción, dejó en el aire la sensación de una libertad a medias. Aun así, la nueva normativa sentó las bases para que la prensa pudiera ofrecer —como ya venía haciendo con cautela— una cobertura informativa más amplia y un abanico de opiniones más diverso y plural.

Mantener la censura, las querellas y los juicios contra los periodistas y las publicaciones no tenía sentido en el contexto de un país que pretendía ampliar progresivamente los techos de la libre información. Con todo, el hecho de que el régimen franquista no se desmoronase de forma inmediata a la muerte del dictador hizo que los medios de comunicación fuesen muchas veces por delante de los acontecimientos. El ritmo en la legislación relativa al periodismo estaba siendo lento, como hacía constar esta norma, que llegaba tarde y sin abolir todos los mecanismos represivos de la época anterior. La Ley Fraga se mantendría vigente en alguna de sus partes, pese a la derogación de su artículo segundo, lo cual hizo que los medios escritos tuviesen que seguir actuando bajo la falta de una clarificación jurídica que determinase hasta dónde se podía llegar o qué se podía decir y que se mantuvo durante al menos unos años.

Resulta difícil creerlo, pero en los primeros años de Transición no hubo una ley específica sobre la prensa que sirviese para el reconocimiento de unos derechos que quedaron definitivamente consagrados en la Constitución de 1978, en especial a través de su artículo 20. Este precepto garantizó el derecho a expresar y difundir libremente pensamientos, ideas y opiniones, así como a comunicar y recibir información veraz por cualquier medio de difusión, convirtiéndose en una de las piedras angulares del sistema democrático y en el auténtico reconocimiento constitucional de la libertad de expresión y de información. En aquella fase inicial, sin embargo, el poder político prefirió dejar las co-

sas como estaban, haciendo propio el argumento de que, en este ámbito concreto, la mejor ley era la que no existía. Esto dio lugar a situaciones embarazosas y ciertamente incomprensibles como los procesamientos y condenas a los medios, así como los secuestros de libros e informaciones, que continuaron existiendo y de los que fueron víctimas muchos profesionales.

A esta situación se sumaba todavía un resabio de la etapa anterior: el Registro Oficial de Periodistas, creado por la Ley de Prensa e Imprenta de 1966 y que hacía obligatorio disponer de un carné oficial para ejercer la profesión. Su abolición no se produciría hasta el 1 de julio de 1982, cuando el Gobierno anunció su cancelación definitiva. Desde ese momento, el acceso al oficio de periodista dejó de estar condicionado por una acreditación estatal, lo que supuso el cierre simbólico de uno de los últimos vestigios legales del franquismo en materia informativa. Ese mismo desfase entre la normativa y la práctica también se percibía en otros ámbitos: en el terreno radiofónico, por ejemplo, se mantenía tras la muerte de Franco una situación inconcebible que venía existiendo desde 1939.

1.3. La radio: del adiós al “parte” a la noche de los transistores

La radio había sido el principal medio propagandístico en la Guerra Civil y uno de los mejores órganos de difusión y vehículo de comunicación familiar para millones de hogares de España. Era el aparato amigo que proporcionaba distracción y diversión, pero también una fantástica herramienta para transmitir las consignas políticas del gobierno franquista. Radio Nacional de España había nacido en el contexto de esa guerra entre compatriotas, aunque pronto, al concluir esta, se le adjudicó el objetivo de aglutinar toda la información que se generaba en el país. No en vano, los censores de la dictadura fueron raudos al establecer un férreo control e imponer un veto informativo que estuvo vigente, parece insólito decirlo, hasta bien entrado el año 1977.

Muchos son los que aún hoy evocan el sonido del “parte” de Radio Nacional, con su toque de corneta y la inconfundible “Generala”. Aquellos “Diarios Hablados” de la radio estatal siguieron siendo los únicos noticiarios permitidos hasta que el Real Decreto 2664/1977, de 6 de octubre, eliminó el monopolio de la información nacional y extranjera que ostentaba RNE. Aquel octubre del 77 se firmó la norma que liberalizaba la información al autorizar a todas las emisoras a difundir sus propios radiodiaros sin necesidad de continuar conectados a Prado del Rey. Cuarenta y seis años después, la radio

podía informar del acontecer diario en España y el mundo, situación que abrió un inmenso abanico de posibilidades para que el resto de cadenas dieran sus primeros pasos en lo que hoy es su seña de identidad: la información.

Fue este decreto, que resolvía —palabras del texto original— una situación “incompatible” con el derecho de todos los ciudadanos a la libre información, el que llevó al medio radiofónico ante una oportunidad sin precedentes. Se trató de un momento clave, aunque no exento de dificultades, por lo que suponía adentrarse en la tarea de informar, dejando a un lado lo que hasta entonces había conformado el grueso de la parrilla de casi todas las cadenas. El monopolio informativo de Radio Nacional había obligado al resto de emisoras a organizar sus espacios en torno al entretenimiento, las radionovelas, los concursos o los programas de cazatalentos, que procuraron distraer a una sociedad que no sabía realmente lo que sucedía o que tuvo que asumir, resignada, que no había más verdad que la oficial.

De esta forma, la única radio que fue capaz de afrontar el cambio casi de forma inmediata fue la Cadena SER. La heredera de Unión Radio era la única con un potencial técnico y humano equiparable al de RNE, cuando no superior, y se mostró como la más capacitada para ofrecer, el 3 de octubre de 1977, el primer informativo de mediodía. En esto, la estrategia horaria fue relevante: Radio Nacional había anunciado el cambio de sus diarios hablados. El de las 14:30 horas se adelantaría treinta minutos; el de las 22 horas pasaría a las 20, y aunque oficialmente se alegó una pretendida búsqueda de audiencia, a nadie se le escapaba la “contaminación” de las horas del “parte”: RNE quería establecer un tiempo nuevo reordenando sus piezas. Sin embargo, la SER vio una oportunidad, la de reconquistar las horas clásicas en las que España esperaba escuchar las noticias. Así, José Joaquín Iriarte e Iñaki Gabilondo presentaron como primera noticia a las dos y media de la tarde: “la SER informa que la SER informa”. La competencia informativa había arrancado en las ondas.

En los meses siguientes, la SER —la única preparada para ello— fue también la más beneficiada. No obstante, conviene subrayar que RNE supo adaptarse a un nuevo estilo de radio y a esquemas de organización que acabarían por contagiar al resto. Además, una de sus adaptaciones más relevantes al proceso democrático se produjo a raíz de la desaparición de la radio del Movimiento y la fusión de las cadenas REM, CAR y CES en la nueva, aunque fugaz, Radiocadena Española (RCE).

Tanto la SER como Radio Nacional fueron las dos cadenas que se disputaron el liderazgo de la radiodifusión española en lo que a número de oyentes se

refiere. Progresivamente, otras tantas se fueron uniendo, a sabiendas de que muchas contaban con unos índices muy bajos de popularidad y credibilidad. Todas ellas comprendieron que era el momento oportuno de ofrecer un mensaje veraz, cercano y comprometido con el triunfo democrático. En consecuencia, el medio radiofónico logró alcanzar en poco tiempo unos niveles de seguimiento y éxito nunca antes conocido: de 7 millones de oyentes en 1975 a rebasar la frontera de los 16 en poco más de un lustro, según la reciente y aún vigente herramienta de medición de audiencias, el Estudio General de Medios.

El fin de la censura y la posibilidad de crear espacios propios permitió que las diferentes cadenas pudiesen competir a través de la difusión de noticias elaboradas por su propia redacción. Las conexiones en directo, la participación de los diferentes agentes sociales y políticos o la aparición de las noticias ajenas a los comunicados oficiales fueron cambios esenciales que permitieron a la radio recuperar la vida y el dinamismo que durante años le habían secuestrado. Así de “sencillo”, entre comillas, por las trabas que experimentaron aquellos sin experiencia previa en el terreno de la información, lo que hasta entonces parecía inalcanzable se había hecho realidad. Todo resultaba novedoso e increíble tanto para oyentes como para profesionales, los cuales, sobra decirlo, vivieron con notable expectación los acontecimientos que día a día traía el proceso democratizador.

Si algo hay que reconocer a la radio a lo largo de estos años es su papel fundamental como altavoz de la Transición. Los primeros pasos del medio en el contexto de la apertura informativa se dieron sobre un escenario complejo por las presiones sociales y políticas que protagonizaron algunos momentos de tensión. Ya en abril de 1977, cuando la información aún estaba amordazada, el locutor Alejo García tuvo que correr escaleras arriba hacia el estudio de Radio Nacional para dar ante los micrófonos la noticia bomba de la legalización del PCE. Comienza el comunicado; se detiene, hay que parar para repetir. La galopada ha sido tal que al sentarse Alejo no puede seguir leyendo. “Señoras, señores, hace unos momentos fuentes autorizadas...”. Sin duda fue una emisión para la historia, a la que siguieron otras tantas que hicieron que la radiodifusión en España fuese recuperando el prestigio y el reconocimiento que se merecía.

Como aquella del 9 de abril, las emisiones radiofónicas sobre los acontecimientos clave de esta etapa contribuyeron a que el medio respondiese a las exigencias de una sociedad en plena ebullición. No fue un camino de rosas, en parte por la confusión que aún pesaba sobre un pueblo que no sabía muy bien hacia

donde conducía el futuro democrático. La radio ayudó a comprender todo lo que estaba en juego, dando el “do de pecho” en instantes no poco complicados y demostrando que atrás quedaban los tiempos en que el medio era un instrumento al servicio del poder y no de la sociedad. Y eso que los hubo que se empeñaron en que la reforma no siguiese adelante, incluso en los momentos en que la consolidación democrática se veía en lontananza en el camino, como un punto brillante en el horizonte.

En relación con lo anterior, no puede dejar de mencionarse lo ocurrido en una fecha determinante para el devenir de la democracia española. El intento fallido de golpe de Estado el 23 de febrero de 1981 no solo ha grabado un recuerdo imborrable en la vida de los españoles, sino que también tuvo consecuencias cruciales para el periodismo y en particular para la radio. Prueba de ello es el sobrenombre con el que muchos han querido llamar a lo ocurrido durante aquel episodio en que el medio dio muestras de su creciente influencia y poder que ya venía atesorando desde la ruptura del monopolio informativo de RNE. En la conocida como “noche de los transistores”, la radio fue la única que transmitió en directo la ocupación militar del Congreso de los Diputados.

Es incuestionable que el 23-F resultó una exhibición pública de la profesionalidad del periodismo radiofónico, que a la postre repercutió en un aumento de su relevancia social. Gracias a las peripecias de sus profesionales — los técnicos de la SER desplazados al Congreso dejaron abierta la línea de sonido que permitió conocer todo lo que estaba ocurriendo en el hemiciclo durante el asalto—, que arriesgaron su propia vida, algunas emisoras hicieron a sus oyentes testigos de lo que sucedía en el hemiciclo. Otras no pudieron continuar sus emisiones y se vieron interrumpidas por la fuerza. Es posible que muchos recuerden las marchas militares que llegaron a escucharse aquel día por las ondas de Radio Nacional o quizás la locución más sonada y anecdótica protagonizada por Rafael Luis Díaz, periodista de la Cadena SER, que ha pasado a la Historia por su narración de los primeros y escalofriantes instantes del asalto al Parlamento. Los más curiosos también sabrán del papel que ejerció José María García como improvisado narrador de los hechos, metiendo intensidad deportiva tras colar su unidad móvil por el control policial en plena Carrera de San Jerónimo.

Aquella tarde-noche del 23 al 24 de febrero, la radio mantuvo al tanto a todo un país. Actualmente son varios los documentos sonoros, pero también escritos y visuales, que mantienen vivo el recuerdo del 23-F y destacan el rol que desempeñaron los profesionales de la información. A través de ellos se

puede revivir lo acontecido durante esa jornada, en la cual, por otra parte, se comprobó cómo la radio había avanzado muchísimo en un breve periodo de tiempo, demostrando que había crecido a medida que lo hacía la democracia y ganándose a pulso uno de los bienes más preciados: la libertad.

1.4. Una televisión por y para la democracia

Tal vez sea ocioso decir que Televisión Española inició su andadura por la Transición siendo una herramienta completamente subordinada y tutelada de forma estrecha por el poder gubernamental. Al fin y al cabo, TVE había nacido como parte integrante del apartado del Estado y bajo el control y el proteccionismo ideológico ejercido por la dictadura. Sus principales rasgos estructurales habían sido la excesiva oficialidad, el centralismo y la subordinación al régimen dictatorial, el cual había que legitimar costase lo que costase y se diesen las circunstancias que se diesen. Sin embargo, algo parecido podría decirse del resto de industrias culturales que sirvieron de fuentes de adoctrinamiento, ocio y distracción a lo largo de las casi cuatro décadas de hegemonía franquista.

Desde esta perspectiva, no parece lógico cuestionar que la televisión poseyera, al inicio del cambio democrático, toda una serie de continuidades y permanencias históricas que habrían de influenciar su futuro desarrollo. La gran diferencia con respecto al resto de medios de comunicación estaba en que TVE había destacado por encima del resto en cuanto a instrumento creador de opinión pública, plataforma mediática hegemónica y organismo clave de comunicación y propaganda. Lo que TVE tenía por delante a partir de 1975 era mucho más que un desafío; algo bastante más complejo que un mero tránsito desde el punto de vista jurídico o empresarial, hasta el punto de que su papel en esta etapa acabó siendo esencial a la hora de imaginar y guiar todo el proceso de reforma.

Para TVE, los años posteriores a la salida de la dictadura constituyen una de las etapas más interesantes de su historia. A lo largo de este periodo se persiguió la normalización en el ámbito político, pero también la puesta en marcha de una misión de socialización democrática de una población que había vivido durante mucho tiempo bajo el paraguas de un régimen autoritario. En la tarea de conformación de esa nueva cultura cívico-política, la televisión, debido a su poderosa fuerza social y aprovechando el monopolio del que disfrutó durante los años de la Transición, pasó a ser uno de los principales baluartes de la reforma y una pieza clave en dicho proceso de aculturación. Ahora bien, aquello no sucedió de manera inmediata.

Si se atiende estrictamente a la cronología, es cierto que una de las primeras modificaciones que se produjeron en la televisión estatal tuvo lugar a las pocas semanas de la muerte de Franco. Apenas habían pasado 36 días desde las lágrimas del presidente Arias Navarro —“españoles, Franco ha muerto”, recordemos— cuando el primer Gobierno de la Monarquía decidió nombrar como director general a Gabriel Peña Aranda, en sustitución del que había sido el último en tomar las riendas de tan estratégico cargo: Jesús Sancho Rof. La escasa e intrascendente dirección de Peña Aranda, más allá del estreno de algunos programas interesantes —por ejemplo: *A fondo* (1976-1981), de Joaquín Soler Serrano, *Paisaje con figuras* (1976-1985), de Antonio Gala, *Escuela de salud* (1976-1978), de Manuel Torreiglesias o *Encuentros con las artes y las letras* (1976-1981), de Carlos Véllez—, no supo responder a las demandas sociales del momento, como tampoco lo hizo el propio Gobierno de Arias Navarro.

Es por esta razón que a fin de buscar una mayor precisión en las fechas del inicio de la “transición televisiva” debemos irnos a mediados de 1976. Fue en este instante cuando por deseo del nuevo presidente, Adolfo Suárez, fue elegido como máximo responsable del medio Rafael Ansón Oliart. A modo jalón de partida, cabría señalar que el mandato de este directivo representó un claro ejemplo de cómo la “pequeña pantalla” se entendió por quienes la dirigían como un instrumento básico en la transformación de España en un país democrático. Más en concreto, Ansón utilizó los amplios márgenes de maniobra que le otorgaron en materia de comunicación y publicidad para hacer visible el proyecto político pretendido por el Gobierno y el propio presidente Suárez.

Experto en el campo de las relaciones públicas, Ansón fue el encargado de organizar aquel plan enfocado a la utilización de la cadena como altavoz de los cambios políticos que habían de presentarse a la ciudadanía. Para ello, fue igualmente decisivo el conocimiento que el propio Adolfo Suárez tenía de esa “Casa” que era TVE y de la que también había sido su director durante casi cuatro años de franquismo (1969-1973). Resulta difícil sintetizar en unas líneas todas las novedades que vivió el medio audiovisual en tiempos de Ansón, aunque quizás la más significativa fue la que condujo a una profunda transformación en el ámbito de los informativos.

Con el fin de borrar la imagen franquista de los contenidos y transmitir una sensación de modernidad, Ansón se dedicó a modificar la plantilla de profesionales y encargarse él mismo de supervisar su trabajo diario. El “lavado de cara” de TVE consistió fundamentalmente en el rejuvenecimiento de la imagen televisiva,

con el objeto de otorgarle el mínimo de credibilidad que le permitiese acercarse a la nueva realidad social del país. El propósito era, en esencia, superar la aversión o antipatía que se había enraizado en la sociedad a partir de una serie de modos, formas e imágenes que se relacionaban íntimamente con el pasado. Así, el nuevo director general trasladó su despacho a Prado del Rey y escogió caras nuevas para presentar los *Telediarios*. Ladislao (Lalo) Azcona, Eduardo Sotillos, Pedro Macía y Miguel Ángel Gozalo fueron los elegidos para esta tarea.

Junto a aquellos *Telediarios*, la operación comandada por Ansón afectó inmediatamente a otros programas que llegaron a los españoles como prueba fehaciente de la intención democratizadora de la monarquía y el gobierno. A modo de ejemplo pueden citarse algunos tremendamente importantes por la labor pedagógica que desempeñaron en los años en los que España aspiraba a convertirse en una democracia. Los títulos de estos programas han pasado a la historia por ser verdaderos orientadores respecto a los temas que afectaban a la nueva realidad de la nación. La lista es larga: *Siete Días* (1974-1981), *Quién es* (1976-1977), *Qué es* (1976-1977), *La prensa en el debate* (1976-1977), *España, hoy* (1976-1977), *Hora 15* (1977-1979) y *Primera Página* (1979-1981), entre otros míticos como *La Clave* (TVE, 1976-1985; Antena 3, 1990-1993) o el ya citado anteriormente y conocido como el “narrador oficial de la Transición”, *Informe Semanal* (1973).

Nada que guardase relación con la Transición política le fue ajeno a TVE en estos años. Aquella meticulosa estrategia alcanzó también al entretenimiento y a ficciones como *Curro Jiménez* (1976-1978), *Cañas y Barro* (1978), *Fortunata y Jacinta* (1980) o *La Barraca* (1979). Todas ellas conformaron un producto mediático orientado a elaborar nuevos imaginarios colectivos, en los que se exaltaban valores como la libertad, la justicia social o la reconciliación, frente al discurso uniforme de la dictadura. Así, el bandolero romántico de *Curro Jiménez* simbolizaba la rebeldía frente a la opresión, mientras las adaptaciones literarias trasladaban al gran público debates sobre desigualdades, pasiones y conflictos históricos que conectaban con una sociedad en pleno proceso de apertura. En cuanto a la ficción internacional, el impacto no fue menor: series como *Dallas*, *La casa de la pradera* o *Con ocho basta* acercaron a los telespectadores formas de vida diferentes y reforzaron la percepción de que la apuesta democrática traía consigo una libertad nunca antes conocida.

Asimismo, y de forma complementaria, la transformación de la televisión añadió un segundo propósito en la estrategia al servicio de los intereses del Gobierno. En paralelo a la renovación de contenidos, dio comienzo toda una

campaña mediático-propagandística por parte del Ejecutivo encaminada a garantizar el éxito en los hitos más relevantes del proceso democratizador. Tanto Ansón como Adolfo Suárez fueron conscientes de la oportunidad que les brindaba el televisor para propiciar que la opinión pública se decantase favorablemente hacia el proyecto de reforma. Por eso, desde TVE se puso en marcha una intensa campaña publicitaria que resultó tremendamente efectiva a la hora de consolidar la imagen del presidente, pero también para que el pueblo español participase y votase afirmativamente en los acontecimientos más importantes de estos años.

Gracias al conocimiento de Ansón en el área del *marketing* político, el director general consiguió que Adolfo Suárez se convirtiese a ojos de los ciudadanos en el líder más capacitado para guiar la Transición. El presidente instauró una nueva forma de comunicación política basada en el establecimiento de un diálogo directo y sin intermediarios que fue característica durante buena parte de su mandato. Los mensajes y alocuciones televisadas, por tanto, fueron un recurso muy utilizado por aquel joven político que dio muestras inmediatas del conocimiento del medio a la hora de quitarse, por ejemplo, de la mala acogida que su nombramiento había generado en la prensa y en varios sectores de la población. Algo parecido ocurrió durante las campañas para el referéndum de la Ley para la Reforma Política o las primeras elecciones generales tras la dictadura, el 15 de junio de 1977.

Que se hable del “telereferendum” o las “videoelecciones” para hacer alusión a ambos sucesos es una muestra del protagonismo que adquirió la “pequeña pantalla” en cada uno de ellos. Tanto en uno como en otro, la televisión se utilizó muy astutamente para la transmisión y creación de emociones que ayudaron a seducir a las audiencias y convencerlas de que su participación era decisiva. En sendas campañas propagandísticas, “la tele” se llenó de espacios y eslóganes publicitarios a favor de la participación y el voto afirmativo que se completaron con toda una parrilla llena de programas que a día de hoy se recuerdan. “Habla pueblo habla. Tuyo es el mañana”, cantaba el grupo Vino Tinto, himno mítico de la Transición, aunque no el único, por cuanto muchas de las melodías e imágenes de aquellos años han conseguido permanecer en la mente de los españoles formando lo que ha venido a llamarse la “memoria televisiva”, que es, sin duda, un patrimonio de un valor incalculable.

Bucear en el archivo de TVE es una tarea casi obligatoria para todo aquel que quiera revisar dicho patrimonio y acercarse a los espacios y grabaciones

que son todo un ejemplo del vasto ejercicio mediático que realizó la televisión para la difusión y socialización del pensamiento democrático. Más que destacar unos pocos títulos, lo relevante es que aquellos programas compartieron una ambición común: ocuparse de algo más que de informar o de interpretar lo que sucedía en el contexto transicional. Las imágenes televisivas actuaron decisivamente sobre unos acontecimientos, conscientes de que en algunos casos eran ellas mismas las que los provocaban. A colación de esto último, sería injusto olvidar el esfuerzo de los trabajadores y trabajadoras de la televisión estatal que hicieron posible que el medio ocupase ese espacio extraordinariamente privilegiado, siendo el principal agente mediático de uno de los episodios más recientes y posiblemente más importantes de nuestra historia. Sus nombres — Victoria Prego, Joaquín Arozamena, Clara Isabel Francia, Rosa María Mateo, Alberto Delgado, Elena Martí, Jesús Hermida, Marisol González, Cristina García Ramos, etcétera— son también patrimonio de la memoria y la cultura española.

Es verdad que en todo este relato hubo una serie de factores que contribuyeron a perturbar el recto juicio sobre “las cosas” que se hacían desde la televisión. A nadie escapa que todavía hoy se habla de una característica de TVE, cuyas repercusiones cotidianas son perfectamente visibles. Esta característica, casi ontológica, de la cadena pública, guarda relación con la propia idiosincrasia del medio, nacido durante dictadura, controlado por esta hasta la saciedad, y posteriormente utilizado para las prácticas propagandísticas de un poder ataviado con las nuevas vestimentas democráticas, pero que no dudó en utilizarla y abusar de ella a su antojo. Tanto es así, que es durante la Transición cuando se popularizaron las críticas hacia la televisión por las prácticas partidistas y su vinculación con los diferentes gobiernos, los cuales, vista su efectividad, siguieron cultivando el uso político del medio ante las voces que reclamaban un uso más democrático.

La historia de la televisión en la Transición es, por tanto, la historia de unas peleas por el dominio de aquel poderoso objeto de deseo. Sería imposible evaluarlo de otro modo, pues un simple acercamiento a esta etapa demuestra que durante todos esos años no pararon de sucederse denuncias por los manejos informativos que se concentraron particularmente en los periodos electorales, aunque también en otras situaciones. Mención especial merece la experiencia de la puesta en marcha del Estatuto de 1980, la primera ley democrática para RTVE —aunque la radio ya había contado con una norma similar en la Segunda República—, presentada como fruto del consenso entre la mayoría de partidos.

El texto configuró RTVE como Ente Público, dio lugar a la creación de tres sociedades anónimas diferenciadas (TVE, RNE y RCE) y estableció un sistema de control parlamentario sobre la corporación. Su elaboración y aplicación, sin embargo, resultaron verdaderamente lamentables por traslucir los intereses y ambiciones de algunos grupos políticos. En vista de todo ello, y de otras muchas cuestiones que podrían sacarse a colación, debe reconocerse que aquel Estatuto no fue el instrumento legal más adecuado para resolver el gran problema que tenía RTVE: su vinculación con el poder y su utilización partidista como herramienta de influencia. Aun con ello, sí abrió un horizonte de posibilidades al promover una serie de principios que se entendían básicos para crear un modelo televisivo plural, democrático y al servicio no solo de unos privilegiados.

Paulatinamente, aquellas denuncias contra el nexo Gobierno-TVE fueron quedando en la historia del medio televisivo y formando una serie de imágenes que han calado de tal manera que bastantes décadas después perviven con aceptación como características centrales que definen la televisión pública. Visto desde la contemporaneidad, también se debería añadir que las críticas más feroces contra la televisión se justifican por el momento de inestabilidad política que vivía un país que seguía avanzando por un terreno desconocido. Cabe recordar que la televisión nació para la democracia en el bienio 1976-1977 —un “año mágico”, según Ansón—, pero que lo hizo con muchas rémoras de funcionamiento que le venían del régimen anterior y con las dificultades que también le trajeron los diferentes avatares políticos.

A pesar de todo lo anterior, no es objeto de estas páginas profundizar en las visiones negativas que estuvieron presentes durante la construcción del “servicio público televisivo”. No mencionarlo, empero, sería ofrecer una versión parcial y descontextualizada de la historia de aquel medio en sus primeros años democráticos. Tampoco sería adecuado negar que por mucho que la cadena se esforzara en la transmisión de una serie de valores acorde con los nuevos tiempos, no se practicó la censura con variada gama de prácticas. Censura, eso sí, que ya no se ejercía de la misma forma que antaño, pues durante la Transición respondió a decisiones cautelosas, a veces peregrinas, que pudieron tomar los responsables de TVE debido a la sensibilidad que seguían despertando ciertos temas. He aquí un ejercicio para el lector de este manual: atender a lo que podía verse o no en televisión, por ejemplo, la representación de la monarquía y la religión, pero también las cuestiones sexuales, el modelo familiar o los nuevos códigos de moralidad pública, pues constituye una excelente manera de observar los límites del régimen de libertades en la joven España democrática.

En esto último, indudablemente, hubo muchos programas como los ya mencionados *La Clave* e *Informe Semanal* que contribuyeron de manera extraordinaria a introducir en la esfera pública temas que se habían hurtado en los años de la dictadura. Por supuesto que eran varios, porque cuarenta años dan para mucho, de ahí que su introducción en el escenario catódico pudo ser, en ocasiones, tan lenta como costosa. En cualquier caso, en una sociedad tan ávida de información como la que había en aquel momento, aquellos espacios tuvieron una importancia capital para satisfacer la voluntad de saber y para impulsar orientaciones y actitudes de una forma tan simple como era una mesa de debate, con varios contertulios a su alrededor, que partían de puntos de vista diversos, discrepaban y podían expresarse con libertad ante las cámaras, aunque esas discusiones generasen después todo tipo de reacciones. Baste unos simples ejemplos de aquellos temas que fueron llegando progresivamente al día a día y a los ojos españoles y que fueron legitimando el proceso transicional: derechos humanos, planificación familiar, el papel de la mujer, la pluralidad religiosa, el divorcio, entre un largo etcétera.

Por razones de espacio, no es posible detenerse en todos esos programas y emisiones de distinto tipo que merecerían un comentario más detallado. A modo de corolario simplemente mencionamos el género de los programas culturales que destacaron por su gran repercusión, llegando a participar activamente en la constitución de tendencias en sus diferentes disciplinas. *Revista de Cine* (1974-1981), *Imágenes* (1978-1981) o *Popgrama* (1979-1981), entre tantos otros, lograron introducir la visión de las culturas alternativas o *underground*, convirtiéndose en verdaderos referentes, a pesar de que las estimaciones de audiencia hicieron que estos programas fuesen catalogados siempre como minoritarios. No obstante, fueran o no seguidos por un mayor número de espectadores, todas estas producciones consiguieron que el pueblo español se desprendiese, vía televisión, de una mentalidad anticuada o simplemente anquilosada en el ayer por la manera en la que los rasgos sociales del franquismo habían permeado en ella durante casi medio siglo.

En vista de todo lo dicho, no parece arriesgado afirmar que Televisión Española fue en todo momento consciente del papel de líder de opinión que estaba destinada a jugar en aquel delicado momento. En la misma línea, se puede decir que TVE tuvo rápidamente conocimiento de que podía convertirse en el archivero privilegiado de la Transición y en el principal relator de su memoria. No estamos en disposición de juzgar si el resto de medios contribuyeron en igualdad de condiciones a la misma tarea. Es muy posible que lo hicieran, cada uno a

su manera, pero “la tele”, por el amplio espectro de su público y los esfuerzos que se pusieron sobre ella, pudo estar un paso por delante.

