

TEODORO  
LEÓN GROSS

---

**LA MUERTE  
DEL PERIODISMO**

---

CÓMO UNA POLÍTICA  
SIN CONTRAPODER  
DEGRADA  
LA DEMOCRACIA

DEUSTO

# La muerte del periodismo

Cómo una política sin contrapoder  
degrada la democracia

**TEODORO LEÓN GROSS**



EDICIONES DEUSTO

La lectura abre horizontes, iguala oportunidades y construye una sociedad mejor. La propiedad intelectual es clave en la creación de contenidos culturales porque sostiene el ecosistema de quienes escriben y de nuestras librerías. Al comprar este libro estarás contribuyendo a mantener dicho ecosistema vivo y en crecimiento.

En **Grupo Planeta** agradecemos que nos ayudes a apoyar así la autonomía creativa de autoras y autores para que puedan continuar desempeñando su labor. Diríjase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra. Puede contactar con CEDRO a través de la web [www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com) o por teléfono en el 91 702 19 70 / 93 272 04 47.

© Teodoro León Gross, 2024

© Centro de Libros PAPP, SLU., 2024

Deusto es un sello editorial de Centro de Libros PAPP, SLU.

Av. Diagonal, 662-664

08034 Barcelona

[www.planetadelibros.com](http://www.planetadelibros.com)

Diseño de la colección: Sylvia Sans Bassat

Primera edición: marzo de 2024

Depósito legal: B. 1.630-2024

ISBN: 978-84-234-3695-8

Composición: Realización Planeta

Impresión y encuadernación: CPI Black Print

*Printed in Spain* - Impreso en España



# Sumario

---

Introducción. 2023: nuestro 2016.....	9
1. De cuarto poder a actor secundario.....	33
2. Un mal mal negocio.....	53
3. Vivir en realidades paralelas.....	70
4. El otro no tiene buenas intenciones.....	91
5. Qué espectáculo.....	110
6. La fascinación del acontecimiento.....	128
7. Tabloidización: del <i>infotainment</i> al <i>emotainment</i> .....	142
8. «Éstos son mis hechos. Si no le gustan, tengo otros».....	161
9. Hacer la «o» con un canutazo.....	178
10. Marcar agenda.....	189
11. <i>On bullshit</i> : de la verdad a la posverdad.....	205
12. <i>Fake news</i> ... o llámalo mentiras.....	221
13. El pesimismo de los charlatanes.....	239
14. La fuente seca y el lado oscuro.....	256
15. Pero ¿hubo alguna vez once mil códigos éticos?.....	272
16. Atrapados en las redes.....	289
17. ¿Quién se cree la credibilidad?.....	307
18. Un problema de inteligencia no precisamente artificial.....	325
Epílogo. ¡Aún vive! ¿Seguro?.....	343
Agradecimientos.....	357

## De cuarto poder a actor secundario

El político sabe, o debería saber, que el periodista, por falta de fe en el futuro, tiende a refugiarse en la nostalgia improductiva de una edad de oro perdida.

El periodismo sufre una suerte de sebastianismo, con la hipótesis de que ese tiempo regresará para redimir a la profesión de este período decadente y feo. *Spoiler*: es una fantasía inútil, porque aquella edad de oro nunca existió realmente. Y lo que no existió difícilmente se podrá recuperar en el futuro. Eso lo hace diferente del sebastianismo portugués, que consistía en la añoranza del rey don Sebastián, desaparecido en la batalla de Alcazarquivir, y cuyo regreso providencial se convirtió en un mito popular. Al menos aquel sebastianismo portugués se construía sobre una desaparición real. En el sebastianismo de la prensa, prevalece cierta ilusión de efecto placebo.

En realidad, más vale aclararlo pronto, lo que los periodistas añoran es otra cosa: el poder. Más allá de su Atlántida, en mayor o menor grado imaginaria, el periodismo sí echa en falta esto, que es algo muy real: haber disfrutado de un enorme poder y un protagonismo determinante en la vida pública. Ésa es su verdadera añoranza; no tanto la desaparición de un reporterismo audaz como genuinos perros guardianes de las democracias liberales, sino la capacidad de que un titular matinal hiciera temblar

las oficinas de la presidencia, provocara el temblor de manos de un ministro al leer un editorial o la columna mordaz de una firma reputada. En definitiva, como señala Ignatieff,<sup>43</sup> hacer que los poderosos rindiesen cuentas sin tener los periodistas que dar explicaciones ante nadie. Eso supone un poder orgásmico. O suponía.

