



Programa del XV Congreso de la Asociación de Historiadores de la Comunicación

“Comunicación y Espectáculo”

Día 14 de Septiembre

9:00 – 9:30 – Recepción a los congresistas

Reitoria da Universidade do Porto, Praça de Gomes Teixeira

9:30 – 10:00 – Mesa Inaugural del Congreso

Reitoria da Universidade do Porto – Salão Nobre

Sebastião Feyo de Azevedo - Reitor de la Universidade de Porto

Antonio Laguna Platero - Presidente de la Asociación de Historiadores de la Comunicación

Maria Isabel Dias - Subdiretora da Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Sérgio Nunes - Media Innovation Lab (MIL)

Helena Lima – Comisión Organizadora del XV Congreso de la Asociación de Historiadores de la Comunicación/ Universidade do Porto

10:00 -10:45 – Sesión Plenaria: Periodistas Ilustres

Moderador – Suzana Cavaco (Universidade do Porto)

Jorge Fernandes Alves (Universidade do Porto) – Entre a República e a Imprensa. Dois jornalistas do Porto: Rodrigues de Freitas e Sampaio Bruno

A comunicação procura enunciar algumas linhas de força da intervenção jornalística de dois autores de referência da imprensa portuense da segunda metade do século XIX, focando a sua intensa participação em várias publicações, o seu papel na formação da “opinião pública” e na difusão do republicanismo, formulando-se alguns exercícios comparativos entre os dois autores, de forma a fazer sobressair o contraste de posições, estilos de escrita e formas de intervenção.

Antonio Laguna Platero (Universidad Castilla-La Mancha/ Presidente da AHC) – Editor de periódicos, promotor de espectáculos. Las aportaciones de Vicente Miguel Carceller

La figura del editor valenciano Vicent Miguel Carceller (Valencia, 1890-1940) centra este trabajo. Destacado editor de prensa satírica, de su editorial saldrá el mayor éxito de ventas de la historia del periodismo español, al conseguir en 1931 vender su semanario, La Traca, por encima del medio millón de ejemplares. Promotor de un elevado número de publicaciones que gozaron de una amplia aceptación, fue también creador de espectáculos taurinos, teatrales o festivos que combinaban sensaciones variadas y temáticas diversas, dirigidos siempre a un mismo público, el pueblo. El éxito de su ingenio se vio truncado por el compromiso de sus ideas. Fue fusilado al concluir la Guerra Civil y su obra editorial prácticamente exterminada.

Ana Regina Rêgo (Presidente da ALCAR) – Chateaubriand, o Rei do Brasil

Assis Chateaubriand jornalista brasileiro atuante entre 1920 e 1967 e criador da cadeia de empresas de comunicação: Diários Associados

11:00 – 12:00 – Sesión Plenaria: Comunicación y Espectáculo

Moderador – Helena Lima (Universidade do Porto)

Josep Lluís Gómez Mompart (Universidad de Valencia) – La sociedad del espectáculo en la era de la globalidad

Hace medio siglo que Guy Debord publicó su texto de *La société du spectacle* (1967). Desde entonces, este singular texto político ha sido aprovechado desde diversas orientaciones no situacionistas para calificar la espectacularización de la vida social preferentemente a través de los medios de comunicación de masas. Dicho proceso, en buena medida inherente casi desde la conformación de la denominada sociedad-cultura de comunicación de masas, pareció explotar en la calificada “década prodigiosa” (para el Norte occidental de los países democráticos), abiertamente cuestionada por Herbert Marcuse en 1964 con *One-Dimensional Man. Studies in the ideology of advanced industrial society*. E influyó en otro texto emblemático de la época, *La Société de consommation* (1970) de Jean Baudrillard, quien venía defendiendo que el orden social –en aquellas las sociedades- ya se centraba más en el consumo que en la producción, a diferencia de lo que sostenían los marxistas ortodoxos. En un consumo no sólo material, sino también simbólico. Tras medio siglo de desarrollo progresivo de espectáculo material y simbólico, en la actual era de la globalidad económica y cultural, parece que nos hallamos en una fase extrema de sociedad del espectáculo. Esta comunicación se plantea una reflexión histórico-coyuntural de la relación entre comunicación y espectáculo en el tránsito de la crisis de la sociedad-cultura de comunicación de masas a la sociedad de la información. Y, en consecuencia, abordará el protagonismo de los medios de comunicación en la creación y consumo del espectáculo mediático, a la par de cómo las mediaciones espectaculares y espectacularizantes se derivan de la intercomunicación de las redes sociales digitales.

António Hohlfeldt (PUCRS) – O espetáculo cotidiano nas páginas do jornalismo colonial de expressão portuguesa

O artigo propõe-se a ler notícias do cotidiano dos jornais publicados em Angola, Cabo Verde e Moçambique, na primeira década do século XX, buscando compreender como se faz a representação do cotidiano enquanto conjunto de acontecimentos espetaculares que, por isso mesmo, quebram a rotina das cidades de então. Para isso, escolheu-se conjunto de jornais publicados na primeira década do século XX, nestas três colônias, para ver se, comparativamente, podemos tirar algumas conclusões a respeito do que é noticiado e como é apresentado ao leitor desses periódicos. Parte-se da premissa de que aquilo que caracteriza o espetáculo é um determinado ritual espetaculoso, que quebra o padrão do cotidiano, para se colocar como algo diverso, m inusitado e esperado. Seu aspecto mais simples é o *fait divers*, na acepção de Roland Barthes, que nos servirá de referência, ao lado de "O Estado espetáculo", de Roger Gerard Schwartzberg

Ana Cabrera (Universidade Nova de Lisboa) – Humor e Política na era de Donald Trump

Ninguém fica indiferente perante uma aparição televisiva de Donald Trump, nem o público, nem os jornalistas, nem os humoristas. Donald Trump tem sido o prato forte dos programas de humor um verdadeiro inspirador do disparate e do absurdo, fomentador da sátira e da ironia, mas também da troça e do escárnio. Seria muito mais divertido se não fosse perigoso pela posição institucional que ocupa. Nesta apresentação partimos da discussão de textos de Henry Giroux (2016/2017) e de Kira Hall, Donna M. Goldstein, Matthew Bruce Ingram (2016). Esta releção será posta em relevo a partir de fragmentos de programas de humor que destacam determinados ângulos que atraem particularmente os humoristas.

12:30 – 14:00 – Almoço

(Cantina de Direito)

14:00 – 15:30 – Sesiones paralelas

MIL - Universidade do Porto (Praça Coronel Pacheco, 15)

Mesa 1 – Sala 105 (Biografias)

Moderador – Paulo Frias (Univeridade do Porto)

Celia Carretero (Universidad de Castilla-La Mancha) – La construcción de un líder de opinión: El caso de El Gran Wyoming

En nuestro mundo, si contamos con un emisor que responde a la imagen que la sociedad respeta y admira; si emplea un canal que la sociedad acepta como fuente de verdad en un contexto preciso y con un código adecuado, tenemos un auditorio predispuesto a la persuasión; el éxito de la persuasión está parcialmente asegurado (Guervós, 2005). Por ello, la creación de líderes de opinión para asegurar el éxito de los programas televisivos es fundamental. Con el reinado de la televisión en el mundo de la comunicación social, la centralidad del líder frente a la organización es un hecho. No sólo por la adecuación al estilo hiperpersonalista que impuso la estrategia sensacionalista del mercado, sino por el principio de simplificación que establece el lenguaje audiovisual (Laguna, 2003). Y es que, los líderes se hacen. La imagen de El gran Wyoming está estrechamente ligada a un género y un formato televisivo, a la vez que a una corriente de pensamiento que cuestiona el statu quo y ha tenido una especial relevancia en el último lustro. El papel del líder de opinión ha marcado la política desde la antigüedad, pero en la actualidad ha cobrado una nueva dimensión debido a la repercusión que tienen gracias a los mass media. La televisión, como medio dominante en la transmisión de información política a la gran mayoría de los ciudadanos, ha puesto la personalización como aspecto central de su influencia, de modo que muchas veces la imagen televisiva se concreta en personas y no tanto en el programa. Este es, sin duda, el caso de El Intermedio y el Gran Wyoming. En este trabajo nos proponemos realizar una biografía sobre José Miguel Monzón, el Gran Wyoming, con el fin de dilucidar la forma en la que poco a poco se ha ido creando su papel como líder de opinión. Trayectoria profesional como presentador, actor y músico, declaraciones personales, implicación en movimientos sociales, etc., constituyen el objeto de este estudio. Para ello, se han visionado y leído sus entrevistas, los libros publicados por el propio Monzón, los artículos de opinión de los programas que ha presentado y analizado algunas de sus opiniones vertidas dentro de El Intermedio. Parlamentos que comienza con la frase: “Como líder de opinión que soy”, utilizando un tono mucho más serio del que se le atribuye en el resto de intervenciones dentro del espacio televisivo que presenta. Complementando todo con una entrevista en profundidad al propio protagonista. Entre los resultados podemos destacar que, efectivamente, la relación entre el presentador, la sátira política y el infoentretenimiento es directa. José Miguel Monzón ha presentado dos de los programas pertenecientes a este género más populares dentro de la televisión española (Caiga quien caiga y El Intermedio) hasta el punto de haberse convertido en un líder de opinión de reconocido prestigio en el panorama televisivo español.

Esperanza Sáez (Universidad de Sevilla) – El proyecto empresarial de José Laguillo y Martín Muñoz en El Liberal (Sevilla, 1936)

En las elecciones españolas de febrero de 1936, los partidos de izquierda se aliaron en el Frente Popular obteniendo la mayoría parlamentaria. El gobierno vuelve a poner en marcha las reformas paralizadas por la derecha tres años antes. El descontento social radicalizó tanto a la derecha como a la izquierda, enfrentándose duramente en las calles. En julio de 1936, la situación se hizo insostenible, produciéndose el inicio de la Guerra Civil como consecuencia de un golpe de estado.

En esta investigación hemos decidido contextualizarnos en la II República Española. En este caso nuestro objeto de estudio es la conocer la última etapa del diario El Liberal en su edición de Sevilla. La biografía de dos periodistas José Laguillo y Martín Muñoz son parte de ella. En esta ciudad, por un diario que defiende a la izquierda hay tres que piden el voto para la derecha. Por este motivo, la izquierda intentará reequilibrarse en comparación con la derecha. Podemos describir este periodo como de intensa floración de la prensa en general y de la autonomista. La concentración de números de diarios y su difusión, una renovación estilística y tecnológica, tardarán décadas en volverse a conseguir. El gran pluralismo, la libertad de expresión y la continua aparición de prensa nueva es motivo suficiente para considerar esta época como algo importante para el país y la prensa. La corta duración de la mayoría de las publicaciones a consecuencia de la falta de recursos económicos y las sanciones son pruebas de la durísima situación que se vivía periodísticamente. Los partidos crean su prensa. No conocerá la historia de la prensa, ni antes ni después, un periodo semejante. Fue una república de periodistas. El Liberal es importante tanto a nivel local como autonómico. Cuando empezamos a informarnos sobre el tema y a plantearnos qué etapa histórica queríamos escoger para ello, hallamos las escasas investigaciones que existen sobre la etapa final de El Liberal. A partir de que su director, José Laguillo, cesa de su cargo, este se politizó en extremo. Este diario está inclinado a la izquierda, sobre todo tras el cese su director tras 27 años, a principios de 1936. Es un periódico republicano de izquierda y tenía una de las tiradas más importantes, más de 25.000 ejemplares, este dato es interesante dado el carácter conservador de Sevilla. Su director, José Laguillo Bonilla, que era Diputado republicano, redactó unas Memorias, que fueron conocidas por Alfonso Braojos (Álvarez Rey, 2009:200). Se fundó el 6 de enero de 1901 y se publicó ininterrumpidamente hasta el 18 de julio de 1936. Su carácter fue independiente. Recién iniciada la sublevación militar, su sede fue asaltada por Queipo de Llano y pasó a imprimirse en la redacción del diario FE, perteneciente a la Falange Española durante los años cuarenta. José Laguillo, desde que comenzó como director del diario, luchó para que esa publicación progresista fuese independiente e imparcial, como él decía “mediatizado por ciertas influencias, aunque estas no le sometían a vasallaje” (Laguillo, 1979: 40). Todo el equipo de la redacción de El Liberal, que se mantuvo hasta 1936, también son responsables del carácter progresista y avanzado que desprenden sus páginas, “sobre todo en comparación con el tono y enfoques profundamente conservadores habituales en el resto de los diarios sevillanos de los años veinte y treinta” (Álvarez Rey, 2009: 9).

La época desconocida de este diario es la que se produjo en la primavera de 1936, cuando tras la dimisión de Laguillo, Martín Muñoz asume la dirección y el periódico es rotulado como Diario Republicano de Información. El propósito de nuestra investigación es conocer la trayectoria del único periódico de izquierdas de la II República en Sevilla, especialmente su última etapa. 1.Ampliar nuestro conocimiento del periódico El Liberal en su última etapa. 2.Conocer la biografía de José Laguillo y Mendez Nuñez. El Liberal, en su caso, es más conocido pero no en la etapa de 1936, que es cuando su director José Laguillo dimite y en el diario se produce una extrema politización paralela a la situación política del país en ese momento. Metodológicamente investigamos su historia y los aspectos cuantitativos que debe tener un estudio sobre historia de la comunicación, según Checa (2008: 35), son la difusión o audiencia y sus rasgos, la estructura de sus plantillas o las incidencias de las ayudas o subvenciones

estatales. Estas publicaciones pertenecen a prensa local, lo que actualmente denominamos microhistoria. En nuestro hemos analizado fuentes bibliográficas y directamente a los ejemplares del diarios de El Liberal que se encuentran microfilmados en la Hemeroteca de Sevilla.

Belén Galletero (Universidad de Castilla-La Mancha) – Empresarios de la comunicación en el siglo XXI: entre el periódico y el ladrillo

A principios del siglo XXI aparece un nuevo perfil de editor de prensa, relacionado con el boom inmobiliario que experimentó España hace unos años. Nuestra investigación nos ha permitido detectar cómo, al margen de los grandes grupos de comunicación que concentran el 85% de la difusión total del país, surgen otros empresarios con características novedosas. No tienen tradición editorial ni siquiera experiencia profesional en el ámbito del periodismo. Su gran logro es haber sabido acumular beneficios gracias a la burbuja inmobiliaria. Los ejemplos que hemos identificado recorren toda la geografía española y aportan un cambio sustancial en el modelo de empresa periodística que no ha sido abordado con profundidad. Nuestro trabajo se ocupa de establecer qué rasgos comparte esta figura de editor-constructor que ha tenido cierto protagonismo en el periodismo impreso de este país. Exploramos la biografía de uno de ellos, el empresario de la comunicación Santiago Mateo, para tratar de definir una serie de elementos comunes: la utilización del medio como instrumento de influencia, las conexiones y alianzas que establecen entre ellos, el control editorial y la convivencia con el poder político. A partir del análisis de estas características cogimos las tendencias que han marcado el devenir actual del periodismo.

Mario Carvalho; Wilton Fonseca – Lupi e a diva

O jornalista Luís Caldeira Lupi (LCL) já era uma figura conhecida em Lisboa antes de fundar, em 1944, a primeira agência noticiosa portuguesa (a Lusitânia). Durante anos foi correspondente em Portugal de algumas publicações estrangeiras e de agências noticiosas, entre elas a Reuters e a AssociatedPress (AP). Durante a II Guerra Mundial e a Guerra Civil de Espanha o seu trabalho para a AP foi intenso: recebia telefonemas dos jornalistas norte-americanos que se encontravam em serviço em zonas de conflito e transmitia as informações para Londres ou Nova York também dava apoio no seu escritório de Lisboa aos jornalistas da agência norte-americana que passavam pela capital portuguesa. Havia, na altura, uma autêntica guerra entre os jornalistas das agências noticiosas e a Censura: os primeiros não queriam submeter os seus textos às autoridades, dado que isto originava grandes atrasos na transmissão do noticiário, o qual muitas vezes não era sequer reduzido a escrito, sendo apenas telefonado; a Censura, por seu lado, tinha todo o interesse em obter em primeira mão a informação dos jornalistas antes que ela chegasse às sedes das agências e conseqüentemente aos meios de comunicação de todo o mundo. Problema semelhante ocorria com as fotografias. A Censura do Estado Novo nunca conseguiu dominar a situação. Enquanto lhe foi possível, a AP continuou a promover a distribuição do seu serviço fotográfico na Alemanha, fazendo também chegar fotografias da Alemanha a todo o mundo. Havia constituído, para isso, uma poderosa sucursal naquele país; aproveitou o facto de todas as agências estrangeiras serem proibidas de operar na Alemanha nazista para permanecer com um lugar único no mercado, dado ser considerada uma agência nacional. Como capital de um país neutral, Lisboa não era apenas um ninho de espões, mas também um ponto obrigatório de passagem de fotografias, transportadas por correio aéreo. Enquanto os alemães aproveitavam o serviço fotográfico para mostrar ao mundo imagens do seu poderio bélico, os Estados Unidos ofereciam cenas da vida quotidiana despreocupada de um país neutral. As imagens que chegavam a Lisboa, destinadas à Alemanha, seguiam viagem sem qualquer problema. Mas as que se destinavam aos Estados Unidos e mostravam o perigo bélico alemão começaram a ser apreendidas pelos ingleses, nas Bermudas, um outro ponto de passagem obrigatório para os aviões que faziam a ligação entre os dois lados do Atlântico. Na colónia, as autoridades britânicas também procuravam, junto dos passageiros, informações sobre a França ocupada e sobre a Europa em geral. Numa tentativa de burlar a censura portuguesa, encurtar a possibilidade de demora no envio de fotos e de features para a sede da AP em Nova York e ainda de evitar a possibilidade de apreensão de fotos nas Bermudas, LCL e os seus superiores norte-americanos engendraram um estratagema. LCL deslocava-se ao aeroporto de Lisboa e pedia a um passageiro em trânsito para Nova York que levasse consigo um envelope com o material aguardado pela sede da AP. O estratagema apenas funcionou durante algumas semanas. Certo dia, LCL almoçou em Lisboa com uma senhora francesa, que viajava para Nova York, onde a sua filha vivia. Tratava-se de Marie Pons, mãe de Lily Pons, uma das grandes estrelas da ópera, na altura. A senhora Pons foi interrogada pelos britânicos nas Bermudas, e teve de explicar a origem do envelope com textos e fotografias de que era portadora. O interrogatório a que foi submetida Marie Pons viria a causar muitas dores de cabeça a LCL.

Rogério Santos (Centro de Estudos Comunicação e Cultura Universidade Católica Portuguesa) – Álvaro Andrade e a rádio

Álvaro Andrade foi jornalista e homem de teatro. Na sua carreira profissional, também passou pela Emissora Nacional, onde foi diretor dos serviços de produção, e dirigiu o semanário "Rádio Nacional". No começo da década de 1970, ele deixou textos deliciosos sobre teatro e rádio. Nesta segunda área, ele publicou treze textos no Diário Popular, onde trabalhou grande parte da sua vida. A minha proposta é apresentar e interpretar os textos sobre a rádio, em especial a primeira década da sua história em Portugal, incluindo programas, figuras musicais e acontecimentos essenciais nessa história. O texto insere-se em investigação que venho a fazer sobre a rádio no país e que já resultou na publicação de dois livros e diversos artigos e comunicações em congressos.

Laura Edith Bonilla (Universidad Autonoma de Mexico) – Los crímenes de sensación en el periodismo de Manuel Caballero

El periodista mexicano Manuel Caballero utilizó ampliamente los géneros periodísticos informativos que son la nota informativa, la entrevista y el reportaje, como se le llamó al reportaje, durante los años que duró el gobierno de Porfirio Díaz, 1876-1910.

Dentro de los reportazgos que publicó dio especial importancia a las notas de sensación. En el periódico El Eco Universal, que él mismo dirigió, tuvo una sección que se llamó “Crímenes y desgracias” en la que dio rienda suelta a su pluma para narrar acontecimientos que dieron color a su periódico. Los crímenes de sensación, suicidios, duelos, males de amores y envenenamientos vistieron las páginas de su diario. La información tuvo relación con la idea de mercado, pues rápidamente entendió que se debía escribir temas que fueran rentables. El reportazgo que otorgó color a la nota lo escribió Caballero en Guadalajara, en el periódico El Mercurio Occidental en 1889. A la muerte del gobernador Ramón Corona. Hizo que un muchacho pusiera a todos los ejemplares una mano roja, para hacer creer que el asesino, Primitivo Ron en persona, había puesto ahí su mano empapada con la sangre del gobernador. El periódico se vendió de manera extraordinaria, y de esa manera el periodismo en manos de Manuel Caballero giró en torno a la idea central de contemplarlo como empresa. En ese sentido se permitió posibilidades de cambio capaces de generar ganancias informativas y económicas.

Mesa 2 – Anf. 1 (Comunicación y espectáculo – Prensa)

Moderador: Josep Lluís Gómez

Josep Lluís Gomez Mompert; Francesc Tomas Martinez Sanchis (Universitat de València) – Sucesos, deporte, sicalipsis: estrategias del espectáculo en el primer tercio del siglo XX en España

Las publicaciones sobre sucesos, deportes y sicalipsis durante las tres primeras décadas del siglo XX fueron los medios de comunicación que mejor expresaron el uso y abuso de las emociones con fines de cautivar a la audiencia de la emergente en España sociedad de cultura y comunicación de masas a través del sensacionalismo. Aunque algunas pocos periódicos de ese tipo de prensa se habían iniciado en los años interseculares fue en los años posteriores, y en especial durante los años de mayor libertad del período, coincidentes con la II República, cuando en el marco del despliegue de la prensa de masas los sucesos, los deportes y sicalipsis (o picardía erótica) fueron los ámbitos y las temáticas que explotaron, en su narrativa, lo pasional, lo morboso, lo violento, lo sexual, lo sádico, lo fanático, lo criminal o los deseos más controvertidos e inconfesables. A partir de las más representativas publicaciones deportivas (Los Deportes, Mundo Deportivo, Stadium, Gran Vida, España Sportiva, Herald Deportivo, El Madrid Sport, Eco de Sports, Los Sports, Gaceta Deportiva), de sucesos (El Suceso Ilustrado, Los Sucesos, Las Ocurrencias, Crónica del crimen, Últimos Sucesos, La Actualidad Trágica, Crimen de hoy, Los sucesos semanales, La Linterna) y sicalipsis (Vida Galante, Sicalíptico, KDT, Papitu, ¡Ahí va!, La Hoja de Parra, La Guindilla, Bésame, El Viejo Verde), mediante un análisis morfosintáctico, pretendemos desentrañar los elementos del modelo simbólico-dramático que se fue imponiendo y que buscaban, entre otros, dos objetivos principales: ensalzar los hechos apelando a sus aspectos más extremadamente emotivos y ganar cada vez más lectores con el fin de obtener mayores beneficios para las empresas editoras, a través de la venta del mayor número de ejemplares y de los ingresos derivados de la publicidad. Para ello, la investigación se centra principalmente en las portadas o primeras páginas de esos tres tipos de prensa especializada: presentación y disposición de los contenidos; tipología de titulares; características de las fotos; metáforas; onomatopeyas; lenguaje y léxico. Esta comunicación forma parte del proyecto de I+D+i, CSO2015-66667-R, Cambios en la empresa periodística; la estrategia del sensacionalismo. Su emergencia histórica en España y América, del Ministerio de Economía y Competitividad de España, uno de cuyos codirectores es el Dr. Gómez Mompert.

Patrícia Teixeira (CIC.Digital); Inês Aroso (Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro) – O espetáculo do futebol: como os jornais desportivos portugueses "contaram" as vitórias do Futebol Clube do Porto na Liga dos Campeões (1987 e 2004)

A Bola, O Jogo e o Record são os periódicos portugueses que, regularmente, nos informam sobre aquilo que acontece no mundo do desporto, tanto a nível nacional como internacional. Sendo o futebol comumente apelidado de desporto-rei, é com naturalidade que as notícias sobre este desporto sejam aquelas que ocupam um maior número de espaço e de páginas nestes jornais. Uma das competições de maior relevo e espetacularidade do futebol é a Liga dos Campeões (LC), sendo que uma vitória nesta competição equivalha ao que popularmente se chame de “cereja no topo do bolo”. O Futebol Clube do Porto (FCP) já venceu por duas vezes esta competição: em 1987 e em 2004. Dezassete anos separam estes dois momentos gloriosos, ambos relatados nas páginas dos jornais que acima se apresentam. Como relataram estes periódicos as vitórias do FCP na LC? Qual dos jornais dedicou mais “papel” no noticiar deste momento? Que comparação pode ser estabelecida entre eles no que à forma de noticiar o acontecimento diz respeito? Os dezassete anos de diferença entre os dois momentos contribuem para que se notem grandes diferenças? E semelhanças, constata-se? Que evolução se deteta de 1987 para 2004? As maiores conquistas são relatadas de forma mais emotiva que as notícias do dia-a-dia? O contexto da época terá influenciado o discurso dos periódicos? Que tipo de notícias apresenta cada uma das publicações? Como se distribuíram as notícias longas e curtas, comentadas e não? Como foram recolhidas as primeiras impressões dos intervenientes? Qual ou quais publicação/publicações investiu/investiram mais recursos humanos para fazer a cobertura jornalística do evento? Que tipo de imagens acompanharam os textos? É nestas e em perguntas como estas que se encontra a razão de ser deste estudo que tem por objetivo central descrever e comparar o discurso dos três periódicos desportivos portugueses – o objeto – no momento de relatar as duas vitórias do FCP na LC (28-05-1987 e 27-05-2004), sendo que, para o estudo em causa, foram apenas considerados os números publicados imediatamente a seguir ao acontecimento. Assim, procedeu-se à leitura integral dos seis números em questão, bem como ao levantamento de todas as peças publicadas nos periódicos na data referida, bem como das imagens que as acompanham, que dizem respeito ao acontecimento, e procurou perceber-se quais as razões para o seu comportamento discursivo. Para a realização desta

investigação, procedeu-se a uma análise quantitativa (análise de conteúdo), efetuada com recurso a categorias definidas à priori, de forma a emprestar mais sistematicidade ao trabalho. Foram também escolhidos alguns exemplos para ilustrar as tendências discursivas detetadas em A Bola, O Jogo e Record. Apesar de este ser um estudo em iniciação e numa fase ainda exploratória, o que não permite adiantar grandes conclusões com pena de serem resultados pouco fiáveis, é já possível afirmar que o destaque dado a este acontecimento foi, de facto, enorme nas três publicações periódicas desportivas e nos dois períodos temporais em questão. Todas elas prepararam a cobertura jornalística do badalado e importante evento desportivo com o devido cuidado e atenção que merecia e enviaram diversos colaboradores para o palco onde tudo aconteceu. Também já é possível perceber que entre os dois períodos temporais há diferenças notórias na forma de apresentar as notícias, como seria expectável dadas as mudanças e a evolução que o jornalismo vem sofrendo.

Diego Marcel Benítez Ramírez (Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco) – Humor y espectáculo: el género chico y la crónica humorística en la prensa de entretenimiento fin de siècle en la ciudad de México (1898-1901)

Antecedentes: A finales del siglo XIX la crónica fue el género predilecto de la prensa en México, este género trató de narrar y relatar el acontecer cotidiano de la urbe en la Ciudad de México. Es por ello que la crónica resultó en la sección informativa de carácter narrativo en la mayoría de la prensa el espacio ideal para generar opinión de la vida cotidiana. En este sentido, mi propuesta parte de mi investigación doctoral sobre la experiencia de la modernidad en la crónica humorística en la prensa de entretenimiento. En la que el humor es un sesgo que permite observar rasgos distintivos tales como el machismo, la crítica social, los cambios en las urbes, los roles de género, que la prensa sería no tomaba parte explícitamente. Objetivos: La presente propuesta tiene como objetivo analizar los espectáculos del género chico en la crónica de la publicación Cómico. Este semanario fue parte de la empresa editorial de Rafael Reyes Spíndola quien fue el fundador y dueño de publicaciones como El Imparcial y El Mundo Ilustrado. Es por ello que serán tomadas nociones como el paternalismo en el que la burla y la sátira de la época tuvieron objetivo ridiculizar a las coristas, por otra parte el clasismo en el que el objetivo de los cronistas humorísticos fueron los mismos asistentes a las presentaciones que eran acusados de rastacueros y de arribistas. Metodología: Desde el enfoque de la historiografía cultural se propone el análisis de los referentes culturales para comprensión del humor en las crónicas que aparecieron en el semanario Cómico.

Luciano Ramirez – (Universidad Autónoma Aguascalientes) Feria de la Uva en Aguascalientes, um espectáculo Montado: EL papel de la prensa escrita y los murales a debate

En los años cincuenta y sesenta del siglo pasado el territorio de Aguascalientes, al centro de la República Mexicana, experimentó una profunda transformación en su paisaje rural, debido al cultivo intensivo de la vid e instalación de varias de las más importantes compañías vinícolas, en una época en que el modelo económico (sustitución de importaciones y desarrollo estabilizador) suponía una protección gubernamental de la agroindustria. A la par, se desarrolló una poderosa burguesía rural que conformó la Asociación de Vitivinicultores de Aguascalientes en coordinación con la Asociación Nacional de Vitivinicultores; juntos fundaron, en 1954, la Feria de la Uva o también llamada de la Vendimia, misma que tuvo 28 ediciones. El papel de la prensa local y de circulación nacional fue crucial, pues deliberadamente se invitó a periodistas y dueños de compañías editoriales a dichos festejos, así como a embajadores y cónsules, con el propósito de que fueran portavoces y dieran a conocer la Feria de la Uva de Aguascalientes tanto en México como en el extranjero. La comunicación se focalizará en el papel que desempeñaron los periódicos y periodistas locales _El Sol del Centro_ y _El Heraldo de Aguascalientes_, así como el diario _La Prensa_ publicado en la capital del país, poniendo en relieve las supuestas bondades de las tierras, vides y vinos producidos en Aguascalientes. Comidas campestres, bailes, juegos pirotécnicos, concursos, eventos deportivos, coronación de la reina de la Feria de la Uva acompañada de princesas y embajadoras, invitaciones a los artistas del mundo cinematográfico del momento, fueron algunos de los elementos de ese espectáculo que se montó año con año tanto para la élite como para el pueblo bajo. Por otro lado y en contraste, entre 1961 y 1963 fueron pintados por el artista chileno Oswaldo Barra Cunningham (discípulo de Diego Rivera) en el Palacio de Gobierno de la capital de Aguascalientes, los murales "Aguascalientes en la Historia" y "Feria de San Marcos", plasmando en algunos detalles temas relacionados con la pisa de la uva, la explotación de mano de obra infantil y femenina en los viñedos, la producción vinícola, el excesivo consumo de bebidas alcohólicas durante las fiestas, la presencia de Nazario Ortiz Garza el magnate de la vitivinicultura en México y principal impulsor de esa agroindustria, bebiendo y comiendo ricas viandas mientras el pueblo bajo sufre y es explotado. Estas críticas del artista al sistema provocaron una serie de reacciones que también la prensa se encargó de propagar, resonando los sectores conservadores de la sociedad para que las pinturas murales fuesen borradas o, en su defecto, modificadas en algunas de sus partes.

Pavel Sidorenko; José María Herranz (Universidad de Castilla-La Mancha) - El espectáculo populista en Venezuela en el período 1999-2017

A lo largo del siglo XX los medios marcaron la hoja de ruta de las organizaciones y actores políticos, fenómeno que en el siglo XXI se vio exponencialmente incrementado por el desarrollo de internet y sus herramientas. Una relación que cada vez se ha tornado no sólo inexorable, sino vital para ambas partes. La política se encuentra en una constante evolución frente al desarrollo proporcional de los mecanismos que permitan y optimicen su articulación, lo cual se traduce también en episodios de colapso del modelo impuesto. Estas crisis, con amplio impacto social, colocan a la población civil en aprietos con respecto a su identidad o empatía con la dirigencia que debe proporcionar estabilidad y cada vez mejores condiciones de nivel y calidad de vida. La consecuencia a esto se aprecia en diversos y cada vez más frecuentes escenarios nacionales, por la manifiesta desconfianza social hacia las organizaciones políticas y en contraposición, por el apoyo de individuos específicos a quienes se les otorgan capacidades –en muchos casos extraordinarias- para resolver los problemas que impactan negativamente sobre los indicadores antes mencionados. Una relación que se construye sobre la base de la emocionalidad de la población y los dotes carismáticos del

candidato. La insatisfacción social se traduce en una búsqueda y aspiración desesperada por la ascensión de un “salvador”, de un “todopoderoso” con capacidades extraordinarias que permita el reencauzamiento de la vida política. Quien presente una oferta electoral con base en este perfil frente a un eventual escenario decadente, tendrá el triunfo asegurado, siempre y cuando sepa articular efectivamente su estrategia a través de la mayor cantidad de tribunas mediáticas masivas como sea posible, y en la medida en que acción sea lo más espectacular posible, apelando a la visceralidad a flor de piel, resultante del contexto crítico donde se desarrolle el fenómeno.

Muchos se aventuraron a indicar el 2016 como el año del “populismo” por el ascenso al poder de Donald Trump, el triunfo del Brexit en Reino Unido, las candidaturas de Le Pen en Francia o Pablo Iglesias en España, por ejemplo. Lo cierto es que en Latinoamérica es un fenómeno que lleva mucho más tiempo presente en la vida nacional de diversos países. Quizás el caso más resaltante es el venezolano, donde como consecuencia de la imposición de la Revolución Bolivariana y la construcción del Socialismo del siglo XXI, no sólo aplicaron la fórmula pueblo necesitado-líder carismático de puertas hacia adentro, sino que lo convirtieron en un producto ideológico, discursivo y mediático de exportación, teniendo una importante presencia durante la primera década del nuevo milenio en buena parte del continente americano.