2. BREVIARIO DE UNA “MEDIAMORFOSIS”. EL PERIODISMO ESPAÑOL EN LOS AÑOS 80 (1982-1989)

Hemos trazado, como era nuestra intención, un panorama amplio e incluso a veces pormenorizado del papel que jugaron los medios de comunicación en aquellos años intensos de periodismo durante la Transición. En este repaso se ha podido apreciar el efecto revulsivo que supuso el fin del franquismo para el avance y desarrollo de todo el sector mediático en España. Hemos ofrecido, asimismo, una revisión de los cambios más significativos que tuvieron lugar en este periodo. Periodo que los expertos han acordado llevar hasta 1982 por lo que supuso el triunfo del PSOE en las elecciones de ese año y que marcó el inicio de otra etapa en la que los medios siguieron incorporando novedades. Sirvan estos apartados finales para analizar algunas de ellas. Y, junto a las mismas, muchas de las inevitables sombras que siempre sobrevuelan un mundo tan complejo y sometido a tantas presiones como el de la comunicación.

Antes de nada, podríamos decir que aquella nueva etapa con la que se abría la década de los 80 debía despejar varias incógnitas que habían quedado sin respuesta después de que los medios consiguiesen el marco jurídico necesario para desarrollar su función sin otras limitaciones que las que establecía el artículo 20 de la Constitución —en concreto, los perceptos del derecho al honor, intimidad, propia imagen y protección de la juventud y la infancia—. En lo que respecta al mercado de la prensa, gran parte de la preocupación estaba en el cementerio de diarios que había ido aumentando sus cifras desde 1975 y que solo se habían compensado con unos pocos nacimientos. La incorporación de algunos actores, muchos de ellos icónicos, cierto, a lo largo del ciclo de la Transición —*El País*, *Diario 16*, *El Periódico de Cataluña*—, no había sido suficiente para hablar de una verdadera etapa de expansión de la prensa nacional. Además, la difusión de diarios tendió a estancarse pasado un primer momento, convirtiendo a nuestro país en uno de los territorios con índices más bajos de lectura de periódicos en comparación con otros de su entorno.

En lo referente a la situación de la radio, las medidas políticas de la Transición propiciaron el desarrollo de este medio que saboreaba las mieles del éxito y el prestigio social tras recuperar su capacidad informativa. Desde el punto de vista legal, los años ochenta contemplaron importantes transformaciones fruto

del marco normativo aprobado previamente y que enriqueció de forma destacadísima la realidad radiofónica del país. Nos referimos en concreto a los planes técnicos de 1978 y 1979, que ordenaron la onda media y, sobre todo, abrieron la puerta a la multiplicación de nuevas emisoras de frecuencia modulada (FM), las cuales venían desempeñando hasta entonces un mero papel accesorio. Fue a partir de estas medidas cuando se contempló la introducción de 300 nuevas emisoras privadas de FM, que fueron a parar, sobre todo, a empresas radiofónicas ya constituidas, aunque también a nuevos grupos emergentes entre los que destacamos el proyecto Antena 3. Habrá tiempo para detenerse en este punto.

Ciertamente, el caso de Antena 3 Radio resulta paradigmático por nacer al calor de los nuevos derechos y libertades públicas reconocidos en la Constitución y abrirse camino con las primeras concesiones de licencias, que repercutieron en el diseño de un mercado radiofónico más abierto y plural. No obstante, Antena 3 Radio se diferenció en gran medida de las otras cadenas, minicadenas o emisoras aisladas que aparecieron en estos años, coincidiendo con el avance de la frecuencia modulada. En cualquier caso, las políticas de UCD y del PSOE generaron debate: se potenció el papel de RNE, con ventajas de alcance y potencia, al tiempo que las emisoras privadas en FM experimentaron un fuerte crecimiento y buscaron apoyos en función de los equilibrios políticos de cada momento. En paralelo, comenzaron a surgir también radios municipales, aunque como un fenómeno incipiente y sin un marco regulador claro durante la década de los ochenta, lo que limitaba su alcance y las situaba en un plano distinto al de las grandes redes públicas y privadas.

La ruptura del clima de convivencia entre radio privada y estatal fue, por consiguiente, comentario común en esta fase, como también lo fueron otros sucesos relevantes que afectaron a los grandes grupos radiofónicos. Por citar algunos de ellos, que también procuraremos explicar, estarían la frenética ascensión de esa novel Antena 3, la reconversión empresarial de la COPE, la absorción de RCE por parte de RNE y, sobre todo, la compra de la Cadena SER por el poderoso Grupo PRISA. De igual modo, y en lo relativo al terreno audiovisual, no menos interesantes serían las transformaciones que experimentó el sector de televisión, que arrancó la década siendo una, “la mejor” porque no había otra, y terminó saludando a las privadas para aumentar definitivamente el menú televisivo de los hogares españoles.

2.1. Camino a la concentración. Las dificultades de la prensa en papel y el inicio de las empresas multimedia

Si a la altura de 1982 un amplio sector de la ciudadanía debía parte de su cultura política a la función de los periódicos durante la Transición, el panorama de la prensa en España mostraba que las mismas gentes que se sirvieron del papel de los diarios como tribunas de opinión e intermediarios entre el poder y la sociedad parecían ser algo ingratas con quienes habían sido uno de los grandes valedores de la democracia. El sector del periodismo escrito atravesaba un franco declive, como confirmaban las tiradas de la mayoría, en niveles muy modestos en relación con los parámetros de otros países de occidente. Había datos reveladores, como el elevado número de diarios desaparecidos, que alcanzó los 60 hacia la mitad de la década. Consolidado el cambio político, la crisis que afectaba a la prensa constituía una realidad a la par que una decepción para los que pensaron que la restauración de las libertades podía haber traído una etapa de bonanza y crecimiento inigualable.

Aunque no es la única explicación, una de las principales causas de esta desventura residía en las condiciones económicas generales que también se habían sentido en el ámbito periodístico. Los complicados años setenta habían sido especialmente duros para las pequeñas y grandes cabeceras a razón del aumento de los costes de personal, la retracción de la publicidad o el encarecimiento del papel. Aquella recesión tuvo consecuencias inmediatas, repercutiendo en la menor capacidad adquisitiva del sector y en una notable reducción de las plantillas. Desgraciadamente, el cierre acabó siendo para muchos la única salida, mientras que otros tuvieron que ajustarse a esa amarga tesitura, reorganizando sus redacciones, cambiando su diseño o resistiendo a duras penas a la espera de salir del bache en el que se encontraban.

Tampoco cabe ocultar que hubo factores políticos que influyeron en los abundantes cierres de diarios y en la mutación del escenario periodístico. En el caso de la Prensa del Movimiento, su reconversión a organismo autónomo bajo las siglas de MSCE (Medios de Comunicación Social del Estado) precedió a la privatización de muchos de sus integrantes y la aniquilación de otros tantos bajo el pretexto —real en la mayoría de los casos— del estado ruinoso que sufrían. Fue precisamente en la etapa socialista cuando se culminó el desmantelamiento y supresión de aquella Prensa del Movimiento, cuya supervivencia resultaba inexplicable en el nuevo contexto social y político de cambio y de libertad informativa.

Así pues, no habían sido pocas las lamentadas “víctimas” de la democracia y de la crisis financiera que afectó de forma especial a algunas publicaciones

históricas. *ABC* y *La Vanguardia*, por ejemplo, experimentaron una serie de cambios con el objeto de revertir la situación de incertidumbre que atravesaban desde la muerte de Franco. La solución para el primero llegó en enero de 1983, cuando Guillermo Luca de Tena decidió nombrar director del veterano diario a Luis María Ansón, quien se convirtió en el revulsivo que necesitaba, apostando por hacer de *ABC* un rotativo más polémico y controvertido. *La Vanguardia*, por su parte, no había sufrido tantas penurias como su colega madrileño, aunque también realizó algunas transformaciones que supusieron una importante rectificación en el preocupante rumbo del periódico. La más significativa fue la que afectó al cambio en la dirección —Francesc Noy sustituyó a Luis Foix en el mismo 1983—, y que finalizó con algunas conclusiones esperanzadoras y un optimismo rayano en la euforia gracias a los buenos resultados de la OJD que obtuvo en 1984.

En cualquier caso, al menos hasta mediada la década, el estado de salud de la mayoría de diarios españoles sería un auténtico calvario. Gran parte de estos eran propiedad de empresas financieramente débiles y económicamente inestables, con productos poco elaborados, tecnología obsoleta y unas cifras de difusión estancadas que dibujaban un futuro preocupante. Estaba, desde luego, la sonada excepción de *El País*, que superaría en este periodo la barrera de los 300.000 ejemplares diarios, convirtiéndose en la piedra de toque o la catapulta de lo que ya empezaba a postularse como un gran *holding* de medios escritos y audiovisuales. El rotativo de Cebrián, quien pudo permitirse el lujo de dejar la dirección de la cabecera en beneficio de Joaquín Estefanía, había pasado a ser considerado por sus detractores como el “periódico gubernamental”, a raíz de su apoyo al PSOE cuando este era oposición. Aquello, sin embargo, no parecía preocuparle, a la vista de su continuo desarrollo y del de su propio grupo editor (PRISA), que tardó muy poco en convertirse en propietario mayoritario de la SER⁶.

Para los que no eran *El País*, ni PRISA, ni las cosas venían tan bien dadas, la alarmante situación del sector permaneció al menos unos años, hasta que la buena marcha de la economía fue dejando paso a una mejora lenta, pero progresiva. La recuperación de la prensa española comenzó a sentirse a partir de

⁶ La operación se cerró el 30 de enero de 1985, cuando Promotora de Informaciones S. A. (PRISA) entró en el Consejo de Administración de la Cadena SER tras adquirir el 25% de sus acciones mediante la compra de dos paquetes diferentes, uno procedente de la familia Gómez Mira y otro de la Fundación Banco Urquijo (Seoane y Sueiro, 2004). Conviene matizar, no obstante, que esta fue la operación de entrada en el accionariado: el control mayoritario llegaría unos meses después, al adquirir primero las acciones de Garrigues y posteriormente las de Fontán.

1987, cuando las empresas periodísticas mantuvieron tanto la rentabilidad que habían ido adquiriendo como el saneamiento en sus cuentas. A ello contribuyó el incremento de la cuota del mercado publicitario, que repercutió, por un lado, en la presentación de resultados positivos por muchos periódicos que llevaban bastante sin hacerlo y, por otro, en la supresión de las ayudas del Estado a la prensa en concepto de subvención al papel y para la reconversión tecnológica. Estas se habían cifrado en 14.200 millones de pesetas entre 1983 y 1987.

La cancelación de esta política perjudicó sobre todo a las empresas más pequeñas y menos solventes y reforzó aún más el potencial de las grandes compañías. La consecuencia lógica fue el incremento de la tendencia a la concentración y la “mediamorfosis” de la estructura de la comunicación española. A finales de esta década apenas un puñado de grupos acabarían controlando más del 70 % de la difusión de la prensa diaria. Los más destacados fueron Comecosa — editora de *El Correo de Bilbao* y *Ya*, entre otros periódicos—, Prensa Española (ABC), el Grupo Godó (*La Vanguardia*), Zeta (*El Periódico de Catalunya*) y PRISA (*El País*), que, como ya hemos podido comprobar, comenzaron a extender sus tentáculos hacia otros sectores de la comunicación, consolidando el fenómeno de las empresas multimedia. La expansión y crecimiento de estas corporaciones, grupos y macrogrupos sería prácticamente imparable desde este momento. Sobrevino luego la sombra de otra recesión, pero el mapa informativo en España ya estaba, para bien o para mal, totalmente remozado.

2.2. La radio: expansión y competencia

Al tiempo que la prensa intentaba digerir todos estos elementos de ruptura, el sector audiovisual vivió una expansión extraordinaria en los primeros años 80. En el caso particular de la radio, este despegue se produjo como consecuencia de los citados planes técnicos entre 1978 y 1979 y que provocaron severas discrepancias. Un conjunto de nuevas emisoras privadas de FM vino a enriquecer el panorama radiofónico español, protagonizando el “boom” de la Frecuencia Modulada, que acabó contribuyendo a la buena marcha de este medio. A nadie escapaba que la compañera reina del público hasta la llegada de la televisión había dado un salto de gigante, tanto en audiencia como en credibilidad, a pesar de que el clima de convivencia que había caracterizado hasta entonces el mundo de las ondas se vio profundamente alterado.

Es posible que la causa de dicha circunstancia fuesen las normas a las que venimos aludiendo. Por poner negro sobre blanco, el citado Plan Técnico de

1978 pudo favorecer sensiblemente a la iniciativa privada, aunque para otros fue el sector público el gran beneficiado. El mismo plan había permitido elevar el número de autorizaciones en OM para la radio estatal hasta un total de 172 emisoras —antes tenía 81—, mientras que a la iniciativa privada no se le adjudicó ni una estación más de las que ya tenía, con el agravante de que su potencia, también determinada por el Estado, era infinitamente menor que la de las radios públicas. He aquí el dato: 6.769 kilovatios frente a 518. No menos significativo fue que en 1975, aún con Franco vivo, se había impuesto a las radios la obligación de ceder un 25 % de su propiedad al Estado para poder optar a redes sincronizadas, cesión que realizaron la SER, Radio Intercontinental y, tres años más tarde, también la COPE.

De la misma manera, al desequilibrio de cobertura entre el ámbito público y privado habría que sumar otros problemas como el desorden de las emisiones, con el consiguiente deterioro en la calidad de recepción de señal y el alto número de interferencias, o el desequilibrio en el difícil reparto de licencias de la UCD que, además de acumular varios retrasos, atendió a las peticiones de grupos editoriales cercanos. Por contraste, tanto *El País* como el Grupo 16 fracasaron con sus propios proyectos radiofónicos, que apenas recibieron emisoras. Todas esas cuestiones formaban notas destacadas y claramente negativas del legado radiofónico recibido por el PSOE tras su ansiada llegada a la Moncloa. A la vista estaba que se imponía la necesidad de elaborar una nueva legislación para regular el desordenado mundo de la radio, aunque para esto todavía hubo que esperar algunos años.

Regresando al comienzo de la década, la supuesta desigualdad de condiciones en que competían las radios públicas y privadas no impidió que las emisoras del segundo grupo continuasen su camino triunfal marcado en esta etapa por una viva competencia. La batalla por el favor de la audiencia constituyó un rasgo diferencial de este periodo en el que las clásicas cadenas radiofónicas dieron la bienvenida a otras nuevas que pudieron grabar su nombre en la historia del periodismo español. Con bastante propiedad puede afirmarse que parte importante de esa historia la firmó el proyecto Antena 3, que tras años de constante esfuerzo comenzó sus emisiones un 4 de mayo del 82.

Antena 3 pudo ser “un concepto más que una empresa” o al menos así lo definió Manuel Martín Ferrand. Él había sido el director y el *alma mater* de este proyecto cuyos orígenes se remontan a 1979. Recién promulgada la Constitu-

ción, acababa de aparecer una sociedad que contaba con la participación de conocidos grupos empresariales como Godó, Zeta, Prensa Española y Europa Press, quienes albergaban la esperanza de que las libertades de información y empresa reconocidas en el texto constitucional permitiesen cumplir las aspiraciones de aquellos interesados (que eran muchos) en la radio y televisión privadas. No era un camino sencillo.

Llegando a forzar la vía judicial para intentar tener un canal de televisión propio, la falta de acuerdo a nivel político para romper el monopolio de TVE agitó las ilusiones de esta empresa en lo referente al negocio televisivo. En tanto que el acuerdo para esto no se produjese, los hombres de Antena 3 aparcaron su interés en la televisión y vieron en las concesiones de emisoras de FM la posibilidad de introducirse en el mundo de la radio. Fue así como nació una idea con un capital de cincuenta millones de pesetas y con la necesidad de levantar una red prácticamente desde cero, a partir de asociaciones de concesionarios, que tras el reparto de 1981 se tradujo en más de una treintena de emisoras. Pronto, gracias a su política de expansión, la cadena creció de forma imparable, cambiando y modernizando la radio de manera radical. No hubo fórmulas mágicas ni ilusionismos, pero sí una introducción decidida de un diseño de programación revolucionario que aún hoy, después de tantos años, sigue marcando la pauta de muchas emisoras.

Conviene matizar que una culpa importante de aquel éxito la tuvo también la incorporación de algunas figuras sobresalientes, heredadas en muchos casos de las radios predominantes —SER, RNE— y de la televisión, y de otras con menor repercusión. Entre las voces más experimentadas estaban las de Jesús Hermida o José Antonio Plaza, que vinieron a aportar el toque de veteranía y sus varios años de curtida carrera periodística. El grupo de “jóvenes inexpertos” lo encabezaba Antonio Herrero, hijo del veterano director de Europa Press del mismo nombre, que consiguió hacerse un hueco en la emisora hasta llegar en 1985 al informativo *El primero de la mañana*, premiado en 1987 con un Premio Ondas y convertido años más tarde en el programa más oído de su franja horaria. El suyo fue un claro ejemplo de cómo pasar del desconocimiento al olimpo de los locutores; lugar, por otra parte, donde ya estaba otra figura que aterrizó en el proyecto Antena 3 y que contribuyó de forma determinante al desarrollo de la cadena.

José María García se había consolidado como un referente en el plantel de la Cadena SER, siendo el precursor de la radio deportiva de medianoche. No obstante, la afilada estrella radiofónica fue despedida en 1981, tras diversas

polémicas con la dirección de la empresa. Su paso a las “filas enemigas” fue esencial para arrastrar consigo a gran parte de la audiencia que tenía en dicha emisora. Sus servicios como narrador, su estilo particular e inigualable son hoy conocidos por todo aficionado a la radiodifusión. Pero es que el personaje tenía lo suyo, tanto por lo revolucionario como por lo innovador, dado que la importancia del fenómeno “Supergarcía” le valió a él y a su programa para instalarse como líder indiscutible de la radio deportiva nocturna durante prácticamente toda la década de los 80. Poco tardó Antena 3 en aprovechar la euforia de los buenos resultados para incrementar su visión expansionista, intimidando al resto de cadenas que veían en aquel intruso una suerte de gigante que venía a “comerles la tostada”.

Hablando precisamente de la competencia, la progresiva liberalización informativa actuó como aliciente para la gradual conversión de otras radios en entidades puramente comerciales. En este caso destacaría el ejemplo de la Cadena de Ondas Populares Españolas (COPE), que había tenido un carácter eminentemente local con el clásico indicativo de Radio Popular y con una programación religiosa por su ligazón con la Conferencia Episcopal Española. La etapa de los 70 y 80 fueron claves en la reestructuración de esta cadena, que se convirtió en sociedad anónima por interés e imperativo legal. Como consecuencia, se impuso un cambio de estrategia, que supuso la profesionalización, la introducción de programación centralizada y en cadena para toda España y el “fichaje” de algunos comunicadores de prestigio. Primero Luis del Olmo (*Protagonistas*, 1983-1991) y después Encarna Sánchez (*Encarna de Noche*, 1983-1984; *Directamente Encarna*, 1984-1996) fueron los principales encargados de llevar a cabo esta estrategia encaminada a ganar audiencia y conseguir ingresos mediante la publicidad.

La Cadena SER reaccionó pronto al despunte de su competidor y estrenó en 1983 *Onda media, aquí la SER*, con un triunvirato a los micrófonos: Joaquín Prat, Pepe Domingo Castaño e Iñaki Gabilondo. Aunque esta fórmula duró poco en antena, fue el periodista vasco quien tomó el protagonismo de las mañanas, desde 1986 bajo el nombre de *Hoy por Hoy*. Fue este programa el que sirvió a Gabilondo y a la SER para mantener una pugna por el liderazgo radiofónico de las mañanas, conservado hasta entonces por Luis del Olmo y su *Protagonistas*.

Otra peripecia llamativa que había protagonizado la SER fue la creación de un nuevo género informativo. En marzo de 1984 se formó el programa *La Trastienda*, presentado por Javier González Ferrari y que pasó a la historia por ser la

primera tertulia política de la radio española integrada por periodistas. Entre sus tertulianos iniciales estaban Ramón Pi, Pilar Urbano, José Luis Gutiérrez y Pedro Calvo Hernando, que aparecían para desvelar confidencias y aportar claves que la inmediatez de la noticia no permitía. Aunque la entrada de PRISA acabó de golpe con *La Trastienda* solo un año después, el germen ya estaba plantado. En 1985, *Protagonistas* incluiría una tertulia política en su escaleta. Desde entonces, progresivamente, el género de la tertulia política fue proliferando en todas las emisoras de radio y, sobre todo, en la televisión.

2.3. Televisión y democracia en los ochenta. Una década prodigiosa

En lo referente al medio televisivo, las nuevas bases democráticas diseñadas por el Estatuto de RTVE (1980) mantuvieron invariable la tendencia intervencionista del gobierno. Fruto de lo cual, la televisión, al menos desde el punto de vista estructural, no sufrió muchos cambios más allá de la sucesión de directores generales que, como un reguero de fichas de dominó, provocaron un incesante baile de personas y puestos. Fernando Castedo (1981), Carlos Robles Piquer (1981-1982), Eugenio Nasarre (1982), José María Calviño (1982-1986), Pilar Miró (1986-1989), Luis Solana (1989-1990) y Jordi García Candau (1990-1996) llevaron la batuta del ente en estos años. La gestión de cada uno de ellos no logró librarse de los comentarios sobre la injerencia gubernamental en los contenidos, los cuales, habría que decir, renovaron por completo la imagen y espíritu de la televisión pública en España. En este sentido, no puede olvidarse la inauguración de Torrespaña en 1982, verdadero símbolo de modernidad tecnológica, que coincidió con el desafío de la cobertura del Mundial de Fútbol de ese año y con una apuesta creciente por los centros territoriales de RTVE.

De esta forma, los años 80 representaron una etapa apasionante y en cierto modo frenética. No en vano, hay quienes hablaron de la “década prodigiosa”, debido al nivel de transformación, revolución cultural y social que modificaba el país a contrarreloj. Los españoles se volvieron consumistas, exigentes, curiosos y más tolerantes, al objeto de avanzar y equipararse al resto de sociedades desarrolladas. En ese contexto, comenzaron a surgir movimientos que intentaban avanzar hacia esa modernidad y que afectaron a todos los niveles y sectores con el mismo nivel de intensidad. La “tele” no iba a ser una excepción y bebió de esas corrientes que impregnaron por completo su parrilla.

Al calor de fenómenos como “La Movida”, se estrenaron en Televisión Española algunos títulos míticos. En 1983, en pleno bullicio sociocultural, llegó a

la oferta televisiva un programa que se convirtió en el testigo catódico de todo lo que sucedía en España. En la Segunda Cadena, *La edad de oro* (1983-1985) fue la plataforma musical y visual que mostraba cada semana todas las tendencias y vanguardias que se sucedían a la velocidad de la luz. De la mano de Paloma Chamorro, símbolo de la “movida televisiva”, *La edad de oro* compaginó su éxito con varios episodios polémicos que propiciaron críticas feroces y el rechazo de amplios sectores conservadores.

Algunas escenas como la del cantante del grupo The Lords of the New Church bajándose los pantalones ante la cámara o Pedro Almodóvar declarando que su droga favorita era el “ángel dust” son ejemplos de las excentricidades de este espacio. En el mismo grupo pueden inscribirse innovadores programas para nuevas audiencias como *Metrópolis* (1985), sobre la cultura y el arte contemporáneo, o *La caja de ritmos* (1983), dedicado a la música de los grupos independientes españoles en cuya segunda entrega se emitieron actuaciones de Polanski y el Ardor, Iniciados, TNT y una banda punki: las Vulpes —zorras en latín— que no dudaron en deleitar a la audiencia con su canción “Me gusta ser una zorra”. La emisión provocó una gran polémica, amplificada por algunos diarios como *ABC*, en un ejemplo más de cómo la prensa utilizaba los contenidos de TVE como altavoz crítico hacia el Ejecutivo.

Igualmente revolucionarios fueron los programas infantiles, tanto los de dibujos animados como los de producción propia. Si hablamos de la televisión de aquella etapa, resulta inevitable citar *La Bola de cristal* (1984-1988) con su Bruja Avería, los “electroduendes” y todo lo que trajo consigo. Elegido mejor programa infantil en 1985 y 1987, según la votación de los premios TP de Oro organizados por la revista *Teleprograma*⁷, estaba dividido en cuatro secciones dirigidas a todo tipo de públicos, desde los más pequeños hasta los adultos, pero todas con un objetivo claro: invitar a la reflexión. La realizadora y directora del programa, Dolores Rico Oliver, conocida profesionalmente como Lolo Rico, tuvo buena culpa en la tarea de canalizar las ansias de libertad en un formato nuevo, sabiendo dar voz a los deseos de cambio que manifestaban los que lo seguían.

Los televisivos años ochenta fueron pues los de una televisión comprometida, que apostó por un servicio público de calidad. También fueron los de una

⁷ Los TP de Oro, otorgados por votación popular a través de la revista *Teleprograma*, constituyeron uno de los referentes más estables de la crítica y la cultura televisiva en España. La existencia de esta y otras cabeceras especializadas en televisión, como *Supertele* (1979-1985) o *Teleindiscreta* (1985-2008) o *TV Guía*, ilustra la eclosión de un mercado editorial ligado al consumo televisivo en los años ochenta, que consolidó la televisión como fenómeno cultural y de masas.

cadena convencional, que alternó programas desenfadados del tipo *Tariro*, *tariro* (1988-1989) con otros de corte más clásico como *Aplauso* (1978-1983). La audiencia infantil pudo disfrutar de dibujos que marcaron toda una generación. *La aldea del Arce*, *Heidi* (1986-1987), *D'Artacán y los tres mosqueperros* (1981) o *Cajón desastre* (1988) componen una lista extensísima de series de todo tipo y pelaje que tuvieron tiempo de sobra para canalizar las mentes más pueriles y fabricar iconos que, como era de esperar, perduraron eternamente. Qué decir de *Verano Azul* (1981-1982), *Anillos de oro* (1983), *Turno de oficio* (1986) o *Brigada central* (1989), entre otras, que fueron cómplices en la fabricación de una ciudadanía oficialmente teledicta.

Por completar el panorama, cabría añadir otros géneros y formatos que marcaron tendencia: espacios de debate y actualidad como *Si yo fuera presidente* de Fernando García Tola (1983-1985), *Su turno* de Jesús Hermida (1981-1983), *Buenas noches* de Mercedes Milá (1982-1984) o el reporterismo de *En portada*, en antena desde 1984 hasta hoy. También surgieron las mañanas televisivas con *Buenos días* de José Antonio Martínez Soler (1986), antes de que el propio Hermida emprendiera *Por la mañana*. En el terreno del entretenimiento, destacaron *Ni en vivo ni en directo* de Emilio Aragón (1983-1984), *Ahí te quiero ver* con Rosa María Sardá (1984-1987), *Como Pedro por su casa* de Pedro Ruiz (1985), concursos tan recordados como *El tiempo es oro* o *El precio justo*, e incluso programas culinarios como *Con las manos en la masa* (1984-1991).

Por otro lado, y al margen de las propuestas audiovisuales más recordadas, debemos situar en esta etapa un hito de especial relevancia. Finalmente, al cabo de varios años de promesas incumplidas por parte del gobierno central y de la actuación y presión de algunos gobiernos autonómicos, especialmente el gobierno vasco y el catalán, el Parlamento nacional sancionó en 1983 la Ley Reguladora del Tercer Canal de Televisión (Ley 46/1983). La norma establecía que el gobierno central podía otorgar licencias a las comunidades autónomas, con autorización de las Cortes Generales, para crear los terceros canales de cobertura regional. Aquello era un hecho importantísimo, en la medida que, exceptuando la puesta en marcha de la Segunda Cadena y tras descartarse en los años setenta el lanzamiento de dos canales temáticos de TVE —Cadena Documento y Cadena Espectáculo, proyectados dentro de un sistema de televisión por cable impulsado por TVE y la Compañía Telefónica, que habría ofrecido contenidos culturales, formativos y de entretenimiento, pero que nunca llegó a materializarse—, se abría la puerta a los inicios de las cadenas autonómicas.

En última instancia, la importancia del acontecimiento residía en sus posibilidades de desvirtuar e incluso romper el monopolio televisivo estatal. Todo había empezado unos años antes, cuando en el contexto de descentralización territorial y la configuración del “Estado Autonómico” se hicieron patentes las reivindicaciones para trasladar a las regiones las competencias de control, gestión, producción y emisión de programas televisivos. Tanto en el Estatuto de 1980 como en los diferentes estatutos de autonomía que fueron entrando en vigor se propugnó la creación de un tercer canal de televisión para las comunidades autónomas. Pero la estructura organizativa y de producción de TVE tardó en dar razón a las inquietudes descentralizadoras, en primer lugar, por lo más evidente: con una Segunda Cadena con grandes deficiencias para que su cobertura llegase a toda España, pensar en poner en marcha una tercera no era más que una quimera.