Philip Meyer, en *The Vanishing Newspaper*, mencionaba que el principal producto de un periódico no eran las noticias, sino la influencia.<sup>44</sup> Una influencia comercial, que se ponía a la venta, pero también una influencia social, puesto que ese producto de éxito disfrutaba de un considerable prestigio para limitar otros poderes. Por eso el periodismo era poder. Y ahí sí existe una pérdida: el modelo de influencia ha desaparecido en buena medida, diluido en el territorio digital donde mandan Google o Facebook, que se han apropiado de buena parte de la rentabilidad. Los diarios, lejos de ese protagonismo, hoy representan un papel secundario en el sistema.

Así pues, la melancolía periodística, su particular *the way we were*, o el nostálgico «tal como éramos», tiende a ser engañoso. El pasado del periodismo no es una evocación plana: eso de «lo que fue y lo que es» supone obviar que fue muchas cosas distintas antes de ser lo que llegó a ser y lo que actualmente es. De hecho, ha cambiado mucho a lo largo del tiempo, a menudo al paso de las transformaciones materiales, puesto que en definitiva el mensaje es el medio, parafraseando la máxima tan manoseada de McLuhan en el clásico *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*.<sup>45</sup> Esos cambios a veces han sido tan profundos como para alterar el paradigma. La im-

43. Ignatieff, Michael, «La buena conciencia del periodismo es la que habla con sinceridad al poder», discurso del XXIX Premio de Periodismo Francisco Cerecedo, Asociación de Periodistas Europeos, 20 de noviembre de 2012, <<https://www.apeuropeos.org/la-buena-conciencia-del-periodismo-es-la-que-habla-con-sinceridad-al-poder-michael-ignatieff-en-la-entrega-del-xxix-premio-cerecedo/>>.

44. Meyer, Philip, *op. cit.*

45. McLuhan, Marshall, *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*, Paidós, Barcelona, 2009.



prenta en el siglo xv y la digitalización del siglo xxi han sido, con seguridad, los dos hitos más abruptos, determinantes y disruptivos en la historia de la comunicación, y el segundo impacta de lleno en el periodismo, que venía del primero. Resulta fácil pensar que antes de la imprenta las cosas eran tan extremadamente diferentes que Sócrates desconfiaba de los libros, acostumbrado a memorizar, temiendo que redujeran el hábito de la reflexión, y se negó a poner por escrito sus pensamientos apostando por la conversación, como recuerda Irene Vallejo en *El infinito en un junco*.<sup>46</sup> Si las cosas eran muy distintas antes de la galaxia Gutenberg, ¿por qué no iban a ser muy distintas después? En definitiva, resulta irreal la idea de algo lineal a lo largo del tiempo.

Lo que sí ha sido una constante a lo largo de la historia, como anota Piscitelli,<sup>47</sup> es la voluntad de ampliar el público. Eso ha sido consustancial a la inclinación a comunicarnos. Informar e informarse de lo nuevo es una dinámica poderosa ahora y en 1789, en la guerra de los Treinta Años, en la época de Colón, en las Cruzadas, en el Imperio romano, en Mesopotamia con las tablillas de las cosechas... Al cabo, desde hace cinco mil años, las civilizaciones comenzaron a registrar información en soportes físicos transportables con mayor o menor eficacia. Pero históricamente había una enorme dificultad para favorecer la comunicación, no ya en tiempo real, sino en tiempo presente; algo que sólo se consiguió en el siglo xix con la invención del telégrafo, de modo que se alcanzó la capacidad de hacer actualidad cuando el tren permitió llegar con cierta rapidez al lugar donde sucedía algo, para telegrafiar desde allí también con rapidez lo sucedido.

A lo largo del tiempo nuevas soluciones y medios iban apareciendo gradualmente por la metamorfosis de los medios antiguos, ensanchando las posibilidades de hacer periodismo. Esa «transformación de un medio de comunicación de una forma a otra, generalmente como resultado de la combinación de cam-