Mesa 3 – sala 207 (Comunicación y espectáculo – Prensa)

Moderador – Helena Lima (Univeridade do Porto)

Helena Lima (Universidade do Porto) - Informação e espetáculo na morte de Salazar. Estratégias discursivas da imprensa portuguesa

Do ponto de vista do jornalismo, a morte é um valor central, na medida em que ela se enquadra no campo dos acontecimentos dramáticos que constituem a essência da história jornalística (Golding, Elliott, 1988). De acordo com Sutton (2005), a morte, enquanto acontecimento brutal e inesperado, é suscetível de se transformar em notícia e se a esta valoração se acrescentar ainda o fator proeminência, quando se reporta a uma figura pública a sua valoração é evidente. A morte de um estadista configura um acontecimento jornalístico de topo da hierarquia noticiosa, que configura um conjunto de critérios que vão ao encontro dos valores-notícia (Hanusch 2010; Seaton 2005; Walter), mas que pode ainda ser entendida como informação-espetáculo, pelo ambiente emocional que é criado. A imprensa está, dada esta conceptualização, repleta de notícias onde a temática da morte é central, mas em regra associada a outros aspetos entendidos como critérios de noticiabilidade, como violência, desastres ou factos que de alguma forma nos são dados a conhecer através de relatos melodramáticos. No caso das grandes figuras públicas, a organização da máquina noticiosa permite ao público uma participação indireta, através da forma como constrói a composição jornalística. As narrativas têm uma capacidade informativa que remete para a factualidade, mas simultaneamente podem transmitir uma carga emocional, que decorre do próprio acontecimento, mas que pode ainda ser enfatizada pela composição e pela adjetivação do discurso. A morte das figuras públicas tem sido particularmente estudada, à luz das grandes transmissões televisivas ou colocando a ênfase na cobertura imagística. (Dayan, Katz, 1999; Mesquita, 2003). A análise de discurso sobre a morte de personalidades da elite não se tem debruçado tanto na narrativa textual, sendo a composição da imagem um dos aspetos mais relevantes da construção da mediática. Contudo, o ambiente emocional é parte da estratégia textual dos jornais, contribuindo assim para um ambiente de informação-espetáculo onde o leitor é convidado a participar. A morte de António Oliveira Salazar corresponde a um desses processos de um ambiente construído, em que a imprensa portuguesa contribuiu, para a criação de modelos discursivos-tipo que contribuíram, de acordo com Fernandes (2013), para efeitos de sacralização e mitificação, presentes também em elementos visuais. A morte de Salazar pode ser vista à luz de dois momentos de informação-espetáculo distintos, na perspetiva da veiculação de dois dos principais processos de mitificação do ditador. As cerimónias fúnebres sumptuárias descritas na imprensa e que correspondem às honras prestadas ao estadista, em Lisboa, remetem para o ideal construído de salvador da pátria. O objeto deste trabalho é identificar estes efeitos discursivos na imprensa portuguesa, bem como e por oposição, as representações do homem humilde e austero, particularmente evidentes em Santa Comba Dão e o regresso às origens.

Enrique Bordería Ortiz (Universidad de Valencia) - El espectáculo del dolor en la guerra civil española

El diccionario de la Real Academia de la Lengua define el término espectáculo identificándolo en su primera acepción con las diversiones públicas con propósitos recreativos para un conjunto de público. Pero esa idea general y más común que todos entienden como espectáculo no es la que más nos interesa para el propósito que nos mueve en la presente comunicación. En su tercera acepción el diccionario de la RAE la define textualmente como: “Cosa que se ofrece a la vista o a la contemplación intelectual y es capaz de atraer la atención y mover el ánimo infundiéndole deleite, asombro, dolor u otros afectos más o menos vivos o nobles”. Ese sentido extenso del término espectáculo, en el que la emotividad y los sentimientos de los receptores de esa cosa, nosotros diríamos mensaje, son el elemento esencial en el propósito de quien lleva a cabo la representación son los que nos interesan en el marco de la retórica que la prensa española de los años treinta puso en práctica durante la guerra civil. Como miembro del equipo investigador del proyecto I+D+I CSO2015-66667-R, “Cambio en la empresa periodística: la estrategia del sensacionalismo. Su emergencia histórica en España y América” estamos llevando a cabo un estudio del sensacionalismo periodístico en sus distintas manifestaciones y ámbitos de actuación, no sólo en aquellos medios que utilizan explícitamente este modelo periodístico, sino también aquellas expresiones del ensacionalismo periodístico que se materializan en otras realidades que a primera vista no se identifican con él. En esta línea, y enlazando con la atención preferente que las

expresiones del sensacionalismo han expresado por los espectáculos populares o por el propio espectáculo de la realidad, en la medida que participan de la intencionalidad emotiva y sentimental que el sensacionalismo persigue como medio para captar y capturar la atención de los espectadores/lectores oyentes, hemos venido en interesarnos en la temática de la guerra y la propaganda que aparejó el conflicto de 1936-1939. Esta preocupación deriva de la observación, después de distintos trabajos sobre el periodo y el tema aunque con otras preocupaciones, de cómo el periodismo que se llevó a cabo durante la guerra civil española, atravesado por el facto distorsionador de la propaganda, estaba construido desde posiciones próximas a los recursos periodísticos –tanto en la escritura, como en la expresión formal, del sensacionalismo que había venido conformándose desde finales del siglo XIX en España y ya en la década de los años treinta había empezado a alcanzar verdaderas niveles de madurez. El periodismo de guerra, convertirá al conflicto bélico en un espectáculo, pero no exactamente en un ejercicio de entretenimiento lúdico, aunque no faltaron episodios irresponsables durante la guerra convertida en un trágico circo al que acudir en jornadas episódicas y disparar en el frente para regresar a casa al final del día. Nos referimos a cómo el periodismo de la época utilizó los recursos formales de la prensa sensacionalista, a través de los descomunales titulares, a través de las crónicas incendiarias, a través de los discursos del eros y tánatos, procedimientos que representaban la médula espinal del tratamiento sensacionalista de la realidad que la prensa había profesionalizado unas décadas atrás. Ese sentido del espectáculo de la guerra convertido en un ritual de dolor, en esa acepción de la RAE a la que aludíamos es la que trataremos de expresar a través del análisis de una muestra representativa de las publicaciones de la época: ABC, La Vanguardia, Frente Rojo, Verdad, etc.

Elsa Costa E Silva (Universidade do Minho) - O crime da rua do sol: entre a narrativa jornalística e a censura

A ligação da noção de espectáculo ao jornalismo escrito passa muito pelos critérios de valor notícia, que levam os jornalistas a interessarem-se por temas como cataclismos naturais, acidentes, tragédias ou crimes. O interesse por estas temáticas cresceu ao longo do século XX e, nos anos 60, os media começaram a interessar-se de forma particular por temas com um carácter espectacular como crimes, tumultos urbanos e guerra – por exemplo, e em particular nos media norte-americanos, a Guerra do Vietname (Funkhouser, 1973). Em Portugal, os jornalistas encontravam grandes constrangimentos quando se tratava de abordar esses temas devido à vigência da censura. A censura do Estado Novo partir de uma concepção de opinião pública como sendo fraca e sugestionável, que deveria ser protegida, dirigida e esclarecida de acordo com critérios superiormente decididos pelo chefe da nação (Barreto, 1999). Isso tornava, obviamente, os interesses das populações como objecto de pouco (ou nenhum) tratamento noticioso e dificilmente a “voz do povo” chegava às notícias. Todas as referências que pudessem consideradas ofensivas da moral ou dos bons costumes eram consideradas inconvenientes e alvo de cortes quando os jornais chegavam às mãos dos censores (Barreto, 1999; Lima, 2013). Do mesmo modo, as referências à guerra colonial eram também quase inexistentes. A necessidade de tornar o processo mais previsível e sem percalços institui nas redacções o mecanismo da auto-censura, que antecipava eventuais oposições e eliminava as respectivas notícias e factos (Barreto, 1999; Franco, 1993). Estas circunstâncias, aliadas a uma prática profissional baseada em materiais secundários, justifica o tom monocórdico e cinzento pelo qual se pautava o jornalismo português nessa altura (Lima, 2013). No entanto, os anos 60 viram também algumas transformações a nível das redacções, nomeadamente o advento de uma nova geração que, seguindo o modelo do “novo jornalismo” norte-americano, ganhou o espaço da rua e da reportagem (Correia e Baptista, 2005). Neste contexto, a cobertura noticiosa de um crime que apaixonava a opinião pública estaria necessariamente condicionada, mas estaria facilmente na mira destes jornalistas que procuravam mais a rua. Por outro lado, como explicam Bord e Dardenne (1993) as notícias podem também ter uma função coesiva semelhante ao mito, já que funcionam como força de conformidade que pune o mal e recompensa o bem. Em face de acontecimentos que podem aterrorizar ou inquietar a ordem estabelecida, os media oferecem explicações aceitáveis que permitem tranquilizar a comunidade através de respostas credíveis. Deste modo, as notícias são também ‘estórias’, narrativas através das quais é preciso fazer avançar o relato, integrando elementos novos que devem contribuir para um todo estruturado e dotado de significado. E, assim, os factos são considerados relevantes se contribuírem para essa visão coerente. Em Outubro 1963, a cidade do Porto foi palco do assassinio de uma idosa, crime que sobressaltou os seus habitantes. Ficou para a história da cidade como um “processo emblemático”, segundo o presidente do Tribunal da Relação do Porto. De acordo com testemunhos de habitantes e jornalistas da época, ficará no imaginário da cidade o terror que os habitantes sentiram nos dias que decorreram até a investigação policial descobrir a identidade do assassino. Os jornais da cidade noticiaram o facto e acabaram por lhe dar grande destaque, seguindo o desenrolar dos acontecimentos nas duas semanas seguintes até à captura do suspeito. O objectivo desta comunicação é apresentar uma análise de conteúdo da cobertura noticiosa, providenciada pelos jornais Comércio do Porto (11 edições) e Jornal de Notícias (8 edições), deste acontecimento espectacular. Pretende-se assim identificar os principais elementos da narrativa jornalística sobre a procura do assassino, a representação dos protagonistas (vítima, assassino, povo e autoridades) e a utilização de fontes de informação. Uma vez que os jornais examinados têm posturas editoriais diferentes (com o JN de cariz popular e o Comércio do Porto mais ligado à pequena e média burguesia), a análise foca-se ainda nas diferenças de cobertura do crime, nomeadamente em termos do destaque dado ao acontecimento e à utilização de elementos visuais, como a fotografia. Os resultados da análise evidenciam uma cobertura de tipo “novela da vida real”, ainda que com diferenças no tratamento dado pelos dois jornais, com episódios quase diários – uma cobertura pouco usual, mas que, sempre exaltando o papel das autoridades policiais (mesmo nos momentos em que se enganaram), ia ao encontro do interesse manifestado pela população.

Tarcineide Mesquita (Universidade Nova de Lisboa) – O DN em análise. O jornalismo de referência e a alegada tabloidização da informação

Tabloidization é um termo que vem sendo esparsamente definido desde a década de 1990, e empregado para descrever as mudanças de estilo e conteúdo dos media noticiosos, normalmente percebidas como representando um “declínio” nos padrões jornalísticos tradicionais. Os estudos pioneiros olharam pela negativa o estado dos media e da democracia, sobretudo a partir do contexto norte-americano e britânico. Evidenciaram que a mudança para o conteúdo baseado no entretenimento, bem como do tipo de linguagem utilizada, priorizando o sensacional, o emotivo e os aspetos visuais da informação, acaba por minar o lugar da

razão, provocando uma crise na vida pública e na base da democracia (Sparks, 1991). A tabloidização foi apontada como resultado da dinâmica de competitividade entre os media e das modificações no cenário económico global, que hoje têm contribuído para o estado de crise do setor impresso nomeadamente, com elevado número de despedimentos de jornalistas, enxugamento editoriais e a consequente perda na qualidade dessas publicações. A curto e médio prazo, as publicações que resistem tendem a adaptar o seu conteúdo, bem como sua apresentação, ao espaço e aos recursos que sobram. Essa “adaptação”, a certo nível, pode incidir num processo de tabloidização, a longo prazo. O termo “tabloidização” conota um “transbordamento” de valores noticiosos dos tabloides na direção dos chamados media de referência. Por isso, a tabloidização é melhor percebida quando olhamos para a sua raiz – o tabloide. Dentro desse processo de “transbordamento” pesa o desenvolvimento da sociedade do espetáculo, da cultura de celebridades, o avanço do entretenimento e de seus formatos, das soft news, do apelo ao sensacionalismo; elementos considerados particulares da cultura de massas e da prática dos tabloides. Partindo do pressuposto que a tabloidização é um fenómeno de alcance global, em que não escapa à imprensa de referência portuguesa, este trabalho tem como objetivo identificar através de análise de conteúdo aspetos da tabloidização no jornal generalista de referência, Diário de Notícias. Para tanto, são utilizados os indicadores de tabloidização propostos em Sparks (2000) e McLachlan e Golding (2000) em uma amostra selecionada a partir de uma década de publicações, entre os anos de 1995 a 1999 e de 2010 a 2014.

Pedro Marques Gomes (Universidade Nova de Lisboa) – Espectáculo, emoción y drama en el periódico Tempo

Questão basilar do pós 25 de Abril, a descolonização é tema dominante no ano de 1975 em Portugal. De entre as várias colónias, o processo de descolonização angolano “foi o mais complexo e aquele que mais consequências internas e internacionais teve”, de acordo com José Medeiros Ferreira. De facto, depois da celebração do Acordo do Alvor entre o governo português e os três movimentos de libertação angolanos, em Janeiro de 1975, que marcava a data da independência de Angola para 11 de Novembro desse ano, vamos assistir a confrontos entre os movimentos angolanos, o início da guerra civil, a internacionalização do conflito e a perda de influência das autoridades portuguesas, entre outros acontecimentos. Como refere o mesmo historiador, “o resultado de todas essas realidades e contingências foi o fenómeno social do retorno de cerca de meio milhão de residentes nos territórios africanos para Portugal” (Ferreira, 1994: 69) ao longo de cerca de um ano. Ficariam, por isso, conhecidos como “retornados”. As dificuldades e particularidades que envolveram a chegada de retornados à metrópole fez correr muita tinta na imprensa portuguesa. Nas páginas do jornal Tempo (criado precisamente em Maio de 1975) multiplicavam-se os textos sobre esta realidade, descrita como a “dramática situação de centenas de deslocados” vindos de Angola para Portugal. Títulos como “a tragédia de Angola”, “drama brutal” ou “minha mulher suicidou-se” falam por si. Efectivamente, uma parte expressiva dos artigos revela histórias dramáticas e episódios violentos. O objectivo desta comunicação é, pois, o de analisar os artigos jornalísticos acerca desta temática, publicados no jornal Tempo ao longo do ano de 1975, afim de aferirmos as marcas de espectacularidade e de emotividade presentes nesses textos e nas imagens que os acompanham.

Raquel Quevedo Redondo; Salomé Berrocal Gonzalo (Universidad de Valladolid) - Feminizando la comunicación política: la delgada línea entre realidad y espectáculo

La creciente espectacularización que ha experimentado la política en la evolución de su relación con medios y ciudadanos se ha convertido en una de las principales fuentes de contenido para los medios de comunicación que pretenden ofrecer al público una mixtura entre la información y el entretenimiento. Sobre esta preponderante tendencia conocida como “infotainment”, el grueso de investigaciones publicadas aparece ligado al avance de la televisión, lo que ha generado una falsa impresión de vacío sobre la existencia de las denominadas “noticias blandas” protagonizadas por políticos (y, más concretamente, por mujeres políticas) en medios impresos. Ante la falta de antecedentes científicos que expliquen la presencia del fenómeno más allá del mercado televisivo, este estudio analiza la representación de los líderes y lideresas en las revistas femeninas de alta gama (RFAG) ‘Glamour’, ‘Telva’, ‘Woman’, ‘Elle’ y ‘Vogue’, a través de las entrevistas publicadas en el año 2016, con motivo de las elecciones a Cortes Generales en España. Desde una perspectiva comparativa y de género, el objetivo del análisis radica en evidenciar la proliferación de un particular formato: el de la “soft interview” o “entrevista blanda”, integrado por cuestionarios que alternan las preguntas personales con preguntas profesionales, con un mayor protagonismo de las primeras cuando el entrevistado es mujer. SÍNTESIS. Esta propuesta presenta un estudio sobre el uso de la entrevista demostrado en revistas femeninas de alta gama (en España) por candidatos que concurren al proceso electoral de 2016 en España. ANTECEDENTES. Durante la Transición española, a finales de los años setenta y principios de los ochenta, el presidente Adolfo Suárez ya recurría a los posados familiares en la revista más demandada por el público femenino, ‘Hola’. MARCO TEÓRICO. La investigación se basa en los estudios sobre infoentretenimiento político, análisis de medios con perspectiva de género y teoría del Framing. METODOLOGÍA. La investigación empírica apoya su sentido en el método del análisis de contenido, acometido a partir de una selección de variables extraídas de una minuciosa revisión bibliográfica. RESULTADOS. La interpretación del trabajo de campo revela la construcción de un perfil amable sobre los líderes políticos, la preeminencia de los frames que enlazan con los denominados “feminine issues” y el mayor peso de las preguntas referentes a la conciliación de la vida laboral y familiar.

15:45 – 17:15 – Sesiones paralelas

Mesa 4 – Sala 105 (Biografías)

Moderador – Moderador: Belén Galletero

Sandra M L Pereira Gonçalves; Andréa Brächer (Universidade Federal do Rio Grande do Sul) – Ricardo Chaves, a photojournalist trajectory

O artigo proposto tem como objetivo principal traçar, historiando, a carreira do fotógrafo e editor de fotografia gaúcho Ricardo Chaves. Marco no fotojornalismo praticado no Rio Grande do Sul, por vinte anos editor de fotografia do Jornal Zero Hora, Ricardo Chaves tem acompanhado os principais momentos do Estado, do país e do mundo, cobrindo acontecimentos dos mais variados matizes seja a serviço do Jornal Zero Hora, Estado de São Paulo ou nas Revistas semanais de informação *Veja* e *Isto É*, entre outras publicações jornalísticas de grande porte no Brasil. Em seguida, se irá abordar o fazer fotojornalístico praticado por Ricardo Chaves, seja produzindo ou editando fotografia. Acredita-se que a fotografia praticada por Ricardo Chaves, seja na captura de imagens ou edição das mesmas, é indicativa de uma fotografia dita Menor (Gonçalves, 2006). Menor aqui se refere a uma fotografia com potência reflexiva, que retira o leitor de sua zona de conforto, levando-o a ser um caçador do sentido, como o fotógrafo. Tal modo de fazer fotojornalístico, principalmente no fotojornalismo diário, se coloca como uma prática de vanguarda, saindo do mainstream. Podem-se tomar como exemplo dessa Fotografia Menor, as duas imagens a seguir (Figura 1 e figura 2), realizadas por Ricardo Chaves em uma de suas primeiras pautas internacionais em 1973, no Uruguai, quando esse país da América do Sul encontrava-se em um período de regime de exceção, governado por uma ditadura militar. No período referido acima, o Congresso foi fechado, pessoas foram presas, iniciou-se a tortura e o medo generalizado de expor opiniões livres – no mesmo período, o mesmo se passava no Brasil. Nesse contexto, Ricardo Chaves realiza as imagens aqui apresentadas. Figura 1. Fotografia de Ricardo Chaves, Uruguai, 1973. Figura 2. Fotografia de Ricardo Chaves, Uruguai, 1973. Antes de falarmos sobre tais imagens, se faz necessário explicitar o conceito de Fotografia Menor, caracterizador/propiciador de certa opacidade das imagens fotográficas, por oposição a mera transparência do documento. Tal conceito busca expor que o grau de aderência das imagens à referência é variável, havendo cargas diferentes de subjetividade ou objetividade de acordo com as relações estabelecidas dessas mesmas imagens com o tempo e com o espaço. Então, o termo “menor” aqui utilizado alude e se inspira em Deleuze e Guattari (2002), quando estes se referem à literatura produzida por Kafka: Uma literatura menor não pertence a uma língua menor, mas, antes, à língua que uma minoria constrói numa língua maior. E a primeira característica é que a língua, de qualquer modo, é afectada por um forte coeficiente de desterritorialização. [...] A segunda característica das literaturas menores é que nelas tudo é político. Nas “grandes” literaturas, pelo contrário, a questão individual (familiar, conjugal, etc.) tende a juntar-se a outras questões igualmente individuais [...]. A literatura menor é completamente diferente: o seu espaço, exíguo, faz com que todas as questões individuais estejam imediatamente ligadas à política. A questão individual, ampliada ao microscópio, torna-se muito mais necessária, indispensável, porque uma outra história se agita no seu interior. (DELEUZE e GUATTARI, 2002, p. 38-39). Acredita-se ser possível trazer este conceito “menor” à fotografia, para toda aquela imagem que germina, subverte, descentra, incomoda, com o propósito de provocar pensamento, reflexão. Esta fotografia não carrega consigo, necessariamente, o fato informativo puro, a notícia, mas suas consequências, anterioridades (leva o leitor a pensar sobre elas); mesmo quando vinculadas a um fato noticioso específico nele não se esgotam. São imagens abertas a diferentes e divergentes leituras. Polissêmicas são imagens com alto grau de suplemento; a singularidade é sua marca. Percebem-se, tanto na figura 1 quanto na figura 2, as características de uma Fotografia Menor. Belas, essas imagens não se revelam de imediato ao observador, exigem desse um engajamento que quando realizado podem levar a uma reflexão da problemática da vida contemporânea. Todavia, em ambas as imagens percebe-se um forte caráter atemporal na temática abordada – violência – e mostram-se plenamente atualizadas com as questões postas na atualidade, entre elas as ondas nacionalistas e de extrema direita que assolam o planeta. Possuidoras de múltiplos sentidos colocam-se como um convite à reflexão e ao pensamento e se colocam como alternativa as leituras fáceis e simplistas da atualidade imagética. O referencial para a construção do artigo virá de entrevistas com o fotógrafo, bem como de publicações sobre o mesmo (jornais, revistas) e documentos e materiais fornecidos pelo profissional dentre outras fontes possíveis. Para tratar das questões propriamente fotojornalísticas, suas rotinas, diferentes autores da área serão convocados.

Cristina Bezerra; Valquiria Kneipp (Universidade Federal do Rio Grande do Norte) – A trajetória do jornalista Luiz Maria Alves no Diário de Natal

Este artigo é recorte de nossa pesquisa dentro do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia e busca contar um pouco da trajetória profissional de Luiz Maria Alves. O jornalista esteve durante trinta anos à frente do Diário de Natal, periódico dos Diários Associados em circulação no Rio Grande do Norte (Brasil) de 1939 a 2012. Alves assumiu a direção do Diário de Natal em 1958. Recebeu uma empresa cheia de débitos, enxugou o quadro de funcionários e chegou a empenhar economias pessoais para reerguer o jornal. Entre alguns feitos, foi o responsável pela implantação do sistema de impressão offset, com resultados considerados altamente positivos por ser a tecnologia mais avançada em termos gráficos no Brasil à época.

María Peralta-Barríos; María Isabel Menéndez-Menéndez (Universidad de Burgos) – Cristina García Rodero y la fotografía social

La fotógrafa Cristina García Rodero (Puertollano, España, 1949) es la única persona que, en España, forma parte de la Agencia Magnum como miembro de pleno derecho. Su capacidad de captar “el instante decisivo” en un trabajo donde la sensibilidad y curiosidad que reflejan sus imágenes consigue atrapar al público y hacerle cómplice del momento reflejado le ha permitido alcanzar el Olimpo de la fotografía internacional. La mirada de Cristina García Rodero se sitúa entre el arte y el fotoperiodismo. Con una trayectoria de más de cuatro décadas, su trabajo está presente en los mejores museos y galerías de todo el mundo y es reconocido internacionalmente. El enfoque social que destilan sus producciones, ha sido agraciado con tres galardones World Press Photo (1993, 1997 y 2008), un premio Godó de Fotoperiodismo (2000) y el reconocimiento de la asociación de periodistas gráficos europeos entregado bajo el nombre de Alfonso Sánchez García (2007). En esta comunicación, se ofrecerá un recorrido por la trayectoria vital y profesional de García Rodero pues, a pesar de su éxito y reconocimiento profesional, sigue siendo relativamente desconocida para el gran público. Así, se ofrecerán datos biográficos, comenzando por su licenciatura en Bellas Artes en la Universidad Complutense de Madrid y el inicio de su carrera como docente en 1974. Es en esa época cuando emprende

sus primeros trabajos fotográficos de temática documental relacionados con las costumbres y tradiciones populares en España. A lo largo de toda su carrera, García Rodero compaginará su trabajo como profesora con la creación fotográfica y la colaboración con diferentes publicaciones de carácter nacional e internacional. En cuanto a sus aportaciones artísticas, hay que destacar que, con una autonomía total sobre los temas que desarrolla, el valor de sus imágenes no reside en la propia fotografía, sino en las personas y lugares que retrata. La representación que hace del comportamiento humano y de las dualidades y contradicciones que generan su existencia, son sin duda, una reflexión sobre los sentimientos más profundos de las personas. Así mismo, el tratamiento visual empleado, confiere una gran importancia a su papel como creadora y fotoperiodista. Sus imágenes están impregnadas con una estética que no resta objetividad y sensibilidad y además obliga al público a mirar a los ojos de las personas retratadas. Sentir el dolor o la alegría, la tristeza o la esperanza, el odio o el amor... cualquier sentimiento es válido dentro de sus instantáneas. Los conflictos bélicos de Georgia y Armenia, la vida en Cuba bajo el bloqueo comercial o los rituales en Haití y Venezuela, han sido algunos de sus trabajos con tintes foto periodísticos más reconocidos. Para concluir, queremos resaltar los valores de una fotógrafa que, mediante el distanciamiento con la iconografía contemporánea y la manera de desarrollar su trabajo, no ha hecho más que acentuar un estilo personal y depurado cuyo valor reside en la dignidad de la gente retratada. Como fotoperiodista, García Rodero no busca in situ el conflicto o los problemas en sí, sino las consecuencias que tiene en la sociedad y la capacidad de recuperación de las personas que lo sufren.

Virginia Martín; Dunia Etura (Universidad de Valladolid) – Información con perspectiva de género: Carmen Sarmiento y los orígenes de informe semanal

Uno de los elementos fundamentales para la legitimación de la dictadura franquista en España fue el control de la legalidad y la identidad vinculada a las mujeres. Para conseguirlo el régimen rehabilitó los códigos de 1870 y 1889 de marcado carácter patriarcal y crearon leyes ad hoc que permitieron instaurar un modelo de española basado en el determinismo biológico, que imponía y perpetuaba el sometimiento de las féminas frente al hombre. Para la consecución de la mujer ideal franquista, fueron fundamentales la labor de la Sección Femenina, de la Iglesia, a partir de su doctrina y la educación, y de los valores transmitidos a través de los medios de comunicación sometidos a una Ley de Prensa de marcado carácter coercitivo. A partir de la década de los 60, la dictadura desarrollará una estrategia de lavado de cara frente a la comunidad internacional con una serie de reformas legislativas entre las que se encuentran la Ley de Derechos Políticos, Profesionales y del Trabajo de la Mujer de 1961 o la Ley de imprenta de 1966 con la que se pretendía dar una imagen de apertura y libertad. En los primeros años de la década de los 70 nace Semanal Informativo, que poco después se convertirá en Informe Semanal, el programa más longevo de la televisión europea. El formato informativo, por su emisión semanal, otorga un carácter de mayor reflexión y análisis a los temas tratados y los profesionales de su equipo con un marcado carácter feminista, como la periodista Carmen Sarmiento, apostarán por tratar temas que afectaban directamente a las mujeres - como el divorcio, el aborto o el adulterio- impensables hasta entonces en la dictadura franquista. La comunicación que se propone, analiza con perspectiva de género los reportajes que se emitieron en los primeros años de emisión de Informe Semanal, con el fin de dirimir si fueron dotados de significado informativo las diferentes posiciones sociales que ocupaban las mujeres y los hombres en el contexto represivo de la dictadura franquista.

Jose das Candeias Sales Universidade Aberta, Centro de História da Universidade de Lisboa (CHUL) ; Susana Mota (Universidade Nova de Lisboa/ Universidade dos Açores); – Alejo Carrera Muñoz (1893-1967): uma viçHAM, FCSH, Universidade NOVA de Lisboa, Universidade dos Açores da contada pelos jornais

Alejo Carrera Muñoz (1893-1967) foi um jornalista galego, nascido em Vilasobroso (Mondariz), que residiu em Portugal desde os seus 15 anos de idade, tendo trabalhado, em Portugal e Espanha, não só como jornalista, correspondente de jornais espanhóis e brasileiros, mas também como empresário, político, homem de cultura e representante da comunidade galega no nosso país. Na nossa investigação, desenvolvida na área dos estudos da recepção da Antiguidade em Portugal, o seu nome surgiu, pela primeira vez, quando procurávamos nos jornais portugueses do início do século XX elementos concretos sobre a presença e acção da Agência Radio em Portugal. Uma breve pesquisa paralela de enquadramento sobre esta figura para nós completamente desconhecida conduziu-nos a um parco número de informações, não muito significativas mas sistematicamente repetidas, de onde se destaca sempre o facto de, em 1923, então com 30 anos de idade, ter adquirido e reconstruído na sua terra natal o castelo de Vilasobroso (Mondariz). Nas páginas dos jornais compulsados, a presença do seu nome é frequente: quer como correspondente dos jornais espanhóis El Imparcial e El Sol, quer como correspondente da United Press para o jornal brasileiro O Paiz, quer, ainda, como representante da Agência Radio em Portugal. Há igualmente notícias que nos informam os cargos de direcção que exerceu nas associações galegas em Portugal, do seu papel político e social em Vilasobroso e dos seus negócios na área editorial, em Portugal e no Brasil, em prole da divulgação da literatura portuguesa e espanhola. Movidos por uma forte curiosidade intelectual face, por um lado, aquilo que se nos afigurava ser o relevo deste indivíduo em muitos aspectos da imprensa e comunicação do seu tempo e, por outro, à escassez de dados relevantes sobre a sua vida, bem como pela necessidade de entendermos cabalmente a sua ligação à Agência Radio, decidimos aprofundar a nossa pesquisa sobre a figura de Alejo Carrera. Não conseguimos, ainda, identificar, nem em Portugal nem em Espanha, qualquer tipo de produção bibliográfica ou outra desenvolvida a seu respeito. No entanto, os jornais – portugueses, espanhóis e até brasileiros –, o meio socio-profissional privilegiado onde se movia, permitiram-nos reconstruir, com algum detalhe, os principais passos da vida deste homem que foi, no seu tempo, por motivos vários, digno de louvores de portugueses e espanhóis, reconhecido homem dos jornais e da cultura, respeitado elemento da comunidade galega em Portugal e também causador de «incómodos» que o levaram à prisão e a um processo de expulsão de Portugal. Até ao momento, pelo conhecimento que temos, Alejo Carrera, a que podemos chamar “homem dos mil ofícios”, não foi ainda alvo de um estudo biográfico aprofundado que apresente, sustentadamente, a vida

multifacetada que teve. Esta comunicação não pretende, obviamente, colmatar totalmente esta lacuna, mas, recorrendo ao que ele fez publicar nos jornais e ao que os jornais publicaram sobre ele, pretende traçar em linhas gerais o contributo de Alejo Carrera para a imprensa e para a cultura do seu tempo.

Ignacio Fernández de Mata (Universidad de Burgos) – Navigare necesse est. De la vanguardia al compromiso: Eduardo de Ontañón (1904-1949)

Eduardo de Ontañón Levantini fue el periodista más interesante, heterodoxo y moderno que dio Burgos durante la primera mitad del siglo XX. Miembro de una saga de periodistas vinculados al liberalismo decimonónico y a la fundación de la Institución Libre de Enseñanza, el mundo de la prensa fue para él, más que un destino, una ambición y pasión. Editor, poeta, agitador cultural..., su profesión y compromiso le llevaron de Burgos a Madrid, Valencia, Barcelona, Francia, Inglaterra y México. Tras unos tempranos comienzos en la prensa satírica local y en los versos tardomodernistas, Ontañón devino en necesario agitador cultural del Burgos primorriverista y republicano. Quien fuera uno de los primeros cultivadores del ultraísmo en España, fue núcleo de artistas y empeños de transformación local y regional —Parábola—. También renovador del periodismo burgalés y cultivador de la nueva biografía orteguiana. En 1935 arribó exultante a Madrid. Aquella primera culminación a través del alucinado mundo de las vanguardias hacia nuevas cabeceras, al encuentro de hombres nuevos como él, parecía abrir el portón de los sueños. Tales compromisos y empeños editoriales dejaron hondo poso en el tipo de periodismo cultural practicado por Ontañón —Estampa, El Sol, El Heraldo de Madrid, La Gaceta Literaria...—. Desde luego, la Guerra Civil torció todo plan vital. La urgencia y el ideal marcaron las nuevas directrices de la prensa y Ontañón puso su leal hacer al servicio de la República —Madrid, Valencia, Barcelona— en artículos, crónicas y libros... Hasta el desastre final. Luego, el exilio: los vergonzantes campos de concentración franceses, su rescate cuáquero —Inglaterra—, y por fin, paquebote Sinaia mediante, México. La Nueva España jugó el engaño del renacer: recuperar los proyectos preguerra, retomar el tiempo roto. Pero el mundo respiraba agitación y conflicto. Fue un tiempo fructífero, sí: cinco libros publicados, más dos inéditos y centenares de artículos. Pero a pesar de las nuevas colaboraciones en prensa, de los nuevos libros, de nueva editorial, llegaron desengaños, los conflictos de los grupos exiliados..., y el desamor. El intento de publicación de uno de aquellos inéditos lo acercó, en 1948, a España. Fue una visita desoladora e infructuosa que, sin él saberlo, culminaría en muerte —oscura, triste, en el olvido—.