La ley reguladora de los terceros canales acabó permitiendo a las comunidades cumplir con un objetivo que habían perseguido mucho tiempo. De lo que se trataba era de satisfacer las necesidades lingüísticas y culturales de gran parte de los territorios que habían estado reprimidos durante la dictadura. Efectivamente, aquello se entendía básico para el funcionamiento del sistema democrático y el cumplimiento del texto constitucional, que en su artículo segundo recogía el derecho a la autonomía de las nacionalidades y regiones que conformaban el mosaico español. La aparición de los terceros canales, aunque inevitable, también suponía una amenaza a la hegemonía de RTVE, no solo en términos de audiencia y fidelidad, sino también en relación a la inversión publicitaria, fuente principal de financiación de la entidad.

Es por esta razón por lo que tuvo que pasar algún tiempo para pensar seriamente en las vías para resolver este dilema. Para algunos fue tan larga la espera que no pudieron aguantar hasta ese año 1983. De hecho, las autonomías vasca y catalana ya habían iniciado previamente sus emisiones; la primera remitiéndose directamente a su estatuto y la segunda haciéndolo a modo de prueba. Así, con anterioridad a la sanción de la ley, el 31 de diciembre de 1982, el ente público de Radiotelevisión Vasca (Euskal Irrati Telebista, EITB) celebró la despedida del año con la inauguración de la primera emisora de televisión pública autonómica: Euskal Telebista 1 (ETB 1), a la que siguió en 1983 TV3 de Cataluña y, en 1985, TVG de Galicia. Llegaron luego Canarias, Aragón, Baleares, Navarra, Andalucía y Murcia y las restantes en proceso de configuración, aunque cabría decir que no todas comenzaron su actividad, normalmente por desacuerdos políticos o problemas económicos.

De otro lado, la aparición de estas televisiones, junto a las radios, en el mismo momento, y sin sujetarse muchas de ellas a la Ley del Tercer Canal, revivió el fantasma de la autorización para operar cadenas privadas de televisión. Aquel era otro largo contencioso en el que no habían faltado obstáculos, puestos especialmente por razones políticas por encima de las técnicas. Había que pasar por encima de un vacío legal que no consiguió resolverse tras las significativas sentencias de 1982 del Tribunal Constitucional. En estas se dijo claramente que la televisión privada no estaba constitucionalmente impedida, pero que comportaba al poder político y legislativo regularla. Para que esto sucediese hubo que esperar hasta la segunda gran norma en materia de TV, la Ley 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión privada, con la que el sector televisivo quedó definitivamente modificado. Pero eso es otra historia.

Cap. 7. Del analógico al digital: transformación y desafíos del periodismo contemporáneo (1990-2020)

1. ENTRE EL AUGE Y LA FRAGMENTACIÓN: LOS MEDIOS A LAS PUERTAS DEL SIGLO XXI (1990-2000)

La década de los noventa comenzó en España con una euforia casi palpable, simbolizada por los Juegos Olímpicos de Barcelona y la Expo de Sevilla en 1992. Estos eventos pusieron al país en el mapamundi —en un contexto marcado por la caída del Muro de Berlín y el impulso de la globalización— y actuaron como catalizadores de un cambio profundo en la percepción que los españoles tenían de sí mismos: una nación moderna, dinámica, preparada incluso para liderar en el escenario europeo.

La crisis económica que sufrió el país algo después fue grave, pero en 1996, con el cambio de gobierno y la llegada al poder del Partido Popular, España confirmó ser una democracia a la altura de las europeas, en la que los partidos se turnaban en el poder sin dramatismo ni sobresaltos. Si los socialistas habían firmado el Tratado de Maastricht, que sentaba las bases del concepto de Unión Europea como organización de naciones, Aznar logró hacer de la entrada en la incipiente eurozona un logro con el que cantar las alabanzas de su Ejecutivo. Las empresas nacionales conquistaban Latinoamérica, aspirando a recuperar un peso geopolítico que no se había obtenido en siglos. En la música, el pop y el rock español vivían una etapa de expansión y diversidad, mientras que en las salas de cine el eco de José Luis Garci —que había abierto la senda hacia los Óscar— dialogaba con la luminosa *Belle Époque* (1992) de Fernando Trueba y con el universo íntimo y desgarrado de Pedro Almodóvar, que culminó en *Todo sobre mi madre* (1999). Era como si la cultura española hubiese encontrado, por fin, un idioma capaz de ser entendido en todas partes.

Desde un punto de vista puramente periodístico, la etapa de los noventa arrancó en 1989. Fue entonces cuando dio comienzo un periodo de bonanza económica y ampliación de perspectivas en el ámbito de la comunicación, que

afectó al panorama mediático: en la difusión, el diseño, la tecnología, la creación y desaparición de medios, la concentración de empresas periodísticas y la configuración de una serie de alineamientos político-mediáticos que sirvieron de caldo de cultivo para la polarización actual. A modo de inventario telegráfico, podrían citarse como hitos clave de estos años el nacimiento del diario *El Mundo* (1989), el auge de la prensa regional, la ansiada aparición de las televisiones privadas, la irrupción de la ONCE en el campo de la comunicación y la expansión de los grupos multimedia. Todos ellos fueron acontecimientos característicos de un panorama más bien agitado, confuso a veces, y marcado por la intensificación de la competencia y la rápida evolución tecnológica.

Con la llegada de los ordenadores y, tiempo después, de Internet, los medios de comunicación y la cultura popular se transformaron profundamente. Aquellas innovaciones que en su momento marcaron una época, ahora son vistas con una mezcla de nostalgia e incredulidad, como vestigios de un mundo que cambió más rápido de lo que muchos hubieran imaginado; como los video-clubs, como los teléfonos Nokia, como los disquetes de 3,5 pulgadas, las máquinas de arcade o las cabinas telefónicas.

1.1. Un nuevo *Mundo* para los lectores

El 8 de marzo de 1989, tras casi nueve años al mando de *Diario 16*, Pedro J. Ramírez fue cesado de su puesto por Juan Tomás de Salas, el editor del grupo. Las tensiones entre ambos, alimentadas por discrepancias sobre la línea editorial y por algunas controversias derivadas de la cobertura sobre el terrorismo de Estado —incómoda para el gobierno—, venían gestándose desde años atrás. Entre esos antecedentes, destacó un encontronazo en diciembre de 1987, cuando Ramírez expresó directamente al presidente del Gobierno su disconformidad con la postura del Ejecutivo ante las informaciones publicadas sobre los GAL. Un año después, en 1988, un debate televisivo con miembros del gabinete socialista derivó en un enfrentamiento público sobre el tratamiento informativo del terrorismo, tensando aún más las relaciones. La causa inmediata del despido fue, sin embargo, un editorial muy crítico contra el ministro de Cultura, Jorge Semprún, titulado “La rosa y el capullo”, en el que *Diario 16* sostenía la posible implicación del Ejecutivo de Felipe González en los asesinatos cometidos por el Grupo Antiterroristas de Liberación (GAL) y la necesidad de esclarecer los hechos. Decía el texto:

“En el ajado rosal del Gobierno socialista, desgastado por las turbulencias de la climatología política, acaba de florecer definitivamente, con la primavera intuida, el último capullo. La comparecencia del ministro de Cultura, Jorge Semprún —pronúnciese

Samprán, al gusto francés-, ha dejado boquiabierto a la audiencia. Se agradece, desde luego, poder escuchar en el hemisferio discursos trufados de citas cultas que no sean del socorrido Machado, [...] pero el despliegue de Semprún no lo mejora ni el Calendario Zaragozano. Se ve que el ministro es hombre de letras”.

Llamar “capullo” a un ministro de la nación era algo más que una osadía. Lo era incluso para una figura como Pedro J. Ramírez, tildado en unas ocasiones de amoral y en otras de brillante periodista; perverso para unos, mientras para otros hombre íntegro e inquebrantable ante las adulaciones. Aquello fue la gota que colmó el vaso y la oportunidad perfecta para que Juan Tomás de Salas demostrara que era él quien llevaba la sartén por el mando y no Pedro J. La realidad acabó por demostrar que el segundo contaba con grandes apoyos dentro de *Diario 16*, del tal modo que un importante número de periodistas y colaboradores de la cabecera acompañaron a Ramírez en la fundación de un nuevo diario.

De esta manera, el 23 de octubre de ese año vio la luz una nueva voz en el periodismo escrito en España. Todavía un éxito de ventas en el continente europeo y rotativo de referencia en ventas y en la agenda política, *El Mundo* abrió sus puertas ese día. Su primer número salió en plena campaña de las elecciones generales y haciendo un pronóstico firme sobre la pérdida de la mayoría absoluta por parte del PSOE en caso de una elevada participación. La fuerte y emblemática personalidad de su director quedó reflejada en una fase de portada. Aseguraba Pedro J.: “Este periódico no será nunca de nadie, sino de sus lectores”. La sección de Nacional abría de esta forma: “La Policía española sabía que los GAL iban a cometer atentados en Francia”.

El Mundo del siglo XXI (título completo en sus inicios) adoptó desde los primeros días una línea agresivamente crítica contra el gobierno socialista. Pronto se empeñó en la tarea de descubrir el lado oscuro de Felipe González con un periodismo de investigación incómodo, riguroso, centrado en la gestión y el entorno del presidente. La publicación destapó continuas polémicas, algunas de ellas de gran calado, como el caso Juan Guerra, sobre las actividades del hermano del vicepresidente, Filesa, Ibercorp o Palomino, y que repercutieron muy negativamente en la imagen del Ejecutivo. Hasta tal punto llegó su obstinación con los desmanes del PSOE que llegó a crear una especie de subsección dentro del diario, titulada “Corrupción política”, y por la que pasaron significativas personalidades del partido en el poder.

Junto a sus hallazgos de importancia, aunque también algunos deslices por no contrastar debidamente las informaciones o presentarlas con cierta exageración

—como ocurrió con los llamados viajes “gratis total” de la familia Solchaga en los ferris de Transmediterránea a Mallorca, cuya cobertura fue cuestionada por su tono sensacionalista—, *El Mundo* destacó en todo momento por su enfoque innovador. Con unos departamentos de maquetación e infografía a la vanguardia y un estilo directo y contundente a la hora de explicar la realidad, la cabecera se abrió paso en poco tiempo, llegando a multiplicar sus cifras de lectores en sus primeros años: de 101.000 ejemplares en 1990 a 286.000 en 1994. No tardó en superar a su gran competidor, *Diario 16*, a quien prácticamente fagocitó, y en plantar cara a *El País*, identificado con el pensamiento de la izquierda, que había seguido siendo el periódico más leído de España.

Autodefinido como un periódico laico y antimilitarista, *El Mundo* logró conectar con un amplio sector de la población, impulsado por la presencia y el tirón personal de Pedro J. También gracias a un equipo humano muy talentoso (Manuel Hidalgo, Carmelo G. Calderot, Jorge Fernández, Juan Carlos Laviana, Melchor Miralles) y a una colección de firmas dispares, aunque bien avenidas, como la de Francisco Umbral, Jesús Cacho, Pilar Urbano, Antonio Burgos o García Trevijano. En momentos como la intervención aliada contra Irak en enero de 1991 o en la guerra del Golfo, cuando el periodista Alfonso Rojo fue el único que permaneció en Bagdad, la difusión del periódico se disparó. El impacto de estas coberturas consolidó a *El Mundo* como un referente en la prensa española, capaz de combinar una postura crítica con una narración intensa de los eventos nacionales e internacionales.

Rápidamente, la cabecera empezó a arrojar beneficios, y en cinco años, estos alcanzaban los 1.200 millones de pesetas. De ahí que fuese toda una sorpresa la entrada del grupo italiano de comunicación Rizzoli Corriere della Sera como socio relevante de Unidad Editorial, la empresa editora del periódico. Y eso porque en el alegato inicial de Pedro J. —“*El Mundo* no tiene amo; será solo de sus lectores”— se subrayaba la independencia del diario frente a intereses económicos y empresariales externos. Para ir más lejos, había sido propósito inicial de la publicación que no hubiera accionistas mayoritarios, cosa que se incumplió cuando el grupo italiano pasó a dominar el 45 % de la compañía.

La aparente pérdida del espíritu fundacional del periódico se vio compensada por un sólido respaldo financiero que permitió materializar sus ambiciosos proyectos de crecimiento. Tan solo en sus cinco primeros años de vida, se lanzó a la conquista del sector regional mediante la creación de *El Mundo del País Vasco*, en mayo de 1991, *El Día del Mundo* en Baleares, *El Mundo de Castilla y León*, en 1993,

y *El Mundo de Galicia* y Barcelona, en abril y septiembre de 1995. En un esfuerzo por avanzar aún más, en el otoño de 1993 lanzó una destacada colección triple como oferta especial de fin de semana, acompañada de una versión renovada de su *Magazine* y, meses después, se inauguró la nueva sede social, equipada con los últimos avances en redes informáticas y tecnología digital. Esta sede facilitó el acceso interno de la redacción y los departamentos técnicos a la base de datos del periódico a través de CD-ROM, discos compactos que, para la época, ofrecían una gran capacidad de almacenamiento de información.

1.2. El mensajero incómodo: Ansón y el nacimiento de *La Razón*

Mientras *El Mundo* marcaba la agenda con su beligerancia contra el felipismo, otra cabecera histórica mantenía una mirada distinta, aunque igualmente crítica. Se trató del monárquico *ABC*, dirigido entonces por Luis María Ansón, cuya influencia en el debate público de los noventa fue decisiva. Con el desgaste acumulado por trece años de gobierno de Felipe González, que culminarían en la derrota del PSOE en las elecciones generales de 1996, el clima mediático se transformó, dejando ver incluso una cierta complacencia hacia el nuevo Ejecutivo. Sin duda, una de las causas directas de la derrota socialista fueron los años de escándalos de corrupción, aireados generosamente por *El Mundo*, cuya estrategia beligerante contra este partido le llevó a erigirse como uno de los principales actores de la bien denominada “legislatura de la crispación” (1993-1996). Otros periódicos, como el propio *ABC*, también fueron importantes en la denuncia y explotación política de estos casos, convertidos en una de las principales claves interpretativas para explicar todos los males del país.

La ofensiva contra el PSOE de Felipe González y sus corruptelas también conllevó excesos. La intensidad fue tal que los periodistas de diversos medios críticos con el gobierno se agruparon en torno a la AEPI: Asociación de Escritores y Periodistas Independientes. Desde las filas socialistas se acuñó el término despectivo “sindicato del crimen” para referirse a ellos, expresión que el otro bando mediático —el de los medios de PRISA (*El País*, SER)— no dudó en difundir. El propósito de la AEPI quedó claro con la entrevista de Luis María Ansón a la revista *Tiempo*, publicada dos años después del triunfo de Aznar. El que fuera director de *ABC* confesaba:

“Había que terminar con Felipe González, esa era la cuestión. Al subir el listón de la crítica se llegó a tal extremo que en muchos momentos se rozó la estabilidad del propio Estado. [...] era la única forma de sacarlo de ahí” (*Tiempo*, 14 de febrero de 1998).

Aquella declaración reflejaba la actitud de haber cargado con severidad contra el gobierno socialista por su incapacidad para entender el papel de la prensa libre en una sociedad democrática. Para el periodista, así como para una parte significativa de sus colegas, el PSOE demostraba que solo concebía la relación con los medios libres en términos de sometimiento, al estilo de quienes “prefieren atacar al mensajero antes que asumir las malas noticias” (ABC, 4 de febrero de 1990, “Matar al mensajero”, Luis María Ansón, p. 17). Casualidades de la historia, Ansón sería el encargado de fundar, hacia finales de la década, un nuevo periódico alineado con una visión tradicionalista de la sociedad. En el verano de 1998, decidió embarcarse en un nuevo proyecto tras no llegar a un acuerdo con la empresa editora de ABC sobre el lanzamiento de un diario vespertino.

Con el título de *La Razón*, el 5 de noviembre del mismo año salió a la calle su primer número con un precio de lanzamiento de 50 pesetas. Tal cifra se mantuvo durante un tiempo con la intención de darse a conocer en el mercado. El proyecto de Ansón, en el que participaba el Grupo Zeta de Antonio Asensio, nació como competidor de ABC con un formato y diseño similar. El nuevo producto periodístico presentaba una portada con gran despliegue gráfico y unos contenidos informativos que recordaban mucho a la etapa “ansoniana” en el diario decano. También en la línea editorial, *La Razón* se presentó como un periódico conservador, lo que hizo que enseguida robase lectores a la publicación de los Luca de Tena.

Más adelante, cerca del 70 % de la propiedad del diario pasó a estar gestionada por otro grupo de comunicación. Planeta, bajo la presidencia de José Manuel Lara, creador de un emporio mediático muy relevante construido a partir de la compra de derechos y la venta de libros, decidió integrar este medio en una estrategia que constituye uno de los fenómenos más destacados en las últimas décadas: la creciente tendencia hacia la formación de grandes grupos de comunicación que abarcan prensa, radio, televisión y otros sectores adyacentes. Además de sus negocios audiovisuales, en la prensa sobresalía la presencia de entidades como PRISA, Godó, Correo, Recoletos o Zeta, que a comienzos de los 90 abarcaban más del 30 % de la difusión de la prensa diaria de información general. A este listado se sumaría la Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), corporación de derecho público de carácter social sin ánimo de lucro que, a partir de 1989, con Miguel Durán como director general, inició un proceso de inversiones en sectores estratégicos como la comunicación. Entre sus operaciones más relevantes figuran la compra de los periódicos *El Independiente* y *Diario de Barcelona*, así como su participación en la creación de la agencia de noticias Servimedia.

1.3. Concesiones, “antenicidios” y controversias. El desafío del sector radiofónico español en la década de los 90

El súbito desembarco de la ONCE en el mundo de los medios de comunicación escribió uno de sus capítulos más importantes tras el lanzamiento por parte de este grupo de una política de adquisición de pequeñas emisoras de radio, muchas de ellas sin licencia oficial, en una toma de posicionamiento de cara a la convocatoria de los concursos de nuevas concesiones de FM que tuvieron lugar en los años 1989 y 1990. De manera sucinta, la acción planificada de la ONCE atravesó diversas fases. En 1990, Cadena Rato, propiedad de la familia del mismo apellido, vendió casi todas sus emisoras a la Organización Nacional de Ciegos, que, tras unir las a las frecuencias de la pequeña Radio Amanecer, la convirtió en una nueva emisora con el nombre de Onda Cero. Tres años después, tras la adquisición de 19 emisoras de la Asociación de Independientes y llegar a un acuerdo con las 56 emisoras de Radio Blanca para difundir la programación de la cadena, a cambio de un canon por emisora, Onda Cero se hizo con otras 63 pertenecientes a la Rueda de Emisoras Rato.

La acción supuso, para la ONCE, un importante desembolso —cerca de 400 millones de pesetas—, aunque logró que Onda Cero se consolidase entre las cadenas más escuchadas. En noviembre de 1990, fecha de comienzo de sus emisiones, la nueva cadena contaba con 104 emisoras y varios profesionales de prestigio que ocupaban puestos de responsabilidad. Luis de Benito, como jefe de Informativos, Andrés Aberasturi, en la programación de noche, o Ricardo Vaca, antiguo director general de la Cadena Rato al que acabó sustituyendo Tomás Martín Blanco, eran algunos de los nombres clave. No obstante, la jugada maestra de Onda Cero consistió en la incorporación de Luis del Olmo, procedente de la COPE, quien llevó consigo a su audiencia de *Protagonistas*, logrando que la cadena diese un salto crucial que la permitió encabezar las listas de audiencia de la mañana en poco tiempo.

Con una parrilla inicial en la que sonaban las voces de Alfonso Arús, Andrés Aberasturi, José Antonio Ovies, Lourdes Zuriaga, Juan Antonio Cebrián, José Manuel Muñoz, Javier Ruiz Taboada, Mariví Romero, Luis Ignacio González, Masiel, Jorge Lago y Ramoncín, entre otros, Onda Cero creció con la dificultad de tener que desarrollarse sin una infraestructura técnica y humana sólida. Pese a su buena acogida entre el público —creciente, aunque un peldaño por detrás de SER, RNE o Antena 3—, en sus dos primeros años de vida las pérdidas superaron a los beneficios. Tampoco ayudaron los constantes cambios en las cúpulas

directivas, que generaron inestabilidad en la organización. Al citado Martín Blanco le sustituyó, en 1992, Fernando Ónega, quien apenas duró un año en el cargo al ser destituido por el Consejo de Administración debido a un conflicto de competencias.

Aunque breve, la etapa Ónega dio frutos importantes. Bajo su dirección la cadena fue adquiriendo personalidad y estilo propios. Se adelantó la emisión de *Protagonistas* a las 8:30 horas y *La Radio de Julia*, de una joven Julia Otero, pasó a ser el magacín vespertino de referencia. También se potenciaron los informativos con el fichaje de Javier González Ferrari para dirigir y presentar el matinal *Al Día*. Ernesto Sáenz de Buruaga se unió al proyecto, haciéndose cargo del informativo de las 14:00, mientras que Manuel Antonio Rico se puso al frente del de las 20:00. En esta etapa se creó también el programa de información y opinión *La Brújula*, conducido entre las 22:00 y las 00:00 de la noche por el mismo Rico y que congregaba a varios miles de oyentes en el horario nocturno.

De este modo, Onda Cero irrumpió en el panorama radiofónico como la gran novedad de comienzos de los noventa. No obstante, durante buena parte de la década permaneció por detrás de las cadenas más consolidadas. En 1992, el verdadero pulso en audiencia se libraba entre la SER y Antena 3 Radio, que en la segunda ola del Estudio General de Medios (EGM) de ese año llegó a superar a la cadena de PRISA con 3.139.000 oyentes frente a los 3.007.000 de la SER. Esa temporada fue especialmente convulsa, marcada por la operación de concentración sin precedentes liderada por Jesús Polanco, presidente del Grupo PRISA, quien ofreció al Conde de Godó —principal accionista de Antena 3— hacerse con el control de la que era entonces su principal competidora. Aquella maniobra, conocida como “el antenicidio” al suponer el principio del fin de Antena 3 Radio, coincidió con el momento álgido de la ofensiva mediática ya descrita anteriormente, protagonizada por el llamado “sindicato del crimen”.

La absorción de Antena 3 por el Grupo PRISA generó así una intensa batalla librada por los miembros de aquel sindicato —Luis María Ansón, José Luis Gutiérrez, Julián Lago, etcétera— y los bautizados como “Polanquistas” —Mario Conde, Javier Godó, Antonio Asensio—. En ella, la SER, *El País* y *La Vanguardia*, a los que se sumó entusiasta el PSOE, se hallaban frente a la COPE, *El Mundo* y *ABC*, con el apoyo del PP todavía en oposición. La pelea llegó a uno de sus puntos más elevados en junio de 1993, cuando ocho periodistas (Antonio Herrero, Luis Herrero, Manuel Martín Ferrand, Luis Ángel de la Viuda, Federico Jiménez Losantos, Melchor Miralles, José María García y Pedro J. Ramírez) acudieron al

Tribunal de Defensa de la Competencia, considerando ilegal el movimiento empresarial. Tras varias cuitas legales, el Tribunal Supremo falló en el año 2000 contra la absorción de Antena 3 Radio, dando la razón a las ocho periodistas y quitándosela al grupo presidido por Polanco. La sentencia, emitida ya con un Gobierno del Partido Popular (al que teóricamente perjudicaba la concentración), nunca se llegó a ejecutar. Finalmente, el “antenicidio” se resolvió de manera favorable a PRISA en 2007, durante el Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero.

Lejos de disminuir, la concentración mediática continuó aumentando con los años. El episodio protagonizado por PRISA fue el primero de una serie en una época de inestabilidad empresarial en el sector radiofónico, marcada por compras, fusiones, absorciones y otras operaciones de reorganización societaria, tanto a nivel nacional como regional. El Grupo Godó, copropietaria de Antena 3 Radio, puso sus ojos en un mercado audiovisual autonómico en el que no estaban logrando triunfar, salvo honrosas excepciones, la mayoría de emisoras. El 20 de mayo del año 2000, tras la compra de Hot 70 El Masnou-El Maresme, comenzó a emitir en Cataluña RAC 1, que consiguió en apenas dos años superar la cifra de los 70.000 oyentes. Primera cadena de radio privada después de la desaparecida Cadena 13, en emitir 24 horas al día íntegramente en lengua catalana, RAC 1 siguió sumando oyentes de manera exponencial hasta superar, en 2010, a Catalunya Ràdio, hasta aquel momento la radio líder en la Comunidad.

Al margen de estos movimientos, la década de los 90 fue para la radio una etapa de intensa competitividad y lucha por las audiencias. El extremo se alcanzó en la radio deportiva, que enfrentó dos estilos opuestos: el personalista y directo de José María García (primero en Antena 3 y, tras la venta a PRISA, después en COPE) y el coral y dinámico de la SER, con José Ramón de la Morena por las noches (*El Larguero*) y Paco González y Pepe Domingo Castaño los fines de semana (*Carrusel Deportivo*). Décadas después sigue suscitando interés y curiosidad la intensidad de esta guerra radiofónica, en la que se cruzaban insultos en antena o se retenían invitados para que no pudieran aparecer en el otro programa. La radio de PRISA se llevó el gato al agua en 1995, coronando a De la Morena como nuevo dueño de la noche deportiva.

No crean que todo terminaba en el deporte, pues estos no fueron los únicos nombres destacados de las ondas. La COPE presumía de “radio de las estrellas”, con Antonio Herrero, José María García y el reinado de Encarna Sánchez trasladado a las tardes en *Directamente Encarna*, con un tono afilado y acusatorio,

incluso tildado de populista por sus detractores. La SER, con Iñaki Gabilondo como punta de lanza, impulsaba su histórica marca *Hora 25* con Carlos Llamas al frente, mientras que una joven Gemma Nierga revolucionó las confidencias de madrugada con *Hablar por hablar*. Incluso los fines de semana, Concha García Campoy transitaría de la información al magacín con *A vivir que son dos días*. Fue una etapa repleta de grandes nombres que coincidió con el dominio en progresión de la FM, el auge de las radios musicales (Los 40 Principales, Cadena Dial, Cadena 100, etcétera) y el paulatino descenso de Radio Nacional de España.

1.4. Pluralismo en pantalla: el surgimiento de las cadenas privadas

Más allá de las modificaciones en el sector radiofónico y la prensa, si por algo quedó marcada la década de los noventa fue por la llegada de las televisiones privadas. En efecto, el 25 de enero de 1990 pasó a la historia como el día en que por primera vez una cadena privada emitía de forma regular en España. Antena 3, esta vez con el apellido de TV acompañándola, fue la que inauguró esta nueva etapa televisiva. Su aparición no solo rompía el monopolio de la televisión pública, sino que también ponía fin a un largo y farragoso camino donde las distensiones políticas acerca de la pertinencia para poner en marcha estos canales habían estado a la orden del día.

Durante años, el proyecto de introducir televisiones privadas en España se había visto frenado por el temor a la pérdida de control estatal sobre los medios de comunicación y las diferencias ideológicas entre los principales partidos. El gobierno de la UCD de Suárez, y más tarde de Calvo-Sotelo, plantearon tímidamente la posibilidad de abrir el espacio televisivo a operadores privados, pero la idea no prosperó debido a las resistencias internas dentro de la formación y la falta de consenso entre las distintas fuerzas políticas. Con la llegada del PSOE al poder, el debate se reavivó, aunque el temor a un posible uso partidista de estos canales y la necesidad de mantener una influencia sobre la opinión pública mantuvieron el proyecto en un segundo plano durante varios años. Finalmente, la Ley de Televisión Privada de 1988 reactivó el proyecto, estableciendo un marco regulador que permitió a las nuevas cadenas operar, buscando equilibrar la libertad de expresión con la responsabilidad de los medios, y tratando de disipar los temores sobre una posible manipulación mediática como la que se había atribuido a TVE desde su nacimiento.

Con la aprobación de la ley, se iniciaron las concesiones de licencias, siendo Antena 3 la primera en recibirla. Aquello suponía satisfacer los deseos de una

empresa, la cual había nacido con el propósito de entrar sin miramientos en el mercado televisivo español. Tras haber iniciado su emisión en pruebas el 25 de diciembre de 1989, los telespectadores —para ser más precisos, solo los de Madrid y Barcelona— contemplaron un mes después el rostro de Miguel Ángel Nieto frente a la cámara y tras él, el icónico José María Carrascal presentando el informativo. “Muy buenas noches, ya estamos aquí”, dijo el primero, antes de anunciar el arranque de una programación que, “Dios lo quiera, no se pare nunca”. “De momento, 18 horas al día, 7 días a la semana”, añadió.

Junto a Antena 3, Telecinco y Canal Plus fueron las otras dos concesionarias de licencias en el marco de la nueva legislación. La primera, lanzada el 3 de marzo de 1990, y Canal Plus, que empezó sus emisiones el 14 de septiembre del mismo año, transformaron el panorama catódico a través de la introducción de un modelo más comercial. En el caso de esta última, su licencia era la única concebida para televisión de pago, con un reducido número de horas diarias en abierto, lo que suponía una novedad absoluta en España. Conviene destacar que hubo más aspirantes para la concesión de aquellas licencias, entendidas como el billete de entrada a una etapa de otra naturaleza. En concreto fueron seis: Antena 3, Telecinco —con el italiano Silvio Berlusconi, el grupo Anaya y la ONCE como sus socios principales—, Canal Plus —detrás del cual se encontraba la sociedad gestora Sogecable, dentro del todopoderoso imperio de Polanco—, Univisión Canal 1, Canal C e Intevisa.