46. Vallejo, Irene, *El infinito en un junco. La invención de los libros en el mundo antiguo*, Siruela, Madrid, 2023.

47. Piscitelli, Alejandro, *Internet, la imprenta del siglo xxi*, Gedisa, Barcelona, 2005.

bios culturales y la llegada de nuevas tecnologías» es lo que se define con el término *mediamorfosis*, acuñado por Roger Fidler.<sup>48</sup> De la imprenta a internet, de la radio de galena al teléfono móvil, los medios se metamorfosean, se mediamorfosean, y los factores clave en ese proceso son económicos, políticos, de oportunidad tecnológica —que haya una necesidad en las empresas y aporten soluciones reales, que sea asequible la implementación de las nuevas tecnologías, que no haya oposición del marco legal—, para el impulso de las fuerzas sociales. Eso explica que haya medios que pueden chocar en un momento determinado, pero después implantarse con un éxito arrollador, como la FM, inventada por Edwin Armstrong en los años treinta, con licencias en curso desde los cuarenta, que se identificaba con canales de música para la élite en los sesenta, y sólo arrolló a la AM a partir de los años ochenta e incluso de los noventa. En definitiva, se trata de oportunidades que se ven favorecidas en el equilibrio de aceleradores/frenos, cuando se da un momento de dinámica efervescente con viento de cola. Por supuesto, los medios no surgen por generación espontánea ni autónoma, sino gradualmente por esa metamorfosis de los medios antiguos, y durante cierto tiempo coexisten las nuevas formas de comunicación con las formas anteriores mientras aquéllas continúan evolucionando y adaptándose. Paul Saffo plantea la ley de los treinta años, que es el tiempo necesario para que se introduzcan nuevas soluciones en una cultura, un plazo casi generacional para adaptarse al uso de una tecnología novedosa en su totalidad.<sup>49</sup> Se trata de un período en el que los medios coexisten y coevolucionan dentro de un sistema en expansión, influyéndose entre sí. Pero la tendencia es a una aceleración en los procesos que antes requerían décadas y ahora años, a veces, cada vez más, pocos años.

Es lógico preguntarse ahora mismo si el periódico es un zombi.

Estos cambios han tenido a lo largo del tiempo una relevancia

48. Fidler, Roger, *Mediamorfosis: comprender los nuevos medios*, Granica, Argentina, 1997.

49. Saffo, Paul, *La ley de los 30 años*, Design World, Estados Unidos, 1992.



considerable en la transformación del periodismo, con mutaciones que traían tiempos de incertidumbre y desconcierto para los periodistas, pero casi siempre con el efecto relativamente rápido de hacer ganar a éste capacidad de mejorar su respuesta a la sociedad. Lo sucedido con internet es suficientemente gráfico. Con rapidez, se propició el característico flujo de contenido a través de las diferentes plataformas mediáticas y el instinto migratorio de las audiencias dispuestas a ir casi a cualquier parte en busca del tipo deseado de experiencias, como describe Jenkins en *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*.<sup>50</sup> Por supuesto, resistirse a la transformación tecnológica a menudo es el mejor modo de dejar que ésta te arrolle. No deja de resultar gráfico el período en que el convenio del principal diario español permitiera, en la antesala del siglo XXI, estar al margen del sistema informático y continuar con la vieja máquina de escribir. Es tentadora la comparación con los cocheros de caballos que, ante la irrupción del automóvil, creyeron que ésa era una máquina ruidosa e inelegante que no podía triunfar. El periodismo ha conocido esa tentación; y, para quienes cayeron en ella, el desenlace fue el mismo que para los cocheros de caballos.

Sin embargo, esta vez el imponente cambio tecnológico no ha fortalecido al periodismo. En esa mediamorfosis que transforma el sistema de medios, el ecosistema de medios, el periodismo ha perdido relevancia bajo una evidente fascinación tecnológica y un ensanchamiento de las audiencias, con el señuelo de las retóricas redentoristas de internet. Tal vez, como advertían C. W. Anderson, Emily Bell y Clay Shirky en *Periodismo postindustrial: adaptación al presente*, la llegada de internet finalmente no anunciaba un nuevo actor en el ecosistema de las noticias, sino «un nuevo ecosistema, y punto».<sup>51</sup> Lo cierto es que se da toda una paradoja: nunca como hasta ahora se ha podido hacer y consumir tanta información, con tanta inmediatez, con tanta

50. Jenkins, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York University Press, Estados Unidos, 2008.

51. Anderson, C. W.; Bell, Emily; y Shirky, Clay, *Periodismo postindustrial: adaptación al presente*, eCíceros, 2013.

potencia de recursos y, sin embargo, no es el mejor tiempo del periodismo. Para la ecología de los medios, que estudia el impacto de éstos y sus tecnologías sobre las sociedades, ése es un rasgo definitorio. El virtuosismo tecnológico puede aportar sofisticación al periodismo, pero no músculo informativo. Miles de webs, de medios, de profesionales, pero la realidad del momento es de crisis. La percepción de que el periodismo a lo largo de la historia experimenta una evolución constante choca con que su gran cambio, su mayor mutación histórica, no ha hecho al periodismo más fuerte. Al menos no ahora.

La añoranza del pasado es la única vía clara de fuga para este período de un periodismo con poca influencia, con poco prestigio, con poca autoridad.