Mesa 5 – sala 207 (Comunicación y espectáculo– Radio)

Moderador: Ana Isabel Reis

Ana Isabel Reis; Helena Lima (Universidade do Porto) – O valor simbólico da música na Revolução do 25 de Abril

Este estudo incide sobre uma época particularmente rica da história da democracia portuguesa e no papel da rádio no 25 de Abril de 1974. Pelos testemunhos registados pelos media, e noutras fontes documentais, é possível não só construir uma linha cronológica da participação da rádio na Revolução, como do papel determinante que os seus profissionais tiveram no planeamento da mudança de regime e na escolha dos seus símbolos sonoros. Pode parecer estranha a ideia de comunicação e espetáculo num período tão marcante e solene da história da democracia portuguesa. Esta perceção radica no facto de as músicas que funcionaram como sinais para os revolucionários serem, previamente, elementos da cultura popular da época. Assim se explica que as escolhas musicais não se tenham limitado às canções revolucionárias e que estes símbolos sonoros perdurem até hoje, como foi a escolha da música que representou Portugal no Festival Eurovisão da Canção, “E depois do Adeus” interpretada por Paulo de Carvalho. Foi a Rádio que deu o sinal de arranque para a Revolução e a confirmação de que estava em curso – os militares aguardavam que a Rádio transmitisse as músicas-senhas para saírem dos quartéis e rumarem a Lisboa para derrubarem o Regime (Maia, 1999). A Rádio foi o meio escolhido pelos capitães para comunicarem entre si de forma mais segura e com maior alcance, sem interceções (Reis,Lima,2014; Carvalho, 2014). Todas as músicas foram escolhidas pelos homens da rádio e são ainda hoje os símbolos sonoros da Revolução de 74 indissociáveis dos acontecimentos dessa madrugada. A escolha é criteriosa e obedece a uma visão radiofónica. O exemplo mais representativo da aplicação dos critérios radiofónicos é o da marcha militar dos comunicados do Movimento das Forças Armadas (MFA). A escolha nasce do imperativo radiofónico de sinalizar sonoramente os diversos conteúdos, de forma a criar um hábito de identificação na audiência, que ao escutar aquela sonoridade a associa a um conteúdo específico. Esta regra radiofónica, desconhecida por parte dos militares, surge como um imperativo natural a quem trabalha na rádio. A escolha é feita segundo critérios radiofónicos: uma marcha militar porque se trata de um golpe, de curta duração como é habitual nos jingles, e com impacto sonoro. A marcha transforma-se rapidamente na música do MFA, símbolo da Revolução de Abril. O êxito da Revolução está associado desde logo ao poder da Rádio, reconhecido como local estratégico num processo de mudança de regime pela força. Desde o início que está previsto o envolvimento de locutores, jornalistas e técnicos de mais do que uma emissora, e as rádios são os primeiros alvos a ocupar, mesmo antes dos edifícios militares e do aeroporto (Carvalho, 2014; Maia, 1999). A importância estratégica da Rádio é ainda reconhecida quando os militares a incorporam no golpe como um meio de comunicação com a população, não só para a informar dos seus objetivos, mas também do processo em curso até à queda do antigo regime, nomeadamente da transmissão de gravações que dão conta da fragilidade das tropas fiéis ao governo que seria deposto. Prova de tudo isto é o facto do estratega da Revolução fazer da Rádio o Posto de Comando do MFA.

Alberto Pena Rodríguez (Universidad de Vigo) – As estrelas da radio en América. Periodismo radiofónico en portugués en Estados Unidos durante los años treinta: espectáculo y entretenimiento

A partir de los años treinta, los núcleos de inmigrantes portugueses en Estados Unidos comenzaron a utilizar la radio como un medio de comunicación social que aportaba inmediatez informativa y cohesión a la comunidad y como negocio. En diferentes lugares, pero sobre todo en los Estados de California y Massachusetts, algunos inmigrantes con escasos conocimientos del medio, pero con gran estímulo, inauguraron diferentes programas en portugués dirigidos a la comunidad luso-americana. Muchos espacios eran meros divertimentos, pero otros mezclaban información y entretenimiento con gran éxito de público, lo que convirtió a sus promotores en profesionales de la radio. Otros, como el azoriano Arthur Vieira Ávila, fueron más lejos, fundando empresas como la Latin-American Broadcasting Company, que produjo el espectáculo radiofónico Castelos Românticos, de gran popularidad entre los inmigrantes luso-americanos. Esta comunicación, basada en fuentes originales de carácter documental y hemerográfico, es una aproximación a los inicios de la historia de la radio portuguesa en Estados Unidos. La metodología que se emplea es, sobre todo, de carácter cualitativo y de análisis de contenidos de las publicaciones especializadas de la época.

Cláudia Henriques (Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias) – O rádio como veículo do mundo e de espectáculo: uma análise exploratória da publicidade aos aparelhos de rádio em Portugal (1929-1965)

Esta comunicação parte de uma recolha de anúncios de imprensa a aparelhos de rádios para, através deles, analisar o discurso publicitário sobre o objecto tecnológico e apurar a representação que este tipo de discurso faz dos receptores de rádio. Desmontando este discurso publicitário cremos aceder, em boa medida, à representação social e cultural que a publicidade opera sobre o meio rádio. Ou seja, o nosso foco não recai sobre a tecnologia ou as características técnicas dos objectos, e muito menos sobre a actividade publicitária per se; procuramos, antes, lançar um primeiro olhar sobre os usos sociais e o imaginário associado à rádio que são “vendidos” pelos anunciantes. Num primeiro momento faremos um enquadramento teórico que insira a temática da publicidade à rádio no contexto histórico da introdução e vulgarização dos aparelhos de rádio no lar. Segue-se uma leitura diacrónica sobre a actividade publicitária durante o Estado Novo. Só depois, a partir da recolha que fizemos, ensaiaremos uma periodização para a publicidade na área dos aparelhos radiofónicos, reflectindo também sobre a importância que as exposições e congressos nacionais de radiofonia tiveram no desenvolvimento deste tipo de publicidade. Num segundo momento procedemos à análise do discurso publicitário, sistematizando alguns temas e representações que a publicidade associa ao universo radiofónico. Para tal faremos uma análise semiótica de anúncios seleccionados, entendendo que as imagens publicitárias não são meras legendas construtivas nesta comunicação, mas eixo essencial sem o qual este trabalho ficaria incompleto e pouco inteligível. São estes anúncios publicitários na imprensa que, olhados à escala nacional, nos permitem perceber como a imagem publicitária aplicada à rádio, num contexto de incremento do consumo, chama a si conceitos como o de “sociedade do espectáculo” de Guy Debord. Esta linguagem publicitária anuncia uma rádio que, sendo um “meio cego”, nem por isso deixa de, a partir da familiaridade do lar, colocar o mundo à disposição do ouvinte, através de peças teatrais, programas musicais ou noticiários. A rádio é, pois, instrumento de espectáculo. Com o aparecimento do transistor, a nanização dos objectos, a diminuição de preço e a possibilidade de os levar para qualquer lugar, o espectáculo que a rádio proporciona galga as fronteiras do lar e inscreve-se numa progressiva individualização do consumo. O espectáculo ganha o sentido de portabilidade do objecto e segue o ouvinte para onde ele for. Do ponto de vista do corpus empírico optámos pela recolha, recenseamento e análise de anúncios extraídos da imprensa diária (Diário de Lisboa, Diário de Notícias e O Século) e semanal, como a revista O Século Ilustrado, privilegiando o mês de Dezembro durante o qual, por via da comemoração do Natal e do Ano Novo, o número de anúncios tende a aumentar. No total recenseámos 254 anúncios, que abrangem o período mediado entre 1929 e 1965. Esta opção cronológica parte dos primeiros anúncios sobre equipamentos de rádio que encontramos no Diário de Lisboa, no contexto da realização da II Exposição Nacional de TSF em 1929, e estende-se até 1965, por forma a atingirmos a transistorização da rádio em Portugal e o embate com a televisão nas páginas de publicidade dos jornais.

Gisela Cramer (Universidad Nacional de Colombia); Mónica Maronna (Universidad de la República (UdelaR), Uruguay) – El espectáculo del Tío Sam: radioteatro y propaganda política en la radio uruguaya (1940-1946)

Durante la segunda guerra mundial, el gobierno de EEUU, por medio de la Oficina del Coordinador de Asuntos Interamericanos (OCAIA), desarrolló políticas de comunicación para fortalecer su hegemonía en América Latina. Dirigida por Nelson Rockefeller, la OCAIA implementó una serie de estrategias que supusieron interacciones complejas entre actores estatales y privados, en Estados Unidos y América Latina. Esta ponencia se concentra en la radio y más precisamente, en los programas y libretos desarrollados por la OCAIA destinados a la radiodifusión latinoamericana. Además de los servicios noticieros difundidos en todo el continente se apuntó a una programación variada, incluyendo la ficción seriada debido a que el radioteatro ocupaba un lugar preferencial entre los oyentes. Se analizará el caso de las radios uruguayas por el papel estratégico que ellas ocuparon como plataforma para transmitir hacia Argentina, el país vecino, en el cual la OCAIA encontraba un terreno cada vez más difícil para operar.

Mónica Maronna (Universidad de la República (UdelaR), Uruguay) – Las “voces de los oyentes” en el espectáculo radial montevideano (1922-1939)

Esta ponencia se concentra en el análisis histórico del proceso de construcción de la categoría de “radioescucha” con el objetivo de comprender de qué modo un dispositivo marginal pero cargado de expectativas en su etapa inicial se transformó en uno de los ejes centrales de la cultura en apenas una década. Montevideo, la ciudad capital de Uruguay incorporó muy rápidamente la

radiodifusión: en 1922-23 se instalaron las dos primeras estaciones y la cifra aumentó a 24 en pocos años, lo que otorgaba un lugar muy destacado a este medio. La hipótesis de la existencia de un proceso de constitución del medio que transcurre entre la llegada del dispositivo técnico y la configuración del medio de comunicación de masas permite distinguir dos momentos diferentes en la historia de la radiodifusión y ayuda a comprender la dinámica de cambio en los medios masivos. En este proceso, la “construcción del oyente” ocupa un lugar central. Su estudio remite al análisis de los modos de escucha y su activa participación en el espectáculo radial. La escucha de radio durante las dos primeras décadas supuso una activa participación de los oyentes por tanto ayuda a comprender el lugar del medio emergente en la sociedad y la cultura.

Mesa 6 – Anf. 1 (Temas Libres)

Moderador: Jaume Guillaumet Lloveras

Jaume Guillaumet Lloveras (Universitat Pompeu Fabra); Lucía García-Carretero (Universitat Pompeu Fabra); José María Sanmartí Roset (Universidad Carlos III); José Reig Cruañes (Universidad de Castilla - La Mancha)– Información, política y partidos durante la Transición. Análisis de las revistas de información

El objetivo de esta comunicación es presentar los criterios metodológicos aplicados al análisis del comportamiento político de los semanarios de información durante el primer año y medio de la Transición, desde la jura del rey Juan Carlos hasta la celebración de las primeras elecciones democráticas. El análisis se centra en seis de las revistas semanales que estrenan la información política nacional, apenas autorizada bajo la Ley de Prensa de 1966, cuya aplicación se liberaliza a medida que se formula y avanza la reforma política. Los semanarios seleccionados son Gaceta Ilustrada -revista ilustrada publicada desde 1956-, Cambio 16 y Doblón –autorizadas en 1971 y 1974 como semanarios económicos-, Posible –aparecida a fines de 1974-, y Opinión e Interjú, aparecidas en 1976. En primer lugar, se explicará la metodología adoptada, basada en la experiencia anterior de análisis del comportamiento de la prensa diaria en el mismo período y la consideración de las diferencias propias de la prensa semanal. En segundo lugar, se presentará las particularidades de la aplicación en cada una de las revistas seleccionadas. En tercer lugar, se expondrá un avance de los resultados obtenidos en aras a la caracterización de los comportamientos políticos de estas revistas ante el proyecto de reforma política y las propuestas electorales de los partidos políticos. Las revistas de información y otras de mayor cariz ideológico han sido aludidas regularmente como protagonistas de un ‘parlamento de papel’. La determinación del alcance de ese concepto es uno de los objetivos del proyecto de investigación a cuya difusión de resultados corresponde esta comunicación. (“El papel de la prensa no diaria en la Transición española. Información, política y partidos, 1975-1982”, MINECO, 2016-2018, CSO2015-67752-P)

Christopher Tulloch (Universitat Pompeu Fabra) – "Spain's Red Luther": The Spanish Communist Party in the Anglo-American news magazines (Time, Newsweek and Economist) during the Transition years

While recent studies have shown great interest in the role of the international press and its foreign correspondent corps during the Spanish Transition to democracy at the end of the 1970s, few have analysed the positioning, framing and ideological stance of the elite American news magazines -Time and Newsweek- along with their British competitor, The Economist. Given the wide range of options available, this paper reflects the continuous presence of the Spanish Communist Party (PCE) and its leaders in a context of growing Eurocommunism and one of evident concern to both the US and UK administrations. The enormous rise in sales of these magazines during this period, its niche market and consultation by policy makers across the Atlantic make the media representation of the legalization of the PCE, its electoral campaigns and the profile of its figureheads especially relevant for understanding the dynamics of international news flow during this key period in contemporary Spanish history.

Perales Cristina (Universitat Pompeu Fabra); Reig Pepe (Universidad de Castilla-La Mancha); Luis Rita (Universidade Nova de Lisboa); Caminada David (Universitat Pompeu Fabra)– El encaje de la cuestión nacional en la Transición según las revistas territoriales. El debate territorial y social en España.

El proceso político de democratización español se consolidó en parte gracias a la contribución de los medios de comunicación del momento y, en especial, del papel que jugó la prensa diaria y no diaria. Estos mantuvieron una ambigua relación con los movimientos desplegados desde la sociedad civil, al dar visibilidad a las movilizaciones democráticas al tiempo que favorecían la tendencia al consenso y aceptaban una cierta restricción del debate público en torno a la construcción del nuevo orden constitucional. El objetivo de esta propuesta es analizar el comportamiento de la prensa no diaria española, enfocándose en las principales revistas políticas territoriales del país (Arreu, Canigó, Presència, Orifloma, Valencia Semanal y Punto y Hora), en todo ese proceso. El tipo de representación que las publicaciones escogidas hacen de este período político tan determinante en la historia de España resulta altamente relevante pues se concreta el posicionamiento de estos medios en el grado de aceptación del proceso de Transición y la inserción en el mismo de la perspectiva territorial y nacional. Para la consecución de este objetivo, los autores analizarán el contenido de los artículos que hablan de esta temática [portadas, editoriales, secciones específicas y columnas de opinión de autores de prestigio] durante el período que va del 1975 hasta el 1980, es decir, el período determinado desde la muerte de Franco y hasta la celebración de las primeras elecciones municipales y la aprobación de los dos primeros

estatutos autonómicos (el catalán y el vasco). En este contexto, se discutirán los principales temas que ayudan a legitimar o deslegitimar ideas y acciones con formaciones políticas concretas. También se identificará el grado de vinculación de estas publicaciones con los movimientos de protesta más radicalizados y con las reivindicaciones nacionales, en el momento en que las fuerzas políticas se volcaban en el “consenso constitucional” y en la relativa desmovilización que le acompaña. El estudio de estas publicaciones que tratan de representar el período de la Transición desde un ángulo territorial resulta del todo relevante, y novedoso, puesto que el período aludido coincide con el momento en que se define la identidad de lo nacional y el encaje de las múltiples sensibilidades nacionalistas en la España democrática que por entonces se dibujaba. (nota: La presente propuesta queda inscrita dentro del proyecto REVTRANS “El papel de la prensa no diaria en la Transición española. Información, política y partidos (1975-1982)” (CSO2015-67752-P), financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad.)

Alejandra Ojeda (Universidad Nacional de Lanús, Argentina); Julio Moyano (Universidad Nacional de Lanús, Argentina); Luis Sujatovich (Universidad Nacional de Quilmes, Argentina) – Los nuevos magazines de principios del siglo XX en Argentina

Hacia 1904, al promediar el gobierno de Roca, la revista *Caras y Caretas*, iniciada en octubre de 1898 con una ambiciosa tirada de quince mil ejemplares, cuadruplicaba su tirada, superando los ochenta mil ejemplares en 1904, manteniéndose por encima de los cien mil durante toda la década de 1910. Los cambios en la organización profesional del sector gráfico son tan bruscos como los aumentos de tiradas. Los magazines (*El Hogar*, *Caras y Caretas*, *PBT*, etc.) han normalizado en la industria gráfica la narración fotográfica, el diseño de página y la armonización de publicidad y texto. Han profesionalizado, además, la labor periodística y la fotográfica, y han asumido claramente la segmentación como parte de la propuesta empresarial, y estos cambios impactan en la prensa diaria en la década siguiente. La profesionalización de escritores, fotógrafos, grabadores, tipógrafos y empresarios del sector se hará completa en el transcurso de una generación. La cantidad, variedad e intensidad de los cambios en el lenguaje gráfico es impactante: Los avisos publicitarios se vuelven parte cotidiana del contenido de los periódicos, y poco a poco la inclusión pionera de avisos y texto en unidad visual en el marco en la puesta en página se torna normal y necesario. El precio de los avisos publicitarios crece a la par que se decuplican las tiradas, y con ello, crece también la presión sobre los grabadores de avisos para que ahorren espacio. Entre 1898 y 1904 numerosas empresas acrecientan el esfuerzo creativo puesto en sus avisos, que gozan de fácil visibilidad en la página por medio de creativos contrastes, afirmaciones sorprendentes o imágenes llamativas, pero su tamaño decrece rápidamente. Las novedosas campañas seriadas, o complementadas entre distintos medios gráficos y callejeros, iniciada tempranamente por el empresario Bagley en 1867, ahora apuestan a series cuyo efecto acumulativo no decrece por cambios de orden de publicación, o por interrupciones. A ello se agregan novedosas y multiplicadas campañas publicitarias que utilizan empaques industriales –como las marquillas de cigarrillos- desfiles, grandes sorteos, carrozas y otros recursos. Avisos elaborados por grabadores que entregan los fotocromos listos para la imprenta, y que el diario o revista deberá insertar. Pronto los formatos visualmente armónicos que combinan imagen y texto, y realizados a varias columnas, comienzan a romper el tradicional formato vertical de los periódicos, y se plantea la necesidad de repensar la página como un plano de diseño visual, como si se tratase de una página de álbum o enciclopedia. Los nuevos magazines y los suplementos especiales de los diarios se pondrán a la vanguardia de este cambio. En esta ponencia exploramos las nuevas nociones del negocio gráfico inscriptas en las primeras revistas masivas de información general en Argentina: *Caras y Caretas* en sus primeros años, *PBT*, *Fray Mocho*, a las que se agregan aquellas que, también apostando a públicos masivos, orientan su objetivo a novedosos criterios de segmentación temática y de género (como *El Hogar*, primer éxito de la que será la gran Editorial Haynes), o temática y de edad (como *Pulgarcito*, primer éxito de la que será la gran Editorial Atlántida).

Francesc-Andreu Martínez Gallego (Universidad de Valencia); Inmaculada Rius Sanchis (Universidad Cardenal Herrera CEU Valencia)- Catástrofes y lecturas espectaculares: el sensacionalismo desde la era preperiodística

Desde la aparición de la imprenta, los impresores entendieron que la realización de libros iba a encontrar a un público limitado. De modo que muchos optaron por realizar otro tipo de productos impresos: pliegos sueltos con relatos fantásticos que podían ser noticias verdaderas o inventadas. Por esos pliegos desfilaron elementos devocionales y conflictos armados, loanzas a la realeza o a la nobleza. También abundaron, y mucho, los pliegos sobre acontecimientos protagonizados por una amplia parada de monstruos y criminales y sobre catástrofes de toda naturaleza, desde erupciones volcánicas a terremotos, desde riadas hasta plagas de toda índole. En nuestra hipótesis, en tales relatos de monstruos, crímenes y catástrofes es donde mejor puede observarse la construcción de un relato popular de carácter sensacionalista. El sensacionalismo no sólo es temático, es también estilístico. Y ese estilo en la construcción del relato, que probablemente tiene raíces orales, se estableció en los siglos XVI y XVII a través de los pliegos de cordel y los romances, también a través de las relaciones, cartas y avisos. Como dijo Steimberg, el sensacionalismo es, ante todo, un cierto modo de titular y de contra. En el mundo del pliego de cordel y las relaciones, las historias buscan activar representaciones y expectativas colectivas. Es cierto, como afirman Sunkel y Martín Barbero que el sensacionalismo parte de tradiciones populares. Pero, en nuestra hipótesis, también lo es que dichas tradiciones populares fueron creadas desde fuera de los consumidores de relatos espectaculares y que tales relatos se construyeron con una finalidad de naturaleza moral: esto es, con la voluntad de establecer una determinada moral como ampliamente compartida por los destinatarios del pliego o de la relación. Nuestro trabajo abordará, pues, y en primer lugar, las formas narrativas de construir el relato sensacionalista en el preperiodismo. Nos concentraremos en los pliegos sobre grandes catástrofes. Pero, además, buscaremos con ahínco las moralejas que los relatos de dicha naturaleza intentaron inocular en sus lectores, su relación con la estructura sociopolítica y, en definitiva, con las estructuras de poder y las tensiones en la construcción de la hegemonía, entendida ésta a la manera de Raymond Williams o Stuart Hall. A continuación, nuestro trabajo se deslizará en una nueva dirección: cómo el relato sensacionalista sobre catástrofes de la era preperiodística trascendió a la periodística. Y para realizar ese viaje nos concentraremos en sucesos catastróficos de los

siglos XIX y XX, así como sobre su tratamiento periodístico, para observar si las pautas narrativas, las formas de construcción del relato y las consideraciones de naturaleza moral, se han transferido o han experimentado variaciones y, de ser así, en qué dirección. Nuestra metodología dispondrá, pues, tres elementos. Uno de naturaleza teórica que asume el debate sobre la forma de encarar el sensacionalismo periodístico, situado, por decirlo en términos de polaridad, entre el populismo y el elitismo. Nuestra particular aportación teórica será la de ubicarnos en la reconstrucción histórica sistemática de la sensibilidad popular, pero no dentro de sí misma, sino interactuando con las clases dominantes. El segundo es de naturaleza operacional: nuestro corpus de estudio vendrá definido por una muestra de relatos pre-periodísticos y periodísticos en el tiempo largo, desde el siglo XVI hasta el XX, definidos por ocuparse de grandes catástrofes. Y, en tercer lugar, a través de unas conclusiones que se fijarán tanto en la continuidad (de las formas del relato sensacionalismo) como en el cambio (de las sensibilidades populares, históricamente dadas).

Mesa 7 – Anf. 2 (Biografías)

Moderador: Paulo Frias

Emilia Martos-Contreras (Universidad de Almería) – Manuel Gutiérrez Navas y el resurgir del periodismo local

La transición española trajo profundos cambios en el panorama comunicativo como, por ejemplo, el nacimiento de la información local. Con ella se forjó una nueva generación de periodistas que participaron con su labor en la consolidación de la democracia y de la redescubierta libertad de expresión. El almeriense Manolo Gutiérrez Navas es un ejemplo de estos jóvenes periodistas. Empezó a trabajar en la radio siendo apenas un adolescente, y con solo 22 años se convirtió en uno de los directores de radio más jóvenes del país. Posteriormente ha desempeñado labores informativas en numerosos medios, como Radiocadena Española, Radio Nacional de España y Televisión Española. Además, es doctor por la Universidad de Almería, y se ha dedicado a la investigación histórica y política del s.XX, lo que le ha llevado a impartir docencia en la Universidad a Distancia en Almería. En la presente comunicación queremos recorrer su biografía, prestando especial interés al periodo de la transición a la democracia y al papel de los medios de comunicación en la consolidación de la libertad de expresión y los nuevos valores democráticos.

Antonio Fernández Jiménez (Universidad de Murcia) – Jaime Campmany, 'esclavo de la pluma' (1925-2005). Una intrahistoria literaria para la Historia del periodismo español de la segunda mitad del siglo XX

Esta comunicación narra la vida periodística de Jaime Campmany Díez de Revenga (Murcia, 1925 - Madrid, 2005), que fue un importante periodista español contemporáneo. Sus inicios periodísticos en la Murcia de los años cuarenta le catapultarán directamente a la capital española. Allí, a principios de los cincuenta, escribe artículos literarios, crónicas de fútbol, necrológicas, reportajes narrativos, crónicas de viajes, comentarios y ensayos, etc., principalmente en Juventud, El Español o Arriba. A principios de los años sesenta es enviado a Roma como corresponsal para la Agencia Pyresa y, al volver en el año 1966, comienza una sección diaria en Arriba llamada 'Pajarita de Papel', una columna literaria que se hizo muy popular por aquellos años de cierto aperturismo en la prensa española por su defensa de un periodismo libre y sincero. Durante la Transición, y ya en plena Democracia, Jaime Campmany escribe columnas de opinión en el diario ABC hasta el mismo día de su muerte. Abarcar la vida periodística de este autor, escasamente investigado desde el punto de vista académico, supone no solamente una mera enumeración cronológica de los hechos vitales y profesionales en la vida de Campmany, sino que a partir de esta perspectiva intrahistórica esta comunicación pretende analizar una época de la historia de España y del periodismo español, una época cambiante durante la que Campmany escribía a diario: "con la pluma en la mano me acuesto y con la pluma en la mano me levanto (...) ¡Soy un esclavo de la pluma!", y así se convirtió en cronista de un tiempo y de una España en constante transformación.

María Arroyo (Universidad Católica san Antonio de Murcia) – José Martínez Tornel (1845-1916) y sus campañas sociales en El Diario de Murcia. Un caso de profesionalidad y solidaridad

Con la Restauración empieza una etapa floreciente en el periodismo murciano. Surgen cabeceras menos politizadas, semanarios culturales, diarios populares como El Diario de Murcia (1879-1903) y revistas ilustradas. Se estudian la faceta periodística de uno de los personajes que más se han identificado con la ciudad y las claves informativas de su campaña más emblemática: la riada de 1879. Autor olvidado durante cuarenta años (los libros de Alemán y de Esteve datan de 1967), se ha recuperado en 2016 con motivo del centenario y el libro de P. Soler. La metodología consiste en la consulta hemerográfica, esencialmente de El Diario de Murcia, el mayor legado del biografado, y la revisión bibliográfica. El estudio revela el empleo de géneros periodísticos informativos, interpretativos y de opinión en los que el periodista, fundador y director de un diario, archivero y cronista de Murcia y presidente fundador de la Asociación de la Prensa murciana, se hacía solidario con los damnificados.

Laís Costa (Universidade Federal de Mato Grosso) – Maria Dimpina Lobo Duarte e Maria de Arruda Müller: narrativas na revista "A Violeta" (1916-1950)

Encontrar nomes de mulheres, editoras e jornalistas, nos expedientes ou entre os membros de periódicos mato-grossenses, jornais ou revistas que circularam durante o fim do século XIX, e até a metade do século XX, é mais significativo do que parece. A aproximação do jornalismo ao cenário literário é uma das características da imprensa brasileira e foi reproduzida em várias

ciudades brasileiras, entre elas a capital de Mato Grosso, Cuiabá, quando os jornais abrigavam quem tinha “dom” para a escrita. Em 1916, surgiu a revista A Violeta, em Cuiabá, oriunda do Grêmio Literário “Júlia Lopes” e foi uma das mais profícuas do Estado e do Brasil. Circulou de 1916 a 1950, aproximadamente, e configurou-se como um significativo veículo de divulgação das causas femininas e feministas em nível estadual e nacional. Formada apenas por mulheres, na maioria normalistas, destaca-se a participação de Maria Dimpina de Arruda Lobo que utilizava os pseudônimos “Arinapi” e “Martha” em suas publicações, e Maria de Arruda Müller, a “Mary”. Durante o período em que circulou, a revista sofreu muitas modificações em sua diagramação e nas seções, com apenas uma exceção: a coluna “Chronica” que permaneceu por toda a existência do periódico. As “crônicas”, como o título sinaliza, destinavam-se a registrar os acontecimentos cotidianos, “as cousas miúdas”, como diria Sidney Chalhoub (2005). Mas, ao contrário do que possa aparentar, as crônicas, na verdade, testemunham os principais acontecimentos da sociedade cuiabana e nos auxiliam a compreender as facetas que a “cousa graúda” - a História - pode ter. As crônicas acompanham a transitoriedade do cotidiano, mas é evidente a preocupação com a “questão” feminina, e as narrativas cumprem funções variadas que vão desde esclarecer os objetivos da “campanha feminista” a criticar a legislação sobre o divórcio. Percebe-se a inserção das gremistas em debates que iam além das “efemeridades” narradas nas primeiras páginas da revista, já que as cronistas apresentavam “modelos” ou, em outros casos, “normas” de comportamento para as mulheres “civilizadas”. O objetivo deste trabalho é analisar os artigos e crônicas das jornalistas na revista A Violeta, algumas contribuições publicadas em jornais locais, além da repercussão de acontecimentos, nos âmbitos público e privado, na imprensa de Mato Grosso. Destacam-se as “personagens” enquanto sujeitos, utilizando o gênero como categoria de análise para compreender como os meios de comunicação, especialmente jornais e revistas, problematizaram as questões femininas ou reafirmam representações existentes sobre as mulheres, até a metade do século XX. Enquanto jornalistas, serão levadas em consideração as características das produções, suas interrelações, os contextos em que suas produções circularam, além dos principais temas e assuntos debatidos por elas. A utilização dos meios de comunicação pelas organizações femininas e feministas nas primeiras décadas do século XX - o rádio, os jornais e revistas - foi essencial para repercutir e sensibilizar a opinião pública. Coube aos periódicos femininos revelar aspectos da história das agremiações culturais e políticas, dos eventos sociais e dos costumes das cidades. A imprensa feminina e os movimentos femininos foram alternativas de interferência nos ciclos relacionados à existência das mulheres porque eram destinados a conscientizar e propor ações emancipadoras que poderiam contribuir com a obtenção de direitos sociais e políticos.

Félix Caballero Wangüemert (Universidad de Vigo) – Pepe Carreiro. El esplendor de la sátira gráfica en la prensa gallega a finales del segundo milenio (1977-2009)

Pepe Carreiro (Xosé Carreiro Montero, Vigo, 1954) es uno de los humoristas gráficos más relevantes de la prensa gallega desde la Transición y uno de los grandes artífices del resurgimiento experimentado por el humor gráfico gallego a partir de 1970. Se inició en 1977 en La Voz do Pobo con la banda “O fillo de Breogán”. Ese mismo año también colaboró esporádicamente en La Codorniz. Ha publicado viñetas y tiras en los principales periódicos y revistas de Galicia: El Correo Gallego, El Pueblo Gallego, Faro de Vigo, Diario de Galicia, La Voz de Galicia, El Mundo-Galicia, Xornal de Galicia, Faro del Lunes, A Nosa Terra, O Farelo (suplemento de A Peneira), Teima. En 2009 dejó de colaborar en la prensa diaria –por la censura, según él–, pero sigue publicando viñetas en las revistas Luzes y Tempos Novos. En los últimos años se ha centrado en la ilustración editorial y el cómic infantil, con series como Os Bolechas, todo un hito editorial en Galicia. Objeto: Esta comunicación pretende ser una aproximación a la biografía artística del humorista, poniendo el acento en los principales episodios de su carrera y en las principales características de su obra. Metodología: Para la realización de esta comunicación se ha revisado un buen número de viñetas del autor, particularmente las contenidas en sus libros Fraga na Goliza, Laiovento, Santiago de Compostela, 1997) y Peor que onte, pero mellor que mañá, Fervenza, A Estrada, 2004). También se han consultado parte de la bibliografía existente sobre Carreiro, sobre todo entrevistas, especialmente la que yo mismo tuve ocasión de hacerle en Vigo en el otoño de 2012, que fue publicada en mi libro O humor en cadriños (Morgante, Cangas, 2012). Resultados previstos : 1) Pepe Carreiro es un humorista satírico, uno de los dibujantes más mordaces de la prensa española. Durante tres décadas ha satirizado la vida política gallega. Entre sus víctimas preferidas figura Manuel Fraga Iribarne durante sus más de quince años como presidente de la Xunta de Galicia. 2) Es un dibujante inquieto que se niega encasillarse en un determinado estilo gráfico, sin evolucionar. En este sentido, es bien conocido por sus viñetas marcadas por el dibujo de línea y la síntesis expresiva, en la línea de la escuela humorística-gráfica gallega inaugurada por Castelao, pero su permanente búsqueda expresiva le ha llevado a experimentar con el pincel, el grafito y el carbón, haciendo viñetas muy diferentes. 3) A su labor como creador hay que sumar su papel como dinamizador del humor gráfico gallego, con la fundación y dirección de las revistas Can sen Dono (1983) y Xo! (1991), la coordinación de O Farelo (2001) –suplemento del periódico A Peneira (2001)–, la dirección artística de la revista infanto-juvenil Bule Bule y la coordinación de la sección “Guau Guau” en la revista Tempos Novos (2006).

Mónica Fernández Amador (Universidad de Almería) – Miguel Ángel Blanco Martín, un periodista comprometido con la ecología, la cultura y la democracia

La creación en 1973 de una delegación territorial del diario IDEAL de Granada supuso la llegada a Almería de Miguel Ángel Blanco Martín, joven periodista madrileño que asumió la responsabilidad de poner en marcha la nueva cabecera. Su principal reto fue conseguir consolidarse frente a La Voz de Almería, órgano de expresión del Movimiento en la provincia y del que pronto se diferenció en cuanto a estilo periodístico y tratamiento de las noticias. Así, IDEAL se configuró como un medio de información alternativo a la versión oficial, con amplio espacio para los aspectos sociales, la conflictividad y las visiones críticas de una dictadura en declive, con una clara apuesta por la recuperación de la democracia en España. Pero, más allá de las cuestiones derivadas del cambio político y en consonancia con su propio compromiso personal, desde el principio Blanco desarrolló también una extraordinaria labor periodística en relación con la cultura y la ecología, siendo uno de los más activos precursores del Instituto de Estudios Almerienses, institución de fomento de la cultura local, y del Parque Natural Cabo de Gata-Níjar, espacio protegido del Sureste peninsular. En comunicación propuesta se pretende realizar un recorrido por la historia reciente a través de la trayectoria profesional de Miguel Ángel Blanco, cuyo nombre ha trascendido del periodismo para convertirse en uno de los más

destacados de la sociedad almeriense, actuando al mismo tiempo como cronista, testigo y protagonista de la época que le ha tocado vivir.