De todos ellos quizás el más perjudicado fue Univisión Canal 1, con Antonio Asensio como cabeza más visible. Su Grupo Zeta participaba en este proyecto con un 25 % de las acciones; misma cifra que ostentaba el magnate de origen australiano, Rupert Murdoch. El resto del capital estaba compartido entre otros socios minoritarios, con la presencia de los bancos Central y Banesto. La poca relación entre Murdoch y dichas entidades bancarias con importantes sectores del poder gubernamental pudo ser una de las razones que contribuyeron al fracaso de su candidatura. El dueño del Grupo Zeta, que llevaba varias semanas maldiciendo a cada uno de los miembros del Gobierno en caso de no concederle una “tele”, montó en cólera con la decisión y recurrió alegando que dos de los adjudicatarios de las concesiones —Canal Plus no era un servicio gratuito y en Telecinco, según él, participaba una sociedad, la ONCE, que supuestamente dependía del Gobierno— no reunían todos los requisitos legales.

De nada sirvieron estas alegaciones, pues el recurso fue rápidamente desestimado por las autoridades competentes. Sin embargo, Asensio no se quedó

de brazos cruzados y libró la batalla por su cuenta, comenzando un proceso de expansión empresarial que le llevó a sacarse la espina de no haber obtenido una licencia. En el año 1992, asociado de nuevo con Rupert Murdoch, planeó la toma del control de Antena 3. También junto a Banesto, presidido por Mario Conde, y el Banco Central de Amusátegui, descabalgó por la vía del mercado accionario al grupo que encabezaba Godó, quien tuvo que abandonar la presidencia. En su lugar fue elegido el propio Asensio, dispuesto a dar un cambio radical en los contenidos, profesionales, estética e imagen corporativa. Además, tras su incursión en Antena 3 TV, la actividad del Grupo se centró en la creación en 1988 del Grupo Zeta Radio, a través del cual concurrió a los concursos de concesiones de licencias de FM que se convocaron en diversas comunidades autónomas. El resultado fue la obtención de diez emisoras, a las que sumó otras tres licencias de Onda Catalana.

La apuesta del Grupo Zeta por lo audiovisual tuvo como contrapartida el abandono de la revista que permitió sentar las bases de su imperio periodístico. Desde mediados de los 90, *Interviú* recibió el desprecio de la propia empresa que la había fundado, viendo cómo sus recursos se reducían y su relevancia en el mercado se erosionaba. En junio de 1995, cuando el año anterior había dado 200 millones de pesetas de beneficios, se amenazó con despedir a la mitad de la plantilla con la excusa de la crisis económica. La situación desembocó en una huelga de cuatro días, la cual fue replicada después en la revista *Tiempo*.

Paulatinamente, las cadenas privadas fueron ganando terreno en el ámbito audiovisual. Con la multiplicidad de canales y el *zapping* —convertido en deporte nacional, entendido como la acción de cambiar repetidamente de canal utilizando el mando a distancia en busca de algo interesante—, las televisiones comenzaron a llenar las pantallas con programación cada vez más diversa y atractiva para la audiencia. Desde series de producción propia hasta programas de variedades de gran formato y grandes eventos deportivos, todos los espacios estaban diseñados para captar la atención de un público cada vez más exigente. No obstante, el desmedido afán comercialista desembocó en la inclusión de contenidos de bajo nivel o cuestionables desde un punto de vista ético, que hicieron de la frivolidad y la provocación un reclamo constante. El caso más paradigmático fue el de Telecinco, influido por el modelo que Berlusconi había explotado con éxito en Italia.

Las azafatas atractivas como complementos del presentador varón, las chicas del *Telecupón* —que literalmente consistía en la emisión en directo del sorteo

del cupón de la ONCE—, o las bailarinas italianas conocidas como las Mama Chicho—seis jóvenes que aparecían bailando en horario de máxima audiencia al son de una canción “mamachicho me toca /me toca cada vez más /mamachicho me toca me toca me toca /defiéndeme tú”— representaron la cara más frívola y superficial de la “pequeña pantalla”. La mujer como objetivo de cosificación televisiva ocupó un protagonismo inusitado que ensalzó los valores más machistas de aquel medio. Al propio Valerio Lazarov, entonces director general de la cadena, no le dolían prendas reconocer que Telecinco había buscado romper la fuerte relación que mantenían los españoles con la televisión pública “a base de tetas”. “Pues sí. A base de tetas. Pero al menos nosotros tenemos la conciencia tranquila porque las tetas eran bonitas. Hubiera sido peor sacar desde las pantallas de Tele-5 tetas feas”, aseguraba para *El País* en febrero de 1994 (*El País*, 27 de febrero de 1994, “Yo sé ganar y perder. Nos hemos equivocado”, J. Prades).

En estos años llegaron los excesos y la proliferación de programas que el resto de medios de comunicación denominaron como “telebasura”. Sobresalía el tono desenfrenado y provocador, con una apuesta por formatos diseñados para enganchar a la audiencia mediante el morbo, el escándalo o la simple extravagancia. En la década de los noventa, los españoles se acostumbraron a escenas tan grotescas como ver a un hombre poderoso y corpulento, como Jesús Gil, bañándose en un jacuzzi rodeado de modelos en sus *Noches de tal y tal* (Telecinco, 1991). A ello se sumaban espacios como *Tómbola* (Canal 9, 1997-2004) o *¡Ay, qué calor!* (Telecinco, 1996), emitido en la madrugada de los jueves y célebre por la presencia de las famosas “Chicas Chin Chin”, prototipos de una televisión rosa que convirtió la intimidad de famosos y desconocidos en espectáculo de masas.

Ante semejante panorama, no eran pocos los que se preguntaban: “¿Cómo se están educando nuestros hijos con estas cosas en la televisión?”. No les faltaba razón, si bien la alarma ante el contenido televisivo es un fenómeno que traspasa épocas y generaciones. Lo que resulta más difícil de digerir, con la perspectiva actual, es la banalización del horror que se produjo con el llamado caso Alcàsser. Emitido en el especial de *De Tú a Tú* (Antena 3, 1993), centrado en la desaparición y asesinato de tres niñas en Valencia, el programa no solo ofreció testimonios y entrevistas en directo, sino que se aventuró en especulaciones morbosas y detalles escabrosos que marcaron un antes y un después en la televisión española. Aquella retransmisión transformó un suceso criminal en un espectáculo mediático, seguido por millones de espectadores, que se alimentaron de una cobertura diaria en casi todas las cadenas—incluida la pública con *¿Quién*

sabe dónde? —. Muchos críticos vieron en esta dinámica una reinversión televisiva del sensacionalismo que en otro tiempo encarnó la prensa de *El Caso*, pero ahora amplificado por el poder hipnótico de la imagen en directo.

Frente a este tipo de excesos, las cadenas también apostaron por una televisión de gran espectáculo. En ella predominaban los concursos familiares de enorme presupuesto y puesta en escena. Programas como *¿Qué apostamos?* (TVE, 1993-2000), *El gran juego de la oca* (Antena 3, 1993-1995), *El Grand Prix* (TVE, 1995-2005) o *Furor* (Antena 3, 1998-2001) marcaron la agenda televisiva con un formato coral, cargado de humor, música y pruebas espectaculares que se convirtieron en cita obligada para millones de hogares. Estos espacios, presentados por rostros carismáticos como Emilio Aragón, Ramón García, Ana Obregón o Alonso Caparrós, representaron la cara más festiva de la televisión, en una década en la que el entretenimiento en *prime time* alcanzó una proyección sin precedentes. Mientras tanto, nuevos géneros y formatos comenzaban a explorar sus posibilidades, con vistas a captar al público adulto que buscaba algo diferente tras el horario familiar.

En lo que respecta a los *late nights*, *Esta noche cruzamos el Mississippi* (Telecinco, 1995-1997) se convirtió en el programa por excelencia de la década. Combinaba humor, entrevistas, sucesos e investigación, con una narrativa que alternaba la ironía con el sensacionalismo, y que mantenía en vilo a la audiencia en altas horas de la noche. Su presentador, Pepe Navarro, reinventó su carrera tras haber pasado por el *Telediario*, y abrió el camino a formatos nocturnos más irreverentes, como había hecho *La noche se mueve* (Telemadrid, 1992-1993) con *El Gran Wyoming*, donde la sátira política y la improvisación se mezclaban con un tono descarado y provocador. Por otra parte, programas como *Hablando se entiende la basca* (Telecinco, 1991-1993) reflejaban la moda de los debates de tono juvenil y desenfadado, con temáticas que conectaban con la cultura urbana de la época y con el estilo más fresco que buscaban las nuevas cadenas privadas.

Consecuencia obligada, Televisión Española también tuvo que adaptarse a esta nueva realidad. El rostro adusto de Paco Lobatón, convertido en una suerte de detective mediático, se hizo famoso con el citado *¿Quién sabe dónde?* (TVE, 1992-1998), un programa que combinaba investigación y emoción en la búsqueda de personas desaparecidas. Del mismo modo, se popularizaron espacios centrados en sucesos o en temáticas de carácter más exhibicionista, como *Código uno* (TVE, 1993-1994) —dirigido en un principio por Arturo Pérez-Reverte—, o aquellos que introdujeron el sexo como recurso para captar audiencia. El 13 de octubre de

1994, Elena Ochoa se ponía al frente de *Luz Roja* (TVE, 1994), un programa que apostaba más por el impacto visual y el morbo que por la intención educativa que había tenido *Hablemos de sexo* (TVE, 1990). Un año más tarde, Antena 3 contrató con *Esta noche sexo* (Antena 3, 1995), presentado por Isabel Gemio.

Dentro de la oferta de Canal Plus, programas como *Lo + Plus* (1995-2005) — con sus célebres guiñoles, pioneros en un tipo de sátira informativa que analizaremos más adelante—, *Magazine* (1996-2005), un espacio de entrevistas y humor, o *Del 40 al 1* (1990-2005), versión televisiva del popular repaso a la lista de Los 40 Principales, constituyeron los grandes referentes de la que por entonces era la única televisión de pago. Inicialmente, la cuota mensual de la cadena era de 3.000 pesetas al mes (“¡20 duros al día!”, rezaba el eslogan), aunque luego pasó a 4.000 pesetas. Con la intención de conquistar a un público que hasta entonces no había pagado por ver televisión, Canal Plus apostó por una programación exclusiva y de calidad: partidos de fútbol, corridas de toros, boxeo, una película de estreno al día y, además, la controvertida película para adultos de los viernes por la noche.

En este primer periodo, la hoy denominada Movistar Plus+ apostó por el cortometraje y las series de ficción como complementos a la oferta cinematográfica. No obstante, la oferta seriéfila también se disparó en el resto de cadenas, como demostraron los estrenos de títulos de gran éxito que abarcaron desde comedias familiares hasta dramas y *thrillers*. Mientras que los agentes Mulder y Scully se enfrentaban a sus misterios extraterrestres en *Expediente X* y David Lynch volvía loco al espectador con la búsqueda de Laura Palmer en *Twin Peaks*, la ficción española noventera se caracterizaba porque la trama estuviese unida a un entorno de trabajo más reconocible: una gasolinera (*Lleno por favor*, Antena 3, 1993), una peluquería (*Qué loca peluquería*, Antena 3, 1996) o una farmacia (*Farmacia de guardia*, Antena 3, 1991-1995).

En Telecinco, las series se centraron en diversas profesiones y ambientes cotidianos. *El Comisario* (1999-2009) retrataba la vida en una comisaría de policía, mientras que *Médico de familia* (1995-1999) se desarrollaba en un centro de salud, y *Periodistas* (1998-2002) seguía las historias de una redacción de prensa, con José Coronado como jefe de redacción. Mítica también fue la serie de corte juvenil *Al salir de clase* (1997-2002), que retrataba las vivencias de un grupo de adolescentes en su día a día, marcando una generación con sus tramas realistas y cercanas. Cantera para un gran número de jóvenes actores, *Al salir de clase* centró sus aventuras en el instituto Siete Robles, del que los chavales entraban y

salían a su antojo. En Antena 3 intentaron hacer sombra a esta producción con *Nada es para siempre* (1999-2000), con un guion y una dirección mucho más rápida, lo que a veces desorientaba al espectador. Por su parte, TVE también contó con éxitos propios, como la popular comedia *Hostal Royal Manzanares* (1996-1998), protagonizada por Lina Morgan, que se convirtió en un fenómeno de audiencia y ejemplo de humor costumbrista.

1.5. La política en clave de *show*. El infoentretenimiento en tiempos de transformación mediática

Junto a los concursos, los espacios de entretenimiento y el resto de formatos diseñados para captar la atención del público, en estos años también se asistió a una nueva forma de entender la información política. Un ejemplo de ello lo encontramos en la aparición de un nuevo género híbrido: el infoentretenimiento, que buscaba representar la realidad informativa, especialmente la política, como si de un espectáculo se tratase. La bibliografía lo enmarca en el paso de la paleotelevisión a la neotelevisión descrito por Umberto Eco: desaparición de géneros puros, hibridación, espectacularización y prioridad del impacto por encima de la relevancia estricta del dato. En ese marco, la información política incorporó dramatización, sátira, emotividad, personalismo y efectos técnicos pensados para el *show*. Todo ello cristalizó en lo que la literatura más reciente denomina también infoentretenimiento político o *politainment*.

Aunque es en los años 90 —con la llegada de las privadas y la competencia televisiva— cuando se produce la expansión de este tipo de espacios, el fenómeno no partía de cero. Ya en la década anterior podían apreciarse en TVE rasgos claros de esa hibridación en *Si yo fuera presidente* (TVE, 1983-1985), dirigido y presentado por Fernando García Tola, o en *De jueves a jueves* (TVE, 1986), donde Mercedes Milá protagonizó icónicas entrevistas a figuras como Adolfo Suárez y daba paso a *sketches* animados que parodiaban al invitado. También podrían citarse *Querido Pirulí* (magazín politizado con noticiario infantil) o *Viaje con nosotros*, un *infoshow* político con un noticiario falso marcado por el humor. Incluso *Los Muñegotes* (TVE, 1990) ensayaron el sarcasmo con muñecos de látex, aunque sin el anclaje diario a la actualidad que más tarde resultaría decisivo.

Con las privadas, el modelo se consolidó. Canal Plus funcionó como detonante con *Lo + Plus* (1995) y, dentro de él, *Las noticias del guiñol* (1995-2005; luego en Cuatro, 2005-2008), consideradas el desembarco canónico del infoentretenimiento político en España. Se trataba de un “informativo paródico” con auténtico trabajo periodístico de selección y jerarquización, pero vehiculado

mediante marionetas que ridiculizaban a los líderes políticos. Ejemplo emblemático fue el célebre “beso” Aznar-Pujol, que visualizó con humor un pacto de poder y mostró hasta qué punto la sátira podía fijar marcos de interpretación pública. Las reacciones a aquel episodio no tardaron en llegar: ABC tituló en 1997 que en el PP se planteaba crear un “contraquiñol”. El entonces coordinador general del partido, Ángel Acebes, fue aún más tajante, llegando a sugerir que, si *Las noticias del quiñol* no era un programa de humor, habría que advertírselo previamente al espectador, no fuera a ser que alguien confundiera un *gag* con un editorial.

En la misma línea temporal, Telecinco consolidó el prototipo con *Caiga Quien Caiga* (1996), importado directamente de Argentina. El programa contaba con reporteros-personaje, sarcasmo sistemático, preguntas incómodas, edición frenética y una estética que espectacularizaba la política. El espacio se vendió como un “Informe Semanal en clave de humor” que convirtió sus gafas negras en trofeo simbólico para políticos y celebridades. No se puede olvidar tampoco *El Informal* (Telecinco, 1998-2002), que reforzó la fórmula desde el *prime time* diario con noticias del día remezcladas con doblajes, *sketches*, “Parecidos razonables”, “Falsas tomas falsas...” y el aval de la Antena de Oro (1998) y el Premio Ondas (2001). Tanto el primero como el segundo fijaron muchos de los estilemas que se suelen considerar rasgos del género: selección temática orientada al impacto, parodia de fuentes oficiales, protagonismo del periodista-intérprete, dramatización, humor y una técnica audiovisual al servicio del ritmo y la puesta en escena.

El infoentretenimiento, sin embargo, no se redujo a la sátira política pura. También se expandió por el territorio del reportaje y la investigación con tono sensacionalista, donde la “autenticidad” y la emoción se volvieron claves narrativas. *Espejo Público* (Antena 3, desde 1996) puede considerarse como primer gran programa de reportajes de infoentretenimiento, caracterizado por la abundancia de piezas emitidas, un amplio número de horas de contenido y una mezcla de imágenes impactantes con testimonios altamente emotivos. A su estela, *Al descubierto* (Antena 3, 2002) y *A corazón abierto* (Telecinco, 2003) institucionalizaron el uso de la cámara oculta y el debate en plató como fórmula de alto efecto mediático.

Hacia finales de los noventa y comienzos de los 2000, el formato híbrido amplió su radio de acción. Los espacios nocturnos con tintes satíricos empezaron a mezclar humor y política de forma más evidente, mientras que algunos

magazines de actualidad incorporaban tertulias en las que primaban la confrontación y el espectáculo sobre el dato. En paralelo, espacios como *Los desayunos de TVE* (desde 1994) marcaron un punto de inflexión en el tratamiento matinal de la política, fusionando entrevistas, análisis y debate en directo con un lenguaje más cercano a la televisión de entretenimiento. Todo ello preparó el terreno para una década en la que la frontera entre informar y entretener se volvió cada vez más difusa y donde resultaba cada vez más difícil trazar una separación nítida entre ambos terrenos. En esta segunda oleada, también destacarían títulos como *Noche Hache* (informativo paródico con tono editorial mordaz) o *Buenafuente* (*late night* de autor con acento político y monólogos de actualidad). Ambos programas formarían parte de las nuevas cadenas que surgieron al calor de la liberalización del espectro televisivo y del auge de la TDT, a las que dedicaremos más adelante unos párrafos específicos.

Por otro lado, este proceso de hibridación entre política y espectáculo no tardó en alcanzar el corazón mismo de la democracia: la contienda electoral. La lógica del infoentretenimiento —con su apuesta por el ritmo narrativo, el impacto visual y la dramatización del presente— encontró en los debates entre candidatos un campo de experimentación perfecto. Así, una de las grandes revoluciones a nivel televisivo en estos años tuvo que ver con una nueva forma de escenificar la política ante millones de espectadores. Fue en este periodo cuando, por primera vez en España, los debates electorales a dos bandas pasaron a formar parte del horario estelar y del imaginario colectivo.

En 1993, Felipe González y José María Aznar protagonizaron los primeros grandes “cara a cara” televisados. Se emitieron cronológicamente en Antena 3 y Telecinco los días 24 y 31 de mayo y concentraron a millones de españoles ante la pantalla. Aquellos enfrentamientos marcaron un hito en la historia de la comunicación política del país, al introducir en cierto modo la estética del espectáculo en el núcleo del debate político. El primero, moderado por Manuel Campo Vidal, fue el programa más visto del año, alcanzando una audiencia media de 9.662.000 espectadores (el 27 % de la población), con un pico de 10.949.500 a las 23:15 horas. El segundo, emitido en Telecinco, superó los 12 millones, situándose como la emisión más seguida hasta ese momento.

Detrás de aquel éxito de público hubo un meticuloso ejercicio de producción televisiva. Desde la escenografía hasta la duración de cada intervención, todo fue objeto de negociaciones detalladas entre los equipos, que incluso llegaron a firmar ante notario las condiciones del último minuto del debate. Como

relató el propio Campo Vidal en un especial con motivo del 25º aniversario de Antena 3, cada aspecto del encuadre, la iluminación o la posición de los contratulios fue acordado con precisión quirúrgica, conscientes de que no solo se trataba de exponer ideas, sino de construir imágenes de liderazgo. Consolidado el formato, los cara a cara televisivos se convirtieron en pieza central de las campañas electorales, al punto de reconfigurar por completo las estrategias de comunicación de los partidos.

Más allá de los mítines o los anuncios, el debate se transformó en la auténtica batalla simbólica de cada convocatoria. Lo que comenzó en 1993 marcó el inicio de una nueva liturgia política y, a su vez, subrayó cómo la televisión podía modelar percepciones, generar climas de opinión e influir en el desenlace electoral. A partir de entonces, cada nueva cita con las urnas llevó aparejada una estrategia televisiva minuciosa, consciente de que el espectáculo y la política ya no eran universos paralelos, sino vasos comunicantes. El debate dejó de ser un mero intercambio de argumentos para convertirse en un acto de escenificación, de coreografía política ante la audiencia nacional.

2. CUANDO TODO CAMBIÓ: LA REVOLUCIÓN DIGITAL EN LOS MEDIOS (2000-2020)

Tan solo dos años después de que Aznar y González protagonizaran sus debates, el visionario de la convergencia digital Nicholas Negroponte predijo que “todo lo que pueda ser digital, lo será”. Y no se equivocaba. La revolución digital comenzó a transformar la manera en que se consumía la información y la forma en la que se generaba y se distribuía. La prensa escrita, la televisión y la radio se vieron arrastradas hacia un nuevo horizonte donde la inmediatez y la interactividad tomaron el control del proceso informativo. La información dejó de ser un producto acabado, para transformarse en un flujo constante y dinámico, accesible desde cualquier rincón del planeta. Con cada clic, los consumidores de noticias se convirtieron en participantes activos, alterando el equilibrio de poder en el ecosistema mediático.

Hoy, hablar de los inicios del periodismo en Internet y las primeras redes sociales parece un vestigio de un tiempo que ya no existe. Lo que alguna vez fue el inicio de una revolución ha evolucionado hacia un mundo repleto de desafíos e incertidumbres. La democratización de la información ha permitido que sueñen voces diversas, pero también ha generado un caldo de cultivo para la desinformación, los *pseudomedios* y el radicalismo. En este entorno inestable, la fun-

ción del periodismo se redefine constantemente, a medida que los medios buscan estrategias para captar la atención de audiencias desbordadas por el exceso de información y con la dificultad de encontrar un modelo publicitario y económico que les haga viables.

Los cambios radicales han afectado al soporte, las formas de financiación, las mediciones de audiencia y al papel y actitud de los receptores. También han influido en la forma de redactar, en cómo titular una noticia, en la indexación de contenidos o en las rutinas profesionales. Todo está cambiando o ha cambiado ya, con la garantía de que ya nada será igual en el panorama de los medios. ¿Quién tiene la culpa? En realidad, es un fenómeno multifacético, donde cada agente del sector informativo, desde las empresas periodísticas hasta los consumidores, han jugado un papel clave en la creación de esta nueva realidad.

La transición hacia el periodismo digital supuso uno de los procesos de cambio más significativos en la historia reciente de los medios. En España, los inicios de esta transformación comenzaron no muy tardíamente con respecto a otros países pioneros y con los primeros ensayos operativos en torno al uso de la informática. Las posibilidades que ofrecía la tecnología digital a las redacciones de los medios se evidenciaron en los inicios de los años ochenta, cuando los primeros ordenadores personales, o PC, comenzaron a sustituir las máquinas de escribir convencionales. Pronto, los anclajes a partir de los cuales se desarrollaría la comunicación comenzaron a transformarse. La digitalización permitió la integración de texto, imagen y sonido de manera instantánea.

No obstante, fue la consolidación de Internet a finales de la década de 1990 y comienzos de los 2000 lo que marcó un verdadero punto de inflexión. La creación de sitios web de noticias permitió que los medios tradicionales experimentaran con nuevas formas de narración. A medida que el siglo XXI avanzaba, surgieron plataformas que revolucionaron aún más la manera en que se compartía y consumía información. Llegó también en el ámbito de la radio y la televisión la posibilidad de transmitir en línea, lo que permitió a los oyentes y espectadores acceder a contenidos en cualquier momento y lugar.

La creciente popularidad de los dispositivos móviles inteligentes amplificó aún más esta revolución. Con una audiencia dependiente de sus *smartphones* se generó una nueva dinámica que impulsó a los medios de comunicación a innovar en sus formatos y enfoques. Las redes sociales, las aplicaciones móviles y las notificaciones instantáneas cambiaron las reglas del juego, obligando a los medios a reconsiderar sus estrategias para captar y mantener la atención del consumidor.

Lo que comenzó con un aparente empoderamiento de la sociedad cuando se celebraba la aparición del bautizado como “periodismo ciudadano” o se hablaba de Internet como “el gran ágora griega”, acabó diluyéndose, en uno de los fenómenos de mayor sumisión colectiva: la venta de nuestra privacidad a cambio del disfrute “gratuito”, de servicios en la Red y el uso de terminales domésticos.

Streamers, “creadores de contenido”, la industria de la desinformación y la Inteligencia Artificial llegaron después para terminar de cambiarlo todo y remodelar la forma en que pensamos. Estos nuevos actores han diversificado el ecosistema comunicativo, desplazado referentes tradicionales y desafiado los mecanismos clásicos de validación informativa. La autoridad periodística, la veracidad de las fuentes o la idea misma de objetividad se han visto cuestionadas por dinámicas algorítmicas, lógicas virales y discursos polarizantes que circulan en tiempo real. Las próximas líneas son simplemente un repaso a cómo surgió una revolución que ya forma parte de la historia de nuestra sociedad, de la comunicación y el periodismo.

2.1. Pioneros en la red. La prensa descubre Internet

Un sótano oscuro, impregnado de olor a disolvente y sin rastro de luz natural. Ese fue el escenario en el que vieron la luz las primeras versiones digitales de los medios de comunicación en España. Estas iniciativas nacieron del impulso y la curiosidad de algunos redactores y técnicos que, de manera individual, comenzaron a explorar las oportunidades que ofrecía la Red. Paralelamente, algunos de los primeros proveedores de Internet, como Servicom, impulsaron alianzas con diversos medios para ofrecer a sus usuarios acceso a contenidos informativos derivados de las ediciones impresas de los periódicos.

Corría el año 1994. *El Temps*, una revista valenciana de actualidad, se convertía en la primera publicación española con una versión *online*. Poco después le seguiría el *Boletín Oficial del Estado* y, a finales de ese mismo año, *El Periódico de Catalunya* se convertía en el primer diario impreso de información general en dar el salto a Internet. El 1 de abril de 1995, *Avui* pasó a ofrecer sus contenidos bajo un dominio propio y estructura web. *La Vanguardia* inauguraba su versión digital en julio y, en agosto, *Diario Vasco* daba también el paso a lo electrónico. *ABC*, que ya había comercializado parte de sus archivos en CD-ROM, consolidaba ese mismo año su presencia en el “ciberespacio”. La revolución había comenzado.

En 1996, se produjo el gran salto digital de la mayoría de los diarios impresos. *El País*, coincidiendo con su vigésimo aniversario, ponía en marcha su versión en

formato electrónico. El rotativo de PRISA se lanzaba a la aventura WWW para competir con *El Mundo*, que, con Mario Tascón como responsable de contenidos y especialista en infografía, había optado desde el principio por ofrecer en línea las noticias casi completas de la versión impresa y los suplementos. Preocupado por la renovación constante, *El Mundo* culminaría el siglo XX con la presentación de cinco portales verticales, un proveedor de acceso gratuito que regalaba 25 pesetas en llamadas telefónicas por cada hora de navegación y el buscador Ariadn@, que daba nombre a un nuevo suplemento de nuevas tecnologías.

En 1997, ya eran pocos los periódicos que no se habían sumado a esta tendencia. A partir de ese momento, entró en escena la búsqueda decidida de un modelo de negocio, la conformación de productos que se iban independizando de la mera reproducción de los contenidos de las ediciones impresas y la formación de redacciones más o menos autónomas. Todavía entonces, leer la prensa en línea en España era una experiencia limitada, pues era necesario contar con ordenadores potentes y una conexión a Internet; lo cual suponía, además de un reto para la paciencia —por la aún lenta velocidad de los primeros módems—, altos costes y restringía tanto las inversiones familiares como el acceso generalizado a la información. Sin embargo, poco a poco, todo lo que fuese permanecer al margen de la digitalización pasó a ser algo impensable.

En pleno debate sobre qué modelo era más efectivo y qué web atraía más usuarios, *El País* decidió fichar a Tascón y buena parte de sus colaboradores de *El Mundo*. Aquello provocó un conflicto con este último diario que llegó a acudir (sin éxito) a los tribunales. El mismo año 2000 marcaría a estos y otros periódicos en un nuevo rumbo, dado que la apuesta por la constitución de empresas filiales (como Prisacom y Grupo Correo Media Trader) buscó dotar de mayor autonomía y relevancia al negocio electrónico, en un intento por consolidar su presencia en un entorno cada vez más competitivo y en constante evolución. La idea se importaba de Estados Unidos, que ya había experimentado con este sistema en sus principales publicaciones.

Poco después, alrededor de 2002, comenzó una nueva etapa. Aquella estuvo caracterizada por el salto de algunos diarios al pago por contenidos. El movimiento más destacado de este tipo lo protagonizó de nuevo *El País* (*Elpais.es*), con la adopción de un modelo casi íntegramente de pago. Meses después, *La Vanguardia* también empezó a experimentar con esta fórmula, aunque a través de un sistema mixto de suscripción de pago y acceso sin coste. Radicalmente distinto fue el modelo de prensa impulsado por *20 Minutos* (2000), que adoptó una

fórmula financiada por la publicidad y de acceso completamente libre. El modelo de “Madrid y m@s” comenzó a distribuirse de manera gratuita en las principales ciudades, introdujo una nueva dinámica en el mercado y marcó el inicio de una era de periódicos de bajo coste. *20 Minutos* acabaría lanzando su versión digital en 2005, mismo año en el que se convirtió en el diario más leído en España, según el Estudio General de Medios (EGM).