El periodista del siglo XXI seguramente piensa en los *Papeles del Pentágono*. O en el caso Watergate, que aún adorna algunas clases en las facultades de Periodismo, donde se proyecta la película de Alan J. Pakula filmada casi medio siglo atrás. La factoría de Hollywood siempre proporciona una pátina de seducción. O quizá se evoca al gran Émile Zola del «J'accuse», sin duda más que al Ortega del «Delenda est monarchia». Tal vez a Manuel Chaves Nogales, convertido en un icono pop, como Hemingway, tanto más que Martha Gellhorn o Carmen de Burgos. Claro que todos esos personajes y momentos estelares de la humanidad no se corresponden con períodos formidables en los que el periodismo se ejerciera generalizadamente con libertad y con talento bien remunerado, aunque pudiera deparar al menos esos hitos magníficos. Eso sí, son hitos porque se produjeron en un período de la historia en que los periódicos de masas disfrutaban de éxito e influencia popular sobre un poderoso modelo de negocio basado en la publicidad. Pero es seguro que el periodista del siglo XXI ha podido comprobar cómo, en estas dos décadas, incluso esto se ha perdido. Obviamente, su idea del periodismo se remonta hacia atrás, huyendo de los miles y miles de cibermedios activos en un cuarto de siglo.

¿Qué periodismo, de todos los periodismos, es ese que añora realmente el periodista actual?

No va a añorar, claro, el periodismo en sus orígenes, el de *La*

*Gazette* (1631) de Théophraste Renaudot, con el patrocinio obvio del poder, bajo licencia de Richelieu, como será característico con los Tudor, aunque ya se aleja de los relacioneros tradicionales de la corte para aproximarse a una publicación periódica hacia el público, que salía los viernes. Su réplica en España, *La Gazeta*, estará promovida por don Juan José de Austria para dar a conocer sus campañas bélicas y encauzar sus ambiciones de poder ante la debilidad de Carlos II. Son publicaciones que persiguen, notoriamente, no tanto contar los acontecimientos como influir en su desarrollo. El xvii no es precisamente un tiempo rutilante, aunque pueda emocionar la *Areopagítica* leída por John Milton en 1644 ante el Parlamento a favor de la libertad de los impresos sin licencia, primera defensa razonada de la libertad de expresión en nombre de la igualdad de los hombres.

Tampoco van a añorar, por más que resulte un tiempo interesante, los primeros tanteos de publicaciones del xviii bajo el signo de la Ilustración europea, a menudo concebidas para dar a conocer novedades literarias, económicas, técnicas o una cierta crítica de costumbres. *The Spectator* en Inglaterra, *Journal des Savants* o *Journal de Trévoux* en Francia, *Giornale de' Letterati* en Italia marcan una pauta que en España se puede ver en *El Duende Crítico* de 1735, en el que ya se produce una tentativa de denuncia, como la ineficacia y la inmoralidad administrativa o el papel menor de España. No es una publicación de protección oficial como tantas bajo la tutela sucesiva de Campomanes, Floridablanca o Aranda, entre otros; y pronto cuajará, surgido de la tertulia de Hermosilla, el *Diario de los Literatos de España* con el deseo de conectar con la cultura europea modernizando una España atrasada. A partir de entonces proliferarán títulos, y el más estimable será *El Pensador* de Clavijo y Fajardo, cuyos 86 números introducen un tono satírico mordaz, textos políticos y morales. Su repercusión fue considerable y tuvo consecuencias graves para sus autores. Hay que destacar también *La Pensadora Gaditana* de Beatriz Cienfuegos, al modo de *The Female Spectator* de Elizabeth Haywood y sus réplicas francesas. Como en otros casos, Beatriz Cienfuegos es seudónimo, previsiblemente, de un clérigo.

Y tanto menos se va a añorar ese período de reacción desde el poder ante el creciente tono crítico de las publicaciones periódicas en el Siglo de las (relativas) Luces, y aún más tras los motines de 1766. La censura cobra intensidad. A pesar de todo, entre las publicaciones de impronta enciclopedista, aparece el título de mayor empaque del XVIII, bajo la cabecera de *El Censor*, en la estela de *El Pensador*. Sus autores, García del Cañuelo y Pereira, pagarían esta osadía tras pasar por el Tribunal de la Inquisición. Menéndez Pelayo advierte que supone un salto en la escala crítica, al desafiar ya el orden, la jerarquía eclesiástica, la nobleza ociosa, la incompetencia judicial... Sufrieron suspensiones diversas hasta la prohibición, que ellos pagaron caro y que provocó una represión más dura de la prensa, salvo las publicaciones de divulgación oficialista. La conmoción del 1789 francés marca un período de escasa entidad por la censura, aunque resulta reveladora la carta de Estala a Forner en 1796 en la que se queja de ver la literatura relegada a la cosa política: «Todos se han metido de hoz y coz a políticos. Todo es hablar de noticias, de reformas [...]. No se oye más que batallas, revolución, convención, representación nacional, libertad, igualdad. Hasta las putas te preguntan por Robespierre». En pocas líneas sintetiza un clima que ya será recurrente desde entonces.