Juan Andrés García Martín (Universidad Rey Juan Carlos)– Periodistas en tiempo de cambio. Avances y retrocesos entre el tardofranquismo y la transición española a la democracia: el caso de José Antonio Martínez Soler

La Ley de prensa de Manuel Fraga y el ministerio de Pio Cabanillas permitieron la renovación del periodismo español entre 1966 y 1974 con la aparición de nuevas publicaciones y una nueva generación de periodistas. Entre ellos destaca Jose A. Martinez Soler y los semanarios Cambio16 y Doblón.

17:15 – 17:30 – Coffee break

17:30 – 19:00 – Sesiones paralelas

Mesa 8 – Sala 105 (Temas libres)

Moderador: Vasco Ribeiro

Clara Sanz Hernando (Universidad de Burgos) – Franco en Portugal: un éxito propagandístico de la prensa española y portuguesa

El trabajo que se presenta tiene por objeto profundizar en el seguimiento que los diarios portugueses *Diário da Manhã* y *Diario de Noticias* y los españoles *Arriba* y *ABC* hicieron de la visita institucional que el general Franco giró a Portugal en octubre de 1949. A los dos países les caracterizaba el mismo régimen dictatorial y la prensa no escapaba a la falta de libertad que se vivía en otros ámbitos. La censura y las consignas inundaban los periódicos y funcionaron a pleno rendimiento para dar lustre a esta visita de Estado con la que España pretendió no solo estrechar lazos con Portugal sino utilizarla con fines propagandísticos para intentar salir del aislamiento internacional en el que se encontraba desde que en marzo de 1945 se le negara su entrada en la ONU. El dictador portugués, Oliveira Salazar, jugó un papel crucial en la victoria del general Franco en la Guerra Civil española. Temeroso del efecto contagio que podría tener la Segunda República, puso en marcha toda una ofensiva ideológica y propagandística a favor del bando franquista. Los dos países, convertidos ya en dictaduras en 1939, firmaron el Pacto de Amistad y No Agresión, al que se sumó posteriormente la creación del Bloque Ibérico para garantizar su supervivencia más allá del resultado de la Segunda Guerra Mundial. A través de fuentes hemerográficas, de archivo y un análisis de contenido cuantitativo, el trabajo analiza los mitos y estereotipos que acuñó el régimen franquista y que los periódicos estudiados -dos de ellos pertenecientes al partido en el Gobierno (*Diário da Manhã* y *Arriba*) y los otros dos de carácter privado (*Diario de Noticias* y *ABC*)- resaltan durante el transcurso de esta visita de Estado, que fue cuidadosamente organizada por los servicios diplomáticos de ambos países, y que tuvo un seguimiento mediático espectacular. Franco tuvo una recepción apoteósica en Portugal y su regreso a España se orquestó bajo un baño de multitudes. El viaje sirvió al régimen para su propósito de mejorar la imagen del dictador dentro y fuera de España. La prensa de ambos países, entendidas como institución nacional al servicio de sus respectivos regímenes autoritarios, tuvo un papel relevante. El trabajo examina y compara los temas que los diarios españoles y portugueses destacaron en la transmisión de este acontecimiento. Los resultados obtenidos permiten afirmar que tanto los contenidos como su tratamiento fue bastante similar, si bien la cobertura de la prensa portuguesa fue más intensa que la española y que los diarios de partido ofrecieron más información que los privados. Además, en los cuatro casos se produce una reiteración de los principios ideológicos que machaconamente reiteraba el régimen de Franco: el culto al caudillo, al que se presenta como paladín del comunismo y centinela de Occidente; se culpa a las potencias democráticas de debilidad frente al comunismo; se preserva la memoria de la Guerra Civil, la cruzada, interpretada como un mal necesario para frenar y erradicar el comunismo de la península ibérica, y la exaltación de la fe católica como garante de la civilización cristiana occidental.

Vasco Ribeiro (Universidade do Porto) – A promoção da imagem de Portugal nos EUA durante a ditadura de Salazar

O papel que o Secretariado Nacional de Informação (SNI) teve na propaganda no Estado Novo tem sido subjacente investigado. Igualmente tem havido sucessivos contributos para uma melhor compreensão do papel que António Ferro teve como compositor e maestro desta orquestra de persuasão que segurou a ditadura de Salazar. Sempre atento a todos os sinais de modernidade que vinham do novo continente e da Europa, Ferro soube, como poucos, usar a Educação, as Artes, a Cultura, o Turismo em favor do regime. Também conseguiu encontrar a narrativa certa para promover o “homem público, mas ainda obrigado a mover-se no acanhado molde da sua vida pública” (Ortega y Gasset cit. In Ferro, 1943, pag. 4), limitando os seus impulsos de promover o ditador à semelhança de Mussolini ou Hitler (Ferro, 1938). Agarrou, por isso, na imagem pública de Salazar e teceu uma estratégia à medida do ditador de Santa Comba Dão. Idealizou uma ‘Política do Espírito’ (Ramos do Ó, 1999) que ditava as novas regras, hábitos, preconceitos e narrativas históricas que tocavam em todos sectores da sociedade portuguesa. Tudo alicerçado no trinómio Pátria-Deus-Família. Assim, o presente trabalho tem a pretensão de tentar apresentar uma atividade pouco conhecida do SNI que, ao que tudo indica, ainda nasce por iniciativa de António Ferro (sai do SNI em 1950). Trata-se da contratação, em 1950, de uma consultora de public affairs norte-americana para promover a imagem de Portugal e do seu ditador na opinião pública dos EUA. Chamava-se George Peabody & Associates e tinha sede na famosa avenida que concertava as mais importantes empresas de

publicidade e relações públicas de Nova Iorque – a Madison Avenue. Durante cinco anos a George Peabody & Associates fez publicar na imprensa norte-americana mais de 2 mil artigos de promoção turística e política do ditador português, assim como promoveu a difusão de milhares de notas de imprensa sobre Portugal junto da Associated Press, encartou suplementos no New York Herald Tribune e produziu anúncios publicitários no New York Times. Entre os artigos induzidos pela consultora pode encontrar-se títulos como “Salazar, Fátima e Portugal” (in New York Journal American, outubro de 1951), “Bom ambiente político atrai realzaas a Portugal” (in Boston News, novembro de 1952), “A Riviera Portuguesa” (in New York Times, novembro de 1952), “Selos de Portugal” (in Houston Post, novembro de 1953), entre muitos outros. Também são ‘plantados’ vários artigos nas revistas Life, Time, Newsweek, Vogue, Cosmopolitan, Esquire, This Week, Readers Digest, Travel e noutras dezenas de títulos. Na televisão, que durante a década de 50 tornou-se democratizada nos EUA, a consultora conseguiu cerca de 40 referências positivas em canais como a CBS, a NBC, a ABS ou a WABD. Muitas outras ações e táticas de public relations e public affairs foram desencadeadas pela George Peabody & Associates que, ao que tudo indica, resultaram num crescimento de turistas do novo continente que visitaram Portugal. Aliás, num documento elaborado pelo SNI, que avalia a avença desta empresa, o número de turistas oriundos dos EUA passou de 6.490 (em 1947) para 30.700 (em 1955). Há dezenas de elogios ao trabalho da consultora nos livros editados pelo SNI, mas um dos sucessores de António Ferro, o intelectual e diplomata Eduardo Brazão (ocupou a presidência do SNI entre 1955 e 1958), a George Peabody & Associates “por um preço fabuloso, fazia a propaganda de Portugal, mas sobretudo em jornais lá do interior, donde não poderia resultar quaisquer vantagens práticas para o país” (Brazão, 1976, pag. 320) e representou “o principal esbanjamento dos dinheiros públicos que por ali [SNI] se fazia” (Brazão, 1976, pag. 320). Suportado numa pesquisa documental no Arquivo de Salazar da Torre do Tombo, efetuada durante a primeira metade do ano de 2016, este trabalho tentará também revelar o plano de comunicação preconizado por António Ferro, assim como os protagonistas deste trabalho propagandístico pioneiro e arrojado para a época.

Otília Leitão (ISCTE-IUL)– Cláusula de consciência do jornalista: da “imaterialidade” do jornalismo declarada em 1928 à Fábrica das Notícias do século XXI

Quando se fala de cláusula de consciência do jornalista, uma partícula das garantias de independência e pluralismo que marcou, no início do século XX, o constructo legal da profissão e em vigor nos ordenamentos jurídicos de Portugal, Espanha e outros países da União Europeia bem como países terceiros da sua influência, despontam por vezes sorrisos irónicos. Vive-se a era digital (Schmidt & Cohen, 2014), da conectividade global em rede (Castells, 2011); interação com muitos e diversos atores, variados media e plataformas comunicacionais que potenciam a liberdade de expressão. Quem de verdade se importa com essa proteção da liberdade de consciência do jornalista? Este artigo pretende, por um lado, avaliar este direito, de um jornalismo tradicional que permite aos seus profissionais dizer «basta» a situações que ofendam profundamente as suas convicções ideológicas e morais, optando por desvincular-se do seu contrato, sem prejuízo económico. Por outro, visa perceber quais os direitos e deveres que os jornalistas da geração online, consideram ser hoje necessário para preservar a sua independência e dignidade no desempenho do seu trabalho. Neste novo paradigma da comunicação global, a convergência de meios de comunicação, de redações e de conteúdos em nome da competitividade e rentabilidade económica, está a tornar as redações como fábricas de notícias. O jornalista é apenas o operário de uma peça com reduzida autonomia decisória. Exemplo deste novo fenómeno foi o recente conflito (Novembro 2016) dos jornalistas do programa francês de informação I-Télé pertencente ao grupo “CANAL+” e que, contestando a entrada para a televisão de um entertainer acusado de práticas criminosas, viram este seu direito a dizer “Não” a situações indignas, ser invocado pela administração da empresa, como forma de os despedir. No edifício podia ler-se “News Factory”, ou fábrica de notícias, a gosto de quem paga o seu salário. A queda das letras, apostas no edifício por uma grua, e os protestos dos jornalistas acabariam por substituir o nome (que significa Fábrica de Notícias) por CNEWS. Tais fenómenos apelam-nos a recordar o relatório da Organização Internacional do Trabalho(OIT) de 1928, sobre as condições de trabalho dos jornalistas e no qual participaram mais de três dezenas de outros países. Nele se definiu o trabalho jornalístico como intelectual, dotado de uma certa imaterialidade porque absorve o espírito do seu autor e torna a informação rica e diversa. Com ela, a dinâmica da própria democracia. Se o jornalismo se apresenta como uma profissão destinada a fazer ganhar a vida daqueles que a exercem, ela tem igualmente uma certa faceta de idealismo que lhe confere uma natureza específica. O jornalista não é apenas um homem que ganha a sua vida; é geralmente também um homem que tem opiniões ou convicções e que as põe em jogo na sua profissão (...). (OIT, 1928). A criação deste direito dos jornalistas (1935) em plena revolução industrial, em que a máquina substituiu o músculo humano, foi consagrada no primeiro estatuto dos jornalistas franceses e no Código de Trabalho. Mantém-se um marco histórico, sobretudo pela larga simbologia na permanente preocupação, quotidiana, pela independência e pluralismo informativo e democrático. Expandiu-se na Europa e América latina bem como outros países de sua influência. É obviamente um direito muito específico, de poucas invocações ou, o seu contrário representaria que a democracia estaria muito mal. Em Portugal entrou em 1975 com a “revolução dos cravos” e na história da Democracia, apenas obteve vencimento em duas situações, de oito submetidas a diferentes autoridades reguladoras que se foram sucedendo, desde 1975 (Conselho de Imprensa, AACs, ERC). Em Espanha, a cláusula de consciência, reconhecida na Constituição de 1978 e regulada em 1997, foi objeto de uma interpretação constitucional pelo acórdão 225/2002 de 9 de dezembro, onde polémica sobre o momento em que o jornalista ofendido deve abandonar a empresa, foi clarificada (Ana Azurmendi, 2003). A jurisprudência espanhola, tal como em Itália e França, considera que este direito é também como uma garantia da formação livre da opinião pública e que implica o imprescindível pluralismo político de um estado de direito. Constatações de jornalistas dão conta de casos de modificação de ângulos de notícias, imposições de fotografar situações privadas, mudanças contrariadas de áreas, trabalhos cujo interesse é mais publicitário do que público, ficam no silêncio (Leitão, 2012). Apenas provocam a contenção nos profissionais, a que se convencionou designar por “autocensura”. O estado francês, pioneiro em criar uma cláusula de consciência como “redução da dignidade”, aprovou, em 15 de novembro de 2016, no âmbito da lei de reforço da “liberdade, independência e pluralismo dos media”, um novo direito, complementar, para os jornalistas de quaisquer suportes comunicacionais: O “droit d’opposition”. Tal, permite ao profissional recusar um ato que lhe seja imposto pelo seu empregador e que fira a sua “convicção profissional”. Esta convicção é formada no respeito pela “charte déontologique” da empresa, sendo também esta penalizada pelo incumprimento do seu código. O novo

ecossistema informativo, exige, mais do que nunca, “ jornalistas livres e independentes”, como base de equilíbrio e reflexo pluralista na produção informativa (União Europeia).

José das Candeias Sales (Universidade Aberta, Centro de História da Universidade de Lisboa, CHUL) ; Susana Mota (CHAM, FCSH, Universidade NOVA de Lisboa, Universidade dos Açores) – A Agência Radio e a Lusitânia: contributos para o estudo das agências noticiosas em Portugal

No âmbito de uma investigação na área da recepção dos estudos de Antiguidade em Portugal dedicada à identificação, recolha e análise das notícias e artigos publicados na imprensa portuguesa sobre a descoberta do túmulo (KV 62) do faraó Tutankhamon (1333-1323 a.C.), 12º faraó do Império Novo no antigo Egipto, por Howard Carter e Lord Carnarvon, em 1922, deparámo-nos com a necessidade de conhecer, de forma aprofundada, a realidade da imprensa portuguesa na década de 1920 e 1930 do século passado. Tendo por objectivo conhecer a forma como os factos que estavam a ocorrer no Egipto, mais concretamente no Vale dos Reis, chegavam aos jornais e às revistas portuguesas, embrenhámo-nos na análise do funcionamento das agências de notícias, ou agências telegráficas como também eram chamadas, tendo especial interesse nas agências com que os jornais portugueses trabalhavam. Foi neste contexto que nos deparámos com um conjunto de interrogações e até com algumas contradições. Reunimos um corpus de cerca de aproximadamente 200 notícias e artigos sobre a descoberta túmulo do faraó Tutankhamon, sendo que 92 destas notícias identificam claramente – com a menção da primeira letra ou por extenso – a agência que as envia: 42 estão identificadas como pertencendo à Agência Radio, 34 à Lusitânia ou Luzitânia, 12 à Havas, três à D.N.B e uma à Reuter. Ao recorrer à bibliografia produzida sobre as agências de notícias a actuar em Portugal na época em causa, apurámos que a Agência Havas entrou em Portugal em 1866, mais precisamente a 10 de Março de 1866, quando o Diário de Notícias publica a primeira notícia chegada por este meio. Defende-se que, pelo menos, até 1930 foi a Havas que deteve o exclusivo do fornecimento de informações do estrangeiro aos jornais portugueses. Mesmo quando há a admissão da presença de outras agências, ela é fugaz e não concretizada.

No entanto, o material que compulsámos e reunimos para a nossa investigação específica não se coaduna com esta visão, pois, em vez da suposta exclusividade, há uma variedade de agências a operar em Portugal. Para que a nossa perspectiva que não se limitasse apenas ao nosso corpus, optámos por recorrer à fonte mais fiável para obter informações mais concretas: os próprios jornais. Decidimos, assim, aprofundar a investigação sobre as duas principais fontes das nossas notícias: a Agência Radio e a Lusitânia. A escassez ou total ausência de bibliografia produzida sobre o assunto gerou a necessidade de um olhar exaustivo para os jornais em busca de respostas. No que respeita à Agência Radio, eles foram pródigos em informações. No caso da Lusitânia, a situação é diferente: primeiro foi preciso perceber que não estávamos a falar da Lusitânia fundada, em Portugal, por Luís Lupi em 1944; depois foi necessário passar dos jornais aos arquivos em busca das respostas que tardaram em aparecer. Deste modo, a nossa comunicação visa, partindo da realidade concreta de uma investigação em Recepção da Antiguidade, demonstrar o caminho percorrido para caracterizar a realidade notoriamente obscura das agências de notícias a actuar em Portugal nos anos de 1920 e 1930 do século XX, com especial enfoque para duas agências cuja presença ofuscava, claramente, a suposta exclusividade da Havas: a Agência Rádio e a Lusitânia.

Virginia Martín ; Raquel Manrique (Universidad de Valladolid) – Vídeo-elecciones y la prensa de la Transición: la campaña televisiva de las elecciones de 1977 y su reflejo en El Norte de Castilla, decano de la prensa española

Objeto de Investigación: Este estudio pretende extraer conclusiones en torno al tratamiento que El Norte de Castilla, decano de la prensa diaria española, dio a la campaña televisiva de las elecciones de junio de 1977. A través del análisis de los contenidos publicados por el propio rotativo, se profundiza en el reflejo que este proyectó de la campaña electoral. Antecedentes: Este análisis cobra especial relevancia si atendemos a la inexistencia de precedentes de estudio que aborden el papel de El Norte de Castilla frente a las elecciones de 1977 y en concreto frente a la campaña televisiva. En referencia al medio televisivo, podemos encontrar varias publicaciones que abordan la historia de TVE, si bien no hay muchas que se centren en el periodo de la Transición específicamente. Dos de las obras más recientes centradas en esta etapa son La Televisión durante la Transición Española (2012) y Televisión Española y ransición Democrática (2013). Sin embargo, si estrechamos aún más el cerco y nos centramos en las elecciones de 1977, encontramos un vacío de estudio; se hace difícil encontrar obras centradas en el papel desarrollado por la televisión durante este periodo concreto. Se han publicado del mismo numerosas obras y tesis que estudian el papel de la prensa durante este periodo como: Los amos de la información en España de Enrique Bustamante (1982); Prensa y democracia: los medios de comunicación en la Transición, editado por Rafael Quirosa- Cheyrouze y Muñoz (2009) o Cuarto poder en España. La prensa desde la ley Fraga, 1966 de Antonio Alférez (1987). Incluso algunas de estas obras analizan el papel de la prensa vallisoletana como El "parlamento de papel" en la Transición de Santiago Sáiz de Apellániz. Sin embargo, de nuevo la mayoría de estas obras se centran en el periodo de la Transición en general y solo hacen referencia a las elecciones democráticas de una forma tangencial. Por tanto se puede afirmar que no hay antecedentes de otros estudios que hayan analizado el tratamiento de El Norte de Castilla de la campaña televisiva de 1977 como este estudio plantea. Metodología: El estudio se centra concretamente en el análisis de los contenidos publicados por El Norte durante el periodo de campaña electoral en referencia a las apariciones televisivas que protagonizaron los cuatro principales partidos en los que se focalizó la disputa electoral. El análisis se realiza a través del estudio de los ejemplares que el rotativo castellanoleonés publicó el mismo día y el día posterior a las apariciones televisivas protagonizadas por estas cuatro formaciones durante las jornadas de campaña electoral, esto es, desde el 31 de mayo hasta el 13 de junio. Desde un punto de vista metodológico se trata de una investigación tanto cuantitativa como cualitativa y se analizan todos los contenidos independientemente de su género. A través de unas fichas de análisis elaboradas para el estudio, se analizan los aspectos vinculados a las hipótesis planteadas con el fin de comprobarlas y sacar nuevas conclusiones. Resultados: Pese al esencial papel que el medio televisivo jugó durante las primeras elecciones generales, El Norte no supo vislumbrar ese

potencial, una conclusión que se desprende tanto de la escasa cobertura de la que gozaron las intervenciones televisivas como de las opiniones mostradas en sus artículos. El estudio pretende comprobar así mismo si El Norte señaló la existencia de favoritismos hacia el partido del presidente del Gobierno por parte de la dirección de TVE y concluye que el Decano de la Prensa no se encuentra entre la lista de cabeceras que criticaron esta falta de objetividad por parte de la cadena estatal. Tampoco mostró, o al menos no abiertamente, un claro favoritismo hacia un partido o candidato en particular pese a que, de cara a las elecciones, fueron numerosos los periódicos que tomaron postura y se pronunciaron prestando su apoyo a una u otra formación. Sí se puede percibir sin embargo, cierto sesgo en favor de la Unión de Centro Democrático. Respecto al american style, pese a que El Norte no vislumbró todo el potencial de la televisión, sí entendió el peso que la comunicación no verbal adquiría en las intervenciones de los líderes políticos en la pequeña pantalla. De este modo, en las crónicas y artículos sobre los espacios cedidos por la cadena estatal, se detallaban aspectos propios de este nuevo estilo de hacer video-política. En conclusión, el importante papel que este rotativo desempeñó durante el proceso electoral no estuvo determinado por su cobertura de la campaña televisiva, escasa y moderada, sino por su papel que como medio informativo y formativo, actuando como guía de sus lectores en el proceso electoral de las primeras elecciones generales tras cuarenta y dos años.

Mesa 9 – Anf. 1 (Biografías)

Moderador: Carlos Barrera

Carlos Barrera; Javier Robles-Izu (Universidad de Navarra) – La actividad política de un joven periodista en el tardofranquismo y la transición: Juan Pablo de Villanueva (1963-1977)

Al mismo tiempo que adquirió notoriedad como periodista en el tardofranquismo, Juan Pablo de Villanueva se comprometió en distintas actividades políticas y asociativas, algunas lógicamente clandestinas como Acción Social Democrática y otros movimientos entre la socialdemocracia no marxista y el centro político. En 1977 compraría con otros periodistas la revista donde trabajaban, Actualidad Económica, germen del posterior grupo Recoletos. Dentro de una investigación sobre la historia de este grupo, es nuestro objetivo conocer la faceta política de quien fue su alma y motor principal. Usaremos como fuente principal su archivo personal para describir su itinerario ideológico-político, que influyó antes e influiría también después en las diversas publicaciones que dirigió e impulsó.

Rafael Quirosa-Cheyouze Y Muñoz (Universidad de Almería) – Gabriel Morón Díaz. Una actividad periodística con compromiso político

Gabriel Morón Díaz (1896-1973) fue un activo militante obrero nacido en Puente Genil (Córdoba) que desarrolló una notable labor periodística. Así, dirigió y participó como redactor en publicaciones editadas en Puente Genil, Córdoba capital, Madrid, Barcelona, París o México a lo largo de una agitada vida políticamente comprometida. Fue testigo y protagonista de coyunturas históricas tan destacadas como los movimientos sociales de la segunda década del siglo XX, las resistencias ante la dictadura de Primo de Rivera, la luchas contra la Monarquía de Alfonso XIII, la compleja dinámica política durante la II República, la tragedia de la guerra civil con cargos institucionales en la retaguardia republicana y el drama del exilio, vivido en Francia, la República Dominicana y México. La actividad periodística desarrollada por Gabriel Morón estuvo íntimamente ligada a su labor política, sobre todo la vinculada al Partido Socialista Obrero Español, llegando a ser subdirector de la edición barcelonesa del órgano de prensa de esta organización. En esta comunicación, vamos a limitar el análisis a su primera etapa, la que termina con la llegada del general Primo de Rivera al poder, en septiembre de 1923. Para su redacción, utilizaremos la prensa, nacional, provincial y local, además de las correspondientes referencias bibliográficas, los documentos de archivo y las entrevistas con personas que conocieron al activo dirigente obrero cordobés.

Laura López Romero (Universidad de Málaga) – El periodista Manuel García Santos, del indulto al exilio en la Málaga de posguerra

La investigación que se ofrece en este congreso está relacionada con la represión a periodistas durante la Guerra Civil Española, en particular en la ciudad de Málaga, donde el número de detenciones, fusilamientos y exiliados fue muy elevado. Esto fue así por la doble oleada represora que vivió la ciudad, al entrar las tropas franquistas un 8 de febrero de 1937, creándose así una primera etapa donde la represión se enfocó hacia las cabeceras de índole conservadora, y posteriormente, una segunda etapa, en la cual las cabeceras de izquierdas sufrieron la persecución. El caso particular que se analiza en esta investigación está centrado en la figura del que fuera director del periódico conservador La Unión Mercantil, llamado Manuel García Santos. En anteriores investigaciones se ha podido estudiar su detención y posterior indulto, siendo una ampliación de su trayectoria periodística en Madrid y México el motivo del presente trabajo. La metodología de análisis está formada por la documentación judicial procedente del Archivo Togado Militar de Málaga, actualmente situado en Sevilla y fuentes hemerográficas procedentes de cabeceras locales, nacionales e internacionales (en el caso de la prensa editada en México). Los resultados de la investigación ofrecen una trayectoria de vida de los motivos que llevaron a Manuel García Santos a dejar la ciudad de Málaga, tras recibir su indulto, su trabajo en Madrid en cabecera de temática taurina y su salto a México donde siguió desarrollando su profesión tanto en cabeceras de información general como de temática taurina. La historiografía que relata la represión a periodistas españoles durante la guerra civil es escasa y son muchas las poblaciones que carecen de estudios relacionados con esta temática. En el caso de Andalucía, dos de los trabajos monográficos más recientes corresponden a las investigaciones sobre periodistas gaditanos durante la guerra civil y el franquismo de Moreno Tello (2008) y de Langa Nuño (2009). En el caso de Málaga, el estudio de Elías Mateo (2009) sobre los periodistas malagueños ofrece una visión de la represión en las principales cabeceras de la capital.

También Checa Godoy (2011) avanza en su obra Historia de la Prensa Andaluza algunos de los casos más importantes de las ocho capitales andaluzas. En Andalucía se estima que la guerra civil costó la vida a sesenta periodistas, unos cuarenta tuvieron que exiliarse y una cifra superior tuvo pena de cárcel. Así mismo, hay que tener en cuenta que más de la mitad de los redactores que trabajaron en el mes de julio de 1936 no pudieron continuar con su profesión al término de la guerra (Checa Godoy, 2011). Con esta nueva aportación se pretende paliar la escasez de trabajos sobre la represión a periodistas en Málaga y contribuir así a la memoria histórica de la ciudad.

José María Uría Fernández (Centro Documental. Fundación Anastasio de Gracia-FITEL) – Gustavo Sánchez Márquez, un innovador de la prensa conservadora

En el primer tercio del siglo XX, Gustavo Sánchez Márquez (1869-1962) dejó su huella en la administración de tres de los principales periódicos conservadores españoles: El Correo Español, ABC y El Siglo Futuro. En todos ellos introdujo cambios e innovaciones en su gestión que modernizaron la producción y distribución de los mismos. En muchas ocasiones, a costa de tener que enfrentarse a destacados miembros de sus redacciones que mantenían un espíritu inmovilista, poco dado a las modernidades que el nuevo siglo ofrecía a la prensa. A pesar de carecer de un reconocido abolengo, en un ambiente en el que la posesión de un título nobiliario daba la potestad para mirar a los demás por encima del hombro, nunca se arrendó y defendió sus posiciones contra viento y marea públicamente, aun a riesgo de que los poderosos grandes de España acabaran con él. Como cuando publicó el libro ¡Salvemnos al R...! La crisis del partido carlista, en el que se enfrentaba a Juan Vázquez de Mella y al marqués de Cerralbo. Fundador y presidente del Montepío de la prensa, entidad que tenía como fin proteger a los periodistas en su vejez facilitándoles una pensión, fue condecorado por ello por el Ministerio de Trabajo con la Medalla de Plata del Trabajo en marzo de 1930. Sus servicios al frente de El Correo Español, altavoz de los carlistas, también fueron reconocidos por su líder Carlos de Borbón con la Medalla de la Fidelidad. En 1919, Sánchez Márquez rompió con el carlismo y con su representante de entonces, Don Jaime, pero sin abdicar de sus ideas tradicionalistas. Cinco años más tarde, hizo público en diario El Universo su adhesión a Alfonso XIII. Un cambio que, según el mismo explicaba, estaba motivado en «el catolicismo practicante demostrado por el Rey» ante el Papa y la acogida que este último hizo «al más católico de los Reyes»; así como en las «circunstancias» políticas que se vivían en aquel momento, tras el golpe militar de Primo de Rivera. Durante la Guerra Civil, él y su familia se refugiaron en la legación diplomática de Finlandia. Sin embargo, las fuerzas de seguridad republicanas lograron acceder a la sede diplomática finlandesa y detuvieron a Sánchez Márquez durante una redada en la que buscaban a «espías franquistas». Encarcelado en la prisión de San Antón, permaneció allí hasta que las tropas rebeldes entraron en Madrid. Su hijo, Manuel Sánchez Torres, participó como cabo de la División Azul en el frente, ruso, siendo abatido el 17 de noviembre de 1941. Tras la guerra, trabajó como redactor de la Hoja del lunes y funcionario del Ministerio de Justicia hasta el fin de su carrera periodística. Son muchos los aspectos por los que destacó en vida este periodista conservador y que hemos tratado de recuperar en este primer acercamiento a su biografía. Su principal legado fue tratar de modernizar la gestión de la prensa conservadora y católica de aquel momento, preocupándose en dotarla de un modelo de negocio que fuera sostenible a largo plazo y buscando ampliar su base como una prensa de masas.

Sílvia Torres (Universidade Nova Lisboa) – Fernando Farinha e a Guerra Colonial Portuguesa: o soldado-repórter “a bem da Nação”

Numa fase inicial, a Guerra Colonial – luta travada entre as forças armadas portuguesas e as forças organizadas por vários movimentos de libertação de Angola, da Guiné Portuguesa e de Moçambique – chegou à imprensa portuguesa, da metrópole e das províncias ultramarinas, através de comunicados oficiais, com reduzidas e parciais informações sobre o conflito. Fernando Farinha não se contentou com esta informação oficial e com os relatos que recolhia, em Luanda, entre vítimas da guerra e, ainda em 1961, partiu para o teatro de operações e estreou-se como repórter de guerra. Até 1974, noticiou o conflito, inicialmente através do jornal diário O Comércio e depois da revista semanal Notícia, ambos de Luanda (Angola). Fernando Farinha fez a cobertura jornalística da guerra nas três frentes – Angola, Guiné Portuguesa e Moçambique (então províncias ultramarinas portuguesas) – e ao longo dos 13 anos que o conflito durou. Como enviado especial ao serviço d’O Comércio e da Notícia tornou-se perito em assuntos militares e, principalmente em Luanda, era conhecido por “jornalista soldado”. “Meti-me na guerra de tal maneira que, a certa altura, já não era eu que ia à guerra, era a guerra que vinha ter comigo”, diz hoje Fernando Farinha, já reformado, a residir em Lisboa. O jornalista soldado foi um repórter parcial e voluntário que se tornou afamado por corajosamente noticiar o conflito. Chegou a ser protagonista das próprias reportagens e chegou também a ser notícia por noticiar a guerra. Foi vítima da censura, que controlava fortemente a circulação de notícias tendo especial atenção ao tema guerra, e, consequentemente, praticante de autocensura. Residia no território onde o conflito deflagrou e noticiou apenas um dos lados da guerra, o lado português, aquele que pessoalmente defendia e aquele que lhe permitia cumprir a missão de reportar com segurança. Através das suas reportagens, destacou o conflito, favorecendo sempre os “heróis” de Portugal (forças armadas portuguesas) em detrimento dos “bandoleiros” (movimentos de libertação) que atacavam o império lusitano que começava no Minho e terminava em Timor. Conquistou a confiança dos militares portugueses e do Estado Novo – nome do regime político, autoritário, conservador, nacionalista e corporativista, que vigorou em Portugal entre 1933 e 1974. Para traçar o perfil deste soldado-repórter recorreu-se essencialmente à análise de publicações ultramarinas e de recortes da censura e também a entrevistas a profissionais que, na época em causa, trabalharam em meios de comunicação das províncias ultramarinas, sendo um deles o próprio Fernando Farinha, que terminou a sua carreira em Lisboa, ao serviço do jornal Diário de Notícias. Este retrato de Fernando Farinha insere-se num estudo mais alargado sobre a cobertura jornalística da Guerra Colonial feita pela imprensa portuguesa de Angola, da Guiné Portuguesa e de Moçambique, realçando reportagens e repórteres de guerra da imprensa ultramarina. A presente investigação, financiada pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia (referência SFRH/BD/108106/2015), está a ser desenvolvida no âmbito do Doutoramento em Ciências da Comunicação, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, com o apoio do CIC.Digital – Centro de Investigação em Comunicação, Informação e Cultura Digital.