También en este periodo surgieron otros periódicos sin versión previa en papel, lo cual era indicativo de que el acceso al sistema mediático ya no dependía del soporte impreso. Había nacido la prensa nativa digital —con representantes clave como *Estrella Digital* (1998), *Libertad Digital* (2000) y, sobre todo, *El Confidencial* (2001)—, que vino a hacer competencia económica e ideológica a los medios de referencia. Con respecto a estos últimos, el sistema de pago para acceder a la edición impresa de *El País* hizo que las visitas del diario de PRISA cayeran de forma drástica. Por el contrario, *ElMundo.es* se alzó con el liderazgo de la prensa digital en España y, en paralelo, *ABC* apostó por la suscripción para la consulta de su hemeroteca de noticias. No todo fue sencillo, pues también se sumaron nuevos problemas, como la escasez de ingresos, que resultaron insuficientes para paliar la inversión inicial, los despidos y otras dificultades relacionadas con los ritmos frenéticos y el sobreesfuerzo técnico y humano. Por ejemplo, durante los atentados del 11 de septiembre de 2001 en Estados Unidos (11-S), el sistema de servidores de *El Mundo* se cayó al no ser capaz de aguantar el alto tráfico generado.

De este modo, el acceso a la información de actualidad a través de Internet se consolidaba como una tendencia en alza, aunque su consumo seguía condicionado por la disponibilidad tecnológica del momento. Sin embargo, incluso antes de la crisis económica de 2008, la incidencia de la prensa digital sobre la editada en papel reflejaba ya un cambio significativo en los hábitos de consumo de noticias. Esta transformación evidenció no solo un desplazamiento hacia lo digital, sino también una evolución en las expectativas del público, que comenzaba a demandar contenidos más inmediatos y accesibles. El año 2010 fue, además, el momento del nacimiento de los quioscos virtuales, siendo *El Mundo* uno de los primeros en poner en marcha este tipo de plataformas.

Bajo el nombre “Orbyt”, su sistema informático ofrecía acceso a la lectura del diario, así como a espacios reservados dentro del soporte. Además, facilitaba una amplia oferta de servicios complementarios como cine, vídeos y descuentos, todo para el disfrute de sus lectores, interesados en una experiencia más

completa. Por su parte, “Kiosko y más” fue otra propuesta de distribución digital de prensa, surgida como consecuencia de la alianza de más de diez grupos editores (Vocento, PRISA, Godó, Axel Springer, RBA, entre otros), para lograr el salto del papel a la web con un modelo viable de negocio. Presentada oficialmente en julio de 2011, precedió el nacimiento de otros medios digitales nativos, como *eldiario.es* (2012) e *Infolibre* (2013), que se unieron con al modelo de pago por contenido de valor añadido.

En el caso de *eldiario.es*, al frente de su dirección estaba el antiguo director de *Público* (2007). Este periódico, impulsado por Mediapro, fue el último gran intento de lanzar una cabecera nacional en papel, con un diseño innovador y una línea editorial situada a la izquierda de *El País*. Pese a su corta vida impresa, dejó una huella significativa antes de limitarse a su versión digital. Tras su cierre, Ignacio Escolar decidió fundar el nuevo medio agrupando a antiguos redactores que habían quedado desvinculados. Dicho equipo compartía una visión crítica y comprometida, y su experiencia en el periodismo de investigación y análisis se convirtió en el pilar del proyecto. Su creación fue un refugio para profesionales del periodismo, así como una respuesta a la necesidad de ofrecer una alternativa informativa en un contexto mediático cada vez más concentrado y homogéneo. Por su compromiso con el periodismo libre, el diario optó por vincularse a una sociedad limitada, de la que más del 70 % estaba (y está) en manos de personas que trabajan diariamente en la redacción.

Infolibre, por su parte, publicó su primer número el 7 de marzo de 2013. Tras el proyecto también estaban antiguos periodistas de *Público*, *El País* y Radiotelevisión Española. Todos compartían una visión común de independencia y rigor periodístico, así como una apuesta firme por la defensa del interés público. Fue pionero en el mercado de medios digitales españoles por su modelo de negocio, en el que una parte de los contenidos son de pago y cerrados para suscriptores. Dirigido por Jesús Maraña, la cabecera apostó por un periodismo comprometido y sostenido fundamentalmente con las aportaciones económicas de sus lectores, sus socios fundadores, y rechazando los llamados “acuerdos institucionales” opacos, es decir, contratos de financiación encubierta con grandes empresas.

Ambos nacimientos fueron ejemplos de que el modelo de la prensa tradicional se estaba quedando obsoleto. Este se había basado durante décadas en el ingreso publicitario y en la venta de ejemplares. Con la revolución digital, esas dos fuentes comenzaron a menguar, a cada cual más deprisa. Algún dato ayuda a ilustrar la dimensión del golpe: *El País* difundía más de 450.000

ejemplares diarios en 2007 y quince años después no llegaría a los 60.000. El resto de generalistas estaban por debajo de esas cifras, hasta el punto de que *La Razón* abandonó la OJD. La disrupción tecnológica obligó así a encontrar alternativas viables para la supervivencia del periodismo.

Esta crisis del modelo tradicional fue evidenciada de manera clara por varios episodios. Uno de los ejemplos más claros fue el tratamiento informativo de los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid (11-M), que marcó uno de los momentos más trágicos y divisivos de la historia reciente de España. Bajo la dirección de Pedro J. Ramírez —posterior fundador, por cierto, de *El Español* en 2015, un diario digital centrado en la actualidad política—, *El Mundo* impulsó la teoría de que ETA era responsable de los atentados, a pesar de las pruebas judiciales que apuntaban en otras direcciones. Este enfoque generó una división mediática significativa y subrayó cómo algunos medios, en su afán por captar la atención del público y alinearse con ciertos intereses políticos, terminaron ofreciendo una narrativa que no se correspondía con los hechos verificables. La controversia generada por esta postura dio muestras de la fragilidad de los modelos periodísticos establecidos, incapaces de evitar que la lucha por el poder mediático y la audiencia se antepusiera a la objetividad.

La polarización mediática que se derivó de esta guerra informativa mostró, de manera dramática, que la prensa tradicional ya no podía seguir operando de la misma forma. A la vez, en ese contexto de crisis, actores significativos como *El Confidencial* consolidaron aún más su papel al aprovechar la inmediatez de los medios digitales. El 2 de junio de 2014, adelantó la noticia de la abdicación del Rey Juan Carlos I, desbordando a las cabeceras tradicionales. Este evento supuso un antes y un después para los medios nacidos en la Red, que hasta ese momento habían sido vistos con cierto escepticismo debido a su falta de tradición. Las redes sociales, como termómetro inmediato, reflejaron el impacto de la noticia con comentarios como: “Enhorabuena a @elconfidencial. Los primeros en dar la noticia. Algo está cambiando en el periodismo”. Aquel día, *El Confidencial* no solo se ganó el respeto de la audiencia —“acaba de dar un golpe de autoridad”, clamaron también las redes—, sino que demostró su capacidad para anticiparse a los hechos y manejar la inmediatez con efectividad.

Dichas transformaciones en los medios abocaron a la adaptación que requería la prensa histórica. Así lo evidenció la carta de Antonio Caño, entonces director de *El País*, publicada en marzo de 2016. En ella, Caño explicaba la inminente transformación del rotativo en un medio esencialmente digital, fruto de

la necesidad de adaptarse a los desafíos contemporáneos en el consumo de noticias. “En los próximos días concluirá la primera fase de la obra que habilitará una nueva redacción, y con ello llegará el momento de la conversión de *El País* en un periódico esencialmente digital; en una gran plataforma generadora de contenidos que se distribuyen, entre otros soportes, en el mejor periódico impreso de España”. Esta adaptación se enmarcaba en la reflexión de Caño, quien afirmaba que “el paso del papel a lo digital era solo uno de los muchos que debía dar hasta alcanzar su verdadero espacio futuro”.

Una nueva redacción con un moderno “puente de mando”; nuevos perfiles periodísticos —de desarrollo tecnológico, edición gráfica y de vídeo, diseño, producción, medición de audiencias, redes sociales, SEO y control de calidad—; y un espacio de trabajo “sin despachos” eran algunas de las novedades que se implementaban para adaptarse a los desafíos de la era digital. El objetivo era claro: redefinir el flujo de trabajo y promover la colaboración entre los distintos departamentos, todo con el fin de responder mejor a las demandas del periodismo más inmediato, interactivo y dependiente de las métricas de audiencia en tiempo real. Esta reorganización simbolizaba la apuesta decidida del periódico por un futuro digital, en un contexto donde la competencia por captar la atención de los lectores era cada vez más feroz. “Asumimos el compromiso de seguir publicando una edición impresa de EL PAÍS de la mayor calidad durante todo el tiempo que sea posible”, rezaba aquel texto, pero mirando a la consolidación de lo electrónico como única vía sostenible a largo plazo. No era una simple modificación de la infraestructura, sino un profundo cambio de mentalidad, que además marcaba el fin de una era en el periodismo (*El País*, 3 de marzo de 2016, “Carta abierta del director de *El País* a la Redacción del periódico”. Caño, R).

Año	Acontecimiento
1994	<i>El Temps</i> da el salto a Internet como la primera publicación española con versión online.
1994	<i>El Boletín Oficial del Estado</i> lanza su versión digital.
1994	<i>El Periódico de Catalunya</i> se convierte en el primer diario español en ofrecer su contenido en Internet, gracias a la red Servicom.
1995	<i>Avui</i> comienza a ofrecer su contenido en línea.
1995	<i>La Vanguardia</i> inaugura su versión digital.

Año	Acontecimiento
1995	<i>Diario Vasco</i> lanza su versión <i>online</i> .
1995	<i>El Mundo</i> y <i>ABC</i> comienzan a comercializar ediciones en CD-ROM.
1996	<i>El País</i> pone en marcha su versión digital coincidiendo con su vigésimo aniversario.
1996	<i>El Mundo</i> inaugura sus portales verticales y lanza el buscador Ariadn@.
1998	Fundación de <i>Estrella Digital</i> , periódico creado específicamente para la red.
2000	<i>El País</i> y otros periódicos crean filiales digitales como Prisacom y Grupo Correo Media Trader.
2002	<i>El País</i> introduce un modelo de pago en su edición digital.
2002	<i>La Vanguardia</i> experimenta con un modelo de suscripción mixta.
2010	<i>El Mundo</i> lanza Orbyt, uno de los primeros quioscos digitales en España.
2011	Se presenta “Kiosko y Más”, plataforma de venta de prensa digital impulsada por varios grupos editoriales.
2012	Nace <i>eldiario.es</i> , dirigido por Ignacio Escolar.
2013	Se lanza <i>Infolibre</i> , dirigido por Jesús Maraña.
2014	<i>El Confidencial</i> se consolida como un actor clave del periodismo digital con la exclusiva sobre la abdicación del Rey Juan Carlos I.
2015	<i>El Español</i> de Pedro J. Ramírez comienza a editarse como un diario íntegramente electrónico.

Cronología de los medios digitales en España

Han pasado ya unos años desde aquel anuncio crucial y el paisaje mediático ha seguido transformándose en un ambiente de incertidumbre constante. El crecimiento exponencial de las redes sociales ha sido uno de los motores de ese cambio: de funcionar como simples vías de promoción, han pasado a convertirse en intermediarios directos con el usuario, condicionando la producción informativa, los titulares, el peso del vídeo o el uso de cebos para atraer visitas (*clickbait*). A ello se ha sumado la consolidación de nuevas plataformas audiovisuales, la proliferación de espacios informativos de escasa fiabilidad y la circulación masiva de desinformación en un contexto de posverdad, que han planteado retos —y también oportunidades— para medios tradicionales y digitales.

En este proceso de cambio, las redacciones no solo luchan por mantener la relevancia en un entorno saturado, sino que deben adaptarse continuamente a herramientas y tecnologías en constante evolución. En esa dinámica, la reorganización de productos y formatos ha favorecido en muchos casos una mejora de los servicios y una mayor diversificación de los contenidos.

Usuarios más activos y nuevos medios que buscan la segmentación y especialización implican una nueva visión del profesional de la información. Los nuevos periodistas son más versátiles y polivalentes, y necesitan contar, además, con una mayor formación cultural y tecnológica. La contrapartida está en la creciente presión por producir contenido de calidad en tiempos más reducidos y la incertidumbre constante sobre el futuro de la profesión. En este nuevo escenario, la presión por atraer y retener audiencias puede llevar a comprometer la profundidad y la rigurosidad del periodismo, ya que el enfoque puede desviarse hacia el entretenimiento y la inmediatez, en detrimento de la investigación y el análisis.

El desafío, por tanto, radica en encontrar un equilibrio entre innovación y tradición. Las redacciones actuales están llamadas a ser productoras de noticias, pero fundamentalmente guardianes de la ética periodística, buscando siempre el rigor y la verdad en un entorno donde la desinformación puede difundirse con mayor rapidez que los contenidos verificados. En este sentido, el futuro del periodismo dependerá de su capacidad para adaptarse a las nuevas demandas de la audiencia, al mismo tiempo que se aferra a sus principios fundamentales de respeto, imparcialidad y responsabilidad. En esa tarea, lamentablemente, todavía queda mucho por hacer.

2.2. La radio perdió la antena. Del transistor al pódcast

La radio ha experimentado transformaciones significativas en las últimas décadas, impulsadas principalmente por la incorporación de nuevas tecnologías. Sin embargo, estos cambios no solo han estado relacionados con la innovación técnica, sino también con la aparición de grandes grupos empresariales. Desde los concursos de licencias y los procesos de concentración durante los años 80 y 90, el siglo XXI comenzó con un panorama dominado por grandes conglomerados radiofónicos. PRISA, con sus cadenas emblemáticas como Cadena SER, Los 40 y Cadena Dial; Ábside Media, con COPE y otras emisoras; y la integración de Onda Cero dentro de Atresmedia son ejemplos de esta concentración. La radio pública, representada por RNE con Radio 3, Radio Clásica y Radio 5 Todo Noticias, también consolidó su posición como líder en el ámbito

informativo estatal. Pocas iniciativas fuera de estos gigantes lograron convertirse en referencia, si bien destacan casos como esRadio, que surgió tras la salida de Federico Jiménez Losantos de la COPE, o el fenómeno de Radio Marca, el cual se destacó por su modelo deportivo. Entre estos proyectos también se encuentra Punto Radio, una emisora que intentó irrumpir en el panorama radiofónico español a principios de los 2000. Con el respaldo del Grupo Vocento y la participación de figuras como Luis del Olmo, la emisora buscó consolidarse como la segunda radio española, pero nunca logró superar la barrera del medio millón de oyentes en sus nueve años de existencia. Terminó siendo absorbida por la emisora de la Conferencia Episcopal Española en 2012.

Simultáneamente, las comunidades autónomas empezaron a tener sus propias emisoras. Esto permitió una mayor diversificación de la oferta, y en el caso de Cataluña, una influencia clara del idioma, con RAC1 como la emisora en lengua catalana más escuchada, seguida de la pública Catalunya Ràdio. Si hablamos de líderes, la SER ha mantenido el liderazgo en audiencias, con *Hoy por Hoy* como uno de los programas más escuchados, a pesar de la marcha de Iñaki Gabilondo. Sin embargo, la COPE ha crecido notablemente en los últimos años, especialmente con la llegada de Carlos Herrera, antes en Onda Cero, y gracias a su cobertura deportiva, impulsada por el fichaje de Paco González.

A pesar de la prevalencia de la FM, la radio ha tenido que adaptarse a nuevos formatos y tecnologías. Los programas ya no se limitan a ser emitidos en directo; el consumo a demanda, las plataformas digitales y el auge de las emisiones en *streaming* han revolucionado el sector. Este cambio ha permitido nuevas formas de distribución, pero también ha dado paso a marcas exclusivas para contenidos digitales. En este contexto de adaptación, la radio digital, en sus diversas modalidades, comenzó a surgir como una opción que ofrecía nuevas posibilidades tecnológicas.

Trazando un repaso cronológico de estos avances, conviene matizar algunos aspectos y realizar un recorrido sobre los intentos de establecer la radio digital y su implantación en España. A grandes rasgos, DAB (Digital Audio Broadcasting) y DRM (Digital Radio Mundial) son tecnologías de transmisión de radio digital que requieren receptores específicos y están limitadas por la cobertura de las estaciones de transmisión. En el caso del DAB, las primeras emisiones utilizando este sistema se efectuaron a finales de 1996, a iniciativa de la Cadena SER.

En noviembre de este año, la prensa anunció con entusiasmo que la Sociedad Española de Radiodifusión se había convertido en la primera empresa radiofónica

nacional en realizar una retransmisión en sistema digital. La emisión, que se produjo en Pamplona durante la asamblea anual de directores de emisoras de la SER, permitió escuchar *Hoy por hoy* de Iñaki Gabilondo “con plena nitidez”, coincidiendo con el día de San Saturnino. Para ello, se utilizó un transmisor digital y cuatro receptores especiales, tanto fijos como móviles. Augusto Delkader, director general de la cadena, destacó que esta retransmisión era el fruto de los esfuerzos e inversiones de la SER para posicionarse a la vanguardia de la radio del futuro, invitando a otras emisoras a unirse a esta revolución. Además, hizo un llamamiento al Gobierno y las autoridades competentes para que establecieran un nuevo régimen de regulación que facilitara la expansión de la radio digital en España (*El País*, 30 de noviembre de 1996, en “La SER realizó ayer la primera transmisión de la radio española en sistema digital”, J. F. Beaumont).

No pasó mucho tiempo hasta que, en junio de 1997, Radio Nacional de España llevó a cabo otra experiencia con el DAB. Esto ocurrió los días 23 y 27 de junio, en Santander, durante un curso de verano titulado “La radio española ante la era digital: la segunda revolución en las ondas”. Se transmitieron distintos programas de Radio 1, Radio Clásica y Radio 3 en directo, así como un especial informativo de Radio 5 Todo Noticias. Ese mismo año, también se llevaron a cabo emisiones experimentales por DAB de la mano de Catalunya Ràdio, Radio Galega y la Cadena COPE. El siguiente paso importante se dio en 1999 tras la aprobación del Plan Técnico Nacional de la Radiodifusión Sonora Digital.

El Real Decreto 1287/1999 de 23 de julio garantizó frecuencias para RNE y varias emisoras mediante el sistema DAB. Sin embargo, aunque se concedieron nuevas licencias de cobertura nacional en 2000 a diversas cadenas, como la Cadena SER, Onda Cero y COPE, el despliegue de la radio digital mediante este sistema resultó ser un fracaso. A pesar de la inversión y el entusiasmo inicial, la falta de interés de los oyentes y la crisis económica hicieron que la mayoría de estas emisoras no emitieran en DAB o abandonaran rápidamente el modelo. Incluso grandes grupos, como PRISA y Telecinco, se involucraron de manera marginal, sin compromiso real con el mercado radiofónico digital. En los últimos años, se han dado tímidos avances, pero la radio digital sigue lejos de convertirse en una alternativa viable, especialmente frente a la omnipresencia de la FM.

El otro estándar emergente, conocido como DRM (Digital Radio Mundial), tampoco ha tenido una adopción significativa. El DRM fue desarrollado por el consorcio homónimo fundado en 1997, pero su implementación en España ha enfrentado diversas trabas, limitando su expansión. En 2006, se creó la

plataforma DRM en España, presidida por Radio Nacional de España (RNE), lo que marcó un paso importante hacia la implementación de esta tecnología. Empero, la transición hacia el DRM tampoco se ha llevado a cabo de manera masiva y ha estado sujeta a la evolución del panorama de la radiodifusión y a la competencia con otras tecnologías como el propio DAB o el DAB+, una versión mejorada y más eficiente, que, aunque ya consolidada en otros países, sigue sin despegar completamente en el mercado español.

En este escenario de transformación, Internet ha supuesto un verdadero revulsivo para la radiodifusión. Este ha proporcionado una nueva vía para la distribución de la señal radiofónica gracias a la distribución sin restricciones territoriales ni necesidad de infraestructura analógica. Sin embargo, en sus inicios, y aunque hoy pueda parecer sorprendente, las emisoras de radio se mostraron reacias a difundir sus emisiones a través de dicho canal. Inicialmente, las radios acudieron a Internet, al igual que los periódicos, únicamente para dejar constancia de su existencia, reforzar la imagen de sus figuras destacadas y difundir la parrilla de programación.

Solo en una segunda fase se plantearon rentabilizar el nuevo soporte para distribuir sus contenidos. Nacieron así las primeras experiencias de “bitcasters”, protagonizadas por aquellos radiodifusores que emitían audio por la Red. En 1995, Progressive Networks (hoy RealNetworks) presentó RealAudio, un *software* que permitía la transmisión de audio en *streaming*. Inspirada por esta tecnología, la empresa madrileña Real Time Team tomó la delantera al crear Radioteknoland, primera “bitcaster” española que, tras cambiar su nombre por el de Teknoland Station, transmitió a través de Internet el concierto de Luz Casal el 5 de octubre de 1995 en la plaza de Las Ventas de Madrid.

Un poco más adelante, otras estaciones de radio convencionales aprovecharon el *streaming* para superar las barreras geográficas de su frecuencia local. Este fue el caso de Rambla Bit, nacida a partir de la emisora hertziana de Onda Rambla en Lérida (100.2 FM) con el objetivo de crear una fonoteca virtual con los contenidos que se generaban para el programa. Por su parte, Catalunya Ràdio fue la primera “bitcaster” en directo española que comenzó sus actividades a través de la red el 26 de abril de 1996, tres meses antes que Onda Cero. Esta había sido una de las pioneras en aterrizar en Internet, tal y como lo afirmaba *El País*, que, pese a reconocer aquel logro, aseguraba que “hacer sonar en Internet” era, para los responsables de las cadenas, “un objetivo secundario” (*El País*, 13 de agosto de 1996, en “La radio suena en internet”, M. García de Ulzurrun.).

Lejos de esa predicción, el crecimiento de “bitcasters” a partir de ese momento sería exponencial. Evidentemente, Internet ha transformado la radiodifusión, permitiendo a las emisoras alcanzar audiencias globales y dinamitar los límites de la retransmisión tradicional. La llamada radio 2.0 ha traído consigo un cambio de mentalidad a todos los niveles, donde la creación de archivos de sonidos y su distribución se han vuelto más accesibles y personalizables, permitiendo a los oyentes consumir contenido a su conveniencia e incluso participar activamente en la programación.

Contenidos a la carta, interactividad, actualización y flexibilidad son solo algunas de las novedades que ofrece la radio en la Red. La sindicación de materiales, el consumo asíncrono y la introducción de nuevos actores —usuarios, empresas, prensa *online*— han hecho algo más que redefinir la radio convencional. La democratización de la creación de audio ha permitido que voces antes marginadas encuentren su lugar en el espectro radiofónico. Al mismo tiempo, las emisoras han podido segmentar su audiencia y ofrecer propuestas más específicas, alineadas con los intereses de los oyentes. En este nuevo entorno, la interactividad y el *feedback* se han convertido en elementos esenciales, transformando la relación entre las emisoras y su público en una colaboración continua.

Al igual que el *streaming*, el fenómeno *podcasting* no ha hecho sino que revolucionar la industria radiofónica. Raro es que las grandes emisoras del momento no cuenten con su propio canal de pódcast, brindando episodios de sus programas, contenidos exclusivos y formatos innovadores. A modo de repaso, cabría decir que la primera en apostar por esta nueva forma de distribución fue la Cadena SER, que entre 1996 y 2003 ofreció una sección (disponible en Internet) de su programa *Don Ratón*, al frente de la cual estaban José Antonio Gelado y Mara Torres. El propio Gelado puso en marcha el 18 de octubre de 2004 *Comunicando*, primer pódcast español surgido de la vocación de Gelado de modificar algunas de las cosas que venía haciendo en la SER-Radio Madrid:

“Cuando empecé con los podcasts, lo gracioso es que (¡claro!) tampoco se llamaban podcast, no sabías muy bien lo que estabas haciendo, pero querías contar cosas en Internet habladas. En mi caso personal, lo que quería hacer era el programa de radio que había estado haciendo en Cadena SER, en Radio Madrid con algunas cosas que yo quería modificar y que hubiera hecho si hubiera seguido en la emisora. Porque el problema era que me quedé sin emisora, con programa, pero sin emisora” (Izuzquiza, 2009: 254).

“Con programa, pero sin emisora” ha sido la filosofía que ha guiado a muchos creadores de contenido en el mundo del *podcasting*. En el caso de las cadenas generalistas, la mayoría se sumaron a esta tendencia a partir de los años 2000. Cadena COPE y Onda Cero fueron algunas de las primeras en incorporar distintos programas de radio específicamente diseñados para la web, así como la posibilidad de suscribirse o escuchar la programación de la emisora local favorita de la cadena. Por entonces, la SER ya ofrecía, desde abril de 2005, el servicio de “pódcast” (con este título específico) a todos los cibernautas.

Habría que mencionar asimismo iniciativas más modernas como el audio-kiosko Ivoox y Soundcloud. Ambas son imprescindibles para la difusión y el descubrimiento de nuevos formatos y voces en el ámbito sonoro. Hoy también hablamos de la “customización” de contenidos para adecuar la presentación de estos en función de los intereses de las audiencias. Hablamos de una radio “a medida”, impulsada por el auge de las redes sociales, cuya influencia ha transformado la radio 2.0 en una versión 3.0, marcada por el contacto constante con los oyentes y funciones innovadoras como las etiquetas, edición de audios y vídeos complementarios.

La última barrera cruzada hasta el momento ha sido la creación de marcas exclusivas para contenido digital. Es el caso de Podium Podcast (de PRISA) y RNE Audio, junto con plataformas de distribución como Podimo, que incluso cuentan con muros de pago. De hecho, los periódicos no han tardado en integrarse en este ámbito, lanzando programas que se conectan directamente con las informaciones de sus redacciones. Cítense ejemplos representativos como *Hoy en El País*, *El Mundo al Día* y *Un Tema al Día* (de *eldiario.es*), que han borrado las fronteras tradicionales entre los medios y este nuevo formato de distribución sonora.

Todo esto, es evidente, ha traído consigo múltiples ventajas. No obstante, y al igual que la prensa, la nueva radio enfrenta desafíos, como la necesidad de mantener la calidad del contenido y gestionar la saturación informativa. El paso de lo unidireccional a la interactividad plantea la pregunta de cómo preservar la esencia del medio mientras se navega en un océano de opciones. Sin embargo, a pesar de las predicciones sobre su desaparición con la llegada de la televisión y, más recientemente, de Internet, la radio ha demostrado ser un medio extraordinariamente adaptable, capaz no solo de sobrevivir, sino de prosperar en un entorno tecnológico cambiante. El consumo de radio sigue siendo elevado, y formatos emergentes, como los ya mencionados, están experimentando un gran auge frente a otros medios.

Además, las nuevas plataformas digitales han demostrado que es posible construir audiencias sólidas y ofrecer contenidos especializados sin necesidad de licencias de FM. Este panorama ha permitido a los “creadores independientes” aprovechar la flexibilidad de Internet para llegar a un público global, sin las restricciones de licencias administrativas ni grandes inversiones técnicas. Cualquiera puede producir y distribuir contenido de audio, lo que ha transformado radicalmente el sector y ha permitido que emerjan enfoques más cercanos a los intereses y necesidades de cada persona. Esta liberación ha permitido que surjan diferentes formas de conexión con las audiencias, donde lo instantáneo y lo temporal se fusionan, redefiniendo nuestra relación con la radio en tiempo real. Ahora, el reto está en cómo esta revolución seguirá moldeando las experiencias auditivas, prometiendo una escucha más diversa, enriquecedora y, al mismo tiempo, más innovadora que nunca.

2.3. Y llegó el fin... del mando a distancia. El apagón analógico y la instauración de una televisión bajo demanda

Casi dos décadas escuchando palabras como *prime time*, *late night*, diversificación, canales especializados... Todo aquello comenzó a configurarse a principios de los 2000. La televisión del nuevo milenio era un espacio de opciones aparentemente interminables, porque, aunque la oferta era más reducida que la actual, sí existía una variedad que, por lo menos, daba cabida a diferentes géneros. Es cierto que la telerrealidad y los programas “*a cuore abierto*” dominaran la escena, desvelando los secretos más profundos de aquellos personajes dispuestos a compartirlos. *Gran Hermano* fue el primer “reality” que abrió el camino a muchos otros. Precedido por programas como el mencionado *Tómbola* en las autonómicas o *¡Qué me dices!* en Telecinco, que ya habían comenzado a explotar la fórmula del *show* basado en personajes públicos, *Gran Hermano* consolidó el formato y lo popularizó. Algunos otros vivieron con menos fortuna, pero todos fueron símbolos de los últimos años televisivos. *Supervivientes* (en todas sus versiones y en todos los canales), *Quién quiere casarse con mi hijo*, *Operación Triunfo*, *Hotel Glam*, *¿Dónde estás corazón?*, *Aquí hay tomate*, *Salsa rosa*; la lista es inacabable.