Tal vez la añoranza pueda fantasear, en vano, con un momento clave en España para la relación de la prensa y la política: el Cádiz de 1812. En los años anteriores, durante la guerra de la Independencia, el conflicto atrae incluso a los escritores más reacios a la acción política: El *Semanario Patriótico*, donde brillan Isidoro de Antillón y Blanco White, marca la pauta para otras publicaciones promovidas por las Juntas. Pero es en Cádiz donde se va a escenificar por primera vez el Parlamento de Papel alrededor de las Cortes Constituyentes, donde se dio una vibrante discusión sobre la libertad de prensa. El periodismo de polémica ácida rodea los debates. Tuvo mucho éxito como agitador *El Conciso* de Ogirando con firmas apasionadas —a Sánchez Barbero, sus artículos como Floralbo Corintio le costaría la prisión y muerte en Melilla— y las propias Cortes dedicaron alguna sesión a *El Robespierre Español*. Un buen ejemplo de prensa satírica es

*Abeja Española* con los picotazos de Bartolomé José Gallardo, que después prolongó en Madrid. Hay otros más moderados y hasta con vocación de cierta neutralidad, como *El Redactor General*, con firmas como Alcalá Galiano, o el *Diario Mercantil* gaditano, después célebre por la polémica sobre el romanticismo de Nicolás Böhl de Faber y José Joaquín de Mora.

No añorarán tampoco el periodismo del regreso de Fernando VII tras el Tratado de Valençay, que pone coto al clima alborotado cuya espuma está en esa prensa muy politizada. Se reinicia un período de represión y revanchismo contra los liberales. Con el restablecimiento de la Inquisición, se persigue incluso la posesión y lectura de la prensa liberal con penas de 200 ducados y excomunión. Sólo tras el pronunciamiento de Riego en 1820, con el Trienio Liberal, se invierten los roles. Una ley de imprenta cataloga los delitos en prensa como subversivos (por atacar la Constitución o la religión), sediciosos (si animan a la rebeldía), incitadores (contra la legalidad o la autoridad), infamatorios (contra la reputación) y obscenos (contra la moral). En definitiva, un marco restrictivo que será característico con los vaivenes constantes del siglo.

Ni siquiera añorarán la prensa satírica brillante que compite en esos años con la producción doctrinal al uso. Como los picotazos de la Abeja, los porrazos de Félix Mejía en *El Zurriago* —es quien bautiza a Martínez de la Rosa como Rosita la Pastelera—, que será objeto de denuncias y encarcelamiento, con numerosos imitadores. El apoyo a la muerte brutal del cura de Tamajón, Matías Vinuesa, a martillazos («¡Oh, martillito tan bonito! / ¡Qué medicina sin igual! / Tú harás cesar todos los males / como te sepan manejar») trajo una serie de publicaciones tituladas *El Martillo*, lo que permite calcular su talante. Pero la intervención de la Santa Alianza y los Cien Mil Hijos de San Luis trajo la reacción absolutista y el refugio en Londres para los liberales. En esa España de Tigrekán, lo mejor es el costumbrismo, como el joven Larra de *El Duende Satírico del Día* y las firmas del Curioso Parlante y el Solitario en *Cartas Españolas*, léase Mesonero Romanos y Estébanez Calderón. Larra, que firma allí Fígaro como crítico, publica con mayor madurez *El Pobrecito Hablador*, con los

textos satíricos de Andrés Niporesas o el Bachiller sobre Las Batuecas. Un período en el que no sólo Larra acabó mal.

Tampoco añorarán el ciclo que se abre, primero, con las regencias de María Cristina y Espartero, y después Isabel II, en el que se consuma la prensa como fenómeno de masas no exento de restricciones, en un sistema orgánico de diarios vinculados a los partidos o grupos de interés. Ya sea *El Eco del Comercio* de los progresistas, *El Español* de los moderados, los republicanos en *La Revolución*, el cristinista *El Herald* de Sartorius, la carrera política se hace desde la prensa: González Bravo, Sartorius, Ríos Rosas, Donoso Cortés, Bravo Murillo y tantos hasta Cánovas y Sagasta. La política se reservaba a los ilustrados que se fajaban en el Parlamento de Papel. Aquella burguesía incipiente tiene su *intelligentsia* en la prensa. Los satíricos siguen teniendo éxito, caso de *Fray Gerundio* con sus capilladas, o González Bravo con sus desmedidas cenceradas en *El Guirigay*.