Alejandra Viviana Ojeda; Julio Moyano Falconier (Universidad Nacional de Lanús - Universidad de Buenos Aires) – Jorge B. Rivera: Medio siglo de periodismo cultural hispanoamericano

Jorge B. Rivera (1935-2004) fue un periodista, escritor, docente e investigador de la cultura hispanoamericana, cuyos aportes son significativos en la apertura de objetos de estudio antes considerados tópicos marginales o "no literarios", objetos que tienen en común la ruptura con los prejuicios letrados prevalentes en el ámbito de la investigación en letras a mediados del siglo XX, para los cuales las expresiones de la cultura popular, sobre todo la contemporánea, no constituían un campo de interés. Rivera abordó estas expresiones asociadas a la experiencia de las industrias, como la historieta, la primitiva poesía gauchesca, las letras del tango, el trabajo periodístico, el folletín, el teatro popular o las "antiguas voces de América" (literaturas precolombinas), o el proyecto de producción editorial orientada a un público popular masivo, tanto en colecciones de libros como en revistas culturales de amplia circulación entre las que destacan sus tres décadas de publicación en Centro Editor de América Latina y sus colaboraciones periodísticas y académicas en medios de Argentina, Uruguay, Chile, Venezuela, México, España, Francia y Brasil. A lo largo de medio siglo de actividad periodística e intelectual, Rivera aborda literaturas, culturas populares y prácticas de comunicación industrializada en Iberoamérica, construye en paralelo una historia de los estudios de investigación en comunicación en Argentina, obra clave en la conformación del campo académico de la comunicación social en su país. El amplio período de su vida activa como escritor (1955-2004) permite, a su vez, trazar vasos comunicantes entre su intervención y obra, por un lado, y las contundentes transformaciones tecnológicas, profesionales, sociales, políticas y culturales que enmarcan la segunda mitad del siglo XX. De este modo, Rivera es, en tal sentido, un caso típico de una generación de periodistas formada en el oficio, en el marco de redacciones y tipografía, propio de la primera mitad del siglo XX y hasta fines de la década de 1950 en Argentina, y a su vez lo es también de la generación subsiguiente, caracterizada por el paso –al menos incompleto– por carreras universitarias del campo de las humanidades y las ciencias sociales, en el contexto de las grandes transformaciones culturales de los años '60, la impronta de la modernización desarrollista y el boom literario latinoamericano. En ese marco Rivera se inicia en la vida profesional en el marco de los ambientes bohemios y de vanguardias del Buenos Aires de mediados de los años '50, para hallar en la década siguiente nuevas búsquedas de conexión con el estudio de las culturas populares, primero desde prácticas de extensión cultural en el marco de una institución estatal, y luego, ya a partir de 1967, en Centro Editor de América Latina, donde publicará gran parte de su obra. Desde allí, Rivera pasa a integrar el staff de especialistas en periodismo cultural de revistas hoy de culto como *Los Libros* o *Crisis*, para luego ser parte decisiva del suplemento *Cultura y Nación* del diario *Clarín*, así como de otros suplementos culturales de diarios y revistas, participando además en diarios y revistas de Montevideo. Tras la apertura democrática de los años '80, Rivera cumple un rol decisivo en la conformación de las primeras carreras de Ciencias de la Comunicación en Argentina, especialmente la de la UBA, y es en esos años cuando publica en forma de libro sus principales obras académicas, en las que sistematiza tanto sus experiencias y estudios previos como nuevas líneas de indagación en el contexto de la revolución digital y las transformaciones del periodismo concomitantes con ella.

La presente comunicación es parte de un proyecto de investigación sobre este periodista desarrollado en el marco del Instituto de la Cultura de la Universidad Nacional de Lanús (Argentina). Se encuentra en la mitad de su desarrollo y se propone, además de aportar a la construcción de su biografía intelectual y periodística, la recuperación, catalogación y publicación ordenada de una gran parte de su obra que aún se encuentra dispersa en publicaciones periódicas o incluso inédita.

Jaume Guillamet (Universitat Pompeu Fabra) – Cronistas de la Transición española: 'El ruedo ibérico' por Camilo José Cela en Cambio 16

Esta comunicación presentará la faceta periodística poco conocida del novelista y premio Nobel español Camilo José Cela como cronista de la Transición a la democracia. Se trata del estudio de las crónicas semanales sobre la actualidad política publicadas durante el año 1976 en el semanario *Cambio 16*, uno de los periódicos más influyentes y el de mayor difusión. Se trata de 51 crónicas publicadas con el título inicial 'Al servicio de algo', substituído en el tercer mes por 'El ruedo ibérico'. Al interés intrínseco de su estudio, por lo inhabitual en el conjunto de su carrera literaria, se añade el hecho que en ocasión de las primeras elecciones democráticas de junio de 1977, el rey Juan Carlos le incluyó en el grupo de 41 senadores de designación real. Esta comunicación forma parte de la difusión inicial de resultados del proyecto de investigación sobre "El papel de la prensa no diaria en la Transición española. Información, política y partidos (1975-1982)" (MINECO, 2016-2018, CSO2015-67752-P)

Mesa 10 – sala 207 (Comunicación y espectáculo – TV y Cine)

Moderador: Patricia Vega

Alvaro Alvarez (Universitat de València) – Las estrellas cinematográficas, modelos heterodoxos de género bajo el primer franquismo. La construcción de la imagen de Amparo Rivelles

Durante el primer franquismo, el cine fue el gran medio de entretenimiento de masas y sus intérpretes, especialmente las actrices, figuras populares y carismáticas. Amparo Rivelles fue una de las estrellas cinematográficas que gozó de un mayor reconocimiento, al tiempo que encarnaba claras contradicciones con el discurso oficial de género: presencia en la esfera pública, aspiración de realización personal a través del trabajo en lugar de la maternidad y la familia, autonomía personal y económica, apelaciones a la belleza femenina y culto al cuerpo, o escasa importancia de las prácticas religiosas. En un contexto de represión y censura informativa, los medios de comunicación trataron de resignificar, modular o silenciar aquellos comportamientos que no se consideraban adecuados para la moral de la época. Pero no pudieron impedir que las imágenes polisémicas de estrellas como Amparo Rivelles permitieran a las espectadoras de la época interpretarlas de una manera heterodoxa.

Julio Moreno Díaz; Elena Medina de La Viña (Universidad Rey Juan Carlos) – La espectacularización de los concursos: evolución y procesos de producción

La televisión del entretenimiento ha sido fundamental para la organización de la historia de TVE. A pesar de la relevancia e influencia de otros géneros, el entretenimiento se convirtió, generalmente, en el eje organizador de su programación con especial protagonismo del concurso televisivo. Formatos que hoy en día son esenciales para entender una historiografía compuesta también por diferentes etapas determinadas, entre otros criterios, por aspectos sociales y políticos, la progresiva y absoluta consolidación mediática y tecnológica del medio, la aparición de nuevas fórmulas de producción o las nuevas formas de ver la televisión. Es, por tanto, objetivo de esta investigación, desarrollar la tipología y estructura del concurso para centrarse en los hitos de la producción que le convirtieron en género. Esta aportación se enmarca dentro de la línea de dos investigaciones centradas en el estudio de los contenidos televisivos en España desde una perspectiva histórica con especial atención de los procesos de producción y sus estándares, industria y mercado audiovisual. El primer proyecto, Televisión y cultura popular durante el Franquismo: programación, audiencias y consumo televisivo (1956-1975), dio como resultado una serie de artículos en los que se analizaban los distintos formatos sin perder el contexto del monopolio de TVE como única operadora de televisión. El segundo, Historia de la programación y de los programas de televisión en España (cadenas de ámbito estatal): de la desregulación al apagón analógico (1990-2010), trata de llegar hasta la actualidad de nuestra televisión. En el caso del presente artículo se trata de estudiar los distintos formatos de concurso desarrollados desde el inicio de la televisión en España hasta el año 2000 cuando se afianza el modelo de televisión privada tras la ruptura definitiva del monopolio público. Partimos de la espectacularización del concurso como fenómeno significativo en la producción de estos formatos pudiendo detectar su origen en el momento en el que comienza a producirse como programa autónomo y no solo como una sección de los programas de variedades. La evolución de la tecnología y el lenguaje audiovisual también establecieron la base de su condición espectacular en décadas posteriores potenciando aún más su carácter lúdico y los procesos de producción oportunos. Así, la creciente experiencia de la televisión pública, la optimización de recursos y planes de trabajo y la consolidación de una industria y mercado audiovisual asentaron una programación basada en el entretenimiento donde el concurso asumió un protagonismo comercial y espectacular. Especial relevancia adquirieron en los años setenta y ochenta cuando sus estándares de producción comienzan a estar a la altura de cualquier otro programa. Además, las emisiones de gran calidad técnica, donde la puesta en escena y la realización asientan tal espectacularidad, permitieron consolidar narrativamente al concurso como género en la década de los noventa. De esta manera, su carácter festivo pasó a ser una señal de identidad de todas las cadenas. La mezcla de juego con espectáculo, presentadores estrella, una audiencia participativa, o mecánicas y dinámicas similares de éxitos de referencia aportaron a los formatos gran popularidad y relevancia social protagonizando un capítulo relevante en los procesos de producción.

María Verónica De Haro De San Mateo (Universidad de Murcia) – La emisión de espectáculos taurinos en TVE

Este trabajo se enmarca en los resultados de dos proyectos de investigación: 1) “Televisión y cultura popular durante el franquismo: programación, programas y consumo televisivo (1956-1975)” financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (Ref: HAR2011-27937) y 2) “Historia de la programación y de los programas de televisión en España (cadenas de ámbito estatal): de la desregulación al apagón analógico (1990-2010)” financiado por el Ministerio de Economía y Competitividad (Ref: CSO2015-66260-C4-3-P) Nuestra investigación describe y analiza la emisión de espectáculos taurinos en Televisión Española entre 1956 y 2010 a partir de un variado repertorio de fuentes (Fondo Documental de TVE, avances de programación, prensa, revistas especializadas, archivos particulares, legislación, manual de estilo de RTVE, etc.) con el objetivo de arrojar luz sobre la presencia y evolución de este tipo de contenidos en la televisión estatal a lo largo del período estudiado. Se ofrecen resultados de carácter cuantitativo (número de emisiones y tipología por año/período) y cualitativo (idiosincrasia de tales emisiones o aportaciones al medio)

Mercedes Román Portas (Universidad de Vigo) ; Aurora García González (Universidad de Vigo); Beatriz Feijóo Fernández (Universidad de Los Andes) – La llegada del cine a la provincia de Pontevedra. Una tarea conjunta de Galicia y Portugal (1896-1939)

La importancia del cine como catalizador de la modernización en la época contemporánea ha sido abordado como objeto de estudio desde no hace mucho en los países anglosajones. En España es mucho más reciente este enfoque. Este trabajo pretende moverse en el campo de la historia social del cine y afrontar una temática diversa y novedosa: el estudio de las implicaciones sociales del cine como medio de entretenimiento –también de información y persuasión– en la España contemporánea. Y principalmente como elemento dinamizador de la modernización que, en concreto en la provincia de Pontevedra recibió su primer impulso como consecuencia de las relaciones no suficientemente conocidas entre Galicia y el norte de Portugal. De manera directa: interesa más quienes, dónde y por qué veían cine –y como se atendía esta demanda– que las películas en sí mismas.

20:00 - CENA HOMENAJE MIEMBROS AHC

Día 15 de septiembre

MIL - Universidade do Porto (Praça Coronel Pacheco, 15)

10:00 – 10:30 – Sesión Plenaria: Iberismo - Anf. 1

José Tengarrinha (Professor catedrático jubilado da Universidade de Lisboa); Celso Almuiña (Catedrático emérito de la Universidad de Valladolid) – O Iberismo peninsular na imprensa

El Iberismo, la apuesta por la unión de Portugal y España, es un movimiento un tanto irregular históricamente y mantenido especialmente por un grupo de intelectuales, -generalmente de izquierdas- y ciertas capas/camadas sociales a ambos lados de la frontera, cansados de vivir de espaldas/costas. Movimiento que tiene un fuerte componente ideológico, pero también social en cuanto se parte del axioma de que ambas naciones unidas (fórmula a determinar) podrían enfrentarse mucho mejor a los retos de la contemporaneidad; especialmente a los planteados por Inglaterra, Francia u otros; según coyunturas internas e internacionales. El objetivo de esta ponencia será, pues, constatar la trayectoria del Iberismo, al menos en sus momentos claves, los portavoces (prensa) que lo sostienen y argumentos argüidos en cada caso.

10:30 – 12:00 – Sesiones paralelas

Mesa 11 – Sala Reuniões, 4º Piso (Iberismo)

Moderador: Celso Almuiña

Pablo Hernández (Universidad Complutense de Madrid)– Iberismo en vísperas de revolución. Panorama de la prensa madrileña en torno a 1868

En el siglo XIX se desarrolló en paralelo al paradigma liberal un iberismo entendido como actitud de cooperación y alianza entre Portugal y España. En lo político, planteamientos de horizonte compartido se reflejaron y discutieron regularmente en los periódicos. Uno de los puntos álgidos fue el momento revolucionario de 1868, con planes políticos de alcance ibérico ocupando continuamente la primera línea del debate periodístico. Esta investigación analiza el mensaje relativo a los proyectos iberistas del periodo 1868-1870 en la prensa de Madrid.

El corpus documental utilizado está formado por una variedad de periódicos, abarcando desde el tradicionalismo hasta el republicanismo, pasando por las grandes corrientes liberales. Se adopta como método el análisis cualitativo de contenido, entendido como procedimiento sistemático que ordena el material textual como parte de una cadena comunicativa en un contexto histórico determinado, teniendo en cuenta factores como la difusión o el número estimado de lectores para valorar el alcance y proyección de cada cabecera.

Como resultado, se observa gran diversidad en los posicionamientos de los periódicos de Madrid respecto a los proyectos iberistas, desde tímidas afirmaciones de buena vecindad con Portugal –La Época– hasta planes maximalistas de unión política en sentido monárquico –La Iberia, El Imparcial– o republicano –La Discusión, La Igualdad–.

Eduardo Higuera Castañeda (Universidad de Castilla-La Mancha) - La proyección iberista del progresismo republicano en España: una aproximación a través de la prensa (1880-1895)

Entre las diferentes tendencias que dividieron el movimiento republicano español en el último cuarto del siglo XIX, el Partido Republicano Progresista representó, en muchos aspectos, una clara línea de continuidad con la tradición liberal progresista. En este sentido, fueron herederos de la perspectiva iberista, un componente esencial para comprender la proyección del concepto de soberanía nacional que constituía el eje del discurso progresista. Durante los años que precedieron a la elección de Amadeo I como rey de España (1870), los progresistas trataron de lograr el objetivo de la Unión Ibérica bajo la forma monárquica. Tras la Restauración de los Borbones en 1875, la mayor parte de ellos buscaron nuevas soluciones dentro del republicanismo. El proyecto iberista, de este modo, sobrevivió a la transformación de esta tradición política. El objetivo de esta comunicación consiste en profundizar en los contenidos iberistas del republicanismo progresista a través de sus principales órganos periodísticos.

Francisc-Andreu Martínez Gallego (Universidad de Valencia) – La Iberia, Los dos Reinos la prensa iberista del progresismo en la era isabelina

Como es sabido, a mediados del siglo XIX las propuestas de unificación de España y Portugal, el Ibersimo, ocasionaron amplios debates en el seno de las diversas formaciones políticas de ambos países y, lógicamente, un debate cruzado entre ellas. El partido Progresista español editó algunos de sus grandes periódicos de partido, como La Ibérica de Madrid o Los Dos Reinos de Valencia con títulos muy explícitos que abundaban sobre la idea de unión ibérica. Nuestra intención es adentrarnos en el discurso del iberismo progresista español, para observar: a) Su papel en los debates internos del progresismo (purismo/resellamiento, acción/inacción electoral, etc.). b) Su papel en relación con las propuestas ideológicas que llegaban desde su izquierda democrática y que giraban en torno a la federación ibérica. c) Su papel en relación con la Unión Liberal y en diferentes momentos: ante la revolución de 1854; antes del gobierno de coalición entre 1854 y 1856; durante la época del parlamento largo de la Unión Liberal (1868-1863), cuando el progresismo vivió una época difícil por la entrada en el unionismo, a través del resellamiento, de una parte de sus huestes; y en el período anterior a la Revolución Gloriosa de 1868. Para establecer las claves discursivas del partido

Progresista español, utilizaremos la prensa de partido. La Iberia, periódico fundado por Pedro Calvo Asensio (1821-1863), apareció en la calle el 15 de junio de 1854, en plena vicalvarada (el movimiento militar y popular que dio lugar a la revolución de 1854). La Iberia fue el teatro de las grandes polémicas que recorrieron el partido Progresista y se enzarzó de tanto en tanto con otros órganos de prensa, en especial con los demócratas como La Discusión, que también realizaban planteamientos iberistas aunque en otra dirección. Por su parte, Los Dos Reinos era un periódico de la ciudad de Valencia, lanzado por el líder progresista local José Peris y Valero. Valencia era una de las ciudades españolas de mayor arraigo del progresismo y la democracia en la fase previa a la revolución Gloriosa de 1868, por lo que un periódico representante del progresismo puro, como era el caso, tuvo muchos problemas con las autoridades gubernativas. Sea como fuere, se convirtió también en un gran impulsor de la idea ibérica y utilizó – esa es nuestra hipótesis- el discurso iberista no sólo per se, como idea en si misma susceptible de ser materializada, sino también para establecer espacios de diferenciación político-discursiva con otros órganos progresistas, unionistas y demócratas. Nuestro trabajo se completa con la relación semántica, discursiva e ideológica entre el iberismo y otros trops de la narrativa progresista española, como los conceptos de nación, pueblo, Estado, liberalismo, soberanía o monarquía. Aunque en apariencia el iberismo se convirtiese en recurso secundario en la construcción del retablo ideológico progresista, el solo hecho de que una gran cantidad (en términos relativos) de periódicos progresistas incorporaren en su cabecera la ilusión iberista como formulación nacionalista unificadora, es razón suficiente como para no postergarla.

Miguel Rivas Venegas (Universidad Autónoma de Madrid / Humboldt Universität Berlin) – “Contra la Horda. Por la Nueva Europa”: corresponsales españoles en la Alemania nazi

Joseph Hans Lazar, agregado de Prensa en la embajada del Tercer Reich en Madrid sería, como diría el periodista Ramón Garriga, uno de los hombres más poderosos de España de la inmediata posguerra. A su servicio trabajarían periodistas y corresponsales españoles, cómplices activos en la construcción del aquellos Feindbilder (imágenes del enemigo) que pretendían justificar la exterminación del diferente y las políticas expansionistas de Alemania. Los artículos de Jacinto Miquelarena, Ismael Herraiz, Bermúdez Cañete o Alfredo Marquerie reproducirían fielmente aquellas retóricas de la violencia tan características de la Alemania nazi. En esta comunicación se analizarán dichos textos siguiendo la metodología de el filólogo alemán Viktor Klemperer (1946), Michael Marek (1990) o Cornelia Schmidt-Berning (2007).

Gilles Multigner (Asociación de Historiadores de la Comunicación) – Raya o rayuela?

Hace cerca de medio siglo se produjo en Madrid un escape radiactivo, cuyos efectos mediáticos se propagaban hasta Lisboa. El hecho fue silenciado inicialmente por el régimen franquista y, hasta donde se me alcanza, no ha sido divulgado por los medios informativos del país vecino, cuyo Gobierno estaba en aquél entonces presidido por Marcelo Caetano. No obstante, meses después, y al margen de los rumores que transitaban en <<los círculos bien informados>>, terminó filtrándose (nunca mejor dicho) el suceso por la prensa madrileña. Lustros más tarde, un periódico de la capital despejaba algunas de las incógnitas que pesaban sobre este acontecimiento que, a lo largo de los años posteriores, ha suscitado, y sigue suscitando todavía hoy, interés informativo y protestas ciudadanas. Entre finales de 2016 y comienzos de 2017, el Gobierno, el Parlamento y la prensa portugueses reaccionaban enérgicamente ante la decisión adoptada por el ejecutivo español a propósito del cementerio nuclear proyectado en la planta de la extremeña localidad de Almaraz; actitudes, las de unos y otros, que contrastan con las de sus homólogos españoles y desembocaron, finalmente, en la adopción de un compromiso. Me propongo recorrer sucintamente el tratamiento informativo de estos dos eventos, vinculados por el común denominador de la energía nuclear y que afectan a los dos países ibéricos, en el contexto implícito de la hoy llamada postverdad (información, desinformación, ocultación, manipulación), del sentido democrático de las relaciones bilaterales hispano-lusas en el seno de la Unión Europea y del iberismo.

Mesa 12 - Sala 105 (Comunicación y espectáculo - Varios)

Moderador: Adriana Pineda

Jorge Pedro Sousa (Universidade Fernando Pessoa) - O espetáculo da informação visual: A gravura de madeira e a cobertura gráfica dos acontecimentos nas revistas ilustradas

No século XIX, recorrendo a gravuras de madeira, as revistas ilustradas foram atores centrais e pioneiros na cobertura gráfica dos assuntos e acontecimentos da atualidade, particularmente na segunda metade do século. A representação visual do mundo patente nas revistas ilustradas foi-se alargando, nessa altura, dos temas habituais da natureza, do património e das personalidades das elites políticas, militares e artísticas aos espetáculos, às cerimónias públicas, à moda, às guerras, aos crimes, aos acidentes e ao desporto. Os gravadores contaram-se entre os primeiros produtores regulares de iconografia informativa e, num certo sentido, entre os primeiros “jornalistas de imagem”. Tentaremos demonstrar, analisando as gravuras sobre assuntos e acontecimentos da atualidade produzidas em Portugal e difundidas pelas revistas ilustradas portuguesas entre 1840 e 1900, que esses fabricantes de informação visual cultivaram padrões estéticos realistas e naturalistas de representação da realidade visível. Num contexto dominado por doutrinas como o positivismo e o materialismo, pela solidificação de uma “cultura dos factos” cientificista e pela estandardização da produção trazida pela Revolução Industrial; incorporando, na sua praxis, o cultivo da “verdade”, valor importado da historiografia e transmitido ao jornalismo desde a Modernidade, os gravadores guiaram-se, na cobertura gráfica da atualidade, pela intenção de verdade, presenciarem ou não os acontecimentos que transpunham para as gravuras. Ou seja, os gravadores procuraram adequar iconicamente as gravuras às realidades representadas, tendo em vista a redução da ambiguidade na atribuição de significados aos assuntos e acontecimentos da atualidade durante o ato de leitura. Criaram, pois, o que se pode considerar uma objetividade visual pragmática, fundada numa interpretação gráfica holística, naturalista e realista dos temas da

atualidade, predominantemente narrativa (e mais raramente conceptual), mas composicionalmente guiada por padrões expressivos e estéticos importados da pintura. Essa proximidade às belas-artes, campo do qual os gravadores eram originários, promoveu a sua autorrepresentação como “artistas” e não como “jornalistas” nem como “repórteres”. Assim, embora aceitassem, na sua praxis rotineira e cotidiana, o papel de agentes “técnicos” de transposição realista e naturalista de relatos orais ou escritos, fotografias e desenhos para gravuras de madeira, os gravadores, por vezes, praticaram liberdades expressivas e estéticas mais conotáveis com a arte do que com o jornalismo. Logo, ocasionalmente, no domínio da modalidade, alguns gravadores afastaram, em certos pormenores, as imagens que produziam da realidade, sobretudo por meio da supressão ou adição de elementos ou pelo sacrifício do conteúdo à composição, sem que, no entanto, a sua ação afetasse a intenção de representar holísticamente os temas da atualidade fundando-se em abordagens realistas e naturalistas dos mesmos e, quase sempre, na narração visual de acontecimentos. A sua prática contribuiu, também, para a emergência de novos géneros jornalísticos, caracterizados pela junção de imagens às palavras, assumindo a palavra, em determinadas circunstâncias, somente o papel de complemento ao texto visual. A reportagem gráfica, caracterizada pela multiplicação de imagens e, portanto, de diferentes perspectivas sobre um assunto da atualidade, expandiu-se pelas revistas ilustradas, contribuindo para reforçar a sua identidade entre os dispositivos jornalísticos. adas portuguesas (1840-1900)

Jose Luis Valhondo (Universidad de Extremadura); María Iranzo (Universitat de Valencia) - Espectáculo y racionalización productiva de la imagen del cuerpo femenino en las revistas de destape del tardofranquismo. El caso de “Fotogramas”

Dentro del proyecto de investigación “Cambios en la empresa periodística: la estrategia del sensacionalismo. Su emergencia histórica en España y América (Argentina, México, Costa Rica)”, code CSO2015-66667-R, este texto se centra en el análisis de las portadas de “Fotogramas” como revista que intertextualizó el sub-género del cine del destape con el objeto de racionalizar su producción editorial a través de la espectacularización del desnudo femenino en el contexto del tardofranquismo. Empleamos una metodología de análisis del discurso relacionándolo con el entorno productivo, jurídico y político.

Adriana Pineda (Universidad Michoacana) - Tiempo de ocio: un acercamiento al semanario El Universal Taurino. 1921-1925

La historia de la prensa mexicana tiene muchos episodios por escribirse. El tránsito de una sociedad porfiriana a una sociedad revolucionaria, no sólo abre claves a las explicaciones políticas, igualmente a entrever a una sociedad mexicana inserta en un mundo moderno, como una sociedad de espectadores. Desde el fenómeno de la prensa nos proponemos explorar ese tránsito comunicativo que igualmente refiere una sociedad de espectáculo. Se vuelve imperativo vislumbrar el surgimiento de las audiencias para la prensa sensacionalista, lo que nos ayudará a estar en posibilidad de abonar o no la hipótesis de Guy Debord (1994:9) para desde la historia de la prensa apreciar al espectáculo como instrumento de unificación; como reflejo del imaginario presente en cada época; pues evidentemente el espectáculo como hecho social está vinculado a los intereses políticos de su contexto, que para el caso mexicano en la década de 1920 es un espectáculo trágico en cuanto a la historia social y política, tengamos presente el asesinato de figuras claves, los presidentes Venustiano Carranza en mayo de 1920 y Álvaro Obregón en 1928; y en ese contexto que se abonaba a la configuración del Estado, la sociedad se expresa en el espectáculo; es decir valoremos a los toros, el boxeo, el ciclismo, la gimnasia, la carrera de automóviles, entre los tópicos de estas revistas, no nada más como prácticas de un género de periodismo, sino como un empleo del tiempo vinculado a los valores que se gestaron, advirtiéndole que el lector además de jugar un rol de consumidor, de espectador, perfila y moviliza intereses, el ocio como generador de mercado. Haciendo eco a la tesis de Debord: El espectáculo, considerado en su totalidad, es a la vez el resultado y el proyecto de un modo de producción existente”. (Debord, Guy. La sociedad del espectáculo. Santiago de Chile, Ediciones Naufragio, 1994, p.9.) El Universal se fundó el 1º de octubre de 1916, en su misma rotativa se imprimió la primera edición de la Constitución Mexicana de 1917. Su fundador, el ingeniero Félix Fulgencio Palavicini, encontraría las formas de llevar al Estado al mercado de la publicidad. Asimismo El Universal marcaría el hito para la industria editorial mexicana, al constituirse como sociedad bajo el nombre de Compañía Periodística Nacional, S. A. El Universal, como el gran diario de México, retomó el esquema de los semanarios, conjugando las estrategias del mercado, el consumo, la distracción, el espectáculo. Editaba los semanarios: El Universal Ilustrado, El Taurino, que devino en Toros y Deportes y el Rotográfico.

Miguel Rivas Venegas - “Paraísos difíciles”: Retórica y comunicación política del fascismo clásico y las “nuevas” derechas contemporáneas

El lenguaje es la más peligrosa de las armas. Las palabras del filósofo Jean Pierre Faye, estudioso en profundidad de los lenguajes totalitarios, parecen cobrar hoy más sentido que nunca. La crisis de los partidos tradicionales y el nacimiento de nuevos populismos, ha provocado la vuelta de aquellas retóricas del miedo “de más cielos que jornales” de las que hablaría elogiosamente el periodista César González Ruano en su libro Seis meses con los nazis (1933). Esta comunicación analizará los discursos y el lenguaje de la alt-right (alternative-right) norteamericana, la Alternativ für Deutschland alemana y de la ultraderecha racista austriaca (FPÖ) tan permeados por los ecos de aquellos “lenguajes del odio” de los años 30 y 40 de los que hablaría Pegelow Kaplan.

Mesa 13 – Anf. 1 (Biografías)

Moderador: Suzana Cavaco

Suzana Cavaco (Universidade do Porto) – Mendes Leal na revista “A América” (1868-1871): o jornalista entre a política e a maçonaria

O presente artigo centra a sua atenção em José da Silva Mendes Leal (1819-1886), tido no seu tempo como um “eminente literato e respeitável estadista”. Procura compreender a sua atuação durante o tempo em que foi redator principal de A América, uma revista mensal, editada em Lisboa entre 1868 e 1871, que se posicionava como órgão defensor dos interesses da comunidade emigrante portuguesa no Brasil, perante os poderes públicos portugueses. Que relevância teve Mendes Leal em A América? Que motivações? Propomo-nos responder a estas duas questões, cruzando a trajetória individual de Mendes Leal com a análise da revista A América. Enquadramos os textos de Mendes Leal no todo da revista e atendemos à ligação estreita entre A América e a Correspondência de Portugal, um quinzenário noticioso que a suportou e promoveu. Mendes Leal sobressaiu claramente de entre os 26 autores de A América, desta revista, iniciada no mês da Janeirinha, que se assumia como órgão de intervenção ao serviço das relações luso-brasileiras. Não tinha fins lucrativos, sendo suportada e promovida pela Correspondência de Portugal, um quinzenal noticioso. Mendes Leal era o líder do “núcleo duro” da revista, constituído por mais três elementos Andrade Corvo, António de Serpa e Rodrigues de Freitas. Publicou 56 textos em 28 números (85% de 33) da revista. Publicou quase sempre na primeira página.

Depois de ministro dos Negócios da Marinha e do Ultramar, Mendes Leal voltou-se para a maçonaria onde, como grão-mestre da Confederação Maçónica Portuguesa (desde 1866), se empenhou na (re)unificação da família maçónica. Um desafio que culminou com a criação do Grande Oriente Lusitano Unido, em 1869. A América constituiu um meio através do qual Mendes Leal atuou no “mundo profano”. Nas suas páginas, de forma camuflada, difundiu a doutrina maçónica, debateu temas que à maçonaria interessava e respondeu aos “inimigos” que impugnavam a instituição. Aliás, para o deputado Mendes Leal, a imprensa era detentora de poder de influência superior ao de outros poderes. A América foi também tribuna política para Mendes Leal. As posições que assumiu nesta revista terão contribuído para que fosse chamado em 1869 a integrar o governo como Ministro dos Negócios Estrangeiros. A revista ressentiu-se com a sua ausência. Desimpedido das funções ministeriais, regressou em força, mas para abandonar de vez pouco tempo depois. Mendes Leal abraçava a carreira na diplomacia, ao ser enviado extraordinário e ministro plenipotenciário de Portugal na corte de Madrid. A esta nomeação não será alheia a série de artigos em que comparou a península ibérica à itálica.

A escolha de Latino Coelho em 1871 para o substituir não foi suficiente. A América não resistiu, deixando de se publicar sem se despedir. Usando as palavras de Tengarrinha, podemos afirmar que Mendes Leal era, de facto, “o verdadeiro espírito e a alma da publicação”. O presente artigo mostra como na atuação de Mendes Leal se intercetavam várias dimensões: jornalista, político e maçom. A imprensa permitia-lhe, enquanto autor consagrado reforçar a sua posição social e o renome. Permitia-lhe aumentar a sua rede de influências. Além de tribuna política, era para um maçom um meio de intervir no “mundo profano”. O presente artigo visa contribuir não só para um melhor conhecimento de Mendes Leal, como também para um aprofundamento da compreensão das motivações individuais e coletivas que envolviam a imprensa portuguesa oitocentista.

Mónica Fernández Amador (Universidad de Almería) – Miguel Naveros: escritor, periodista e intelectual

El nombre de Miguel Naveros Pardo está íntimamente vinculado con el mundo de las letras y con la defensa de la libertad. Fundamental para ello ha sido la influencia de su padre, un republicano radical de izquierdas que fue represaliado por el franquismo al término de la guerra civil y que trabajó como escritor y periodista, marcando de manera decisiva la vida de su hijo. Así, con una concepción de la participación política como un hecho cívico, Miguel Naveros ingresó siendo muy joven y todavía en la clandestinidad en el Partido Comunista de los Pueblos de España, en el que desempeñó importantes tareas de enlace con los países del Este. Tras su escisión, a mediados de los 80, se afilió al PSOE. Pero, aparte de su actividad política, la trayectoria de Naveros destaca por su perfil como humanista. Su profunda relación con la literatura, en la que se ha adentrado con notable acierto como novelista y poeta, queda resumida en las siguientes palabras: “No sé pensar sin estar escribiendo, veo la vida como una ficción”.

Curiosamente, sin embargo, su dedicación profesional ha estado durante muchos años ligada al periodismo, del que ha reivindicado en diversas ocasiones su función de informar a través de un claro compromiso con la realidad. Ex subdirector de La Voz de Almería, el diario de referencia de la provincia almeriense, ha sido condecorado con la insignia de Andalucía en reconocimiento a su labor literaria y periodística y por su contribución al enriquecimiento del panorama cultural andaluz. Con la presente comunicación se pretende realizar un recorrido por su biografía, prestando atención a los factores familiares, históricos e ideológicos que han ido perfilando su personalidad como intelectual.

Carla Baptista (Universidade Nova de Lisboa) – Hermano Neves, jornalista, republicano e moderno

Hermano Neves (1884-1929), embora seja considerado um dos grandes jornalistas do seu tempo, não mereceu ainda o reconhecimento merecido. Existem alguns textos evocativos, a maioria inspirados pelo filho, outro jornalista de grande talento (Mário Neves) e um perfil de homenagem, escrito pelo jornalista e discípulo Norberto Lopes, salientando as qualidades do repórter (Hermano Neves, A Arte da Grande Reportagem, 1985). Nesta comunicação, faremos o levantamento das principais etapas da vida profissional de Hermano Neves, com destaque para as suas prolongadas colaborações com os jornais diários O Século, Mundo e A Capital. Recorrendo a pesquisa em arquivo (arquivos pessoais e hemeroteca), situaremos o percurso de

Hermano Neves em articulação com as convulsões políticas e sociais do tempo em que viveu. A sua vivência do jornalismo é indissociável da paisagem política do republicanismo, tendo sido testemunha dos principais acontecimentos desse tempo histórico (começando pela revolução de 5 de Outubro, passando pelas várias tentativas de restauração monárquica, pela participação portuguesa na I Guerra Mundial e pelo golpe militar de 1926, altura em que passou a escrever apenas na imprensa clandestina). Experimentou quase todos os "lugares" da profissão, desde repórter, redactor, crítico, correspondente no estrangeiro e repórter de guerra. Escreveu livros, quase todos compilações de textos jornalísticos, dirigiu panfletos (o Fora da Lei) e fundou jornais (A Vitória). Ajudou a formar o sindicalismo jornalístico e a criar uma consciência profissional, tendo reflectido sobre os valores e os limites da profissão em vários dos seus textos publicados em jornais, mas ainda dispersos. O seu contributo reflecte e amplia, pela qualidade, experimentação e inovação, os valores do jornalismo do início do século XIX: ainda herdeiro das disputas políticas e literárias do século XIX, culto e erudito, mas já apontando para um território mais profissionalizado, buscando as convenções narrativas do jornalismo moderno e procurando extrair sentido das convulsões do mundo contemporâneo. Hermano Neves brilhou em vários géneros jornalísticos: na reportagem, entrevista, perfil, crónica e artigo. Assinalaremos os principais marcos nestes géneros, traçando a biografia do jornalista que viveu a sua profissão como um prolongamento da sua intervenção cívica, política e literária.