Algo antes de eso, apenas consolidado el nuevo sistema televisivo a raíz de la entrada de las privadas, las vicisitudes sufridas por las cadenas de TV fueron representativas de un período de transformación y reajuste. También de una política zigzagueante, carente de modelos y, en cierto modo, ciega a las consecuencias de sus acciones. En sus primeros años de vida, las cadenas privadas

abiertas ostentaron pérdidas continuadas, debido a la feroz competencia por la audiencia y a una inversión inicial desmesurada, motivada por la necesidad de crear empleo televisivo y de desarrollar grandes formatos. Como resultado, se produjo una reestructuración que llevó a la búsqueda de formatos más rentables, aunque también al frecuente cambio de propiedad de paquetes importantes de acciones e incluso el cambio de accionistas de referencia en la gestión de las compañías privadas.

Así, la preponderancia absoluta en el accionariado de Mediaset en Telecinco desde el año 2000 y la del Grupo Planeta en Antena 3 desde mayo de 2003 fueron indicadores del cambio en el liderazgo del sector. Por otro lado, lejos de que la llegada de los operadores privados propiciara un pluralismo automático, el dominio del mercado publicitario favoreció a unas pocas cadenas, las cuales ni siquiera lograron declarar más que unos modestos beneficios. Del mismo modo, TVE siguió acusando marcadamente la llegada de la competencia, con disminuciones significativas de sus ingresos publicitarios y aumentos presupuestarios que desembocaron en una deuda creciente. La rémora de unas estructuras anacrónicas, la existencia de unas plantillas descompensadas, la indefinición del modelo de la televisión a adoptar y un culto desmedido a la producción ajena en detrimento de la propia fueron también factores determinantes que contribuyeron a su crisis.

A medida que el panorama televisivo evolucionaba, se tornó claro que la innovación y la reinención eran imprescindibles. No fue un proceso inmediato, ya que antes hubo que explorar nuevos formatos y estudiar las preferencias del público. Por otra parte, el criterio tecnológico fue otra causa de cambio significativo. En 1995 se aprobaron las leyes del cable y de la televisión local, que abrieron nuevos espacios para el desarrollo de la iniciativa privada en el negocio televisivo y las telecomunicaciones. En este contexto, plataformas como Vía Digital y Canal Satélite Digital (que más tarde se fusionarían en Digital+, después Canal+ y ahora Movistar Plus+) impulsaron la televisión de pago, trajeron numerosos canales extranjeros y crearon canales nacionales, inaugurando así la televisión temática o especializada, como las dedicadas a películas, deportes e información. Un ejemplo de esto fue el nacimiento del Canal 24 Horas de TVE en 1997 y, posteriormente, la llegada de CNN+ en 1999, fruto de la asociación entre Time Warner y PRISA, que estuvo activo hasta 2010. Estos avances culminaron con el proceso tecnológico más relevante que ha tenido lugar en España en relación con la televisión desde su aparición: la implantación de la Televisión Digital Terrestre en todo el territorio, que

prometía ampliar el acceso a una mayor variedad de contenidos y mejorar la calidad de la señal.

La transición a la TDT ha sido, sin duda alguna, un hito revolucionario en el ámbito televisivo. Los primeros antecedentes se remontan al Real Decreto 2169/1998, de 9 de octubre, por el que quedó aprobado el primer Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrenal. En él se establecía una primera fecha de apagado analógico para el 1 de enero de 2012. Este plan hizo posible que las primeras emisiones en tecnología digital terrestre tuvieran lugar a finales de 1999 con el comienzo de Onda Digital, que posteriormente se llamó Quiero TV.

Tiempo después, el Real Decreto 944/2005 de 29 de julio de 2005 derogó el plan anterior y aprobó el Plan Técnico Nacional de la Televisión Digital Terrestre. Mediante el mismo, se adelantaba al 3 de abril de 2010 la fecha límite para el cese total de emisiones analógicas. A finales de noviembre de 2005 comenzaron las primeras emisiones de los canales TDT, que convivieron con las señales analógicas habituales hasta la fecha límite del apagado.

El fin de las emisiones analógicas supuso, además de un cambio estructural en el panorama audiovisual, un proceso complejo que incluyó diversos aspectos. Su implantación no dependía únicamente de la infraestructura disponible, dado que también requería de un papel activo de la sociedad. La mayoría de las viviendas se vieron obligadas a realizar adaptaciones en sus antenas, y los televisores necesitaron de dispositivos adicionales para la recepción de las nuevas señales, o bien de un relevo obligado de los gruesos aparatos de tubo a las finas pantallas de plasma. La colaboración de la población fue, por tanto, uno de los factores clave para lograr la paulatina integración de espectadores en este nuevo sistema.

Como hemos dicho, lo que se denominó el apagón analógico fue una tarea difícil. De hecho, a comienzos de 2006 era un escaso 5 % el número de hogares conectados a la TDT. El porcentaje creció en los años siguientes, hasta rozar, en el tramo final de 2009, el 80 %. La amplia difusión de información a través de medios de comunicación y campañas públicas —como la célebre pregunta televisiva “¿Qué es eso de la TDT?”, emitida de forma reiterada para recordar la proximidad del cambio— jugó un papel crucial en la adaptación de la población, facilitando el proceso de transición hacia la nueva era televisiva.

Tras este periodo de espera, llegó a España un innovador sistema de transmisión. Al calor de la reciente tecnología, surgieron nuevas cadenas. Muchas fueron lanzadas por las grandes corporaciones de la época —

Radiotelevisión Española, Antena 3 y Telecinco— que se vieron beneficiadas por el reparto gubernamental de canales digitales para incrementar y dominar la oferta audiovisual en España. La primera de ellas, RTVE, pasó a gestionar cinco canales digitales, entre los que estaban sus tradicionales La 1 y La 2, de corte generalista; dos provenientes de la televisión por cable, el Canal 24 Horas —un canal exclusivo de noticias— y Teledeporte, que se incorporó a la TDT en 2005; y el especializado en programación infantil Clan TV, inaugurado en 2006 coincidiendo con el 50 aniversario de TVE.

Antena 3, muy activa en el desarrollo y potenciación de la TDT, puso en marcha en 2005 Antena 3 Neox. Esta apostó por la temática infantil-juvenil en sus inicios, aunque progresivamente fue aumentando la edad de su público objetivo. Además, creó Antena 3 Nova, el primer canal femenino de la TDT con programación basada en series, telenovelas y cine. Por su parte, Telecinco puso en marcha La Siete, lanzada en mayo de 2009 y precedida en la misma frecuencia por Telecinco Sport y Telecinco 2. Llegó también de su mano Factoría de Ficción (FDF), relacionada fundamentalmente con la programación de series y cine.

Sogecable (la división audiovisual del Grupo PRISA) protagonizó un movimiento diferente. En noviembre del año 2004 decidió lanzar un nuevo canal de televisión con originalidad. A mediados de febrero de 2005, el consejo de administración de Sogecable solicitó al Gobierno de España que se modificaran las condiciones suscritas del contrato de concesión aprobadas en 1989 para que su cadena analógica (Canal Plus) pudiera efectuar sus emisiones en abierto. Tras la aceptación de la licencia, Sociedad Gestora de Canal+, S.A. hizo público un comunicado en el que especificaba que en otoño de ese año lanzaría su nueva señal de televisión en abierto a través de la frecuencia analógica por la que televisaba Canal Plus. En el mismo comunicado explicó que la antigua programación pasaría a emitirse únicamente por la plataforma de pago, de tal modo que la nueva cadena sería diferente a su privada y tendría un nuevo nombre.

Fue así como apareció Cuatro, que echó a andar un lunes 7 de noviembre a las 20:44 horas. Iñaki Gabilondo, junto a Raquel Sánchez Silva y Boris Izaguirre, fueron los protagonistas de un vídeo de presentación en el que se daba la bienvenida a los espectadores del nuevo canal. Cuatro se presentó en sociedad con programas como el *show* deportivo *Maracaná* (2005-2006) o el magacín vespertino *Channel nº 4* (2005-2008) y pronto puso en marcha espacios que se han convertido en referentes de la televisión en España. Los reportajes de *Callejeros* (2005-2014; 2024-actualidad), el misterio de *Cuarto milenio* (2005-actualidad), concursos como *Fama, ¡a bailar!* (2008-

2011), *Password* (2008-2010) o el *talk-show* humorístico *El Hormiguero* (2006-2011) lograron catapultar la cadena hacia el éxito, con una programación que rápidamente se convirtió en esencial, especialmente en su franja de mayor audiencia.

Además, Cuatro se convirtió en uno de los canales que más se involucró en ficción desde su creación. Llegó a tener en antena más de una treintena de series de ficción estadounidense, de ahí su eslogan “Las series eligen Cuatro”. Producciones como *Dexter*, *Anatomía de Grey*, *Entre Fantasmas*, *House*, *Medium* o *The Closer* coparon su programación y cautivaron a buena parte de la audiencia. Junto a Cuatro, Sogecable también solicitó al Gobierno dos canales extra en TDT que llevaron los nombres de CNN+ y 40 Latino, provenientes ambos de su oferta satelital de pago. El primero fue un canal con una excelente oferta de contenidos informativos, pero cesó sus emisiones en 2010 debido a la crisis financiera de su propio grupo editorial. El segundo, de contenido musical, también cerró en noviembre de ese año, después de estar cinco años en el paquete gratuito de canales de la TDT.

La relación de las primeras cadenas digitales la completaron Net TV y Veo TV. Ambas recibieron en el año 2000 una licencia para emitir en la moderna tecnología. Net TV había sido lanzada el 1 de junio de 2002 y reemitía la señal de la cadena de televisiones locales del grupo Vocento, Punto TV. Tras la adquisición de la mayor parte de sus acciones por The Walt Disney Company y Grupo Intereconomía, en 2008 anunció su cierre y su reemplazo por la señal nacional de Intereconomía TV (posteriormente, El Toro TV), que impulsó su parrilla a través de una marcada línea editorial conservadora y de sus agresivas tertulias políticas (*El gato al agua*) y deportivas (*Punto Pelota*). Por otro lado, Veo TV se estrenó en TDT con emisiones en horario de tarde y con contenidos procedentes mayoritariamente de los grupos editoriales a los que pertenecía, Unidad Editorial y Grupo Recoletos. El 10 de mayo de 2006, se estrenaron los que serían los primeros informativos exclusivos de la TDT, *Las noticias de Veo*, junto con nuevos programas de público minoritario como *Escuela de Talento*, *Aurum presenta*, *En la cocina* y la novela *Ka Ina*.

Sin embargo, y a lo largo de ese periodo de expansión de canales, fue La Sexta quien emergió como un referente indiscutible en el panorama televisivo español. Este canal se consolidó como uno de los principales actores en el sector y logró marcar la diferencia con una propuesta única y rompedora. Nació como canal generalista en señal analógica, representando a un grupo editorial propio, que más tarde sería absorbido por Grupo Antena 3. Desde sus primeros días, La Sexta destacó por su capacidad para innovar y adaptarse a las transformaciones

del consumo televisivo, posicionándose como una cadena audaz y vanguardista, cuyo tono provocador y crítico se convirtió en su seña de identidad.

La Sexta, que comenzó a emitir el 23 de marzo de 2006, emergió rápidamente como una de las cadenas más distintivas del panorama televisivo español. Desde sus inicios, se vendió como la “cadena del humor”, con una programación atrevida y fresca centrada en una mezcla de comedia y crítica social. Los informativos, cuando comenzaron, tenían un tono más humorístico y desenfadado que informativo. Estaba administrada por Gestora de Inversiones Audiovisuales La Sexta (GIA La Sexta), una colaboración entre el grupo mexicano Televisa, que poseía el 40 % del capital, y las productoras españolas Globomedia y Mediapro, que estaban en proceso de fusión en ese momento. También contaba con la participación de otras productoras destacadas como El Terrat, de Andreu Buenafuente, Drive, de José Manuel Lorenzo, y Baintet, de Karlos Arguiñano.

A medida que La Sexta fue consolidándose, su oferta también evolucionó. Programas como *El Intermedio* (desde 2006), un informativo satírico presentado por El Gran Wyoming, tomaron protagonismo y aportaron un estilo particular a su propuesta televisiva. Otros espacios como *La Sexta Noticias* (desde 2006) acabaron por adoptar un enfoque más serio y comprometido, reflejo de su transformación hacia un estilo más maduro y no tan descarado. La apuesta por los deportes en abierto, con la voz inconfundible de Andrés Montes, fue otro pilar fundamental de su éxito. De 2006 a 2009, Montes no solo llegó a La Sexta para contarnos el deporte, dado que su misión era, sobre todo, cambiar el diccionario.

Frases memorables como “jugón”, “porque la vida puede ser maravillosa” y “fútbol con fatatas” se convirtieron en himnos para una generación de aficionados. Los que se deleitaban con aquellas noches de competiciones se abonaron a su estilo carismático y su humor único, que hicieron que los eventos deportivos fueran más que simples retransmisiones. Lo mismo cabría decir de la apuesta decidida por la cadena por las series de éxito y las grandes producciones internacionales, pues, en lo que respecta a producción extranjera, La Sexta realizó importantes desembolsos para comprar series de éxito y satisfacer a su público. Así lo demuestra la importación de títulos estadounidenses como *El mentalista*, *Bones*, *Navy: Investigación Criminal*, *Padre de familia*, *Futurama* y *The Walking Dead*, esta última, convertida en enero de 2011 en el estreno más visto de la historia de la cadena y también como la serie extranjera más vista (3.059.000 espectadores y 16,1 % de audiencia).

Desde su evolución hacia la televisión contemporánea, La Sexta ha sabido reinventarse con la incorporación de formatos que han marcado época. Parte importante de la programación actual de la cadena la forman espacios pertenecientes a los servicios informativos como *Al rojo vivo* (desde 2011), *Más vale tarde* (desde 2012), *El objetivo* (2013-2022, con especiales posteriores) o *La Sexta columna* (desde 2012). En cuanto a su estructura empresarial, ya hemos mencionado al comienzo de este apartado que el rumbo de la cadena lo marcó la fusión de su empresa gestora (Inversiones Audiovisuales La Sexta) con el Grupo Antena 3, lo que derivó en la creación de Atresmedia —perteneciente al Grupo Planeta— y su establecimiento como una de las fuerzas impulsoras dentro de la industria televisiva. Sin embargo, la calificación de esta operación como “fusión” es algo que podría discutirse, ya que el propio nombre de Atresmedia deja claro quién tiene el control real. Además, un aspecto interesante es que, a pesar de esta fusión, La Sexta ha mantenido una línea editorial progresista, mientras que otros medios del grupo, como Antena 3 y Onda Cero, han seguido una orientación más conservadora. Esta disparidad dentro de un mismo conglomerado refleja una particularidad de Atresmedia: la coexistencia de medios con enfoques editoriales claramente diferenciados. Tal situación encuentra un paralelo con lo ocurrido en Mediaset, donde la fusión de Telecinco y Cuatro en el año 2009 dio como resultado un modelo más homogéneo. La segunda acabó transformada en un “segundo Telecinco”, con un enfoque editorial más uniforme en ambos canales.

En este cambiante panorama, otras cadenas temáticas han ido ocupando su lugar en el espectro audiovisual. Desde principios de la década de 2010, la oferta televisiva nacional se ha visto ampliada, lo que permitió la llegada de nuevos canales que también buscaron destacarse. Entre los lanzamientos más notables se encuentran Disney Channel (en abierto desde 2009 hasta su cierre en 2024), la fugaz La 10 de Vocento, que se enfocó en contenidos de entretenimiento y actualidad, Boing (de Mediaset, dirigido a un público infantil y juvenil con series animadas), Nitro (de Atresmedia, especializado en series y películas de acción, cerrado en 2014), Divinity (de Mediaset, centrado en programas de estilo de vida y series dirigidas al público femenino), Marca TV (con contenido deportivo), Energy (de Mediaset, con programación de entretenimiento y deportes), 13 TV (hoy TRECE, de la Conferencia Episcopal, enfocado en contenido religioso y de actualidad) y Discovery Max, dedicado a documentales y programas de entretenimiento factual.

Esta expansión de canales temáticos ha venido acompañada de una caída en la producción propia nacional. Un rápido vistazo a la programación de estos canales demuestra que gran parte de la oferta consiste en contenidos reciclados o “refritos”, con algunas excepciones como *El Chiringuito de Jugones*. Dirigido por el periodista deportivo Josep Pedrerol en Mega (otro canal de Atresmedia), *El Chiringuito* toma prestado su formato de *Punto Pelota*, el programa que Pedrerol presentó en Intereconomía. Su inspiración en un modelo ya establecido parece reforzar la sensación de que gran parte de la producción televisiva actual sigue reciclando fórmulas conocidas. El fenómeno se refleja también en la tendencia de los canales temáticos internacionales, que han cerrado sus señales lineales para pasar a ser accesibles solo a través de plataformas digitales.

2.4. El espectador se reinventa. Reajustes en las formas de consumo audiovisual

La relación entre los emisores de contenido televisivo y sus audiencias ha cambiado de forma radical. El espectador ya no se limita a consumir contenido pasivamente, sino que lo comenta, comparte y adapta a sus propios intereses. Este cambio ha sido impulsado por el auge de las plataformas OTT (Over-the-Top), que permiten a los usuarios acceder a contenido audiovisual bajo demanda a través de Internet, sin depender de los canales tradicionales. Servicios como Netflix, HBO, Amazon Prime Video y Disney+ han transformado la experiencia del espectador, ofreciendo mayor control sobre cuándo y cómo se consume, alterando así la dinámica del visionado televisivo. Las plataformas OTT han surgido como competidores directos, ofreciendo una experiencia mucho más flexible y personalizada.

Frente a la creciente popularidad de estos servicios, las cadenas de televisión tradicionales han lanzado sus propias plataformas OTT. El objetivo ha sido replicar la oferta de sus canales lineales, mientras se ofrece acceso a programación bajo demanda (VOD, por sus siglas en inglés). Ejemplos de ello son Atresplayer, RTVE Play y Mediaset Infinity, entre otras, que no solo permiten ver espacios ya emitidos, sino que también han comenzado a incorporar nuevos servicios como pódcast y materiales exclusivos. Con todo, la adaptación digital del sector televisivo “clásico” sigue enfrentando limitaciones en su capacidad de innovación, con funcionalidades que, en general, son más restrictivas en comparación con las grandes plataformas comerciales.

Un aspecto clave en la adaptación de estas plataformas es la falta de integración de contenido multimedia adicional. Podemos referirnos a esos mismos pódcast, que a menudo se gestionan en plataformas separadas. Esta

fragmentación limita la experiencia del usuario, impidiendo que las plataformas OTT aprovechen todo su potencial multimedia. De hecho, muchos servicios OTT de las radiotelevisión públicas europeas han sido percibidas en ocasiones como bibliotecas digitales, más que como espacios que fomentan experiencias innovadoras e interactivas.

Así las cosas, los servicios de video bajo demanda de estas cadenas siguen careciendo de opciones de participación avanzada. Ciertamente es que la televisión convencional ha integrado herramientas de compromiso como *hashtags* en pantalla, votaciones en directo y encuestas, que permiten la interacción en tiempo real con los programas en vivo. También han surgido experiencias de realidad aumentada y propuestas paralelas, como juegos y foros de discusión, que complementan las historias principales y ayudan a mantenerse atractivas. Sin embargo, la falta de interactividad directa dificulta una relación más estrecha entre el contenido y la audiencia, limitando la personalización de la experiencia del usuario.

Incluso con estas barreras, dichos recursos siguen siendo fundamentales para que la televisión tradicional logre mantenerse vigente en un entorno cada vez más saturado. Para hacerlo con éxito, deberá superar las barreras tecnológicas actuales, especialmente en lo que respecta a la personalización de contenidos y la integración de nuevos formatos. Los sistemas de *streaming* han demostrado que la innovación constante y la mejora en la interacción con el público son claves para el éxito. Por tanto, las cadenas tradicionales deberán apostar por la innovación si desean seguir siendo relevantes y evitar quedar rezagadas en un mercado dominado por gigantes de entretenimiento digital.

Además, ante una expansión de tal magnitud como la experimentada por los servicios de acceso *online* a contenidos, cabe preguntarse cuál es el límite de este mercado y si existirá suficiente para la coexistencia de tantos servicios. Al mirar hacia un horizonte donde es fácil acceder a una cantidad ilimitada de información, el verdadero desafío no radica en la cantidad de opciones disponibles. El reto se encuentra en cómo seleccionamos y disfrutamos de las experiencias que realmente tengan significado, por lo que el sector debe priorizar la creación de contenido de calidad que conecte de manera auténtica con nosotros. Solo así las empresas podrán consolidarse y establecer relaciones duraderas con su audiencia.

Epílogo.

Periodismo en pandemia: huella y herida

El vibrante proceso de reajuste que atravesaban los medios de comunicación, impulsado por todos estos cambios en los hábitos de acceso y consumo de información, se vio abruptamente alterado por un fenómeno inesperado: la pandemia de la COVID-19. Nadie estaba preparado. Ni los gobiernos, ni los hospitales, ni los ciudadanos... ni mucho menos los medios. Cuando a comienzos de 2020 el mundo se detuvo, los periodistas no tuvieron esa opción: debieron adaptarse sobre la marcha, confinados en redacciones virtuales, con recursos limitados, sorteando dificultades técnicas y personales. Muchos no salieron a la calle, pero sí se mantuvieron en primera línea desde sus hogares, escuchando, verificando, interpretando. La pandemia de la COVID-19 no fue solo una crisis sanitaria o económica: fue una prueba de estrés para el sistema mediático y, por extensión, para los valores que sustentan la profesión.

El confinamiento aceleró transformaciones ya en curso. La digitalización de las redacciones, el teletrabajo, la multiplicación de formatos en *streaming* o la hiperconectividad de las audiencias eran tendencias visibles, pero fue el virus quien pisó el acelerador. También lo hizo con los bulos virales y la industria de la desinformación y sus intereses. Frente a ello, el periodismo tuvo que redoblar su esfuerzo y reafirmar su razón de ser: verificar, contrastar, servir al interés público. Durante los meses más críticos, proliferaron los contenidos engañosos en redes y canales de mensajería: curas caseras, teorías conspirativas, infografías sin autoría, cadenas de WhatsApp con datos falsos. La infodemia se convirtió en una amenaza real para la salud pública.

Y, sin embargo, algo cambió. Por un instante, la ciudadanía volvió a necesitar el periodismo y mirarlo con respeto. En mitad del ruido, los medios fiables fueron refugio. En mitad del caos, los periodistas volvieron a

ser esenciales. Se activaron campañas de concienciación ciudadana, coberturas de servicio público y espacios de preguntas y respuestas que ayudaron a entender conceptos como la transmisión comunitaria, la tasa de incidencia o el significado de lo que era una PCR. La información rigurosa salvó vidas. Los datos de consumo informativo durante los primeros meses del confinamiento lo confirmaron: la población volvió a conectarse con los medios generalistas, digitales y tradicionales, en busca de respuestas fiables y voces expertas.

Pero el esfuerzo no fue sencillo. El equilibrio entre inmediatez y rigor se volvió más frágil que nunca. La presión por informar en tiempo real convivió con la necesidad de no alimentar el pánico ni amplificar rumores. En esa delgada línea entre comunicar y alarmar, muchos profesionales sintieron el peso de una responsabilidad casi silenciosa: no solo contar lo que estaba ocurriendo, sino cómo contarlos sin agravar la incertidumbre. La pandemia obligó al periodismo a mirarse en el espejo, a revisar sus prácticas y a hacerse preguntas incómodas sobre su propia función, sus límites y sus excesos.

En paralelo, emergió un periodismo más humano. Las historias de sanitarios agotados, de pacientes que morían en soledad, de barrios que tejían redes de ayuda mutua o de científicos trabajando contrarreloj ocuparon un lugar central en las coberturas. La crónica dejó de ser fría y la distancia imposible. Porque en un mundo cerrado sobre sí mismo, la voz del periodista se convirtió, de nuevo, en puente, en intérprete, en herramienta de consuelo.

Nada de lo que salió de la pandemia volvió a ser igual. Tampoco quienes la vivieron. Sin embargo, el tiempo pronto borró la excepcionalidad, como si nada hubiera ocurrido, como si el miedo, la necesidad de información fiable o la urgencia colectiva de entender el mundo no hubieran sido también una forma de reconocimiento hacia el periodismo. Tras ordenar el caos y acompañar a la ciudadanía, la labor periodística acabó envuelta de nuevo en la espiral de sospecha y la memoria pública olvidó pronto el papel desempeñado por los medios. La gratitud fue sustituida por una crítica generalizada que, aunque no siempre injusta, ignoró el esfuerzo colectivo de un sector tensionado hasta el límite.

De todos los efectos que dejó la pandemia, quizá el más persistente sea la desinformación. Lo más paradójico fue comprobar que muchas de las lecciones que parecían inevitables —la necesidad de información rigurosa, la revalorización del papel periodístico, el reconocimiento del trabajo público— se diluyeron tan rápido como desaparecieron los aplausos. Porque nada volvió exactamente al lugar que ocupaba antes, y, desde luego, tampoco el periodismo, que hoy sigue lidiando con una profunda crisis de legitimidad, acelerada por los cambios tecnológicos, el ruido digital y una sospecha social que se ha vuelto estructural. Lejos de tratarse de una excepción, lo vivido en los últimos años forma parte de una larga historia de adaptaciones, resistencias y reinenciones que atraviesa la profesión desde sus orígenes. Comprender este recorrido —con sus disputas, avances y contradicciones— permite valorar mejor el presente e imaginar, al mismo tiempo, qué clase de relato público queremos construir en el futuro.

Recursos

La historia del periodismo es un campo amplio, lleno de documentos, testimonios, curiosidades y materiales que ayudan a comprender mejor cómo han evolucionado los medios, la profesión periodística y la propia historia. Con el propósito de ampliar lo tratado en este manual y ofrecer nuevas vías para seguir explorando este ámbito, se puede acceder a contenidos adicionales a través de la página web del Grupo de Investigación *Historia y Medios de Comunicación* (HISMEDIA) de la Universidad de Valladolid (UVA).

En esta web se ha creado una sección específica titulada “Materiales y recursos”, en la que se reúnen distintos contenidos relacionados con la historia del periodismo español. En ella el visitante encontrará materiales de apoyo, referencias, documentos, recursos digitales y otros contenidos pensados tanto para complementar la lectura del manual como para descubrir nuevas perspectivas sobre la historia de los medios.

Este espacio está pensado no solo para estudiantes o docentes, sino también para cualquier persona interesada en conocer mejor la evolución del periodismo y de los medios de comunicación en España. Además, a través de este mismo enlace también se podrá acceder al libro en formato electrónico.

El acceso a todos estos contenidos es libre y gratuito: cualquier persona puede entrar en la página y consultar los materiales directamente, sin necesidad de registro ni suscripción. La sección se concibe, además, como un espacio abierto y en permanente actualización, por lo que con el tiempo se irán incorporando nuevos recursos que amplíen y enriquezcan los contenidos del manual.

Puede acceder a estos materiales y recursos en el siguiente enlace (en la sección *Materiales y Recursos*): <https://hismedia.uva.es> o a través de este código QR:



Bibliografía

Obras de referencia generales sobre historia de periodismo y los medios

- Altabella, J. (1955). *Quince etapas estelares de la historia del periodismo*. Barcelona: Noguer.
- Altabella, J. (1983). *Fuentes crítico bibliográficas para la historia de la prensa provincial española*. Madrid: Editorial de la Universidad Complutense.
- Balsebre, A. (2001–2002). *Historia de la radio en España* (vols. I–II). Madrid: Cátedra.
- Barrera, C. (1995). *Sin mordaza: Veinte años de prensa en democracia*. Madrid: Temas de Hoy.
- Barrera, C. (coord.) (2004). *Historia del periodismo universal*. Barcelona: Ariel.
- Barrera, C. (coord.) (1999). *Del gacetero al profesional del periodismo. Evolución histórica de los actores humanos del cuarto poder*. Madrid: Fragua / Asociación de Historiadores de la Comunicación.
- Bustamante, E. (2006–2013). *Radio y televisión en España: Historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona: Gedisa.
- Checa Godoy, A. (1990). *Historia de la prensa andaluza*. Sevilla: Fundación Blas Infante.
- Checa Godoy, A. (2002). *Historia de la prensa pedagógica en España*. Sevilla: Secretariado de Publicaciones, Universidad de Sevilla.
- De Haro de San Mateo, M. V. (ed.) (2011). *La Historia de la Prensa a través de los periódicos y las revistas de información general: Selección de artículos para el estudio de la Historia del Periodismo Español*. DM.
- Espina, A. (1960). *El Cuarto Poder. Cien años de periodismo español*. Madrid: Aguilar.
- Fiestas, E. y Sánchez Aranda, J. J. (1977). *Ensayo de bibliografía sobre historia del periodismo español*. Pamplona: Universidad de Navarra.
- Fuentes, J. F. y Fernández, J. (1997). *Historia del periodismo español. Prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*. Madrid: Síntesis.
- Gómez Aparicio, P. (1967). *Historia del periodismo español*. Tomo I. *De la Gaceta de Madrid (1661) al destronamiento de Isabel II*. Madrid: Editora Nacional.
- Gómez Aparicio, P. (1971). *Historia del periodismo español*. Tomo II. *De la revolución de septiembre al desastre colonial*. Madrid: Editora Nacional.
- Gómez Aparicio, P. (1974). *Historia del periodismo español*. Tomo III. *De las guerras coloniales a la Dictadura*. Madrid: Editora Nacional.
- Gómez Aparicio, P. (1981). *Historia del periodismo español*. Tomo IV. *De la Dictadura a la Guerra Civil*. Madrid: Editora Nacional.
- Guerra, A. (2005). *De emisarios a protagonistas. Boceto para una historia del periodismo corresponsal*. Madrid: Fragua.