Tampoco será una excepción que, cuando González Bravo llegue al poder, adquiera el papel de represor de la libertad de prensa. Después lo mismo Sartorius, el conde de San Luis, y así uno tras otro. De apologistas de la libertad de prensa como firmantes a censores de la libertad de prensa como gobernantes. Otro fenómeno recurrente en España.

Y suma y sigue la prensa partidaria, los absolutistas en *La Esperanza*, los progresistas con *El Clamor Público*, los centristas con *La Prensa*... La política se proyecta a través de la prensa, y la prensa se proyecta a la política. Los vasos comunicantes ya son intensos, en un período de sacudidas constantes. Ya sea la sargentada de La Granja, el golpe contrarreformista de O'Donnell en 1856 y la Constitución *non grata*, hasta la sangrienta Noche de San Daniel. Vaivenes que suelen ir jalonados con cierres de diarios y nuevas publicaciones. El republicanismo, el socialismo —Pi i Margall difunde el ideario cuando coge *La Discusión* en 1864— se van sumando a los espacios ideológicos al uso. A Castelar, su artículo «El rasgo» contra la decisión de Isabel II de poner en venta parte del patrimonio nacional, le costaría la cátedra pero también un prestigio que le llevaría después a la presidencia de la República, como a Pi i Margall.



No se va a añorar, del mismo modo, esos años sectarios y violentos de La Gloriosa, aunque afloran periódicos que van teniendo una mayor impronta informativa, caso de *La Correspondencia de España*. En 1867 aparece *El Imparcial*, de Eduardo Gasset, aunque en su redacción se anima a la revolución, favorecida por la muerte de O'Donnell y Narváez con pocos meses de diferencia. Jesús Timoteo define bien aquellos diarios como «un club, un café, un ágora, un centro de conspiración cuando era menester, el sostén de la bohemia y el peldaño imprescindible para jóvenes provincianos ambiciosos». Era frecuente que las partidas sectarias de los diferentes grupos ideológicos irrumpieran en las redacciones a liarse a golpes contra los rivales. Se hizo tristemente célebre la Partida de la Porra de Felipe Ducazcal, grupo de agitadores violentos al servicio del Partido Progresista. A Rico y Amat casi lo matan a golpes al asaltar el tradicionalista *Don Quijote*. La República resultó imposible, y hasta Castelar acabó con el cartel injusto de «liberticida» al dar instrucción a los gobiernos civiles de controlar la incitación a la guerra por el movimiento cantonalista que ya había frustrado la ley de prensa de Pi i Margall. El periodismo contribuyó lo suyo al fracaso.

Y tanto menos añorarán la Restauración, con su calma aparente. La prensa informativa adquiere mayor entidad, y los diarios crecen con sus páginas literarias, bajo la referencia de *Los Lunes de El Imparcial*, dirigido por Fernanflor (Fernández Flores), donde se lee a Galdós, Pereda, Valera, Zorrilla, Palacio Valdés, Clarín, y después a Unamuno, Valle-Inclán, Azorín, Rubén Darío o Benavente. Todo escritor quería alcanzar lo que Azorín denominó «la cumbre de *El Imparcial*». Por demás, la prensa sigue siendo el Parlamento de Papel, aunque poco a poco la prensa de partido irá decayendo como modelo. *El Liberal* aparece como escisión de *El Imparcial*, y utilizará el crimen de la calle Fuencarral, donde actúa como acusación popular, para abrir la senda de la prensa sensacionalista que triunfaba con las historias de interés humano de Joseph Pulitzer en *New York World*. Irónicamente, la prensa de partido —diarios doctrinales que obedecen a intereses políticos— denominaba a estos periódicos

comerciales «prensa mercenaria», como recuerda Alejandro Pizarroso.<sup>52</sup> En todo caso, esa rueda sigue girando.