Sergio Sánchez Collantes (Universidad de Burgos) – Las ilusiones marchitas: democracia republicana y federalismo en Enrique Vera y González (1861-1914)

La atención que se le ha prestado a la figura de Enrique Vera y González (1861-1914) es ínfima. Escribió desde joven en la prensa democrática y republicana, llegando a convertirse en uno de los publicistas más reconocidos del federalismo. Junto con Rodríguez Solís, fue uno de esos autores que se preocupó de recoger la historia de las organizaciones que sostuvieron ideas republicanas. Vera y González no fue tanto un teórico como un divulgador. Mantuvo siempre incólume su lealtad a Pi, a quien acompañó en muchos viajes de propaganda. Fue redactor en los principales diarios federales publicados en la España de la Restauración (La Vanguardia, El Mundo Moderno) y el último director que tuvo La República. En paralelo a su actividad periodística, escribió numerosos libros. Heterodoxo en muchas facetas de su vida, también perteneció a la masonería. En los noventa, desilusionado, emigró a Buenos Aires.

Virginia Medina Ávila (Universidad Nacional Autónoma de México) – Carlos Noriega Hope: el ilustrado de prensa, cine y radio

Esta propuesta tiene el propósito participar a través del subtema: Biografías de Periodistas, por medio del reconocimiento intertextual de formas de expresión como el periodismo, el cine y la radio; con el escritor y periodista mexicano Carlos Noriega Hope (1896-1934), quien en su tiempo practicó lo que hoy llamaríamos "convergencia mediática". Noriega Hope evoca a los medios de comunicación que entusiasmaron al México posrevolucionario de los años veinte del siglo XX, prensa especializada, cine y radio. Desde su pasión periodística escribió el primer libro sobre cine en México, "El mundo de las sombras. El cine por dentro y por fuera" (1921), y la primera novela con tema cinematográfico, "Ché Ferrati, inventor" (1924); como director de El Universal Ilustrado (1920-1934), hizo posible la primera publicación especial sobre la radio, y se asoció con Raúl Azcárraga Vidaurreta de La Casa del Radio para establecer la primera estación comercial, la CYL, e intervino como guionista y actor en la primera película sonora, Santa (1931).

La propuesta además reconocerá las aportaciones de este personaje en la vida cultural en el México de los años veinte -y los escasos 4 años de los treinta, por su prematura muerte- del siglo pasado.

Emilia Martos Contreras; Adrian Florin Tudorica (Universidad de Almería)– Antonio Torres Flores: periodista profesional y académico

El desarrollo y actuación de los medios de comunicación en Andalucía, tanto a nivel académico como práctico, está vinculado de forma directa con la actuación y el trabajo de Antonio Torres Flores. Es especialista en periodismo audiovisual, doctorándose en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense. Es profesor en el Máster en Comunicación Social en la Universidad de Almería, miembro del Centro de Investigación Comunicación y Sociedad (CySOC), del Grupo de Investigación Estudios del Tiempo Presente, del Instituto de Estudios Almerienses y cofundador de la Facultad de Comunicación y Documentación de la Universidad de Granada. Su tesis doctoral, titulada La radio como medio de comunicación en Almería. Origen y evolución, es una obra clave para todos los que quieran analizar la radio. Es autor, entre otros, de libros como Soñar la Radio, coautor de una decena de libros sobre la comunicación en Andalucía, además de otros artículos y comunicaciones. Durante su próspera carrera periodística, ha trabajado en distintos medios de comunicación como Radio Nacional de España, Radio Almería, Ideal, La Crónica, La Voz de Almería, Diario 16, La Vanguardia y El País, entre otros. Actualmente es el Director Territorial de RTVA en Almería y columnista de El País, As, Ideal, Diario de Almería y La Voz de Almería. Fue el primer presidente del Sindicato de Periodistas de su zona y es miembro de la Asociación de Periodistas- Asociación de la Prensa de Almería (AP-APAL) y del Colegio de Periodistas de Andalucía (CPPA). En el año 2017 ha sido condecorado con el Premio Talento de la Academia TV. En la presente comunicación, queremos recorrer su biografía, siendo de gran interés para el estudio y la comprensión del desarrollo y el papel de los medios de comunicación en nuestro pasado reciente, al ser un protagonista directo en la prensa, la radio y la televisión.

Mercedes Oriol Vico (Universidad Complutense de Madrid) –José Oriol Catena, el Antonino de la Granada parisina

José Oriol Catena was a grandine journalist of the early 20th century, still unknown today. His signature and pseudonyms -the anagram of his name Loiro, Kit, Kit Bo and Antonino- appeared in the Andalusian headers La Verdad and El Defensor de Granada.

For fourteen years he wrote about ephemeris, cultural topics, philosophy, theater, education, music, festivities, art, history, etcetera.

He was born in Granada on February 5th, 1896, in a Catholic family, belonging to the Granada bourgeoisie and dedicated to commerce. He was the eldest of seven brothers and precursor, mentor and link with the University, Journalism and the granadine intellectuality of his brother, also journalist, teacher, lawyer and secretary and manager of the intellectual rights of Manuel de Falla, Francisco Oriol Catena. He studied Philosophy and Literature at the Literary University of Granada between 1915 and 1919, where he met very influential professors in his life of who became great friends, the professors: José Palanco Romero -assessed in August 1936 and witness of his wedding-, Martín Domínguez Berrueta and the socialist leader Fernando de los Ríos Urruti. In those years he shared classrooms with a Federico García Lorca not interested in studies. It belonged to the intellectual elite of Granada who built the cultural life of that "little Paris" - as Falla described it- of the first third of the twentieth century, along with other friends and colleagues such as: his own brother Francisco, Narciso de la Fuente Ruiz, Constantino Ruiz Carnero, Federico and Francisco García Lorca, Joaquín Amigo Aguado, Francisco Menoyo Baños, Antonio Gallego Burín, Alfonso García-Valdecasas, Melchor Fernández Almagro, Ángel Barrios, José Manuel Pérez Serrabona, etc. In fact, in his commitment to the promotion of Culture, José Oriol participated in the creation of the Granadine Scientific, Literary and Artistic Atheneum, which his brother Francisco came to preside over. With great influence of the social Catholicism of the dean Luis López-Dóriga, Oriol Catena took his first steps of "social claim" of the hand of his teacher Palanco, in the Center of Popular Culture of Granada, of which he was secretary, and José Palanco, President. From his entry in *El Defensor de Granada*, he strengthened a close friendship with Constantino Ruiz Carnero, the last of the directors of the newspaper, also witness of his wedding, and also assassinated in August of 1936. Among the translations that Oriol Catena made of Greek philosophers, he worked on that of Plato's dialogue, *Ion*, which was edited and printed on the machines of *El Defensor de Granada*. After a failed attempt by a place of auxiliary professor of Latin and Greek in the University of Granada, he obtained a place of assistant professor in the Section of Letters in the Institute of Granada, appointed by the director of the same one, Rafael Montes Díaz -the third of his wedding witnesses-. His relationship with the Institute ended in 1933, the year in which he moved to Madrid with his wife. During his professional transfer, Fernando de los Ríos, at that time Minister of Justice Provisional of the Second Republic, intervened by José Oriol before the Minister of Public Instruction and Fine Arts, Marcelino Domingo. Management that will allow him to occupy his post as an assistant professor of the Literature Section at Instituto Cervantes in Madrid, since 1933. Oriol Catena was also director of the academy *Akademos*, a student residence that followed the "non-traditional" principles of the *Institución Libre de Enseñanza*. And he worked at the *Instituto Ferrer*, a center for "libertarian pedagogy". He was part of the Teaching Union of the National Confederation of Labor (January 1937 to November 1939) and the Anarchist Party of the anarchist Angel Pestaña (July 1937 to August 1938). The Civil War left the Oriol Catena brothers separated in opposing areas. His brother Francisco, who was one of the negotiators of the republican-socialist conjunction in Granada in the Second Republic, was in those years the provincial delegate of *Falange Española* in the Andalusian city. At the end of the war, the Franco government began the investigation about José Oriol Catena by the National Commission of the Ministry of Education (April 1939). Thanks to different endorsements, he had overcome the debugging and was confirmed in his position -he never quoted his brother Francisco-. Years later, he entered to work in a pharmacist, where he was a scientific subdelegate, until the death happened to him in a traffic accident, on July 16th, 1960. Through the doctoral thesis of the author of this proposal, about the biography of Francisco Oriol Catena and the ideological turn of the character, which was studied, the figure of José Oriol Catena was also discovered, as a key person, not only in the life of his younger brother, but in the cultural field of Granada. A historiographical and biographical methodology has been used for the development of the research, which has been completed with the crossing of the data located through archival and hemerographic search. As a result, we have achieved a double unpublished work: the approach and reconstruction of the life of José Oriol Catena and the finding and compilation of more than 50 articles of the author, published in the newspapers previously cited.

Mesa 14 – sala 207 (Comunicación y espectáculo – Información lúdica)

Moderador: Concha Langa

Sara Fuentes Garzon (Universidad Complutense de Madrid) – El periódico de Joaquín Espín y Guillén: La Iberia musical (Madrid, 1842)

A mediados del siglo XIX encontramos la publicación del periódico madrileño *La Iberia musical*, fundado y dirigido por Joaquín Espín y Guillén, compositor y director de la Academia Filarmónica Matritense. Su contribución, a través de la prensa escrita, en la promoción de la cultura, la literatura, la producción y el saber musical llegó a superar las fronteras nacionales y puso a disposición del lector las novedades culturales y espectáculos extranjeros más relevantes de la época. El estudio de este diario comprende el análisis de sus tiradas y la evolución de las posteriores series del diario para determinar los elementos fundamentales de la publicación, su vínculo con el Iberismo, su proceder para dar a conocer las diversas representaciones artísticas y comprender que haya sido considerado como el primer periódico musical español.

António Baía Reis; Nuno Moutinho (Universidade do Porto) – A crítica de teatro em Portugal: percursos históricos e atuais dinâmicas

A crítica de teatro é um fenómeno com cada vez menos protagonismo na imprensa portuguesa. Ao mesmo passo que a crítica de teatro vai desaparecendo dos principais jornais e revistas nacionais, as agendas culturais vão assumindo um papel cada vez mais consolidado enquanto fontes principais e preferenciais de informação acerca dos espetáculos teatrais. O panorama descrito

suscita duas interrogações centrais: A que se deve o progressivo desvanecimento da crítica de teatro na imprensa portuguesa? De que modo é que este fenómeno, enquanto prática do jornalismo cultural, evoluiu ao longo dos tempos? No sentido de ir ao encontro destas questões, adotámos o Systematic Combining (Dubois e Gadde, 2002) como principal metodologia de investigação. Esta metodologia de carácter abduutivo permitiu-nos realizar simultânea e dinamicamente a pesquisa teórica e a pesquisa empírica, através da combinação estruturada dos raciocínios indutivo e dedutivo, traçando caminhos que partiram do universo teórico para o universo empírico e vice-versa. Tendo isto em conta, o presente artigo decorre particularmente da conjugação de conceitos e teorias dos Estudos de Jornalismo, Estudos de Teatro e Análise de Espetáculos, com a análise e interpretação de dados recolhidos através de entrevistas a especialistas relacionados com a crítica de teatro, nomeadamente um académico dos Estudos de Teatro, um crítico, um ator, uma encenadora, um designer de som, um designer de luz, uma cenógrafa, uma figurinista, uma caracterizadora/maquilhadora, um dramaturgo, um espectador de teatro e um produtor. Neste sentido, o objetivo do presente artigo é o de apresentar uma resenha histórica acerca da origem e evolução da crítica de teatro em Portugal, identificando momentos relevantes e dinâmicas particulares no passado e no presente, de modo a antever eventuais configurações futuras.

Natalia Meléndez Malavé (Universidad de Málaga) – ¿Calidad en la comunicación informativa como espectáculo? Información y sátira en el fenómeno del infoentretenimiento televisivo: el caso de El intermedio

Antecedentes: El fenómeno del infoentretenimiento viene siendo estudiado desde finales de los 80, cuando desde la academia comienza un interés por este proceso en el que las noticias de actualidad y el entretenimiento dejan de ser entidades separadas en la programación televisiva para converger en productos híbridos (Salgado Losada, 2010). Como afirman Berrocal et al. (2014), más de dos décadas de estudio han hecho cobrar profundidad a los estudios sobre infoentretenimiento, que se han venido desarrollando especialmente en el ámbito anglosajón, pero también en Alemania, Latinoamérica o España. La revisión bibliográfica plantea ciertos problemas terminológicos y a la hora de distinguir los diferentes tipos de formatos televisivos que pueden ser catalogados como de infoentretenimiento, por lo que nos interesa abordar qué caracteriza a aquellos centrados en un componente satírico, como parodia de los programas de actualidad informativa. Objeto: La propuesta parte de la idea de que el muchas veces denostado infoentretenimiento puede tener también consecuencias positivas cuando se trata de acercar a las audiencias cuestiones informativas complejas ayudándose sobre todo del humor. Nos proponemos plantear un recorrido por contenidos televisivos históricos célebres por su calidad y que presentaban esta combinación paródica de información y sátira, desde *That was the week that was* (BBC, 1963), pasando por *Have I got news for you* (BBC, 1990) o los más actuales formatos norteamericanos *The Daily Show*, *The Colbert Report*, *Last week tonight with John Oliver* o *United Shades of America* de W. Kamau Bell, emitido en el canal de noticias CNN. Se efectuará también una breve alusión a los casos en España desde que empiezan a incorporarse a las parrillas programas de esta índole a principios de la década de los 90. Finalmente, desembocaremos en el caso concreto del programa de *La Sexta El Intermedio*, que ha venido siendo objeto de estudio en investigaciones desarrolladas como trabajos de fin de grado recientemente y a través de las cuales se han estudiado tanto las estrategias para llegar a la audiencia mezclando sátira e información como determinados efectos en dicha audiencia a través de un estudio experimental. La presentación de resultados de dichos estudios se completará con la aportación de los propios artífices del programa (responsables de producción, guion) a los que se les entrevistará sobre cuestiones relativas a las mecánicas productivas del formato. Y, sobre todo, el punto central en el que estamos interesados es en someter a un programa como *El Intermedio* a determinados indicadores de calidad (véase Gómez Mompert, Gutiérrez Lozano y Palau Sampió, 2013) que permitan demostrar la hipótesis de que este tipo de formatos pueden cumplir una función de responsabilidad periodística. Metodología: El trabajo de documentación bibliográfica ha servido tanto para conceptualizar la compleja noción de infoentretenimiento, sus derivados y matices, así como sus características estilísticas. Asimismo, dicha consulta ha servido para efectuar el recorrido por los principales títulos que conforman ya una extensa nómina de programas que podríamos agrupar bajo esta etiqueta, algunos de ellos de incuestionable valor como hitos en la historia de la televisión. El trabajo concreto dedicado a analizar el fenómeno de *El intermedio* se basa, cuantitativamente, en el sometimiento del contenido y discurso del programa a un contraste con una serie de indicadores de calidad informativa, y, cualitativamente, en entrevistas mantenidas con responsables del mismo. Resultados previstos: La propuesta pretende dar a conocer y poner en valor determinados formatos de calidad quizá aún desconocidos o no suficientemente estudiados. Con ello apuntamos a una visión de la hibridación entre información y espectáculo más crítica con la visión elitista de estos programas que observamos como predominante. Nos interesa en particular conocer cuál es la intención de los responsables de programas como *El intermedio* en este sentido, así como destacar su incuestionable papel como fenómenos televisivo, y más aún social, con su ya más de una década de emisión consiguiendo un éxito de audiencia y una presencia en la opinión pública digna de considerar.

Federico Bellido (Universidad de Burgos) – Informe Semanal or the show of a broadcasted transition

El trabajo que se presenta tiene por objeto profundizar en el seguimiento que los diarios portugueses *Diário da Manhã* y *Diario de Notícias* y los españoles *Arriba* y *ABC* hicieron de la visita institucional que el general Franco giró a Portugal en octubre de 1949. A los dos países les caracterizaba el mismo régimen dictatorial y la prensa no escapaba a la falta de libertad que se vivía en otros ámbitos. La censura y las consignas inundaban los periódicos y funcionaron a pleno rendimiento para dar lustre a esta visita de Estado con la que España pretendió no solo estrechar lazos con Portugal sino utilizarla con fines propagandísticos para intentar salir del aislamiento internacional en el que se encontraba desde que en marzo de 1945 se le negara su entrada en la ONU. El dictador portugués, Oliveira Salazar, jugó un papel crucial en la victoria del general Franco en la Guerra Civil española. Temeroso del efecto contagio que podría tener la Segunda República, puso en marcha toda una ofensiva ideológica y propagandística a favor del bando franquista. Los dos países, convertidos ya en dictaduras en 1939, firmaron el Pacto de Amistad y No Agresión, al que se sumó posteriormente la creación del Bloque Ibérico para garantizar su supervivencia más allá del resultado de la Segunda Guerra

Mundial. A través de fuentes hemerográficas, de archivo y un análisis de contenido cuantitativo, el trabajo analiza los mitos y estereotipos que acuñó el régimen franquista y que los periódicos estudiados -dos de ellos pertenecientes al partido en el Gobierno (Diário da Manhã y Arriba) y los otros dos de carácter privado (Diario de Noticias y ABC)- resaltan durante el transcurso de esta visita de Estado, que fue cuidadosamente organizada por los servicios diplomáticos de ambos países, y que tuvo un seguimiento mediático espectacular. Franco tuvo una recepción apoteósica en Portugal y su regreso a España se orquestó bajo un baño de multitudes. El viaje sirvió al régimen para su propósito de mejorar la imagen del dictador dentro y fuera de España. La prensa de ambos países, entendidas como institución nacional al servicio de sus respectivos regímenes autoritarios, tuvo un papel relevante. El trabajo examina y compara los temas que los diarios españoles y portugueses destacaron en la transmisión de este acontecimiento. Los resultados obtenidos permiten afirmar que tanto los contenidos como su tratamiento fue bastante similar, si bien la cobertura de la prensa portuguesa fue más intensa que la española y que los diarios de partido ofrecieron más información que los privados. Además, en los cuatro casos se produce una reiteración de los principios ideológicos que machaconamente reiteraba el régimen de Franco: el culto al caudillo, al que se presenta como paladín del comunismo y centinela de Occidente; se culpa a las potencias democráticas de debilidad frente al comunismo; se preserva la memoria de la Guerra Civil, la cruzada, interpretada como un mal necesario para frenar y erradicar el comunismo de la península ibérica, y la exaltación de la fe católica como garante de la civilización cristiana occidental.

Luis Núñez Ladevéze (Universidad CEU San Pablo); Margarita Núñez Canal (Universidad Camilo José Cela); José Antonio Irisarri Núñez (Centro Universitario Villanueva) – Televisión y redes: cauces convergentes de comunicación emocional en la sociedad digitalizada

Espectáculo, mensaje para la diversión, en el que la expresividad emocional predomina sobre el raciocinio: “capaz de atraer la atención y mover el ánimo infundiéndole deleite u otros afectos” (RAE). En la clasificación de funciones comunicativas de Jakobson el espectáculo puede entenderse como forma de comunicación que adopta el contenido o mensaje transmitido por algún medio. El medio comunicativo puede entenderse como el canal de transmisión del contenido o mensaje comunicado, en su caso, del espectáculo. Adoptamos el modelo de funciones comunicativas de Jakobson para correlacionar las variantes funcionales: un tipo de mensaje circula por un tipo de canal de transmisión. Si lo característico del espectáculo es la producción de un contenido emocional, afectivo, para diversión de un auditorio, la relación entre espectáculo y auditorio puede variar si varía el canal que lo transmite. Pueden estudiarse los condicionamientos del mensaje por el tipo de canal que lo transmite y las variantes de su recepción. Desde esta perspectiva, la televisión y las redes son tipos distintos de canal cuyos destinatarios visualizan contenidos. La audiencia de ambos, un auditorio disperso que puede atender a un debate como si asistiera a un espectáculo. Se ha insistido en que el uso de la televisión para la comunicación política ha contribuido a convertir el proceso deliberativo de la ciudadanía en espectáculo. También en que la transmisión televisiva del debate político ha generado un nuevo género periodístico, el “info entretenimiento”, objeto de investigaciones recientes. A través del análisis de audiencias en televisión y redes proponemos estudiar si el uso de las redes como canal para el debate democrático colectivo contribuye a cimentar la participación deliberativa o si, al contrario, favorece a la tendencia de la videocracia televisiva a convertir el componente discursivo en info entretenimiento más emocional que reflexivo.

Concha Langa (Universidad de Sevilla) – Las carteleras de espectáculos y su uso para la Historia social. El caso de la Sevilla de la guerra civil

Frente a la imagen triste y de sufrimiento que una ciudad de retaguardia en plena guerra pudiese ofrecernos, Sevilla nos brinda un perfil completamente distinto. Si estudiamos las carteleras de espectáculos que publica su prensa, descubrimos una ciudad en plena ebullición y con una enorme actividad. ¿No es real? Claro que es real, aunque también lo era la tristeza contenida de los vencidos que no se publica pero que anuncios como los de Tintes Iberia (por la necesidad de teñir de negro las ropas para poder pasar el luto para muchos eterno) evidencian. El estudio de la prensa de nuevo se nos manifiesta como de gran interés en este caso para la reconstrucción de la Historia Social de una localidad. Efectivamente, un acercamiento a las distintas carteleras y a la información sobre espectáculos de la prensa sevillana nos manifiesta que, desde muy temprano, se volvieron a abrir los cines y los teatros, y que la guerra ocupó gran parte del protagonismo con espectáculos claramente propagandísticos que podían ir desde la música patriótica con la banda de música municipal tocando en el centro de la ciudad, a las múltiples funciones patrióticas que se organizaron en los teatros estos tres años. El estudio de la prensa en este caso nos ayuda a reconstruir la vida cotidiana de la ciudad y conocer cómo se comportó y vivió la sociedad hispalense.

Mesa 15 – Anf. 2 (Comunicación y espectáculo – Información lúdica)

Moderador: María Galán

Adolfo Carratalá; Dolors Palau (Universitat de València) – Emociones rojas, rosas y deportivas: evasiones franquistas espectaculares

La falta de derechos sufrida en España durante la dictadura franquista (1939-1975) encontró una de sus manifestaciones más claras en el campo de la libertad de expresión. Los medios de comunicación quedaron bajo el control del Estado, que extremó la supervisión de cualquier contenido generado, ya fuera en las redacciones de prensa o en las productoras cinematográficas. Para ello, contó con un marco legislativo –Ley de prensa de 22 de abril de 1938 y Ley 14/1966, de 18 de marzo, de prensa e imprenta– que convirtió a los medios en instrumentos para alcanzar los intereses del régimen, como evidenció la conformación de la Cadena

de Prensa del Movimiento. Las únicas expresiones políticas que, en consecuencia, podían lograr difusión fueron aquellas que sintonizaran con los principios ideológicos de la dictadura. La asfíxia expresiva a la que fue sometida la opinión política en España convivió, sin embargo, con una fecunda manifestación periodística en tres esferas que, especialmente a partir de los 50, permitirían a la sociedad evadirse de las rígidas estructuras del régimen: la prensa rosa, la prensa de sucesos y el periodismo deportivo. La aparición, entre 1940 y 1950, de las revistas que conformarían la llamada prensa del corazón (Semana, Lecturas, Hola!, Diez Minutos), dedicadas en un primer momento al periodismo de amenidades y, más tarde, al de personajes, es una clara muestra de cómo los españoles requerían de entretenimiento y espectáculo ante la opresión a la que los sometía la dictadura militar. Estas publicaciones funcionaron, así, como válvula de escape y oasis frente a la calamidad y la penuria (Gómez Mompart, 1992). En un periodo de máxima censura, la información que pudiera evidenciar alteraciones en el orden establecido quedaba bajo un férreo control. De hecho, hasta la aparición del semanario El Caso (1952-1997) la llamada crónica roja tuvo una presencia marginal (Moreno, 1975), plagada de eufemismos (Rada, 2011) y realizada por periodistas que contaban con una acreditación especial para acceder a las fuentes policiales. Con algunos precedentes anteriores de escasa trayectoria y centrados en los sucesos extranjeros (Rodríguez Carcela, 2016), la irrupción de El Caso revolucionó la crónica de sucesos. A pesar de que el éxito inicial del semanario vino acompañado de nuevas restricciones, en la década de los 50 los sucesos empezaron a ganar presencia en los diarios de información general y con la aparición de nuevas publicaciones. Todo ello bajo la premisa de que representaban un factor de distracción respecto a las cuestiones políticas (Rada, 2011), lo que explica su peso creciente en las dos siguientes décadas. De hecho, en los años 60 y 70, las noticias de sucesos, la prensa del corazón y la retransmisión de los partidos de fútbol lideraron las listas de difusión (Rodríguez Carcela, 2016). El periodismo deportivo no se libró de pasar por el cedazo de la censura, “generalizada y sostenida en el tiempo” (Viuda-Serrano, 2015) ni tampoco de su uso al servicio del imaginario y de los objetivos del régimen (López Díaz, 2012), en la línea de lo que había realizado el fascismo italiano (Viuda-Serrano y Gonzalez-Aja, 2012). El punto de inflexión del protagonismo deportivo, en particular de las gestas futbolísticas, también se sitúa en los años 50. La aparición del programa radiofónico Carrusel Deportivo en 1952, presentado por Bobby Deglané, se sumaba a publicaciones como el diario Marca –por entonces integrado en la Cadena de Prensa del Movimiento- o Mundo Deportivo, en paralelo a la irrupción de la televisión, que convirtió las retransmisiones futbolísticas en un espectáculo de masas que encajaba perfectamente con la maquinaria de evasión del régimen. Esta comunicación tiene por objetivo identificar los momentos decisivos de la trayectoria de estas tres producciones periodísticas durante el régimen franquista, bajo su concepción como mediaciones culturales que facilitaron un punto de fuga para buena parte de la sociedad española. Junto al análisis de las características espectaculares y sensacionales de estos discursos que facilitaron la evasión de las audiencias, este trabajo pretende asimismo evaluar su proyección como productos periodísticos de éxito en el posterior periodo democrático.

Luis Miguel Torres Chico (Universidad de Valladolid) – Contexto normativo mediático e incremento del infoentretenimiento en España

La consolidación de la democracia en España y su inserción en la esfera de las Comunidades Europeas, provoca una profunda transformación del mercado televisivo derivada de la mercantilización de los fenómenos culturales característica del capitalismo tardío. Estos cambios afectan también de forma aguda al sistema informativo que desplegará una serie de recursos más orientados a la obtención de beneficio que a las tradicionales funciones de servicio público asignadas en el welfare europeo a la televisión. El infoentretenimiento supone la más consolidada de estas tendencias. El objetivo de esta comunicación es analizar el contexto normativo y económico en que se ha desarrollado este proceso de espectacularización de la información a partir de las tres tendencias que ya señalara Letukkas (2014) al analizar el modelo norteamericano: el avance de una regulación que, en un primer momento, incentiva la competencia entre el mayor número posible de actores audiovisuales y, posteriormente, su concentración; el desarrollo de una legislación que promueve la liberalización del sector y la entrada de los grandes grupos de comunicación y entretenimiento europeos, y el contexto de crisis financiera en que surgió la televisión privada en España que tuvo que hacer frente a fuertes desembolsos, mientras la inversión publicitaria no crecía de forma significativa. Para ello, es necesario analizar la legislación española y europea sobre televisión privada y las consecuencias que el proceso de liberalización experimentado ha tenido en la construcción de un sistema televisivo como el actual, con más de 50 cadenas de televisión nacionales o autonómicas que pugnan por una tarta de ingresos publicitarios, reducida de forma significativa durante los años de la crisis económica (2007-2013). Del mismo modo, es oportuno estudiar las modificaciones del capital de los principales grupos televisivos que determinaron que los primeros Consejos de Administración compuestos principalmente por empresas periodísticas que iniciaban el proceso de expansión junto con financieros dispuestos a aportar los fondos necesarios a cambio de influencia hayan mutado ahora en corporaciones controladas por grandes grupos de comunicación y de la industria del entretenimiento. De este modo, este trabajo se plantea si la consolidación de un sistema audiovisual fundamentado en el negocio y amparado en una estructura legislativa que garantiza e impulsa la lógica del mercado ha promovido también la introducción de cambios significativos en los contenidos y en las formas de abordarlos en la parrilla televisiva, lo que puede provocar la sustitución de los valores de interés público por los que representan los intereses del público.

María Galán (Universitat de València) – Donald Trump en el espejo de los late-night estadounidenses: información y espectáculo

El 8 de noviembre de 2016, tras una campaña no exenta de polémica, Donald J. Trump, candidato del Partido Republicano, resultaba elegido Presidente de Estados Unidos imponiéndose en el Colegio Electoral a la candidata demócrata Hillary Clinton. El resultado de las elecciones y las reacciones al mismo –especialmente en Estados Unidos, pero también en el resto del mundo–, junto con los comentarios y las primeras decisiones del presidente electo, nutrieron durante semanas los informativos y proporcionaron abundante material a los programas de variedades y talk shows que no dejaron pasar la oportunidad de convertir a Trump en una de las figuras centrales de sus contenidos. En este sentido, si bien es cierto que ha sido Saturday Night Live el programa que más partido ha sacado a esta circunstancia, lo que esta comunicación propone es un análisis, tanto cualitativo como cuantitativo, del tratamiento recibido por la figura de Donald Trump en tres late-nights de referencia emitidos en tres de las

cuatro grandes cadenas generalistas estadounidenses (FOX no tiene contenidos de este tipo en su programación) en los días anteriores y posteriores a su investidura como 45º Presidente, celebrada el 20 de enero de 2017: Jimmy Kimmel Live! (ABC), The Late Show with Stephen Colbert (CBS) y Late Night with Seth Meyers (NBC). Para ello, se han analizado un total de diecisiete programas televisados entre el 16 y el 24 de enero de 2017 (seis de Jimmy Kimmel, cinco de Stephen Colbert y seis de Seth Meyers), prestando especial atención a las intervenciones de los presentadores (principalmente, el monólogo de apertura) y a los segmentos en que estos desgranar y comentan la actualidad desde una perspectiva satírico-humorística, aunque dejando al margen los comentarios surgidos en el transcurso de las entrevistas a los invitados. De esta forma, con el objetivo de trazar el retrato de Trump que cada talk-show presenta a su audiencia y determinar la postura que cada presentador adopta ante el nuevo presidente, en cada programa se han examinado, entre otras cuestiones, el segmento en el que aparece la alusión y su duración, el tipo de referencia (directa o indirecta), los temas de actualidad que se mencionan (guarden o no relación directa con la propia investidura), si interviene en la caracterización alguna persona diferente al presentador, los recursos humorísticos empleados, el lenguaje utilizado y las asociaciones de ideas que se llevan a cabo, así como el uso de apoyos visuales y/o auditivos y la finalidad con la que se ponen en práctica.

Jessica Lluch (Universitat de València Estudi General) – La sociedad del espectáculo en la Transición española a través de la sección “Señoras y señores”: Por Favor (1974-1978)

La presente propuesta de comunicación tiene como objetivo realizar una radiografía de la sociedad del espectáculo en la España de la Transición desde la perspectiva de una de las revistas de humor más relevantes de la época: Por Favor (1974-1978). Para ello, se analiza la sección fija del semanario satírico catalán “Señoras y señores”, escrita por Juan Marsé, en la que se realizan breves perfiles en clave de humor de aquellas personas notables en el mundo del espectáculo de la época tanto a nivel nacional como internacional. A través de la simple lectura de dicha sección, es posible crear una retrospectiva de aquellas personas que formaban parte del mundo del espectáculo en el periodo estudiado (actores, actrices, escritores, figuras políticas, cantantes...). Pero, por otro lado, la investigación se centra en analizar a través del análisis del discurso, cómo son vistos y valorados estos personajes por la revista de humor y el autor de los textos. Así, la tendencia general en estos escritos de Marsé se centra en dar espacio a aquellas personalidades que tienen relevancia en el periodo histórico estudiado y sobre las cuales no se posee una opinión favorable en lo que a su faceta profesional se refiere. El uso del lenguaje en tono de humor es constante en todos los textos, pero no suele ser excesivamente hiriente con los protagonistas. A pesar de que esta sea la tendencia general de la sección, sí que se encuentran casos en los que el autor hace un uso de un humor y un lenguaje mucho más duro, mostrando una clara intencionalidad desfavorable, con el objetivo de influir negativamente en la opinión de los lectores hacia el personaje descrito. La repetición de esta tendencia contribuye a reforzar la línea editorial del semanario satírico, de carácter progresista liberal y muy crítico con el régimen franquista. Esta investigación se engloba dentro de la tesis doctoral titulada “Periodismo satírico en la Transición Española: Por Favor (1974-1978)”, todavía en proceso de realización por parte de la autora de la presente propuesta de comunicación. En este sentido, existen escasas investigaciones sobre el semanario satírico catalán. La primera aproximación fue realizada por el investigador Josep Lluís Goméz Mompant en “Leve crítica a la monarquía, el ejército y la iglesia en el periodismo satírico de Por Favor (1974-1978)”, en El humor frente al poder: prensa humorística, cultura política y poderes fácticos en España (1927-1987). Siguiendo con las investigaciones en torno al semanario satírico Por Favor, yo misma analicé las portadas del semanario satírico en mi trabajo final del Máster de Interculturalidad, Comunicación y Estudios europeos (UV) sobre dicha publicación, con el título de Las portadas de Por Favor: carteles, panfletos y manifiestos. Del mismo modo, en el artículo La representación de la mujer en la prensa satírica: Por Favor (1974-1978) estudié cómo fue representada la figura de la mujer en las portadas del semanario desde la perspectiva de los estudios de género.