- Guillamet, J. (2004). *Història del periodisme. Notícies, periodistes i mitjans de comunicació*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona / Universitat Jaume I / Universitat Pompeu Fabra / Universitat de València.
- Laguna Platero, A., Martínez Gallego, F.-A. y Pérez Martínez, J. E. (2024). *Historia de los medios de comunicación en España: Prensa, radio, televisión e internet*. Madrid: Catarata.
- López de Zuazo, A. (1981). *Catálogo de periodistas españoles del siglo XX*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.
- Mainar, R. (2005). *El arte del periodista*. Madrid: Destino.
- Martín de la Guardia, R. (2026). *Historia de la censura de prensa en España (1808-1978)*, Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Martín Jiménez, V., De Haro de San Mateo, M. V. y Etura, D. (2019). *Textos periodísticos españoles para la historia (1661-2016)*. Madrid: Cátedra.
- Palacio, M. (2001). *Historia de la televisión en España*. Barcelona: Gedisa.
- Pizarroso Quintero, A. (ed.) (1994). *Historia de la prensa*. Madrid: Editorial Ramón Areces.
- Pizarroso Quintero, A. (1992). *De la Gazeta nueva a Canal Plus. Breve historia de los medios de comunicación en España*. Madrid: Editorial Complutense.
- Ruiz Acosta, M. J. y Nogales-Bocio, A. I. (2018). *Historia práctica del periodismo español*. Madrid: Síntesis.
- Sáiz, M. D. y Seoane, M. C. (1998). *Historia del periodismo en España. 3. El siglo XX: 1898-1936*. Madrid: Alianza Editorial.
- Sánchez Aranda, J. J. y Barrera del Barrio, C. (1992). *Historia del periodismo español. Desde sus orígenes hasta 1975*. Pamplona: Eunsa.
- Seoane, M. C. y Sáiz, M. D. (2007). *Cuatro siglos de periodismo en España. De los avisos a los periódicos digitales*. Madrid: Alianza Editorial.
- Tobajas, M. (1984). *El periodismo español (notas para su historia)*. Madrid: Ediciones Forja.
- Tuñón de Lara, M. (1986). *La prensa de los siglos XIX y XX*. Bilbao: Servicio Editorial Universidad del País Vasco.

Siglo XVIII y primeros desarrollos de la prensa

- Aguilar Piñal, F. (1978). *La prensa española en el siglo XVIII. Diarios, revistas y pronósticos*. Madrid: CSIC.
- Beristain, J. M. (1978). *Diario Pinciano, primer periódico de Valladolid (1787-1788)*. Valladolid: Simancas Ediciones.
- Bobillo, F. (2008). *El BOE hace historia. De la Gaceta impresa al BOE digital (1661-2008)*. Madrid: Fragua.
- Caso González, J. M. (1989). *El Censor. Obra periódica. Comenzada a publicar en 1781 y terminada en 1787*. Edición facsímil con prólogo y estudio de José Miguel Caso González. Oviedo: Universidad de Oviedo / Instituto Feijoo de Estudios del Siglo XVIII.
- Checa Godoy, A. (2011). *Historia de la prensa en Córdoba (1790-2010)*. Córdoba: Diputación provincial.

- De Haro de San Mateo, M. V. (2013). “El periodismo taurino en la historia del periodismo español”. *Historia y Comunicación Social*, 18(3), pp. 643–652.
- De los Reyes, A. (2020). *Prensa regional murciana desde su inicio hasta 1980*. Murcia: Fundación Asociación de la Prensa.
- Enciso Recio, L. M. (1956). *Nipho y el periodismo español del siglo XVIII*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Maestre, J. M. et al. (2015). *Francisco Mariano Nipho, el nacimiento de la prensa y la crítica literaria periodística en la España del siglo XVIII*. Madrid: Instituto de Estudios Humanísticos / CSIC.
- Pérez de Guzmán, J. (1902). *Bosquejo histórico documental de la Gaceta de Madrid*. Madrid: Imprenta sucesora de M. Minuesa de los Ríos.
- Ruiz Veintimilla, J. M. (ed.) (1987). *Diario de los literatos de España*. Barcelona: Puvill Libros.
- Sáiz, M. D. (1990). *Historia del periodismo en España*. Vol. 1. *Los orígenes. El siglo XVIII*. Madrid: Alianza Universidad Textos.
- Sánchez Hita, B. (2007). “La prensa en Cádiz en el siglo XVIII”. *El Argonauta español*, 4.
- Soler Arteaga, M. J. (2004). “La Pensadora Gaditana y sus Cartas de Damas”. En *Sociedades y culturas: nuevas formas de aproximación literaria y cultural*. Santander: Arcibel, pp. 1–8.
- Varela Hervías, E. (ed.) (1960). *Gazeta Nueva (1661-1663): notas sobre la historia del periodismo español en la segunda mitad del siglo XVII*. Madrid.

Guerra de la Independencia, liberalismo y siglo XIX

- Almuiña Fernández, C. (1977). *La prensa vallisoletana durante el siglo XIX (1808-1894)*. Valladolid: Servicio de Publicaciones de la Diputación Provincial / Institución Cultural Simancas.
- Álvarez Junco, J. (2009). *El nacimiento del periodismo político. La libertad de imprenta en las Cortes de Cádiz (1810-1814)*. Madrid: APM.
- Arbeloa, V. M. (1970). “La prensa obrera en España (1869-1899)”. *Revista de Trabajo*, 30, pp. 117–119.
- Balsinde, I. (2009). *La Guerra de la Independencia en letra impresa*. Madrid: Fragua.
- Benedicto, J. I. M. (1999). “La libertad de imprenta y su marco legal en la España liberal”. *Ayer*, 34, pp. 65–91.
- Bosch Carrera, M. D. (1992). “Los inicios de las revistas especializadas en España”. *Hispania*, 52(180), pp. 263–277.
- Cascales Ramos, A. (2009). *Blanco White, el rebelde ilustrado*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.
- Checa Godoy, A. (1986). *Historia de la prensa jienense, 1808-1983*. Jaén: Diputación Provincial, Instituto de Cultura.
- Checa Godoy, A. (2009). *La prensa española durante la Guerra de la Independencia (1808-1814)*. Cádiz: Quorum Libros.
- Checa Godoy, A. (2016). *Censo de la prensa española del sexenio democrático 1868-1874 (y relación de fuentes)*. Sevilla: Padilla Libros.

- Checa Godoy, A. (2024). *Historia de la prensa en Extremadura (1808-1939): entre el caciquismo y la reivindicación*. Universidad de Extremadura – Servicio de Publicaciones.
- Durán López, F. (2005). *José María Blanco White, o la conciencia errante*. Barcelona: Fundación José Manuel Lara.
- Gil Novales, A. (2009). *Prensa, guerra y revolución. Los periódicos españoles durante la Guerra de la Independencia*. Madrid: CSIC / Ediciones Doce Calles.
- Gómez Imaz, M. (1910). *Los periódicos durante la Guerra de la Independencia (1808-1814)*. Madrid: Tipografía de la Revista de Arch., Bibl. y Museos.
- Miranda de Larra, J. (2009). *Larra, biografía de un hombre desesperado*. Madrid: Aguilar.
- Ossorio y Bernard, M. (2004). *Ensayo de un catálogo de periodistas españoles del siglo XIX*. Madrid: Imprenta y Litografía de Juan Palacios (ed. facsímil).
- Romero Moreno, J. M. (2019). “La libertad de expresión e imprenta y sus límites en el sistema constitucional del siglo XIX”. *Revista General de Derecho Constitucional*, 29.
- Rubio Cremades, E. (1995). *Periodismo y literatura: Ramón de Mesonero Romanos y el Semanario pintoresco español*. Valencia: Generalitat Valenciana, Conselleria d'Educació i Ciència.
- Sainz de Baranda Andújar, C. (2013). “Orígenes de la prensa diaria deportiva: El Mundo Deportivo”. *Materiales para la Historia del Deporte*, 11, pp. 7-27.
- Sánchez Hita, B. (2017). “Fernando VII contra los periodistas: Los procesos seguidos por la Comisión de Causas de Estado”. *Hispania*, 77(256), pp. 375-405.
- Uría González, J. (coord.) (2004). *Historia de la prensa en Asturias. Nace el cuarto poder. La prensa en Asturias hasta la Primera Guerra Mundial*. Oviedo: Asociación de la Prensa de Oviedo.
- Valls, J. F. (1998). *Prensa y burguesía en el XIX español*. Barcelona: Anthropos Editorial.
- Yanes Mesa, J. A. (2017). *El periodismo grancañario en el sexenio democrático 1868-1874*. Ediciones Densura.

Restauración, crisis del 98 y primeras décadas del siglo XX (1875-1931)

- Afuera, Á. (2025). *Aquí, Unión Radio: Crónica de la primera cadena española (1925-1939)*. Madrid: Cátedra.
- Almuiña Fernández, C. (1982). “La prensa periódica”. En *Revolución y Restauración (1868-1931), Historia General de España y América*. Madrid: Rialp.
- Alonso Alonso, C. (2002). “Ángel Fernández de los Ríos (1821-1880): la escritura militante”. En VV. AA., *Escribir en España entre 1840 y 1876*. Madrid: Visor, pp. 139-162.
- Alonso Cortés, N. (1952). “Clarín y el Madrid Cómico”. *Archivum. Revista de la Facultad de Filología*, 2, pp. 43-61.
- Álvarez Calvo, J. (1949). *Historia del “Diario de Barcelona” (1792-1938)*. Barcelona: Imprenta La Neotipia.
- Bernárdez Rodal, A. (2013). “Sofía Casanova en la I Guerra Mundial: una reportera en busca de la paz de la guerra”. *Historia y Comunicación Social*, 18, pp. 207-221.
- Blanco, I. (2005). *El periodismo de Ortega y Gasset*. Madrid: Biblioteca Nueva.

- Casaldüero, J. (1974). *Vida y obra de Galdós*. Madrid: Gredos.
- Casanova, S. (2022). *De guerra, revolución y otros artículos*. La Umbría y La Solana / Los Libros de Fronterad.
- Desvois, J. M. (1977). *La prensa en España, 1900-1931*. Madrid: Siglo XXI.
- González Ruiz, N. (1963). "Orígenes y principales características de la Editorial Católica". *Gaceta de la Prensa Española*, 145, pp. 169-174.
- Iglesias, F. (1980). *Historia de una empresa periodística. Prensa Española, editora de ABC y Blanco y Negro (1891-1978)*. Madrid: Prensa Española.
- Laguna Platero, A. y Martínez Gallego, F. A. (2022). "Orígenes y desarrollo del periodismo-sensacionalista de sucesos en España (1883-1917)". *Cuadernos.info*, 52, pp. 226-245.
- Lejárraga, M. de la O. y Martínez Sierra, G. (2022). *Cartas a las mujeres de España*. Renacimiento - Biblioteca de la Memoria (Trabajo original publicado en 1916).
- López Campillo, E. (1972). *La "Revista de Occidente" y la formación de minorías (1923-1936)*. Madrid.
- Llanas, M. (1987). "La trajectòria periodística de Gaziol". *Revista de Girona*, 123, pp. 37-42.
- Llanos de los Reyes, M. (1991). *Pedro Jara Carrillo: el escritor y su obra*. Murcia: Academia Alfonso X el Sabio.
- Maza, J. de la (1969). *Vida de mi madre, Concha Espina*. Madrid: Emesa.
- Miranda de Larra, J. (2009). *Larra, biografía de un hombre desesperado*. Madrid: Aguilar.
- Molina, C. A. (1990). *Medio siglo de prensa literaria española (1900-1950)*. Madrid: Endymión.
- Molist Pol, E. (1964). *El "Diario de Barcelona" (1792-1963). Su historia, sus hombres y su proyección pública*. Madrid: Editora Nacional.
- Noreña, M. T. (1974). "La prensa obrera madrileña ante la crisis del 98". En J. M. J. Zamora, *El siglo XIX en España: doce estudios* (vol. 9). Barcelona: Planeta, pp. 571-611.
- Ochoa Crespo, P. (2016). "Sofía Casanova y la narración de la Revolución Soviética en ABC". *Historia y Comunicación Social*, 21(2), pp. 463-476.
- Ochoa Crespo, P. (2017). *Sofía Casanova. Género y espacio público en la Gran Guerra*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Ortega y Gasset, M. (1956). *"El Imparcial", biografía de un gran diario*. Zaragoza: Librería General.
- Pecharromán, C. (2023). *Las primeras periodistas (1850-1931). Profesionalización y activismo en España, Francia y Reino Unido*. Renacimiento - Los Cuatro Vientos.
- Pérez Mateos, J. A. (2002). *ABC: historia íntima del diario*. Madrid: Libro-Hobby.
- Polo Benito, J. (1911). *Del periodismo católico*. Plasencia: Imprenta de Manuel Ramos.
- Revilla, A. (2002). *Periodismo y literatura en la obra de Julio Camba*. Vigo: Diputación Provincial de Pontevedra.
- Sánchez Illán, J. C. (1999). *Prensa y política en la España de la Restauración*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Sánchez Vigil, J. M. (2011). "Las empresas de Nicolás Urgoiti en el marco de la industria cultural española". *Revista Anthropos: Huellas del Conocimiento*, 233, pp. 205-213.

- Sáiz Valdivielso, A. C. (1977). *Triunfo y tragedia del periodismo vasco: (prensa y política) 1900-1939*. Madrid: Editora Nacional.
- Simón Palmer, M. C. (2014). “La mirada social en la prensa: Concepción Arenal”. *Arbor*, 190(767), a142.

Segunda República, Guerra Civil y franquismo

- Aguilar, M. Á. (1982). *El vértigo de la prensa*. Madrid: Mezquita.
- Alted, A. y Aubert, P. (eds.) (1995). *Triunfo en su época*. Madrid: Casa de Velázquez / Ediciones Pléyades.
- Arbeloa, V. M. (2014). “El Socialista versus El Debate (enero-septiembre 1933)”. *Hispania Sacra*, 66(133), pp. 287-335.
- Baget Herms, J. M. (1993). *Historia de la televisión en España (1956-1975)*. Barcelona: Feedback.
- Baget Herms, J. M. (1975). *18 años de TVE*. Barcelona: Diáfora.
- Barreiro, C. (2007). “Aproximación al estudio de la prensa durante la Segunda República”. *Revista RE*, 3, pp. 57-76.
- Barrera, C. (1995). *El Diario Madrid: realidad y símbolo de una época*. Pamplona: Eunsa.
- Barrera, C. (1995). *Periodismo y franquismo. De la censura a la apertura*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Bustamante, E., Franquet, R., García, M.^a T., López, X. y Pereira, X. (eds.) (2008). *Alternativas en los medios de comunicación digitales. Televisión, radio, prensa, revistas culturales y calidad de la democracia*. Barcelona: Gedisa.
- Cal, R. (2001). “Las incautaciones de bienes: notas sobre la radio”. *Historia y Comunicación Social*, 6, pp. 11-29.
- Checa Godoy, A. (1989). *Prensa y partidos políticos durante la II República*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- Chomón, J. M. y Sainz Hernando, C. (coords.) (2018). *La prensa en Burgos durante la Guerra Civil*. Fragua.
- De Cora, J. (1977). *Panfletos y prensa antifranquista clandestina*. Madrid: Ediciones 99.
- De Luis Martín, F. (1987). *El grupo monárquico de ABC en la Segunda República española (1931-1933)*. Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- De Santiago Mateos, M. Á. (2020). “Desarrollo de la fotografía como medio de propaganda: ABC de Madrid durante la Guerra Civil Española (1936-1939)”. *Aportes*, 102, pp. 51-87.
- Delibes, M. (1985). *La censura de prensa en los años 40 (y otros ensayos)*. Valladolid: Ámbito.
- Díaz Nosty, B. (2020). *Voces de mujeres. Periodistas españolas del siglo XX nacidas antes del final de la Guerra Civil*. Sevilla: Renacimiento.
- Dueñas, G. (1969). *La ley de prensa de Manuel Fraga*. París: Ruedo Ibérico.
- Etura Hernández, D. y Martín Jiménez, V. (2021). “La oposición al franquismo a través de reivindicaciones feministas: el Año Internacional de la Mujer en Televisión Española”. *Historia Crítica*, 79, pp. 3-24.

- Fernández Areal, M. (1971). *La libertad de prensa en España, 1938-1971*. Madrid: Cuadernos para el Diálogo.
- Fernández Areal, M. (1973). *El control de la prensa en España*. Madrid: Guadiana.
- Fernández Jiménez, A. (2021). “El romance periodístico de Jaime Campmany como modelo de deperiodismo literario en la España de finales del siglo XX”. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social*, 14(1), pp. 1-22.
- García Escudero, J. M. (1983). *El pensamiento político de “El Debate”: un diario católico en la crisis de España (1911-1936)*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.
- García Escudero, J. M. (1984). *“Ya”, medio siglo de historia (1935-1985)*. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos.
- Gellhorn, M. (2018). *El rostro de la guerra. Crónicas en primera línea 1937-1985*. Debate.
- Ginzo, J. y Rodríguez Olivares, L. (2004). *Mis días de radio: La España de los 50 a través de las ondas*. Madrid: Temas de Hoy.
- Gómez García, S. (2011). “Adoctrinando el futuro: las emisiones infantiles y juveniles de RNE durante el primer franquismo”. *Zer. Revista de Estudios de Comunicación*, 30, pp. 135-152.
- Gómez Mompert, J. L. (2002). “Ecosistema comunicativo franquista y construcción simbólica y mental de España”. En J. A. García Galindo, J. F. Gutiérrez Lozano y I. Sánchez Alarcón (eds.), *La comunicación social durante el franquismo*. Málaga: CEDMA, pp. 597-608.
- Gómez-Reino y Canota, E. (1981-1982). “La libertad de expresión en la II República”. *Revista de Derecho Político*, 12, pp. 159-187.
- Gutiérrez Goñi, J. F. (2009). *La prensa de Cantabria durante el primer franquismo (1937-1942)*. Universidad Complutense de Madrid.
- Lafuente, I. (2016). *La mujer olvidada. Clara Campoamor y su lucha por el voto femenino*. Madrid: Temas de Hoy.
- Lafuente, M. (2002). *El diario Madrid. Historia del cierre de un periódico durante el franquismo*. Murcia: Fundación Universitaria San Antonio.
- Martín de la Guardia, R. (2006). “Los medios de comunicación social como formas de persuasión durante el primer franquismo”. En J. M. Delgado Idarreta (coord.), *Propaganda y medios de comunicación en el primer franquismo (1936-1959)*. Logroño: Universidad de La Rioja.
- Martín de la Guardia, R. (2008). *Cuestión de tijeras: La censura en la transición a la democracia*. Síntesis.
- Martín Jiménez, V., y Montero Díaz, J. (Eds.). (2019). *La televisión en Europa: La historia de sus orígenes*. Tirant Humanidades.
- Moncada Lorén, M. (2018). *Queipo de Llano: terrorismo radiofónico al servicio de Franco*. *National Geographic Historia*.
- Montero Díaz, J. (dir.) (2018). *Una televisión con dos cadenas. Programación y programas de TVE (1956-1990)*. Madrid: Cátedra.

- Morodo, R. (1985). *“Acción Española”*. Los orígenes ideológicos del franquismo. Madrid: Alianza Editorial.
- Muñoz Soro, J. (2006). *Cuadernos para el Diálogo (1963-1976): una historia cultural del segundo franquismo*. Madrid: Marcial Pons.
- Núñez Díaz-Balart, M. (1992). *La prensa de guerra en zona republicana durante la Guerra Civil (1936-1939)*. Madrid: Ediciones La Torre.
- Núñez Díaz-Balart, M. (1997). “El ojo de la aguja. El carnet de periodista, último filtro de la depuración profesional en la inmediata posguerra”. *Historia y Comunicación Social*, 2, pp. 205-210.
- Oskam, J. (2005). “Las revistas literarias y políticas del franquismo”. *Hibris: revista de bibliofilia*, 27, pp. 41-46.
- Osuna, R. (1986). *Las revistas españolas entre dos dictaduras (1931-1939)*. Valencia: Pre-Textos.
- Palacio, M. (2002). “Francisco Franco y la televisión”. *Archivos de la Filmoteca*, 42-43(2), pp. 72-95.
- Pando Ballesteros, M.^a de la Paz, y Martínez López, F. (Coords.). (2025). *Cuadernos para el Diálogo. Historia y legado de una publicación en el sesenta aniversario de su creación*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales
- Parras Parras, A. y Cela, J. R. (2014). “Comunicación y memoria: el fotoperiodismo como testigo de la violencia. Fuentes documentales de la Guerra Civil Española (1936-1939)”. *Historia y Comunicación Social*, 19, pp. 113-131.
- Pérez Embid, F. (1956). *Revistas culturales de posguerra*. Madrid: Temas de España.
- Pinilla García, A. (2006). “La mujer en la posguerra franquista a través de la revista *Medina* (1940-1945)”. *Arenal. Revista de Historia de las Mujeres*, 13, pp. 153-179.
- Ramos Ortega, M. (2001). *Las revistas literarias en España entre la Edad de Plata y el medio siglo: una aproximación histórica*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Rebollo Espinosa, M. J. y Núñez Gil, M. (2007). “Tradicionales, rebeldes, precursoras: instrucción y educación de las mujeres españolas a través de la prensa femenina (1900-1970)”. *Historia de la Educación*, 26, pp. 181-221.
- Ríos Carratalá, J. A. (2025). *Perder la guerra y la historia: La represión de periodistas y escritores (1939-1945)*. Renacimiento - Los Cuatro Vientos.
- Riquelme, J. (2000). *Luna: la primera revista cultural del exilio en España*. Madrid / México / Buenos Aires: EDAF.
- Rodríguez Cárcela, R. (2012). “El Caso: aproximación histórico-periodística del semanario español de sucesos”. *Correspondencias & Análisis*, 2.
- Sánchez, J. F. (1989). *Miguel Delibes, periodista*. Barcelona: Ediciones Destino.
- Sánchez Vigil, J. M. y Olivera Zaldua, M. (2012). “La Unión de Informadores Gráficos de Prensa (UIGP): aportaciones al fotoperiodismo en la Segunda República española”. *Anales de Documentación*, 15(2).
- Sevillano Calero, F. (1998). *Propaganda y medios de consumo en el franquismo*. Murcia/Alicante: Universidad de Alicante.
- Sinova, J. (1989). *La censura de prensa durante el franquismo (1936-1951)*. Madrid: Espasa.

- Sinova, J. (2006). *La censura de prensa en el franquismo*. Barcelona: Nuevas Ediciones de Bolsillo.
- Suberviola, D. y Torrente, L. F. (2014). *El hombre que estaba allí*. Berlín: Libros.com.
- Tessada Sepúlveda, V. (2012). “«Modelando el bello sexo». El modelo femenino en las dictaduras de Franco y Pinochet a través de las revistas femeninas *Y, Revista la mujer y Amiga*”. *Investigaciones Históricas*, 31, pp. 263–282.
- Tranche, R. R. (2012). “NO-DO: información, historia y memoria”. En F. Gil Gascón y J. Mateos-Pérez (eds.), *Qué cosas vimos con Franco... Cine, prensa y televisión de 1939 a 1975*. Madrid: Rialp, pp. 219–237.
- Tranche, R. R. y Sánchez-Biosca, V. (2006). *NO-DO. El tiempo y la memoria*. Madrid: Cátedra.
- Úcar Rivasés, V. (2025). *Espionaje y contrainformación a través de las ondas: la emisora clandestina que la quinta columna infiltró en Unión Radio Madrid durante la Guerra Civil*. Comunicación presentada en el XVII Congreso de la Asociación de Historia Contemporánea.
- Vázquez Liñán, M. (2002). “Radio España Independiente: propaganda clandestina en las ondas”. En J. A. García Galindo, J. F. Gutiérrez Lozano y I. Sánchez Alarcón (eds.), *La comunicación social durante el franquismo*. Málaga: CEDMA, pp. 741–759.
- Vázquez Montalbán, M. (1970). *El libro gris de Televisión Española*. Madrid: Ediciones 99.
- Vega Álvarez, J. A. (2021). “La revolución de octubre de 1934 en Lena: revisión cronológica del combate a partir de la prensa histórica”. *Vindonnus: Revista de Patrimonio Cultural de Lena*, 5, pp. 54–69.
- Ybarra, E. (1985). *“El Correo Español-El Pueblo Vasco”: un periódico institución (1910-1985)*. Bilbao: El Correo Español-El Pueblo Vasco.

Transición, democracia y sistema mediático contemporáneo

- Alfárez, A. (1986). *Cuarto poder en España: la prensa desde la Ley Fraga (1966)*. Madrid: Plaza & Janés.
- Anson Oliart, R. (2014). *El año mágico de Adolfo Suárez. Un rey y un presidente ante las cámaras. Julio de 1976-junio de 1977*. Madrid: La Esfera de los Libros.
- Arrojo Baliña, M.^a J. (ed.) (2008). *La configuración de la televisión interactiva: de las plataformas digitales a la TDT*. Oleiros: Netbiblo.
- Barrera, C. y Zugasti, R. (2001). *La introducción de los valores democráticos en la prensa de la transición española (1975-1978). Valores y medios de comunicación*. Madrid: Edipo.
- Bella Palomo, M. (2004). *El periodista on line: de la revolución a la evolución*. Comunicación Social.
- Berdón Prieto, P. (2025). *Televisión Española y la política en el primer gobierno socialista (1982-1986)*. Valladolid: Ediciones Universidad de Valladolid.
- Cabrera González, M. Á. (2001). “Convivencia de la prensa escrita y la prensa ‘on line’ en su transición hacia el modelo de comunicación multimedia”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, pp. 71–78.
- Cabús Munsó, J. (2001). *La otra cara de la televisión: 45 años de historia y política audiovisual*. Barcelona: Flor del Viento.

- Campo Vidal, M. (2017). *La cara oculta de los debates electorales*. Barcelona: Arpa.
- Casado, M. (2017). *Historias de la tele: los secretos jamás contados de la pequeña pantalla*. Barcelona: Aguilar.
- Castro Torres, C. (2010). *La prensa en la Transición española, 1966-1978*. Madrid: Alianza Ensayo.
- Cebrián, J. L. (1980). *La prensa y la calle: escritos sobre periodismo*. Madrid: Nuestra Cultura.
- Cercas, J. (2026). *El periódico de la democracia*. Random House.
- Costa-Sánchez, C. y López García, X. (2020). *Comunicación móvil*. Barcelona: Editorial UOC.
- Cruz Ruiz, J. (1996). *Una memoria de El País. 20 años de vida en una redacción*. Barcelona: Plaza & Janés.
- De Haro de San Mateo, M. V. (coord.) (2025). *Las Cuatro Plumas: fértil residencia*. Murcia: Editum, Ediciones de la Universidad de Murcia.
- De la Cuadra, B. y Gallego Díaz, S. (1989). *Crónica secreta de la Constitución*. Madrid: Tecnos.
- De la Cuadra, B. y Gallego Díaz, S. (1981). *Del consenso al desencanto*. Madrid: Saltés.
- De Pablo, S., Mota Zurdo, D. y López de Maturana, V. (2020). *Testigo de cargo. La historia de ETA y sus víctimas en televisión*. Bilbao: Ediciones Beta III Milenio.
- Díaz, L. (1994). *La televisión en España (1949-1994)*. Madrid: Alianza.
- Díaz, L. (1997). *La radio en España*. Madrid: Alianza Editorial.
- Díaz, L. (2006). *50 años de TVE*. Madrid: Alianza.
- Díaz Nosty, B. (2013). *La prensa en el nuevo ecosistema informativo. ¡Que paren las rotativas! La transición al medio continuo*. Barcelona: Ariel / Fundación Telefónica.
- Díaz Nosty, B. (coord.) (2017). *Diez años que cambiaron los medios: 2007-2017*. Barcelona: Ariel / Fundación Telefónica.
- Durán Castells, J. y Sánchez Gómez, L. (2008). *Industrias de la comunicación audiovisual*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.
- Durán Froix, J.-S. (2025). *Escritores y televisión en España. Más de medio siglo de intermediaridad y cultura de masas (1956-2016)*. Madrid: Casa de Velázquez.
- Edo, C. (2002). *Del papel a la pantalla, la prensa en Internet*. Sevilla: Comunicación Social.
- Etura, D. (2020). *De esposas a ciudadanas: Las mujeres en Informe Semanal durante la Transición democrática (1973-1978)*. Madrid: Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Farías Batlle, P. (2000). *16 años de Diario 16: Historia y análisis empresarial (1976-1992)*. Málaga: Asociación para la Investigación y el Desarrollo de la Comunicación.
- Fernández Alonso, I. y Santana Cruz, F. (2000). *Estado y medios de comunicación en la España democrática*. Madrid: Alianza Editorial.
- Fuentes Aragonés, J. F. (2009). "De la confrontación al consenso: el papel de la prensa en la Segunda República y la Transición". En R. Quirosa-Cheyrouze (ed.), *Prensa y democracia: los medios de comunicación en la transición*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Gallego Reguera, M. (2016). "Periodistas pioneras e innovadoras en la historia de la televisión en España: Blanca Álvarez y Lolo Rico". *Historia y Comunicación Social*, 21, pp. 487-496.
- García-Albi, I. (2007). *Nosotras que contamos*. Barcelona: Plaza & Janés.