Quien añore el periodismo del pasado desde luego no lo hará, con seguridad, en el desastre de 1898, cuando los diarios adquieren un protagonismo lamentable. La prensa «mercantilista» compite en la carrera de las ventas agitando el espíritu bélico. Blasco Ibáñez, desde su republicanismo militante en *El Pueblo*, advierte: «Si desean fabricar entusiasmo patriótico es porque así venden más papel». La demanda de un triunfo armado atraviesa los editoriales del *Heraldo de Madrid*, *La Ilustración*, *El Liberal*, incluso *El País* razonaba a favor de la invasión de Estados Unidos con la misma consistencia con que *El Imparcial* argumentaba sobre su debilidad militar. Cavia escribe el artículo «Cerdolización» censurando el miedo a Estados Unidos. Abonaban así la confusión patriótica, ignorando unos y ocultando otros que Estados Unidos era militarmente superior, y así se mantuvo hasta la consumación del fracaso. Y esa misma prensa que había jaleado el conflicto, tras el desastre, se vuelve contra los dirigentes políticos para culparlos, o directamente contra la monarquía, como los republicanos *El País* o *El Progreso*. La nación, como retrata Francisco Silvela en «Sin pulso», está desmoralizada. Este acontecimiento será un hito para la revisión de los valores caducos, sostiene Tuñón de Lara. Y, más allá del discurso regeneracionista de Joaquín Costa o Macías Picavea, la nueva hornada de escritores e intelectuales —Unamuno, Baroja, Azorín, Maeztu, Salaverría...— asume ese pensamiento crítico en los diarios o las revistas literarias como *Germinal*, *Alma Española*, *Vida Nueva* y otras tantas.

No se añorará ese período que deja atrás el convulso XIX, aunque no tanto como para que cesaran de dirimirse algunas polémicas periodísticas en el campo del honor. Aún se crean diarios, como dice Jean-Michel Desvois, «cuyo fundador y propietario era al mismo tiempo director, redactor único y repartidor», aunque no llegaban a la media docena de números, y a menudo ni se

52. Pizarroso Quintero, Alejandro, *Historia de la prensa*, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid, 1994.

aproximaban.<sup>53</sup> Eso sí, la prensa se hallaba en un período de transición y empezaba a atraer al gran capital a participar en el negocio. Es el gran momento de cambio de la prensa dominante de matriz orgánica a la de matriz mercantil, sostenida por la publicidad, para lo cual necesitaba una circulación consistente, y eso pasaba por la credibilidad de sus noticias, que requería una cierta independencia, y además firmas y artículos de calidad.

Ni siquiera se añorará la llamada edad de oro del periodismo informativo, que en España tarda en decantarse. La prensa partidista no se extingue, aunque se va atenuando la adscripción. El conservadurismo en *La Época*, el liberalismo en *El Globo*, el republicanismo en *El País*... El quiosco se divide, con la Primera Guerra Mundial, en dos nuevas trincheras: aliadófilos y germanófilos. Ante la neutralidad de España, que dio oxígeno a la economía, las embajadas pagan a numerosos periodistas sin muchos escrúpulos para que hagan propaganda de uno u otro bando. Así lo relata Desvois, enfatizando sobre todo el empeño de la embajada alemana en la compra de periodistas o de periódicos «para impedir que la opinión pública reclamara la entrada en la guerra al lado de los aliados».<sup>54</sup> Si en los países enfrentados quedó la sensación de que el nacionalismo había manipulado el odio, tampoco España escapa a eso. Y le queda por delante su propio desastre fratricida.

Claro que tampoco se añorará la prensa desmovilizada ante el directorio militar de Primo de Rivera, incluso la obrerista de manera significativa, por la convicción generalizada de que era necesario acabar con el sistema decadente de la Restauración. De *ABC* a *El Sol*, el diario fundado por Ortega y Gasset —autor del influyentísimo artículo «Bajo el arco de la ruina» en 1917— que llegó a ser considerado uno de los mejores periódicos europeos de la época, siempre con grandes firmas como Camba, Corpus Barga, Cavia, Ramón J. Sender, Madariaga... Con todo, el descontento no tardó en reaparecer con la censura del nuevo régi-

53. Desvois, Jean-Michel, *La prensa en España (1900-1931)*, Siglo XXI, Madrid, 1977.

54. *Ibidem*.

men, tanto más con la guerra de África. Sólo se libra *El Debate*, por razones obvias, que llamaba «abdelkrinistas» al resto de los diarios. Las sanciones y suspensiones devuelven la prensa al XIX. Se mantiene un tono crítico entre los exiliados y desterrados que se reúnen en el café La Rotonde de París —Unamuno, Blasco Ibáñez, Alba, Marcelino Domingo, Andrés Nin, Eduardo Ortega y Gasset— y en España aflora un periodismo de humor balsámico: *Gutiérrez*, con los precedentes de *Muchas Gracias* y *Buen Humor*, renueva el género en los años veinte con Mihura, Tono, Sileno, Xaudaró, K-Hito, Bagaría, etcétera. También es un momento estelar de las revistas literarias con una nueva generación de críticos como Guillermo de Torre, Cansinos Assens o Domenchina, que sucede a los Clarín, Bonafoux o Julio Cejador. En la *Revista de Occidente* de Ortega se lee a Baroja, Alberti, Lorca, Salinas... y también es notable la nómina de *La Gaceta Literaria* de Ernesto Giménez Caballero, donde publica la «Carta a un compañero de la joven España», con buena parte de la generación del 27 y la Residencia de Estudiantes, entre cuyos colaboradores figuran Eugenio Montes, Juan Aparicio o Ramiro Ledesma. Liberales e izquierdistas marcan distancia mientras reaparecen las dos Españas.