Andoni Iturbe Tolosa – TVE, frente a la luna (1969): modernidad, ruptura y espectáculo

La presente comunicación tiene como punto de partida una tesis doctoral titulada “Cine y televisión: construcciones televisivas en el universo fílmico español”. Tampoco es casual que el año elegido sea 1969, fecha en la que el hombre llegó a la luna, un acontecimiento mundial televisado que formó parte desde ese mismo momento del imaginario colectivo de los españoles y del público de todo el mundo. El objetivo de esta investigación es detenernos y poner el acento en esa época para analizar los espacios televisivos como Último grito (1969 y 1970), la obra que inicia la modernidad televisiva en TVE. El papel de RTVE fue decisivo para que la modernidad diera paso a productos enérgicos y rompedores a finales de la década de los 60. Estamos, por tanto, en una era específica de la televisión española donde emergen nuevos productos audiovisuales que vendrían a introducir realizaciones novedosas y originales dentro incluso de la producción televisiva europea. Manuel Palacio (1992) readapta la historia de televisión de Ellis (2000) y considera que después de la arqueología de la primera prototelevisión viene una era histórica que empezaría con productos señeros como Último grito. El siguiente estacionamiento será en La casa de los Martínez, un programa por el que vehicula tanto la información y el sentido del espectáculo. Rueda Laffond y Chicharro Merayo (2006:208) lo califican de “mezcolanza entre la comedia de situación y la entrevista a personajes populares”. Es decir, una mezcla entre información y ficción. Y en menor medida nos detendremos en Galas de sábado, que inicia su andadura en 1968 y prosigue algunas temporadas más. Estos tres programas, a pesar de sus diferencias, insertan mecanismos de reflexividad, y un nuevo sentido del espectáculo e informativo en el espacio audiovisual español. A través, por tanto, del humor que recorre y afecta el audiovisual español se asentará esta comunicación que apuesta por el trabajo historiográfico en un momento en el que TVE, dicho metafóricamente y de forma reflexiva, se pone frente a la luna. En ese sentido, la investigación estrecha los cimientos y contrafuertes de un periodo mucho más plural y divergente en el que se tensiona lo político, lo artístico y lo social, por lo que optamos por operar de lo particular a lo general: a través de producciones audiovisuales concretos para examinar los mecanismos discursivos y formales que presentan sus relatos. Hablamos de una época en la que se crean nuevas formas en lo artístico (fue el año de la creación del videoarte), en lo político y en lo audiovisual. El análisis de esos tres programas se reforzará y se completará con un análisis hemerográfico sobre la valoración pertinente de esos espacios televisivos en la prensa de la época y se aportarán datos concluyentes sobre la Junta de Censura de Cinematografía sobre dos filmes que nacieron directamente de la experiencia televisiva:

Un, dos, tres... al escondite inglés (1969), producida gracias al éxito de Último grito, de Iván Zulueta en la televisión y La casa de los Martínez (1971), dirigida por Agustín Navarro. No es cual que las ventas de televisión, tal y como relata la prensa de la época (ABC), se aceleraran gracias al festival de Eurovisión (concretamente para ver la edición de 1969 en Madrid) y la llegada del hombre a la luna. A modo de conclusión, creemos necesario volver a reconsiderar el alcance de esta nueva forma de entender la televisión, que años más tarde reforzarán las imágenes de El hombre y la tierra, dentro de los grandes documentales de TVE. Tal y como relata Fernando L. Rodríguez (2006:105), autor de Así se hizo. El hombre y la tierra. Grandes documentales de TVE, este se había convertido en un programa institucional a partir de 1974 ya que “el sacrificio de algunos ejemplares iba a reportar un espectáculo real”. Un nuevo sentido de la comunicación y el espectáculo ya estaba en marcha.

Juan Francisco Gutiérrez Lozano (Universidad de Málaga) – La deriva del debate en la televisión española y la generalización de las tertulias como género imperante en formatos híbridos

Antecedentes: A mediados de la primera década del siglo XXI, la televisión en España experimentó un contexto de cambio sustancial debido entre otros, a tres aspectos: la pérdida de influencia y liderazgo informativo del principal emisor público, TVE; la aparición de nuevos canales (Cuatro; La Sexta); y la posterior traslación del sistema televisivo a la TDT. Junto a la proliferación de nuevas cadenas minoritarias, los géneros televisivos más repetidos en las nuevas ofertas se asociaron a tertulias o debates que reflejaron una escasa renovación periodística y una corta inversión en costes de producción, donde se detectaban además fuertes rasgos de parcialidad en cuanto al tratamiento de los asuntos elegidos, así como persistencias similares de pautas ligadas a la espectacularización (selección de participantes; elementos formales de realización, etcétera). La posterior crisis política y económica hizo revivir en las cadenas de mayor audiencia formatos que, si bien eran presentados como debates serios, en el fondo no cesaron de repetir fórmulas de hibridación de géneros informativos con elementos propios del entretenimiento. Como expusimos en un trabajo anterior (Gutiérrez, J.F. (2005) “La presencia del debate en televisión y su utilidad en la calidad de las programaciones”, Comunicar, 25), la presencia del debate en las parrillas de televisión es una obligación moral para los emisores públicos y un elemento de prestigio para las cadenas privadas. Sin embargo, y tras el triunfo de audiencia de algunos de estos espacios surgidos desde 2012-2013 aproximadamente, en la actualidad los debates profundos sobre la actualidad han sido en su mayoría relegado a horarios intempestivos o a canales minoritarios, cuando no encapsulados en magacines que distorsionan los condicionantes necesarios para la validez periodística de estas propuestas y para la deseada eficacia de género dialógico que redunde en la mejora del sistema democrático. Al tiempo las características del debate televisivo han sido afectadas debido a la resonancia de dichos espacios en las redes sociales y a los cambios en los modos de consumo televisivo auspiciados por la llamada “doble pantalla”. -Objeto, metodología y resultados previstos: Esta presentación tiene por objeto exponer un análisis crítico y diacrónico, retomando lo esbozado ya en análisis históricos sobre la presencia del debate en la televisión española, de los principales ejemplos de programas de debate sobre la actualidad ofrecidos en los principales canales estatales españoles, tanto públicos como privados, desde 2004 a 2017. La metodología espera, a partir de una recopilación bibliográfica y documental de los ejemplos principales que han sido relevantes en el periodo señalado, elaborar una cronología clarificadora que permita discernir qué elementos han propiciado unos formatos frente a otros. Esto es, se espera poder colegir de la evolución de esta presencia en las parrillas de programación, las tendencias televisivas, periodísticas, políticas y hasta ligadas al entretenimiento que han propiciado unas determinadas fórmulas frente a otras en función de cada coyuntura, tanto en la cadena pública estatal y su oferta en la TDT como en el resto de operadores privados.

Emeterio Diez Puertas (Universidad Camilo José Cela)– Manuel Villegas López: la crítica cinematográfica en dos orillas

Manuel Villegas López es una de los periodistas cinematográficos españoles de una trayectoria más larga y fecunda. Con motivo de su muerte, fue calificado como el crítico cinematográfico más importante de habla hispana. Nace en San Sebastián en 1906. Trabaja como crítico de cine en Unión Radio y en revistas como Film Popular, Films Selectos o Nuestro Cinema. Es miembro del Grupo de Escritores Cinematográficos (GECI) y fundador del Cine-Studio Imagen de Madrid. Escribe en esta primera etapa los libros Arte de masas (1936) y Hoy en el cine español (1938). Durante la guerra, ocupa el cargo de jefe de los Servicios Cinematográficos de la Subsecretaría de Propaganda de la República, realizando el documental Madrid (1937). En 1938 gana el Premio Nacional de Literatura para guiones cinematográficos. Se exilia en la Argentina entre 1939 y 1953, donde sigue cultivando la crítica cinematográfica y trabaja como guionista en Oro en mano (1943), La amada inmóvil (1945), El jugador (1947) o La guitarra de Gardel (1949). Sus reseñas en la prensa porteña y su pensamiento cinematográfico dan lugar a publicaciones como El cine (1940), El film documental (1942), Charles Chaplin (1943), Cine de medio siglo (1946), Cine francés (1947) o Espectador de sombras (1953). Regresa a España en 1953 y escribe, entre otros medios, para Triunfo y Revista de Occidente. Publica Cinema. Teoría y estética del arte nuevo (1954), Arte, cine y sociedad (1959) y Los grandes nombres del cine (1962-1965), compilación de sus artículos en Triunfo. Muere en Madrid en 1980 a los 74 años de edad.

12:00 – 12:30 — Presentación de libros - Anf.2

(5 minutos para cada obra)

12:30 – 14:00 – Comida

(Cantina de Direito)

14:00 – 14:45 – Sesión plenaria: Historiografía y metodologías - Anf. 1

Moderador – Antonio Laguna Platero

Marialva Barbosa (Universidade Federal do Rio de Janeiro) – História do jornalismo: o texto e o contexto na perspectiva historiográfica e metodológica

A comunicação faz uma reflexão epistemológica sobre a pesquisa historiográfica na área da Comunicação, mostrando a importância de se inverter o olhar ao lidar com a documentação produzida pelos próprios meios de comunicação. Sendo assim, o contexto - isto é, a historicidade dos processos comunicacionais - torna-se texto a ser analisado. Objetiva-se também propor um caminho metodológico para a produção de pesquisas tomando como pressuposto a especificidade documental a ser analisada e o olhar que se deve lançar ao documento comunicacional para a produção da síntese e da interpretação histórica.

Alberto Pena Rodriguez (Universidad de Vigo) – Panorama actual da produção científica nas revistas de História da Comunicação: tendências temáticas, metodologias e impacto

Desde que a história da comunicação existe como disciplina científica e docente, apareceram no panorama ibérico e internacional algumas revistas especializadas que ajudaram a promover e consolidar a produção científica neste campo acadêmico. Esta comunicação pretende fazer uma aproximação de carácter descritiva e qualitativa sobre alguns casos paradigmáticos de revistas académicas no campo da história da comunicação no contexto peninsular, europeu e americano, com especial atenção aos seus conteúdos e linhas de pesquisa mais relevantes. Neste quadro de análise, os objetivos principais da abordagem são conhecer qual foi a evolução deste tipo de revistas, quais são as de maior impacto e de referência internacional e quais são as tendências temáticas e metodológicas de investigação mais destacáveis.

Jorge Pedro Sousa (Universidade Fernando Pessoa) – Uma historiografia da historiografia portuguesa do jornalismo

A comunicação passa em revista a produção historiográfica portuguesa sobre jornalismo, enfatizando a sua origem no século XIX e o florescimento do campo nos anos mais recentes. Relembra os autores que historiografaram o jornalismo português e inventaria, diacronicamente, as obras mais relevantes.

15:00 - 16:30 – Sesiones paralelas

Mesa 16 – Sala 207 (Temas libres)

Moderador: Francesc Martinez Gallego

Rafael Fortes Soares (Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro) – A campanha pela realização da Conferência Nacional de Comunicação (2007-2009)

O trabalho apresenta resultados parciais de uma pesquisa sobre a mobilização pela realização da primeira Conferência Nacional de Comunicação no Brasil. Os dados são compostos por notícias e documentos disponibilizados em sites do movimento pela democratização da comunicação entre junho de 2007 e dezembro de 2009. O texto aborda a maneira como o jornalismo aparece no material analisado: como um tema a ser debatido na Conferência; como uma atividade profissional cujas entidades de classe estavam envolvidas na mobilização; e a própria elaboração e disponibilização das notícias pelos movimentos sociais. O trabalho apresenta conclusões parciais da pesquisa, que apontam para convergências e divergências em relação aos dois primeiros pontos.

Ainhoa Gilarranz (Universidad Autónoma de Madrid) – La mirada política del paisaje: crónica artística e imagen de Estado en la España del XIX

La crónica artística se introdujo en las publicaciones periódicas especializadas en las Bellas Artes desde la primera mitad del siglo XIX. Poco a poco, los críticos ocupaban un espacio en la prensa en el que debatían con otros agentes culturales: pintores, periodistas e incluso políticos. Esta comunicación tiene el objetivo de analizar los discursos elaborados por la crítica artística desde los años 30 del siglo XIX hasta la Revolución del 1868. El foco del análisis se centra en el género pictórico del paisaje y su recepción entre el público y la crítica. Un género a través del que los críticos vinculan conceptos artísticos y políticos con los que reflexionan sobre el Estado-nación y su desarrollo en este siglo.

Élmano Ricarte (Universidade Católica Portuguesa); Maria Érica De Oliveira Lima (Universidade Federal do Ceará) – A internacionalização do Grupo Globo: análise histórica do (contra)fluxo da comunicação colônia – metrópole

No cenário mediático brasileiro, o Grupo Globo, possui liderança com empresas de comunicação como imprensa escrita e digital, rádio, televisão, editora de livros, gravadora musical etc. Porém, o Grupo Globo não limitou a atuação apenas no mercado daquele país. Seu processo de internacionalização inicia-se oficialmente em 1999 com a TV Globo Internacional. Este estudo discute e descreve o percurso histórico de internacionalização da empresa mediática Rede Globo, em especial, em Portugal. Com o objetivo de compreender como ocorre tal percurso, começamos por mapear a atividade da empresa (programação e distribuição) a partir de seus meios de comunicação oficiais e realizamos entrevistas com dirigentes para aprofundar nossas observações. A pesquisa abrange o período do fim de 2016 e início de 2017. Previamente, podemos apontar que a expansão do Grupo Globo tem configurando-se como forma de empreendimento, buscando atingir padrões alcançados no Brasil.

Mengo Renee Isabel (Universidad Nacional de Córdoba/Argentina) – La cadena nacional como medio de comunicación política en Argentina -Presidencias de Cristina F. de Kirchner

El kirchnerismo en el poder, y dentro del mismo los ocho años de Cristina F. de Kirchner en el gobierno (2007-2015), inauguró una nueva manera de comunicarse con la ciudadanía argentina. El lenguaje político de la ex Presidenta marcó un antes y un después. Su discurso se caracterizó por un sesgo personal y mesuradamente emotivo, sobre todo desde la muerte de Néstor Kirchner. Fue un estilo conversacional e intimista que no se halla en otros expresidentes y sobre el cual se erige un fuerte liderazgo, en gran parte asentado en sus cualidades carismáticas. Al no brindar conferencias de prensa le permitió lucir aún más la capacidad oratoria que forjó tras 18 años como legisladora; devota de un catecismo político, prefirió que sean sus ministros los encargados de precisar ante los periodistas las políticas que se pusieron en marcha. Trató de usar al máximo las herramientas que le da el Estado para comunicarse con los otros —ciudadanos, organizaciones, corporaciones, militantes oficialistas, opositores, extranjeros, etcétera-. Otra de las características de la comunicación política de Cristina Fernández fue el excesivo uso de la Cadena Nacional, - tema de la presentación- que no reconoció temas ni lugares específicos, ya sea para hacer importantes anuncios, inaugurar obras, o anticipar el inminente envío de leyes al Parlamento. La utilización del citado medio se inscribe en una especial relación de fuerzas, ya en el poder, Cristina Kirchner potenció su estilo comunicacional a partir del enfrentamiento con una parte de la prensa, a la que eligió como su rival. A las críticas por el uso excesivo de la Cadena Nacional, Cristina Fernández las soslayó bien al estilo K: atacando, como mejor defensa. En la Argentina, el uso de la cadena oficial está contemplado en la Ley 26.522 de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), sancionada en 2009. El artículo 75 de la llamada “ley de medios” dice: “El PEN y los ejecutivos provinciales podrán, en situaciones graves, excepcionales o de trascendencia institucional, disponer la integración de la cadena de radiodifusión nacional o provincial, según el caso, que será obligatoria para todos los licenciatarios”. La ley fue reglamentada por el Decreto Nº 1225/2010 e incluye “en la obligación de difusión” de la cadena “a las señales nacionales inscriptas como de género Periodísticas/Noticias”. “La transmisión de las cadenas nacionales, provinciales o municipales deberá ser realizada en forma íntegra, sin alteraciones, cortes, sobreimpresos u otros agregados”, agrega. Estas prácticas comunicacionales, tienen sustento teórico en el texto académico “La comunicación pública como espectáculo. Relatos de la Argentina del siglo XXI” de la autora Adriana Amado, quien en su análisis responde a la convocatoria general de este XV Congreso. El ensayo aspira a mostrar cualitativamente, como en los gobiernos de Cristina F. de Kirchner, se usó una de las herramientas legales, la “Cadena Nacional” como medio de trasmisión de su gestión, distinto a lo convencional, dejando consecuencias sociales y políticas en la ciudadanía, que se tratan de exponer en esta presentación, aunque por la complejidad temática, da lugar a continuar en futuras investigaciones.

Lourdes Lopez-Perez; María-Dolores Olvera-Lobo (University of Granada) – From novatores of XVII Century to blogs: a review of the history of public communication of science in Spain

The history of public communication of science in Spain is yet to be written. The scarce scientific literature published in this area (González-Alcaide et al, 2009) is also reflected in its historiographic treatment, as there are no compendiums covering the evolution of this discipline. It is therefore complicated to determine how and when it starts, and even establish a historical journey as, like the history of science, the history of communication has also been dominated by advancements and setbacks, as a result of the economic and political upheaval suffered by Spanish society since the 17th century. Some of the most renowned Spanish authors in the field of scientific journalism (Eliás, 2001; Calvo Hernando, 2006) place the starting point for public communication of Spanish science at the visit of the winner of the Nobel prize for Physics, Albert Einstein, to Spain in February 1923. In this way, we could say that this discipline started to arise almost three centuries after it did so in the other European countries. This situation is only understandable by going over the story of Spanish science marked by years of scarcity (Fernández Rañada, 2003) and isolation (Sánchez Ron, 1999). To witness a true boom in the public communication of science in Spain, it is necessary to wait until the end of the 1980s and the beginning of the 1990s, with the creation of the first permanent science sections in the most prominent national newspapers, the proliferation of interactive science museums and planetariums throughout the country, and the creation of institutions such as the The Spanish Foundation for Science and Technology. This essay reflects on the history of public communication of science in Spain supported by a representative bibliographic review. The purpose of this is to claim the importance of public communication of science like a academic discipline should be consolidated in Spain and to highlight the necessity to increase the scientific production in this area with great impact in the society nowadays.

Tânia Alves; José Luís Garcia (Instituto Ciências Sociais, Universidade de Lisboa) – A mobilização para a guerra na imprensa portuguesa

Apesar das importantes contribuições já realizadas no plano da investigação sobre a cultura ou a censura no Estado Novo, nota-se a necessidade de conceder mais atenção, por parte da análise histórica, à relação entre media e guerra travada pelo regime dirigido por Salazar, entre 1961 e 1974, pela preservação do império português. É na tentativa de contribuir para ultrapassar esta carência que encontra fundamento o principal objectivo da comunicação a apresentar: analisar a forma como o regime deu início à construção de um universo de sentido para uma guerra impelida pelo que constituía o âmago do nacionalismo do Estado Novo – a mescla entre uma ideia orgânica e historicista de “nação” e a de “império”, o que significava a preservação do “mundo português” na sua integralidade. A construção de um sentido para o esforço militar em defesa do património colonial português e a importância das investidas de persuasão cognitiva, interferência nos comportamentos e coacção psicológica postas em movimento através dos media, como parte integrante da estratégia de guerra, são processos que serão considerados e analisados criticamente no quadro particular do regime do Estado Novo marcado pelo deflagrar da guerra colonial. Alicerça-se nesta consideração um outro objectivo da comunicação: trazer novos elementos para a compreensão e discussão do que pode ser designado como “campo situacional” do regime, uma condição pautada por um esforço de mobilização nacional, que envolveu sobremaneira os media, com vista a uma iniciativa militarista, visando desencadear em Angola uma guerra imperialista travada em nome das aspirações transcendentais associadas a uma concepção da nação portuguesa enquanto corpo imperial.

Mesa 17 – Anf. 1 (Comunicación y espectáculo– Política)

Moderador: Ana María Velasco Molpeceres

Ana María Velasco Molpeceres (Universidad de Valladolid) – Eva Perón en España (1947): diplomacia, comunicación y espectáculo

El objeto de esta investigación es el estudio de la visita que en junio de 1947 realizó Eva Perón a España a través de las informaciones publicadas en ABC. De gran trascendencia histórica, el Régimen de Franco utilizó el paso de Evita por el país con fines propagandísticos, con motivo del aislamiento que el fin de la II Guerra Mundial había causado en España. En 1946 la ONU pidió que se excluyera al gobierno de Franco de las instituciones internacionales y que se retirase a los ministros de los países miembros. Solamente Portugal y Argentina desafiaron las recomendaciones y precisamente en ese contexto se inscribe la llegada de la primera dama argentina. El gobierno de Perón sirvió internacionalmente para sostener el de Franco como un bastión anticomunista en el seno de la Guerra Fría. España y Argentina firmaron un tratado comercial por el que llegarían alimentos del otro lado del Atlántico que paliaran el hambre del país. Además, los puertos españoles servirían de acceso europeo a los productos argentinos. Por último, el acuerdo permitiría a Franco dar visibilidad y normalidad a su régimen en el marco internacional. En ese contexto se produce la visita de Evita, no del propio Perón, a España como principio de una controvertida gira mundial. Sin embargo, la llegada de la primera dama argentina dio lugar a importantes tensiones entre ella y los Franco. Al mismo tiempo, Evita era celebrada por los ‘descamisados españoles’. La llamada “Gira del Arco Iris”, pacífica e impulsora de las obras sociales, fue una experiencia inaudita para una mujer a mediados del siglo XX, situando a Eva Perón en el primer plano de la política internacional. El tour duró sesenta y cuatro días y comenzó en España, donde permaneció dieciocho días, pasando luego a Italia y el Vaticano, Portugal, Francia, Suiza, Brasil y Uruguay. Su aterrizaje en España supuso la puesta en marcha de toda una maquinaria propagandística, tanto interior como exterior, para dar prestigio al Régimen. Este trabajo pretende, por tanto, estudiar la propaganda con que Franco recibió a Evita pero también la que Argentina desplegó en España. Continúa la línea de investigación sobre el franquismo y también sobre la figura de Perón, así como se adentra en el territorio de la propaganda, la comunicación política y el peronismo, siguiendo los estudios del profesor Carlos Malamud. La metodología a emplear es el análisis del discurso, en concreto, de las piezas publicadas en ABC sobre el viaje. Los resultados que esperamos obtener buscan el mayor conocimiento sobre las herramientas del franquismo y el peronismo para obtener prestigio con este encuentro hispano argentino.

Renato de Almeida Vieira e Silva (Faculdades Rio Branco) – Comunicação, mídia, espetáculo, cidadania: as instituições do estado brasileiro em cena

O artigo tem por objetivo analisar os recentes processos político-institucionais e comunicacionais ocorridos no Brasil, encabeçados pelos poderes executivo, legislativo e judiciário, que proporcionaram uma exposição midiática sem precedentes na história brasileira, sobretudo pela televisão, cujos efeitos se fizeram sentir nas avaliações críticas da opinião pública, bem como sua amplitude nas relações sociais em cadeia, em razão da diversidade dos meios de divulgação e da relevância da midiáticação no campo de estímulo da participação política e do exercício da cidadania.

Ana María Velasco Molpeceres, Itziar Reguero Sanz; Marta Requejo Fraile (Universidad de Valladolid) – Comunicación y espectáculo en la prensa española: las elecciones autonómicas catalanas del 27 de septiembre de 2015

El 27 de septiembre de 2015 se celebraron elecciones autonómicas para constituir el XI Parlamento catalán. Dichos comicios contaron con un hecho insólito: los candidatos a la presidencia se dividieron en dos grupos: partidarios y detractores del independentismo. Tanto fue así que los dos partidos que consiguieron más escaños en las elecciones anteriores –Convergència i Unió y Esquerra Republicana de Catalunya– se unieron en la coalición ‘Junts pel Sí’. En la línea que abogaba por la independencia también se encontraba la CUP, una organización de izquierda. Mientras que al otro lado, y en contra del separatismo, se situaban los partidos mayoritarios de ámbito estatal. La campaña electoral del 27-S estuvo completamente dominada por la cuestión separatista. Hasta el punto de que en varios eslóganes de los partidos políticos se evidenciaba el apoyo u oposición a esta

cuestión, así como la extrema importancia que tenían estas elecciones: “El voto de tu vida” (JxSí), “¡Gobernémonos!” (CUP), “Por una Cataluña mejor en una España diferente” (PSOE-PSC), “Unidos ganamos. Plantemos cara” (PP), “Una nueva Cataluña para todos” (C’s) y “La Cataluña de la gente” (Catalunya Sí que es Pot). Debido a este contexto extraordinario, señalamos como objeto principal de esta comunicación analizar el tratamiento que El País, El Mundo y ABC realizaron con motivo de las elecciones al Parlamento catalán del 27 de septiembre de 2015. La metodología empleada será de tipo cualitativo, basada en el análisis de contenido de los distintos géneros de opinión que a lo largo del mes se publicaron refiriéndose a la cita electoral y a la campaña en general, así como al proceso soberanista en particular. En ese sentido, no podemos olvidar que en pleno siglo XXI entender las claves del triunfo de una campaña electoral pasa por analizar el enfoque de la estrategia política lanzada por los medios de comunicación hacia los votantes. Sobre todo, si tenemos en cuenta el auge que las últimas tendencias mediáticas, más próximas al espectáculo que a la información, están ocasionando.

Ana Cabrera (Universidade Nova de Lisboa) – A espetacularização na visita de Francisco Franco a Portugal em 1949

O objetivo desta comunicação é analisar a perspectiva do espetáculo, da encenação e da propaganda na visita de Franco a Portugal em 1949. O estudo é feito a partir da análise quantitativa e qualitativa do texto e da imagem publicada em quatro jornais: dois portugueses, o Diário de Notícias e o Diário da Manhã; e dois espanhóis, o ABC e o Arriba. Esta visita reveste-se de uma particular importância como forma de quebrar o isolamento da Espanha na sequência da guerra civil e do apoio ao eixo durante a segunda guerra mundial. (Hipólito da Torre Gomez: 1985; Ana Vicente:1992). Apesar da assinatura do Tratado da Amizade e de Não Agressão Luso-espanhol em 1939 e do Protocolo Adicional em 1940, tinha-se instalado um estado de mútua desconfiança entre os dois estados. Os dois países foram neutrais embora com alinhamentos diferentes: enquanto Portugal mantinha viva a aliança Luso-Britânica; a Espanha não escondia o fascínio em relação a Hitler e Mussolini e o alinhamento pelo Eixo. Por isso a Espanha temia que a aliança entre Portugal e o Reino Unido franqueasse as fronteiras ocidentais a uma invasão Inglesa. Por sua vez Portugal temia os efeitos do rápido avanço das tropas alemãs aliada às intenções iberistas dos falangistas (Jiménez Redondo:1996). A seguir à 2ª guerra Mundial Franco está sozinho e isolado pela comunidade internacional. Em Madrid havia três embaixadores entre eles Portugal e Argentina. A situação começa lentamente a mudar a partir de 1948 (Almuiña) na sequência da desconfiança internacional em relação à URSS que desemboca no processo da Guerra Fria. Esta nova conjuntura internacional favorecia a posição do governo franquista que sempre se afirmara como paladino da luta anti-comunista. Neste contexto a visita a Portugal afigurava-se como uma magnífica oportunidade de construir uma enorme estratégia de propaganda que projetasse a Espanha nos fóruns internacionais. A visita foi cuidadosamente preparada pelos dois países. A visita de Franco a Portugal resulta numa peregrinação aos lugares icónicos de culto do regime, em cenários que valorizavam o seu enaltecimento. Em Lisboa é recebido por uma enorme parada militar no Terreiro do Paço, a população aproveita o feriado especialmente marcado para saudar o ditador. Entre 22 e 27 de outubro, dia do seu regresso a Madrid, Franco percorre diversos pontos de Portugal sempre seguido por uma multidão de jornalistas português e espanhóis. Ponto alto da visita foi sem dúvida doutoramento Honoris Causa em direito na Universidade de Coimbra, a missa em Fátima, a confraternização com os militares em Mafra, a recepção à comunidade espanhola em Queluz (a sua residência oficial) bem como a recepção aos combatentes portugueses na guerra civil (os viriatos). Em regimes ditatoriais com forte controlo sobre a imprensa através da censura era de esperar uma grande cobertura desta viagem tanto pela imprensa espanhola como pela portuguesa. Nesta apresentação iremos analisar as semelhanças e as diferenças da cobertura jornalística em relação às matérias publicadas nos jornais portugueses e espanhóis questionando-as quanto ao significado simbólico dos lugares como suportes ideológicos das marcas fundamentais e intencionais desta viagem.

Daniel Ladeira de Araújo (ESPM-SP) – O Estado Novo brasileiro: A influência da comunicação e do jornalismo na construção do espetáculo capaz de valorizar um regime ditatorial

Este artigo procura analisar a construção de um espetáculo, a partir do uso da comunicação e do jornalismo, capaz de valorizar para a sociedade um regime ditatorial no Brasil durante o Estado Novo – 1937 até 1945. A presente pesquisa analisa as ações de comunicação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), especificamente durante os anos de 1939 até 1945 no governo de Getúlio Vargas, no Brasil.

María Irazo (Universitat de Valencia); Jose Luis Valhondo (Universidad de Extremadura) – Interviu, un espectáculo portadista en la transición española

Enmarcada en el proyecto de investigación “Cambios en la empresa periodística: la estrategia del sensacionalismo. Su emergencia histórica en España y América (Argentina, México, Costa Rica)”, código CSO2015-66667-R, la presente comunicación analiza la estrategia del destape en las portadas del semanario Interviu como espectáculo periodístico en la Transición Española (1976-1982). A través del análisis cualitativo y cuantitativo de todas las primeras planas publicadas durante este periodo, que se realizará mediante el diseño de una base de datos relacional, se observa la moral, el objetivo, los temas y los mecanismos estéticos de las portadas de esta revista sensacionalista. Y se concluye que, junto a su papel de contrapoder informativo, exploró el recurso de la sicalipsis para responder a las actitudes estigmatizadas por una moral reprimida y represora.

Lucía Salvador Esteban; Dunia Etura Hernández (Universidad de Valladolid) – ¿Persona o personaje? La construcción mediática de los protagonistas de la cultura popular en las teleseries biográficas españolas

El género biográfico es uno de los más longevos en la historia de la televisión española. Su presencia en la pequeña pantalla se remonta a la década de 1960, cuando el medio televisivo comenzaba a dar sus primeros pasos en el terreno de la ficción. La primera edad de oro de este género se sitúa en los años de la Transición; un contexto en el que las ficciones producidas por

Televisión Española –principal cadena nacional y de titularidad pública– destacaron por proponer al espectador pautas y valores de comportamiento democrático, tras casi cuarenta años de Dictadura en los que tales ideales habían quedado sepultados. Por esa razón, los protagonistas de los biopics de aquellos años fueron siempre personajes históricos (Cervantes, Teresa de Jesús, Mariana Pineda, Lorca, etc.) cuyas vidas representaron un modelo ejemplar por su compromiso con valores como la libertad, la igualdad, la valentía, el civismo o la tolerancia. La adaptación de biopics entró en declive en España con la llegada de la nueva oferta televisiva que proporcionó el nacimiento de las cadenas privadas en los años 90. Sin embargo, a partir de 2009, el biopic ha experimentado una importante revitalización hasta el punto de que, tras ser rescatado por Antena 3 con la miniserie Marisol, actualmente asistimos a una segunda edad de oro del género en la televisión española. Pero si en los años de la transición democrática las biografías televisivas producidas por TVE estuvieron protagonizadas por personajes históricos que destacaron por su compromiso con la sociedad de su época, en la actualidad predominan las producciones de Antena 3 y Telecinco –las principales cadenas privadas españolas– dedicadas a algunos de los personajes más mediáticos del papel couché como Isabel Pantoja, la duquesa de Alba, Carmina Ordoñez, la Baronesa Thyssen, Paquirri o Raphael, entre otros tantos. Por norma, el morbo y el sensacionalismo determinan la lógica narrativa de estos biopics desde la primera hasta la última escena e, independientemente de que el personaje sea conocido también por su faceta artística, el leitmotiv de la ficción está determinado por el devenir de su vida íntima. Nuestro trabajo se centra en el estudio de esta tendencia de “biografías rosas” que caracteriza a la segunda edad de oro del género en la televisión española. Para llevar a cabo el estudio se visionaron más de una decena de miniseries dedicadas a personajes de la cultura popular, emitidas en España entre los años 2009 y 2014 –marco temporal que coincide con el punto álgido de la realización de este tipo de producciones–. Las técnicas metodológicas empleadas fueron el análisis del discurso, el análisis de contenido –utilizando como referencia una plantilla de “ítems” (caracterización del personaje; tratamiento sensacionalista, hechos mediáticos representados, etc.)– y, en algunos casos, se han utilizado como fuentes complementarias entrevistas –publicadas en revistas o emitidas en televisión– concedidas a alguno de estos personajes, de cara a contrastar la imagen que proyecta sobre ellos el biopic con la imagen que ellos tratan de proyectar de sí mismos. Los principales resultados de esta investigación son: salvo contadas excepciones, los biopics ofrecen una visión positiva del personaje; estas producciones resultan muy rentables para las cadenas ya que, coincidiendo con la emisión de la miniserie, desarrollan estrategias de programación vertical convirtiendo al personaje en el protagonista de otros de sus programas (tertulias, late nights, etc.) En un segundo orden de cosas, el éxito de este tipo de producciones responde en que, por un lado, recrean toda una serie de hechos mediáticos que en su momento fueron “muy sonados” en la prensa rosa y que, por tanto, el espectador reconoce, pero, fundamentalmente, al hecho de que representan también todos aquellos momentos que en la vida real se han producido en la esfera privada, a la que no tienen acceso las cámaras de los paparazzis. Así, estos biopics invitan al espectador a recrearse en los aspectos más íntimos y morbosos de las vidas de los personajes de la prensa rosa, convirtiéndoles, en cierta medida, en testigos privilegiados o, si se prefiere, en voyeurs inocentes.