- García Gil, S. (2024). *Libertad en las ondas. La radio informativa de la Transición española (1977-1984)*. Fragua.
- Guillamet Lloveras, J. (ed.). (2018). *La transición de la prensa: El comportamiento político de diarios y periodistas*. Valencia: Universitat de València.
- Huertas, J. M. (2006). *Una Història de "La Vanguardia"* (vol. 17). Barcelona: Angle Editorial.
- Izuzquiza, F. (2019). *El Gran Cuaderno de Podcasting. Cómo crear, difundir y monetizar tu pódcast*. Madrid: Kailas Editorial.
- Langa-Nuño, C. (2019). "Cuando la prensa volvió a tener voz: la estrecha relación de política y prensa en la Transición española". *Revista internacional de Historia de la Comunicación*, 12, pp. 426-432.
- Larumbe, M. A. (2002). *Una inmensa minoría. Influencia y feminismo en la Transición*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Larumbe, M. A. (2004). *Las que dijeron no. Palabra y acción del feminismo en la Transición*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Larumbe, M. A. (2009). *Vindicación feminista. Una voz colectiva, una historia propia. Antología facsímil de textos (1976-1979)*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Legorburu Ortelano, J. M. (coord.) (2022). *Modelos de convergencia de medios en España I: Digitalización, concentración y nuevos soportes*. Madrid: Fundación Universitaria San Pablo CEU.
- López García, X. y García Orosa, B. (2002). "La evolución de la prensa en Galicia (1976-1996)". *Zer: Revista de estudios de comunicación*, 7(12).
- López Lita, R., López Beltrán, F. y Durán Mañes, A. (coords.) (2002). *La prensa local y la prensa gratuita*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I.
- López Romero, L. y Baena, F. (2026). *Yo periodista. Una historia crítica sobre el ejercicio del periodismo en Andalucía (siglos XVI-XXI)*. Sevilla: Editorial Comares y Universidad de Sevilla.
- Martín Jiménez, V., Berdón Prieto, P., Pelaz López, J. V., Herrero Izquierdo, J. (2026). *La tele es mía: historia política de TVE en una España en cambio (1976-1989)*. Editorial Comares (en prensa).
- Martín Jiménez, V. (2013). *Televisión española y la Transición Democrática. La comunicación política del cambio (1976-1979)*. Valladolid: Universidad de Valladolid.
- Martínez Cuesta, F. J. y Alfonso Sánchez, J. M. (2013). "Tardes de enseñanza y parroquia: el adoctrinamiento de las niñas en la España franquista a través de las revistas *Bazar* y *Tin Tan* (1947-1957)". *El Futuro del Pasado*, 4, pp. 227-253.
- Martínez Pérez, N. (2015). *Mujeres creadoras de ficción televisiva durante la Transición española (1974-1981)*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Carlos III de Madrid.
- Martínez Rico, E. (2008). *Pedro J.: Tinta en las venas*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Menéndez, M. Á. y Fontes, I. (2004). *El Parlamento de papel. Las revistas españolas en la Transición democrática*. Madrid: Asociación de la Prensa.
- Meneses, D. (2008). *Noticias sobre la prensa: imagen propia en la Transición democrática*. Madrid: Fragua.

- Montero Díaz, J. (dir.) (2018). *Una televisión con dos cadenas. Programación y programas de TVE (1956-1990)*. Madrid: Cátedra.
- Montero Díaz, J., Paz Rebollo, M. A. y Lacalle Zalduendo, M. R. (coords.) (2022). *La edad dorada de la televisión generalista en España (1990-2010): Programas y programaciones*. Valencia: Tirant lo Blanch.
- Montes Fernández, F. J. (2015). “Historia de la televisión por cable en España (1970-1975)”. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, 48, pp. 57-92.
- Munsó Cabús, J. (2001). *La otra cara de la televisión. 45 años de historia y política audiovisual*. Barcelona: Flor del Viento.
- Navarro López, C. y Coronado Ruiz, C. (2022). “Lasperiodistasparamos8-M y la movilización de las periodistas de Televisión Española en 2018”. *Historia y Comunicación Social*, 27 (2), pp. 371-380.
- Negró Acedo, L. (2006). *El diario El País y la cultura de las elites durante la Transición*. Madrid: FOCA.
- Negroponte, N. (1995). *Ser digital*. Buenos Aires: Atlántida.
- Palacio, M. (2012). *La televisión durante la Transición española*. Madrid: Cátedra.
- Paz, M. A. y Mateos-Pérez, J. (2015). “The political transition in Spanish television programmes for children and youths (1976-1982)”. *Television & New Media*, 17(4), pp. 308-323.
- Pecourt, J. (2008). *Los intelectuales y la transición política: un estudio del campo de las revistas políticas en España*. Madrid: CIS.
- Pérez, X., Vázquez, A. I. y Vences, N. (2014). “La situación profesional de los periodistas españoles: las repercusiones de la crisis en los medios”. *Revista Latina de Comunicación Social*, 69, pp. 104-124.
- Pérez Martínez, J. E. (2016). “Mujeres en la radio española del siglo XX (1924-1989)”. *Arenal. Revista de Historia de las Mujeres*, 23, pp. 35-38.
- Pérez Ornia, J. R. (1988). *La televisión y los socialistas. Actividades del PSOE respecto a la televisión durante la Transición (1976-1981)*. Madrid: Editorial de la UCM.
- Pérez Vilariño, J. (1982). *Los periódicos ante las autonomías*. Madrid: Akal.
- Pinilla García, A. (2017). *La legalización del PCE: la historia no contada, 1974-1977*. Madrid: Alianza Editorial.
- Quirosa-Cheyrouze, R. et al. (2009). *Prensa y democracia: los medios de comunicación en la transición*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Ramírez, P. J. (1989). *La rosa y el capullo: Cara y cruz del felipismo*. Barcelona: Planeta.
- Ramos Rogel, R. y Barrera del Barrio, C. (2018). *El controvertido Diario 16 de Pedro J. Ramírez. De la Transición al felipismo*. Madrid: Fragua.
- Reguero Sanz, I. (2026). *España en viñetas: La creación del Estado de las Autonomías a través del humor gráfico (1977-1983)*. Universidad de Valladolid.
- Reguero Sanz, I. (2022). “La prensa de Madrid durante la Transición a la democracia. Historia y funcionamiento interno de ABC, Diario 16 y El País”. *Historia y Comunicación Social*, 27(1), pp. 83-93.

- Reig, R. (2011). *Los dueños del periodismo: claves de la estructura mediática mundial y de España*. Barcelona: Gedisa.
- Ródenas de Moya, D. y García García, J. (eds.) (2009). *Más es más: Sociedad y cultura en la España democrática, 1986-2008*. Madrid: Iberoamericana / Editorial Vervuert.
- Rodríguez Martínez, C. (comp.) (2007). *La ausencia de las mujeres en los contenidos escolares*. Madrid: Miño y Dávila.
- Rodríguez Virgili, J. (2005). “El Alcázar” y “Nuevo Diario”. *Del asedio al expolio*. Madrid: Ciedossat 2000.
- RTVE (1966). *X años de TVE (1956-1966)*. Madrid: RTVE.
- Salaverría, R. (2005). *Cibermedios: El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*. Sevilla: Comunicación Social.
- Santos Díaz, M. T. (2007). *El auge de la prensa gratuita*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Seoane, M. C. y Sueiro, S. (2004). *Una historia de El País y del Grupo Prisa. De una aventura incierta a una gran industria cultural*. Barcelona: Plaza & Janés.
- Soriano, J. C. (2008). *Pilar Narvi6n. Andanzas de una periodista perezosa*. Teruel: Tirwal.
- Trenado, E. J. (2001). *La transici6n democr6tica en la prensa semanal espa6ola: 1973-1978*. Universidad Complutense de Madrid.
- Varela, N. (2013). *Feminismo para principiantes*. Barcelona: Ediciones B.
- Viuda-Serrano, A. (2015). “Las consignas de censura de tema deportivo en la prensa espa6ola del primer franquismo: un estudio documental”. *Fonseca, Journal of Communication*, 10, pp. 263-294.
- VV. AA. (1994). *La prensa en la Transici6n a la democracia*. Madrid: Iberoamericana.
- Wert Moreno, J. I. (2023). *El proyecto del Grupo PRISA en Antena 3 Radio (1992-1994): M6s all6 del “antenicidio”*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad San Pablo CEU.
- Yunquera Nieto, J. (2016). *Revistas y diarios digitales en Espa6a: Historia de una evoluci6n*. Barcelona: Editorial UOC.
- Zugasti, R. (2007). *La forja de una complicidad. Monarquía y prensa en la Transici6n espa6ola (1975-1978)*. Madrid: Fragua.

Material complementario

Textos periodísticos (fuentes primarias referenciadas o consultadas)

- Arenal, Concepción. “El periodista”. *La Iberia*, diario liberal de la mañana, 14 de mayo de 1857.
- Ansón, Luis María. “Matar al mensajero”. *ABC*, 4 de febrero de 1990, p. 17.
- Beaumont, J. F. “La SER realizó ayer la primera transmisión de la radio española en sistema digital”. *El País*, 30 de noviembre de 1996.
- Caño, Antonio. “Carta abierta del director de *El País* a la Redacción del periódico”. *El País*, 3 de marzo de 2016.
- Castelar, Emilio. “El rasgo”. *La Democracia*, 25 de febrero de 1865.
- “Discurso CXXXVII”. *El Censor*, 28 de diciembre de 1786.
- “España bajo la dictadura: siete años sin ley”. *El Sol*, núm. 4.089, 19 de septiembre de 1930, p. 41.
- Gallo, Isabel. “1898, guerra en Cuba, crónica de la pérdida de la última colonia, en Canal +”. *El País*, 17 de febrero de 1998.
- “Introducción”. *El Siglo Pintoresco*, tomo I, abril de 1845.
- Larra, Mariano José de. “Un periódico nuevo”. *La Revista Española*, 26 de enero de 1835.
- Mesonero Romanos, Ramón. “La romería de San Isidro”. *Cartas Españolas*, 1832.
- Nipho, Mariano. “Plan del Diario”. *Diario Noticioso, Curioso-Erudito, Comercial, Público y Económico*, 1 de febrero de 1758.
- “Noticias. Situación interior y exterior de España”. *Semanario patriótico*, núm. 1, 1 de septiembre de 1808.
- “Los presidenciables”. *Blanco y Negro*, núm. 3.604, 1 de noviembre de 1975, p. 34.
- “Los rostros populares de la televisión (N.º 1)”. *Quién es quién en TVE*, 1971-1972.
- “Monográfico extraordinario: 20 años de TVE”. *Tele-Radio*, 22 de noviembre de 1976.
- “Monográfico XXXI: TVE”. *Cuadernos para el Diálogo*, julio de 1972.
- Ortega y Gasset, José. “Delenda est Monarchia”. *El Sol*, 15 de noviembre de 1930.
- “Plan del Diario”. *Diario Pinciano, Histórico, Legal, Político y Económico*, 1787.
- Prades, J. “Yo sé ganar y perder. Nos hemos equivocado”. *El País*, 27 de febrero de 1994.
- “Presentación”. Martínez, José y Semprún, Jorge. *Cuadernos de Ruedo Ibérico*, junio-julio de 1965.
- “Presentación al público”. *El Obrero*, 25 de septiembre de 1865.

“Prólogo y pensamiento I”. Cienfuegos, Beatriz. *La pensadora gaditana*, 14 de julio de 1763.

“Retirarse a tiempo. No al general De Gaulle”. Calvo Serer, Rafael. *Madrid*, 30 de mayo de 1968.

“Sobre *Las Novedades*”. *La Ilustración*, 16 de noviembre de 1850.

“¿Por qué somos germanófilos?”. *El Debate*, 12 de octubre de 1914.

Libros recopilatorios de textos periodísticos

Alonso, C. (2016). *Índices de Los Lunes de El Imparcial (1874-1933)* (vol. 1). Madrid: Biblioteca Nacional.

Barrera, C. (ed.) (2000). *El periodismo español en su historia*. Barcelona: Ariel.

Bergamín, J. (1974). *Cruz y Raya: antología*. Madrid: Turner.

Campoamor, C. (2005). *La revolución española vista por una republicana*. Madrid: Espuela de Plata.

Campoamor, C. (2021). *Del Foro al Parlamento. Artículos periodísticos (1925-1934)*. Sevilla: Renacimiento.

Chaves Nogales, M. (2013). *Obra periodística* (3 vols.). Maribel Cintas (ed.). Sevilla: Centro de Estudios Andaluces / Diputación Provincial.

Chaves Nogales, M., Díaz Fernández, J. y Pla, J. (2017). *Tres periodistas en la revolución de Asturias*. Barcelona: Libros del Asteroide.

Cienfuegos, B. (1996). *La pensadora gaditana*. Cádiz: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.

De Larra, M. J. (1997). *Artículos de costumbres*. Madrid: EDAF.

Gaziel (2014). *Diario de un estudiante. París, 1914*. Barcelona: Dièresis.

Gaziel (2014). *En las trincheras*. Barcelona: Dièresis.

González Ruano, C. (2005). *Necrológicas: 1925-1965*. Madrid: Fundación Cultural Mapfre.

Gutiérrez Carbajo, F. y Martín Nogales, J. L. (eds.) (2007). *Artículos literarios en la prensa (1975-2005)*. Madrid: Cátedra.

Lissorgues, Y. (2007). *Leopoldo Alas, Clarín en sus palabras. Biografía*. Oviedo: Nobel.

Martín Jiménez, V., De Haro de San Mateo, M. V. y Etura, D. (2019). *Textos periodísticos españoles para la historia (1661-2016)*. Madrid: Cátedra.

Simón Díaz, J. (1946). *Semanario pintoresco español (Madrid, 1836-1857)*. Madrid: Instituto «Nicolás Antonio» del CSIC.

Uzcanga, F. (ed.) (2005). *El Censor*. Barcelona: Crítica.

Vázquez Montalbán, M. (2011). *Obra periodística II. Transición (1974-1986)*. Madrid: Debate.

Vidal, J. (2002). *Crónicas taurinas*. Madrid: Aguilar.

Documentales, series, programas de televisión y vídeos de divulgación

Antena 3 (2015, 29 de enero). *El debate de Felipe González y José María Aznar - 25 años de historia*. [Vídeo]. YouTube. <https://acortar.link/w18ssF>

- Arnaiz, C. y Ortega, A. (dirs.) (2021). *Supergarcía*. [Miniserie documental]. Movistar Plus+. Telefónica Audiovisual Digital.
- Artigas, M. (dir.) (2023, 6 de marzo). *Elena Francis, la primera influencer*. [Documental]. RTVE. <https://acortar.link/Nx2gCz>
- Bardem, J. A. (dir.) (1979). *Siete días de enero*. [Película]. Les Films des deux mondes / Goya Films, P.C.
- Bardem, M. (dir.) (2014). *Prim. El asesinato de la calle del Turco*. [Película]. Shine Iberia / TVC / Dream Team Concept / RTVE. <https://acortar.link/mk9Ot1>
- Barreiro, C. (dir.) (2022, 14 de abril). *Hemingway y los corresponsales extranjeros en Madrid durante la Guerra Civil*. [Documental]. YouTube. <https://acortar.link/M2ozLA>
- Bartolomé, C. y Bartolomé, J. J. (dirs.) (1981). *Después de (1979). No se os puede dejar solos / Atado y bien atado*. [Documental]. YouTube. Parte I: <https://acortar.link/9B3yw6>; Parte II: <https://acortar.link/XyW6Gi>
- Bathurst, O. (dir.) (2011). “The National Anthem”. [Episodio de *Black Mirror*, serie de televisión]. Zeppotron / Channel 4.
- Cebrián, D. (dir.) (2016, 24 de febrero). *23-F: Documental completo “El País, con la Constitución”*. [Documental]. *El País* – YouTube. <https://acortar.link/sSwPwQ>
- Fons, A. (dir.) (1985). “El crimen de la calle Fuencarral”. [Episodio de *La huella del crimen*, serie de televisión]. Pedro Costa Producciones Cinematográficas / RTVE. <https://acortar.link/pRddom>
- El País (2016, 26 de febrero). *El País es tu historia*. [Vídeo]. *El País*. <https://acortar.link/9LcFV9>
- En primicia. Programa de TVE que repasa la vida de periodistas españoles destacados. [Programa de televisión]. RTVE. <https://www.rtve.es/play/videos/en-primicia/>
- Forman, M. (dir.) (2006). *Los fantasmas de Goya*. [Película]. The Saul Zaentz Company / Xuxa Producciones / Kanzaman.
- García Villaluenga, Y. (dir.) (2010, 17 de octubre). *Las lágrimas del presidente*. [Documental]. RTVE. <https://acortar.link/PbF4xl>
- Gómez Durán, E. (dir.) (2025, 17 de septiembre–2 de octubre). *Los archivos secretos del NO-DO*. [Serie documental]. RTVE. <https://acortar.link/WcpIjp>
- Guerra, J. (realizador) (2005). *Paisajes de la historia - 100 años de prensa escrita* [Documental]. RTVE. <https://acortar.link/NuS79N>
- Hernández Bermejo, M. (dir.) (2018). *Imprescindibles - Nosotras que contamos: Josefina Carbrias*. [Documental]. YouTube. <https://acortar.link/DUTe1n>
- Herranz, D. y Olmedo, R. (dirs.) (2024). *Imprescindibles - Manuel Chaves Nogales. Lo que cuenta* [Documental]. RTVE. <https://acortar.link/C1ru3H>
- HISMEDIA Grupo de Investigación_UVa. Canal de Youtube del grupo de Investigación con vídeos sobre la Historia del Periodismo y sus protagonistas [Vídeo]. YouTube. <https://www.youtube.com/channel/UCWxNNnDMXLZvtij0ZtszxnQ>
- Ibáñez Serrador, N. (dir.) (1990, 5 de febrero–17 de diciembre). *Hablemos de sexo*. [Programa de televisión]. RTVE. <https://acortar.link/h1WKtj>

- Ibáñez Serrador, N. (dir.) (1994, 5 de mayo–13 de octubre). *Luz roja*. [Programa de televisión]. RTVE. <https://acortar.link/zOVJUh>
- Imprescindibles: programa documentación de TVE que traza semblanzas biográficas de personalidades destacadas de la cultura española contemporánea. En muchos casos los y las protagonistas son periodistas (Lolo Rico, Maruja Torres, Jesús Hermida, Paloma Chamorro...). [Programa de televisión]. RTVE. <https://www.rtve.es/play/videos/imprescindibles/>
- León, E. (dir.) (2019). *El caso Alcàsser*. [Serie documental]. Bambú Producciones / Netflix.
- Mañá, L. (dir.) (2012). *Concepción Arenal, la visitadora de cárceles*. [Película]. RTVE. <https://acortar.link/1dFv4Z>
- Martínez Lázaro, E. (dir.) (2007). *Las 13 rosas*. [Película].
- Molleda, M. (dir.) (2016, 29 de agosto). *Documentos RNE. La prensa en la Transición española*. [Programa de radio documental]. RTVE. <https://acortar.link/QdfsBl>
- Pérez de la Fuente, A. y Arribas, M. (dirs.) (2011, 11 de marzo). *Héroes sin armas. Fotógrafos españoles en la Guerra Civil*. [Documental]. Acción Cultural Española (AC/E). YouTube. <https://acortar.link/BMgREI>
- Quer, S. (dir.) (2009). *23-F. El día más difícil del Rey*. [Miniserie]. Alea Docs & Films / TVC / ICIC / RTVE.
- Romero, V. (dir.) (1995, 5 de febrero). *Imágenes prohibidas. Las huellas de la censura*. [Programa de televisión]. RTVE. <https://acortar.link/BI6W6C>
- Schaaff, A., Dorado, J. y Vigil, M. (dirs.) (2016, 4 de abril). “Tiempo de valientes (II)”. [Episodio de *El Ministerio del Tiempo*, serie de televisión]. Cliffhanger / Onza Partners / RTVE. <https://acortar.link/GyPMia>
- Till, E. (dir.) (2003). *Lutero*. [Película]. Eikon Film / NFP Teleart Berlin.
- Torrente, L. F. y Suberviola, D. (dirs.) (2013). *Manuel Chaves Nogales. El hombre que estaba allí*. [Cortometraje documental]. La Claqueta PC.

Audioteca (radio, pódcast, audios)

- Alsina, C. (dir.) (2018). *La hora de Chaves Nogales*. [Programa de radio / pódcast]. Onda Cero. <https://acortar.link/MVXYtP>
- Ballesteros, S. (dir.) (2024). *Radio Paradiso. La SER cumple 100 años*. [Programa de radio / pódcast]. Cadena SER. <https://acortar.link/1h7JjF>
- Casal, J. (2011, 21 de febrero). “La noche de los transistores”, 30 años después. [Audio]. Cadena SER. <https://acortar.link/ErHVFL>
- Fortea, D. (dir.) (2024, 17 de febrero–6 de marzo). *Protagonista: Luis del Olmo*. [Programa de radio / pódcast]. Onda Cero. <https://acortar.link/Ygi7lg>
- Fortea, D. (dir.) (2025). *Lo contó la radio*. [Programa de radio / pódcast]. Onda Cero. <https://acortar.link/n6I7B2>
- López Romero, L. y Bermejo, C. (2026). *Prensa, papel y pluma* [Pódcast]. <https://acortar.link/xRYNbf>

- Marteles, E. (dir.) (2007, 20 de enero). *Documentos RNE. 70 años de RNE. Nacimiento (1)*. [Programa de radio / pódcast]. RTVE. <https://acortar.link/zLmdKv>
- Mediateca AMP (2022, 21 de septiembre). *1968-1972: La Generala de RNE*. [Vídeo/audio]. YouTube. <https://acortar.link/BLNe4x>
- Molleda, M. (dir.) (2016). *Documentos RNE. La prensa en la Transición española*. [Programa de radio / pódcast]. Radio Nacional de España (RTVE). <https://acortar.link/QdfsBl>
- Piñero, J. A. (dir.) (2022). *Maestros del Periodismo*. [Pódcast]. APM. <https://acortar.link/61PcUf>
- Quevedo, L. y Rubio, M. J. (2025, 31 de marzo). *Despierta tu curiosidad: Kim Philby, el espía que pudo matar a Franco*. [Vídeo/audio]. National Geographic España – YouTube. <https://acortar.link/t1GN6g>
- SER Podcast (2024). *Colección SER*. [Pódcast]. Cadena SER. <https://acortar.link/XUp5W7>
- Zaragoza, L. (dir.) (2013). *La radio de los mil tiempos. La legalización del PCE*. [Programa de radio / pódcast]. Radio 5 – RNE (RTVE). <https://acortar.link/eU9Rwe>

Videoteca (clips, actuaciones, promos)

- El Español (2020, 19 de junio). *Pedro J. Ramírez, 40 años como director*. [Vídeo]. YouTube. <https://acortar.link/t8NYnv>
- elreycatodico (2012, 31 de enero). *Cortinilla Neox 2005-2010 (1)*. [Vídeo]. YouTube. <https://acortar.link/6aSN9Y>
- Lois Happy (2024, 1 de noviembre). *Vino Tinto - Habla, pueblo, habla (1976)*. [Vídeo]. YouTube. <https://acortar.link/zGGwEB>
- mundoplustv (2010, 8 de diciembre). *laSexta - Autopromoción "Así es laSexta" (2006)*. [Vídeo]. YouTube. <https://acortar.link/EUkfME>
- mussax13 (2008, 5 de agosto). *El Hormiguero - Entrada primer programa*. [Vídeo]. YouTube. <https://acortar.link/7LO1WY>
- Onda Cero (2017, 12 de mayo). *Primeras emisiones de Onda Cero, año 1991*. [Vídeo]. YouTube. <https://acortar.link/mJzDCH>
- Personajes y Entrevistadores (2023, 11 de octubre). *1997 Aznar y Jordi Pujol - La Semana del Guiñol*. [Vídeo]. YouTube. <https://acortar.link/3M4rJq>
- RTVE (1975, 20 de noviembre). *Españoles... Franco ha muerto*. [Programa especial]. RTVE. <https://acortar.link/569i1K>
- Sandyam2 (2007, 25 de agosto). *Primer anuncio de la segunda campaña de promoción de la TDT*. [Vídeo]. YouTube. <https://acortar.link/IGnbif>
- Wiki40 (2022, 19 de marzo). *Del 40 al 1. Resumen 29 octubre 2005. Último programa emitido en Canal+*. [Vídeo]. YouTube. <https://acortar.link/IuIQQs>

Plataformas webs y recursos digitales

- Biblioteca Nacional de España (s. f.). *Relaciones de Sucesos - BNE*. [Mapa interactivo]. <https://acortar.link/I6B7m0>

- Biblioteca Nacional de España (s. f.). *Revistas culturales de la Edad de Plata. Mapa de la producción editorial*. [Mapa interactivo]. <https://acortar.link/FOX0fC>
- El Mundo (s. f.). *Ariadn@*. [Buscador de *El Mundo*]. <https://acortar.link/NSEO2B>
- Ministerio de Cultura (s.f.) *Biblioteca Virtual de Prensa Histórica > Mujer y Prensa*. <https://acortar.link/EN1ZFj>
- Ministerio de Cultura (s. f.). *Kiosco digital de la Guerra Civil española*. <https://acortar.link/RuuDTg>
- Onda Cero (2020, 26 de noviembre). *30 años en la redacción de Onda Cero*. [Fotogalería]. <https://acortar.link/Rt4NVU>
- Portadas a la carta de El País* (s. f.). <https://acortar.link/pSTb0u>
- RTVE Lab (2016). *Tu primer día en El Caso*. [Recurso interactivo]. [http://lab.rtve.es/el-caso/Revista Triunfo digital - Hemeroteca \(incl. Hermano Lobo\) \(s. f.\). https://acortar.link/OTrgsb](http://lab.rtve.es/el-caso/Revista_Triunfo_digital_-_Hemeroteca_(incl._Hermano_Lobo)__(s._f.)_https://acortar.link/OTrgsb)

Publicaciones literarias e historico-periodísticas complementarias

- Aldecoa, J. (2014). *Historia de una maestra*. Madrid: Alfaguara.
- Almuiña, C. y García, R. (1992). *Proceso inquisitorial a un periodista*. Valladolid: Caja de Ahorros Provincial de Valladolid.
- Cebrián, J. L. (2016). *Primera página. Vida de un periodista (1944-1988)*. Madrid: Debate.
- De Castro, R. (1995). *El caballero de las botas azules*. Madrid: Cátedra.
- Martín Rodrigo, I. (2016). *Azules son las horas*. Madrid: Espasa.
- Pérez Galdós, B. (1899). *La estafeta romántica*. Madrid: Sucesores de Hernando.
- Posadas, C. (2016). *La hija de Cayetana*. Madrid: Espasa.
- VV. AA. (2014). *Los procesos célebres seguidos ante el Tribunal Supremo en sus doscientos años de historia. Siglo XX*. Madrid: Boletín Oficial del Estado / Tribunal Supremo.

ISBN: 978-84-1320-409-3



9 788413 204093

¿Qué tienen en común una gaceta ilustrada del siglo XVIII, un periódico liberal del XIX, una emisora clandestina durante el franquismo o un medio digital del siglo XXI? Todos forman parte de una misma historia: la de quienes contaron el mundo a sus contemporáneos.

La historia de quienes la contaron propone un recorrido apasionante por más de tres siglos de periodismo español, desde los primeros impresos informativos hasta los desafíos de la era digital. A través de sus páginas desfilan periodistas, editores, cabeceras, emisoras, programas y plataformas que contribuyeron a moldear la opinión pública y a explicar una sociedad en constante transformación.

Pero este no es solo un libro sobre medios de comunicación. Es también una historia de la libertad y la censura, del poder y la crítica, de la tecnología y sus cambios, de las guerras, las revoluciones, las dictaduras y las democracias que marcaron cada época. Porque la evolución del periodismo es inseparable de la evolución de la propia España.

Con un estilo riguroso y accesible, la obra combina el análisis histórico con numerosos ejemplos y referencias que permiten comprender cómo se construyeron las noticias, quiénes las produjeron y qué papel desempeñaron en la vida pública. Desde las primeras gazetas hasta los pódcast y las redes digitales, el lector descubrirá cómo cada generación encontró nuevas formas de informar, persuadir y narrar la realidad.

Pensado para cualquier persona interesada en la historia de los medios y la comunicación, así como para estudiantes y docentes, este libro invita a mirar el presente con una perspectiva diferente: la que ofrece conocer el largo camino recorrido por quienes, durante siglos, asumieron la tarea de contar lo que estaba ocurriendo.



EDICIONES
Universidad
Valladolid



COLECCIÓN
comunicación