Mesa 18 – Anf. 2 (Temas libres)

Moderador: Ángel Luis López Villaverde

Eurico Gomes Dias (Instituto Superior de Ciências Policiais e Segurança Interna) – The triumph of encyclopaedic journals between the late 18th and early 19th century

The portuguese encyclopedic journals had as main leitmotiv the causes of the public education and dissemination of Sciences and Arts, in parallel with the creation of the Academia Real das Ciências de Lisboa [1779]. The first portuguese periodicals, called “encyclopedists”, appeared under the influence of the Encyclopédie [1751-1772], and are generally published in Lisbon under the seal of the royal privilege of the Portuguese Crown. They were fundamentally crucial milestones of the periodic portuguese press at the turn of the late 18th and early 19th century.

Ángel Luis López Villaverde (Universidad de Castilla-La Mancha) – Percepciones y representaciones de una nación joven y modélica. Las crónicas de los periodistas españoles desde Bélgica (1839-1926)

This communication analyses the journalistic chronicles of distinguished Spanish travellers to a young nation, Belgium during its first century of existence. From Ramón de la Sagra to Rodolfo Llopió, through Mesonero Romanos, Modesto Lafuente or Emilia Pardo Bazán. Each one of them looks for something different but they agree in essence. The trip to Belgium (which is part of a route around other neighboring countries) becomes a tour in search of answers to the questions that concern each one, usually of a social and moral nature. At the same time they get fascinated by their art, their material progress and the functioning of their institutions. So, with this mixture they build their stereotypes about the character of Belgians and a model of country that they perceive and represent differently from Spain with a lower material and cultural level, whose historical trace appears negative on the memory of Belgians.

Luisa Suárez Martínez (Universidad de Cantabria) – Historia del consumo a través de la publicidad. El caso de Santander (España), 1852-1935

La reciente historiografía ha demostrado que las pautas de consumo modernas –asociadas al vestir, al comer, al hogar y al ocio– se difundieron entre la población española de manera tardía, ya que se iniciarían a partir de la segunda mitad del siglo XIX, pero cimentadas en las mismas características que el resto de nuestro entorno europeo. Uno de los mecanismos principales en la

promoción del consumo fue la publicidad, dinamizador y reflejo al mismo tiempo. Por ello, sostenemos que su análisis exhaustivo nos permitirá caracterizar la modernización de nuestro país, tratando de construir una historia de la publicidad que vaya más allá de la pura descripción formal de los anuncios.

José Pacheco (Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes) – A gravura tipográfica como salvaguarda do nosso património

A gravura é uma arte muito antiga. Remonta à pré-história e é anterior à invenção da escrita. É possível descortinar a sua génese nas formas resultantes das incisões na pedra. Poder-se-á mesmo dizer que, durante muitos séculos, este foi o meio de expressão que deu corpo a um arquivo de imagens que nos permitiu uma ligação mais ou menos ténue com um passado feito de sinais, colocando-nos em contacto com os nossos mais remotos ancestrais, e que a narrativa histórica tem procurado transformar em conhecimento. Mas, o mesmo processo gráfico-visivo, que haveria de dar um contributo relevante para a invenção da escrita, ao ter assumido a forma de matriz móvel, evoluiria para a xilogravura, fazendo o seu percurso como técnica de impressão da estampa avulsa, transformando-se no veículo privilegiado para a difusão e internacionalização da arte e do gosto, mas também da fé e das ideologias. Já no século XV, com a invenção da tipografia, o espaço de intervenção da gravura aumentaria de forma extraordinária, ao passar a desempenhar um papel fundamental no âmbito da produção literária. Chegados ao século XIX, adaptada a matriz em madeira à específica gravura tipográfica, a sua importância ilustrativa ascenderia a um novo patamar de responsabilidade: o da estratégia para a educação e instrução. E é neste contexto, ao participar no esforço para conduzir à leitura e ao interesse pela literatura, que a impressão simultânea do desenho e dos caracteres tipográficos permitiram a reprodução em série dos chamados conhecimentos úteis. E Alexandre Herculano dava mostras de ter interiorizado este percurso lógico, quando em 1837 aceitava o repto para dirigir O Panorama. Pode mesmo dizer-se que a sua convicção em «meter uma lança em África», com que dava início ao primeiro número deste jornal, se aplicava com absoluta justiça: a imagem tornara-se um elemento indispensável à divulgação do conhecimento, e particularmente a gravura a topo, como mais tarde diria, servia «para representar os objectos ausentes como se estivessem perante nós» – objectos que, dito de outra forma, o nosso historiador considerava não ser possível ver «senão à custa de penosas viagens e gastos avultados». Herculano que, em suma, entendia caber à palavra impressa a possibilidade de expandir o pensamento de homens que dizia superiores ao género humano, como Platão ou Aristóteles, por outro lado, acreditava que a ausência da realidade tangível podia ser suprida pela sua própria imagem – ideia que estava de acordo com a coerência que alimentava a sua absoluta certeza relativamente à utilidade das artes e das letras, onde se inscreviam o desenho e a tipografia. Neste pressuposto teórico, à imprensa exigia-se que tomasse parte num desafio maior, mais adequado a um tempo novo, o da industrialização das artes gráficas e da comunicação, com a edição das chamadas revistas e jornais ilustrados ou populares — desafio que se enquadrava na ideia de que era necessário satisfazer a curiosidade dos leitores, mas também projecto para a criação e preservação de um arquivo gráfico de memórias, alicerçado no registo impresso de um repertório de imagens representativo do património ameaçado.

Patricia Vega (Universidad de Costa Rica) – Redes de cables, claves y postes el telégrafo como medio de comunicación en el siglo XIX en Costa Rica

A mediados del siglo XIX, las posibilidades de comunicación masiva en el territorio oostarricense, eran en extremo limitadas. Los periódicos, que se editaron desde 1833, alcanzaban a los públicos de las principales cabeceras de provincia y llegaban, con retraso, a los sitios donde las trochas y caminos, permitían acceder. La inmediatez y la velocidad en la transmisión de mensajes era inexistente. A mediados de 1850, cuando se tiene noticia de la presencia del telégrafo con hilos, el interés gubernamental por asirse de semejante tecnología, fue evidente. La preocupación giraba en torno a la reglamentación que debía regular el adecuado funcionamiento de este medio de comunicación que cobraba tanta o más importancia que los periódicos mismos. De hecho, en un plazo muy corto después de su instalación en el país, los impresos regulares dependerán de los cables transmitidos a través del telégrafo, tanto para nutrirse de noticias nacionales como internacionales. El objetivo de este ensayo es analizar la evolución histórica de la legislación en torno a los medios de comunicación, particularmente al telégrafo dado su papel fundamental tanto como espacio técnico de transmisión de informaciones de toda índole, cuanto en el proceso de consolidación de la prensa. El propósito es limitarse a la normativa en tanto marco regulador pues este texto es parte de un proyecto mayor que intenta analizar la evolución histórica de la legislación de prensa en Costa Rica entre 1821 y 1960. Aunque el telégrafo no es prensa, si es uno de los medios de comunicación más importantes del siglo XIX y buena parte del siglo XX y además, principal proveedor de noticias internacionales. Como internet en el siglo XXI, el telégrafo acercó a regiones separadas por grandes masas oceánicas, boscosas o desérticas. En Costa Rica el telégrafo abrió la conciencia sobre la magnitud del territorio y posiblemente, colaboró en la construcción de una conciencia sobre la identidad costarricense. Las fuentes fundamentales son la colección de leyes y decretos de Costa Rica y las normativas conexas.

Pablo Berdón-Prieto (Universidad de Valladolid) – Los 40 primeros años de anuncios en El Norte de Castilla (1854-1894)

Objeto de la investigación: La doctora Araceli Rodríguez defiende que la publicidad es un fenómeno que ayuda a modelar las sociedades. Para saber cómo esta ha participado en los procesos de cambio es necesario un análisis de su dimensión comunicativa. En este mismo camino, Robert Crawford, en un trabajo sobre la publicidad australiana, expuso que «(...) es una forma de analizar la sociedad, porque para que funcione exitosamente debe ser coherente con la evolución de la vida social, cultural, política y económica de su contexto». Este proyecto se centra en el siglo XIX en España, concretamente en Valladolid, en la publicidad del periódico El Norte de Castilla durante su primera etapa acotada entre 1854 y 1894. El objetivo general del trabajo es conocer a la sociedad de la época a través de la publicidad en prensa. Que este medio recogiera más del 50% de la inversión publicitaria durante la segunda mitad del siglo XIX y la posición de este periódico como el diario más antiguo de posibilitan que las conclusiones sacadas de esta investigación se puedan extrapolar a la totalidad de la publicidad de la época en España. Se muestra

necesario destacar lo interesante que resulta estudiar a un medio de tanta importancia como El Norte de Castilla a lo largo de sus distintas épocas. Aunque este trabajo trate de un periódico del siglo XIX, es conveniente recalcar que esta investigación no pretende abordar la historia de la prensa sino de la publicidad. Es cierto que durante el siglo XIX la publicidad estuvo estrechamente relacionada con la prensa y, por eso mismo, los manuales basados en la historia que se consultan para esta investigación deben ser publicaciones que abordan la historia desde la publicidad, no desde la prensa ya que en ellos ya se habla de la prensa como tal. Entre otros muchos destacan los de Raúl Eguizabal, Antonio Checa Godoy y Miguel Ángel Pérez Ruiz. Este proyecto investigador es de un gran atractivo ya que es novedoso, puesto que la publicidad de la prensa vallisoletana nunca se ha estudiado a este nivel. Es un campo de estudio que es necesario explotar para conocer a la sociedad y, por último, aunque sea una investigación original, se fundamenta y apoya en estudios del campo de la comunicación desde el punto de vista histórico. Metodología: La investigación presenta un estudio cuantitativo, principalmente, reforzado por un planteamiento cualitativo (secundario). Por un lado y como base de la investigación, se ha aplicado un análisis de contenido para extraer los datos que son necesarios de los ejemplares de El Norte de Castilla y, por otro lado, se ha efectuado una revisión bibliográfica donde se ha trabajado con documentos que traten la época y contengan datos socioeconómicos. Las variables acerca del propio periódico se han conseguido de un análisis de contenido a una muestra de todos periódicos de El Norte de Castilla entre los años 1856 y 1894. El tamaño total de la muestra es de 372 periódicos consiguiendo un nivel de confianza de más del 95% y un error típico inferior al 5%. La técnica de muestreo utilizada para la segmentación ha sido la estratificación proporcional, considerando a cada año como un estrato diferente. Para la redacción de la ficha de análisis de contenido se ha cogido como modelo el ejemplo que Celso Almuiña creó para su obra La prensa vallisoletana en el siglo XIX y se ha cumplimentado añadiendo variables más enfocadas al campo publicitario. Resultados: En el estudio se consiguieron varios resultados, entre ellos, algunos de los más importantes son los siguientes: el sector económico predominante en la época (sector primario) no se ve representado en la misma proporción en cuanto a número de inserciones publicitarias. Si bien los anuncios por palabras y la publicidad redaccional sí que mantienen una correlación positiva con las actividades económicas más frecuentes. En contraposición a esto, la industria del medicamento sí que se desarrolla como la más importante a nivel publicitario según transcurre el estudio. Los hitos económicos más importantes, ya fueran positivos como negativos, se han visto reflejados desde el punto de vista publicitario en términos de frecuencia, también las ideologías políticas, afectando siempre de forma negativa las ideologías extremas. Con lo cual, la publicidad puede ser un vehículo válido para conocer a las sociedades. Otra de las conclusiones más importantes fue la fecha de la llegada de la publicidad moderna a El Norte de Castilla. Este hecho estuvo fomentado por un cambio de mentalidad en cuanto a esta sección por parte de los responsables, que cambio la filosofía del periódico, así como su estética.

Luisa Suárez Martínez (Universidad de Cantabria) – La moderna cultura de consumo desde la perspectiva publicitaria

The bourgeois culture, hegemonic in the nineteenth century, considered consumption closely tied to happiness. How this consumption was developed has been studied by economic history but it has revealed a need for a complementary explanation, which from this work seeks to seek through the main mechanism to promote consumption: advertising.

José Luís Garcia (Instituto Ciências Sociais, Universidade de Lisboa); Filipa Subtil (Escola Superior de Comunicação Social); Alexandra Santos (Universidade Europeia) – O Império Português e os Media – uma abordagem

O complexo de relações de influência recíprocas entre o império português e a comunicação é o objecto de estudo do texto que se pretende apresentar. A abordagem que desenvolvemos tem como base a ideia de que os processos de comunicação são constitutivos da cultura e que esta é constitutiva da sociedade, não apenas o seu reflexo. A comunicação, nas suas diversas modalidades, é compreendida no tópico em causa como factor promotor do processo pelo qual as comunidades humanas criam, mantêm e alteram culturalmente o mundo social onde vivem. Mais do que simples conteúdos ou registos derivados da história, os processos de comunicação são, para usar os termos de James W. Carey, “mapas da realidade” e “mapas para a realidade”. Múltiplos mapas que representam o que não está presente e produzem actos quando o estímulo real pode também não estar presente. A comunicação está fundamentalmente circunscrita aos séculos XIX e XX, período em que os sistemas modernos de media se entrelaçaram com o mundo social. Procura-se apresentar uma perspectiva que incorpora análises de vários estudos em áreas científicas diversas que têm em comum desbravar interpretações da experiência imperial portuguesa, situadas nas dinâmicas do seu próprio tempo, que consideram os media actores ou agentes envolvidos nas lutas culturais, políticas e sociais.

Mesa 19 – Sala 105 (Metodologías en la investigación de la historia de la comunicación)

Moderador: Francesc Salgado

Francesc Salgado (Universidad Pompeu Fabra) – Los semanarios satíricos durante la transición. Una propuesta metodológica. La Codorniz, El Papus, Por Favor y El Jueves (1976-1977)

Durante el tardofranquismo y la Transición aparecen en España una serie de diferentes semanarios humorísticos o satíricos que se convierten en un éxito porque, cada uno con sus propios planteamientos, convierten el humor en una forma popular de ofrecer información social y política. Como es sabido, tuvieron que bregar con los límites que impuso no solo la ley de Prensa de 1966 sino con los usos censores y con las presiones que se mantuvieron en una administración lastrada por su pasado dictatorial. Por tanto, estas revistas usan a menudo la elipsis, el sobrentendido y recurren a la complicidad y el doble sentido para darse a entender. Esa es la razón por la que necesitan, en el momento de ser estudiadas en profundidad, una adaptación metodológica para extraer con precisión su línea editorial. Esta comunicación pretende construir un instrumento analítico específico para el análisis de un

subgénero tan particular como la prensa satírica. Se realizará partiendo de la historiografía reciente y poniendo a prueba determinados ejemplos de las cuatro revistas de humor de difusión estatal que destacan entre los años 1976 y 1977 - La Codorniz, El Papus, Por Favor y El Jueves - cada una de ellas en un momento muy diverso de su desarrollo. Se escogen estos años porque se juntan en el mercado en esos dos años el modelo de humor que atraviesa el franquismo (La Codorniz), dos ejemplos renovadores que acabaron desapareciendo (El Papus, Por Favor) y un recién aparecido semanario que permanece hoy en los quiscos (El Jueves). La comunicación expone el proceso de análisis, las pruebas y concluye con la descripción de la propuesta metodológica que se extrae de estas revistas satíricas.

Tamara Antona (Universidad Internacional de La Rioja) – Estructura de la programación y modelos: una propuesta metodológica para el estudio de la historia de la televisión

El objetivo de esta comunicación es presentar una propuesta epistemológica para el estudio de la historia de la televisión, en concreto de la programación. Esta metodología ha sido utilizada en la reconstrucción de los modelos televisivos durante el periodo franquista de la televisión en España y es una de las metodologías con las que se está llevando a cabo un proyecto de investigación público sobre la historia de la televisión en España desde el arranque de las privadas (1990) hasta el apagón analógico (2010). Desde el origen de los estudios académicos sobre televisión se ha reivindicado un estatuto epistemológico propio. Esta comunicación tiene como objetivo presentar una metodología que sirva para el análisis de las parrillas de televisión en profundidad, al considerarse éstas un pilar básico a la hora de abordar la historia del medio. El objeto de estudio presentado es, por tanto, las emisiones. Cada una de ellas se parametriza para poder analizarlas de una forma cuantitativa, primero gracias al diseño de una BBDD que recoge todos los datos relativos a las emisiones (hora de inicio, final, duración, tipo de programa, staff, argumento, audiencias, etc.). El segundo paso es la revisión cualitativa de los datos, los cuales, una vez analizados, deben ser puestos en relación con el contexto sociopolítico de la cadena (o cadenas). El tercer eslabón de esta metodología plantea la estructura de la programación y posibilita la construcción de los modelos de programación que se elaboran a partir de la información relativa a la BBDD gracias al cual es posible analizar de forma sistemática, entre otras cuestiones más amplias, las estrategias de programación del medio. El objetivo final es poner a disposición de la comunidad investigadora un modelo de análisis que puede resultar de utilidad para los trabajos centrados en la historia de la televisión, un medio imprescindible a la hora de aproximarse a la historia de la comunicación social de la segunda mitad del Siglo XX.

Valquíria Aparecida Passos Kneipp (Universidade Federal do Rio Grande do Norte) – Método, Técnica e Teoria - contribuições da oralidade para a história da comunicação

Esta pesquisa tem como objetivo investigar as possibilidades de aplicação da história Oral tanto como técnica quanto como método, na construção da trajetória do Curso de Jornalismo da UFRN. A História Oral, de acordo com Meihy (2005) é um tema complexo e de difícil precisão, devido a atual renovação a partir do uso de aparelhos eletrônicos, “é dinâmica e criativa, fator que torna discutível qualquer conceituação fechada” (2005; 17). A história oral muitas vezes é utilizada como técnica, ferramenta, método ou disciplina de pesquisa, mas neste caso ela é apresentada, por meio de seu estatuto, como uma teoria, que se fundamenta e desenvolve por meio da fonte oral. Em nível material considerar, “que a história oral consiste em gravações premeditadas de narrativas pessoais, feitas diretamente de pessoa a pessoa, em fitas ou vídeo, tudo prescrito por um projeto que detalhe os procedimentos” (MEIHY, 2005; 17). Em nível conceitual o autor propõe cinco abordagens para a história oral. No primeiro conceito como, “uma prática de apreensão de narrativas feita através do uso dos meios eletrônicos e destinados a recolher testemunhos, promover análises de processos sociais do presente e facilitar o conhecimento do meio imediato” (2005: 17). No segundo, propõe-se, “a formulação de documentos através de registros eletrônicos é um dos objetivos da história oral. Tais documentos, contudo, podem também ser analisados a fim de favorecer estudos de identidade e memória cultural” (2005: 17). No terceiro entende-se a história oral como, “um conjunto de procedimentos que se iniciam com a elaboração de um projeto e que continuam com a definição de um grupo de pessoas (ou colônia) a ser entrevistados. O projeto prevê: planejamento da condução das gravações; transcrição; conferência da fita com o texto; autorização para o uso; arquivamento e, sempre que possível publicação dos resultados, que devem, em primeiro lugar, voltar ao grupo que gerou as entrevistas” (2005: 117 e 18). O quarto conceito proposto por Meihy (2005) apresenta uma preocupação social como, “uma alternativa para estudar a sociedade por meio de uma documentação feita com o uso de depoimentos gravados em aparelhos eletrônicos e transformados em textos escritos” (2005: 18). No quinto e último conceito, a história oral apresenta-se como, “um processo sistêmico de uso de depoimentos gravados, vertidos do oral para o escrito, com o fim de promover o registro e o uso de entrevistas” (2005: 18). A História Oral se justifica, de acordo com Meihy porque “responde à necessidade de preenchimento de espaços capazes de dar sentido a uma cultura explicativa dos atos sociais vistos pelas pessoas que herdaram os dilemas e as benesses da vida no presente. Sua versão do processo, porém, deve ser um legado de domínio público” (2005: 24). Este projeto, que pretende resgatar a memória do curso de Jornalismo da UFRN, a partir da absorção do mesmo, da extinta Faculdade de Jornalismo Eloy de Souza, em 1977. A obra Memórias – Faculdade de Jornalismo Eloy de Souza (QUEIROZ, NICOLAU, LORDÃO, GURGEL, 2015) traz uma importante contribuição e registro da primeira fase do referido curso, em seus 14 anos iniciais. De 1977 até os dias atuais são 40 anos de funcionamento do Curso de Jornalismo na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Por meio de um instrumental metodológico que envolverá pesquisa bibliográfica, documental e entrevistas (orientadas pelos preceitos da história oral) buscar-se-á inicialmente contar a trajetória pela qual o curso passou dentro da universidade. A coleta de material e posterior análise orientará a organização de uma cronologia, e identificação das respectivas fases pelas quais o mesmo passou ao de quatro décadas. Os fundamentos conceituais e teóricos estão calçados no estatuto da história oral por meio de autores como Meihy (2005), Mauad (2016), Gagnebin (2005), entre outros autores. Os preceitos orientadores da entrevista fundamentam-se na proposta de Medina (1986) sobre o diálogo possível. Os resultados preliminares apresentam uma cronologia de quatro décadas, com características e peculiaridades específicas, que refletem o perfil do profissional engresso.

Pablo Francescutti; Manuel Martínez Nicolás (Universidad Rey Juan Carlos) – La semiótica de la comunicación masiva en España: génesis y andadura de una disciplina académica

La semiótica, la ciencia de los signos, toma forma en los años '50 y cobra entidad institucional a finales de los años '60, con la formación de una asociación internacional (International Association for Semiotic Studies/IASS) y diversas asociaciones nacionales. Tiene sus epicentros en Italia, en torno a las figuras de Umberto Eco y Omar Calabrese; en Francia, con eje en Roland Barthes y Algirdas Greimas; en Estados Unidos, en torno al magisterio de Thomas Sebeok; en la Unión Soviética, encabezada por Yuri Lotman y Boris Uspensky de la Universidad de Tartu; y en América Latina, marcada por la producción del argentino Eliseo Verón, entre otros destacados autores. En el vasto campo cubierto por los estudios semióticos sobresalen los trabajos centrados en los fenómenos de la comunicación masiva. Lo acreditan los seminales estudios sobre la publicidad y las mitologías de la cultura de masas de Barthes; los agudos análisis de Eco sobre los héroes del cómic y el folletín, así como sobre la neotelevisión; o las reflexiones de Verón relativas a la construcción del acontecimiento periodístico. Esta es la vertiente que mayor interés presenta de cara a las ciencias de la comunicación, y de ella nos ocuparemos en este trabajo, enmarcado en el proyecto “25 años de investigación en comunicación en España (1990-2015) Producción científica, comunidad académica y contexto institucional”, financiado por el Plan Nacional de I+D. Hoy, la semiótica se encuentra presente en la universidad española; lo podemos comprobar con un examen de los planes de estudios de los grados y posgrados de periodismo, comunicación audiovisual, publicidad y relaciones públicas, sea como contenido principal de asignaturas específicas, sea como contenido transversal de diversas asignaturas: teoría de la información, análisis del discurso, teoría de la comunicación, análisis fílmico o teoría de la imagen. La inserción de esa subdisciplina en el campo académico español apenas ha sido estudiada. En esta presentación reconstruiremos sus primeros pasos, desde su recepción hasta su inserción institucional en las facultades de ciencias de la comunicación y similares. Para la reconstrucción de su itinerario nos basaremos en la escasa bibliografía disponible al respecto, en los sucesivos planes de estudios de los centros de enseñanza superior y, en especial, en el testimonio obtenido a través de entrevistas en profundidad efectuadas a seis profesores de distintas universidades españolas, todos ellos con una larga trayectoria en la enseñanza de la semiótica de la comunicación masiva. Los datos obtenidos por estas dos vías nos permitirán reconstruir la evolución de dicho saber, desde su “prehistoria” a finales de los años 60 y principios de los '70, seguido por su introducción entre mediados de los '70 y principios de los '80, y, finalmente, por su consolidación entre mediados de los años '80 y los años '90. En este repaso de su historia identificaremos sus principales influencias (Francia e Italia), los obstáculos con los que tropezó durante su implantación, las obras más conocidas de sus principales exponentes, y concluiremos con una reflexión acerca de la existencia de una escuela española de la semiótica de los mass media.

Juan Ignacio Cantero; José María Herranz de La Casa (Universidad de Castilla-La Mancha) – Historización de la memoria. Metodologías y conceptos para la inclusión de la memoria en los estudios historiográficos

El presente trabajo propone la necesidad de ejecución de un proceso de inclusión de la memoria en la producción histórica, mediante el conocimiento de diferentes memorias particulares que den forma a la historia colectiva. La cuestión de la memoria y la configuración de la memoria histórica deben ser objeto de un amplio tratamiento la hora de configurar el discurso histórico y, la Historia ha de contar irremediablemente con la memoria para que el material historiográfico sea completo y totalizador. Es necesario tener en cuenta diversos conceptos históricos y sociológicos para asumir las nuevas metodologías de historización de la memoria. Un proceso que si bien ha empezado a ser tenido en cuenta e incluido en las investigaciones académicas, todavía está lejos de la normalización. Es conveniente dejar claros los conceptos de memoria individual, memoria colectiva, memoria histórica y diferenciar claramente entre Historia y memoria para poder focalizar estos estudios y aplicar nuevas metodologías. Asimismo, el reconocimiento de memorias generacionales dentro de la memoria colectiva puede facilitar el proceso, aportando una de las principales variables a tener en cuenta para nuestra muestra. Para conocer las percepciones extendidas entre la población acerca de cualquier suceso histórico, no se puede llevar a cabo un análisis a la ligera, ni ateniendo únicamente a una única variable. Es conveniente una estructuración con sentido para distribuir las distintas percepciones en base a distintos factores. La memoria del trauma colectivo varía y se refuerza o debilita con el paso de las distintas generaciones. Pero, aunque la generación es una de las variables que intentan reflejar una estructura social, la división generacional no ha de ser la única a tener en cuenta. Para afrontar el proceso de la historización de la memoria se pueden utilizar metodologías cualitativas como las historias de vida o historias orales. Se puede acudir a esta metodología para obtener visiones particulares y personales de distintas generaciones de memoria. Las historias de vida nos proporcionan relatos individuales que sirven de ayuda a la pretensión de obtener una memoria que haga referencia a las percepciones de una comunidad acerca de un periodo histórico concreto. Tienen una alta magnitud biográfica en el que las historias particulares son las que pretenden llenar de contenido a un tipo de historias universales; a los discursos canónicos de la Historia entendidos como racionalizadores, universales y unidireccionales. Hay que tener en cuenta también, los problemas y limitaciones que la recuperación de la memoria histórica tiene o puede tener. La politización de la memoria histórica y la polarización ideológica de los medios de comunicación, no hacen sino entorpecer el objetivo académico de contar con la memoria para construir la historia. La apropiación de la memoria histórica o la polarización de la opinión pública en bandos, solo produce una desviación en el proceso de recuperación de la memoria y por consiguiente del cierre de heridas del trauma colectivo. El manejo de los conceptos y la aplicación de las metodologías nombradas deben servir para la consecución de un relato histórico totalizador que cuente con las memorias. De esta forma el material historiográfico de grandes traumas colectivos como la Guerra Civil Española se construye contando con la memoria de todos y evita así la parcialización de la memoria histórica.

Luis Felipe Estrada Carreón (UNAM, FES Acatlán) – La historia de un concepto: el Sensacionalismo en México 1860-1900

En la presente ponencia se va proponer una metodología para analizar, desde la perspectiva de la historia conceptual, el fenómeno del sensacionalismo en la prensa mexicana de finales del último tercio del siglo XIX. La finalidad es establecer los hitos centreales del desarrollo de esta nueva manera de hacer periodismo en México muy influida por la prensa estadounidense. Normalmente se considera que la Guerra México-Estados Unidos (1846-1847) detonará las técnicas sensacionalista en la Unión Americana, y que producto de la guerra llegarán a territorio mexicano desde mediados del siglo XIX. Sin embargo, la investigación que hacemos en el Seminario Multidisciplinario de Estudios sobre la Prensa nos ha mostrado que es un proceso más lento y complejo que abarca desde la década de 1860 y que se irá madurando a lo largo de los siguientes cuarenta años. Para tal efecto, proponemos cinco categorías para el análisis conceptual del sensacionalismo mexicano y con ello explicar las particularidades de este fenómeno, en este caso: desde los temas, el desarrollo de los géneros periodísticos informativos y los crímenes de sensación.

Pilar Sánchez-García (Universidad de Valladolid); Sandra Marinho (Universidad de Minho) – Evolución histórica de la enseñanza del Periodismo en España y Portugal

La enseñanza del Periodismo en España y Portugal ha discurrido por caminos paralelos ligados a su propia evolución histórica, política y social. Desde la primera mitad del siglo XIX y hasta bien entrado el siglo XXI, en ambos países de la península ibérica existen coincidencias formativas que muestran los paralelismos de una titulación universitaria consolidada en la actualidad y con un debate abierto hacia la formación del futuro. Esta comunicación presenta una revisión bibliográfica y documental de las diferentes etapas históricas en las que pueden agruparse los hitos formativos de ambos. La investigación parte de estudios precedentes que permiten radiografiar esta evolución histórica en cada uno de los países (Mesquita & Ponte, 1996; Humanes, 1997; Pinto & Sousa 2003; Salaverría & Barreria 2009; Marinho 2012; Real 2004, Sánchez-García, 2016; Valente, 1998; Marcos, 1997; Sobreira, 2003; Correia, 1995; Correia & Baptista, 2005; Meireles, 2009; Cascais, 1998; Pinto & Marinho, 2009). Más recientemente, se han realizado análisis comparativos que reflejan preocupaciones comunes por diseñar modelos más eficientes y con nuevos perfiles incluidos en una visión de formación continua (López, 2009); igualmente existen estudios sobre su adaptación al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) que reflejan una tendencia formativa coincidente hacia el aumento de la enseñanza tecnológica en detrimento de las Humanidades (Sánchez-García & Marinho, 2016) en un momento en el que el debate formativo sigue abierto mirando hacia las nuevas políticas docentes en un entorno comunicativo cambiante (Correia, 2008; López 2012; Coelho 2013). En este contexto, la presente investigación tiene como objetivo analizar la evolución histórica de la enseñanza del Periodismo en España y Portugal para establecer paralelismos en los hitos más destacados que nos permitan entender mejor de dónde venimos y hacia dónde vamos en la enseñanza periodística ibérica del futuro. La metodología de revisión documental cualitativa permite ofrecer un 'time line' entre ambos países relacionando sus hitos formativos enmarcados en el contexto histórico y periodístico de cada época. Una reconstrucción histórica comparativa que, además, permite extraer resultados significativos en torno a la enseñanza periodística en la península ibérica en cuatro grandes etapas: precientífica-dictatorial-universitaria-transición tecnológica. A través de los resultados de la investigación, se constata, en primer lugar, que en los dos países surgen los primeros intentos formativos desde iniciativas privadas y sindicalistas, fundamentalmente en una etapa precientífica, previa a la investigación académica; y encontramos que en España surgen antes las escuelas (1926). En estas primeras iniciativas existe en ambos países un interés sindical y eclesial en promover la formación de los periodistas. En segundo lugar, la etapa dictatorial resulta coincidente (España, 1936-1975; Portugal, 1926-1974) y supone un control informativo a través de la formación con la Escuela Oficial de Periodistas (EOP) en el caso de España, mientras que en Portugal apenas se contabilizan dos iniciativas privadas, una del Diário Popular (1966) y otra del Sindicato Nacional de Jornalistas (1968). Una etapa de control formativo que supone un retraso en el paso de la titulación de las escuelas a la Universidad hasta la segunda mitad de los años 70 en ambos países, lo que ha provocado una etapa de involución en cuanto a su enseñanza universitaria e investigación científica. La tercera etapa universitaria (España desde 1971, en Madrid y Portugal en 1979, en Lisboa) supone en ambos países un aumento del contenido humanístico y el inicio de la investigación en Comunicación con más de 40 años de enseñanza superior y con un aumento exponencial de su oferta formativa a partir de los años 90; hasta las 35 Universidades con titulación de Periodismo en España y las 32 instituciones en Portugal (incluyendo Institutos Politécnicos). Y la cuarta etapa puede señalarse a partir de 2005 hasta la actualidad con la adaptación de las titulaciones al Espacio Europeo de Educación Superior (EEES) aprobado en Portugal en 2007 y recortando la Licenciatura a 3 años; y en España, en 2010 con 4 años de Grado. En ambos programas el cambio fundamental más reciente ha sido la reducción de las Humanidades en favor de la enseñanza práctica y tecnológica. Precisamente esta adaptación a los nuevos perfiles profesionales y herramientas comunicativas en un nuevo entorno mediático cambiante es la que mantiene abierto el debate sobre la actualización de la enseñanza periodística al que esta investigación pretende contribuir analizando desde un punto de vista histórico de dónde venimos y hacia dónde vamos en la formación de periodistas en la península ibérica.

16:45 – Asamblea de la AHC

18:00 – Porto de Honra