¿Se añorará la Segunda República, igual que en tantas otras cosas? Como había sucedido antes, la unanimidad es amplia al reclamar a principio de los años treinta unas Cortes Constituyentes, e incluso *El Debate* seguirá la doctrina de la Iglesia de acatar los hechos consumados. Una vez más, un par de artículos de Ortega habían tenido peso, sobre todo «El error Berenguer», del 15 de noviembre de 1930, del que su «Delenda est monarchia» se convierte en consigna. Después vendría, al cabo de dos meses, el manifiesto «La Agrupación al Servicio de la República», con Pérez de Ayala y Gregorio Marañón. La prensa, con todo, no tardará en verse en las trincheras ideológicas: los ultraconservadores *El Siglo Futuro* y *La Nación*; los moderados *ABC*, *La Época*, *El Debate*, *Informaciones* o *El Imparcial*; los centristas *El Sol*, *La Voz* y *Crisol*; a la izquierda, *El Liberal* o el *Heraldo de Madrid*; más allá *El Socialista* o el anarquista *La Tierra*. «El generalato de la mollera», según la expresión de Pérez de Ayala,

con gente como Américo Castro, Fernando de los Ríos, Gómez de la Serna, Llopi, Benjamín Jarnés, se ven en ese frente. Pero, en realidad, la virulencia cobrará intensidad en los años siguientes. Reaparecen las barricadas de papel, que se fragmentan más en un clima de abierta hostilidad. La beligerancia es creciente, con los diarios socialistas y comunistas en un extremo, y en el otro *Falange Española* y los sucesivos órganos de Falange, con José Antonio Primo de Rivera y Ramiro Ledesma, a los que se suma Onésimo Redondo. Esas barricadas traspasan cada vez más el choque ideológico, y la violencia verbal acaba por bajar a las aceras. Correrá la sangre, y los repartidores no son las únicas víctimas. Hasta la guerra.

No se añorará, con seguridad, el periodismo de la contienda civil, cuando la orientación de los diarios dependía de la zona en que estuviesen. En Madrid, *ABC* o *Informaciones* fueron reorientados al republicanismo. El primer dominio frentepopulista se debe a que controlaban las grandes ciudades —Madrid y Barcelona, y otras como Valencia— y a su mayor tradición de imprenta. También, claro está, a su atomización ideológica. En el frente de batalla, la prensa es un arma cargada contra el futuro. Sirve como arsenal de agitación y propaganda. Los republicanos, con *Avance*, *No Pasarán*, *Pasaremos* o *La Voz del Combatiente*; en el bando nacionalista, *El Alcázar* o *El Soldado Español*. Unos y otros persiguen insuflar ánimo a sus tropas, y el periodismo es por completo secundario y no ajeno a los horrores de la guerra, más allá de alguna excepción singular como *La Ametralladora*, revista humorística para los soldados bajo la dirección de Miguel Mihura, que después daría lugar a *La Codorniz* en 1942.

Por supuesto, no añorarán la posguerra tras la destrucción fratricida. Desde la ley de prensa de 1938 de Serrano Suñer hasta la de Manuel Fraga en 1966, el país adquiere un paisaje uniformizado y sometido, con un sistema de publicaciones orientado por el régimen dictatorial y una falta de pluralidad como no se conocía desde Fernando VII. Hay, eso sí, varios periódicos: *ABC* es monárquico; *Ya*, de Editorial Católica; *El Alcázar*, tradicionalista; *Arriba*, falangista; *Informaciones*, conservador, y *Pueblo*, de la organización sindical, además de *Madrid*, que se le concede a

Juan Pujol por los servicios prestados a la causa. Hasta los cincuenta no se abren paso corrientes liberales, caso de *ABC* con Luis Calvo, o incluso en *Arriba* o *Ya* con firmas como Manuel Alcántara, a quien Torcuato Fernández-Miranda denomina «la cortina liberal de *Arriba*». Con un panorama informativo sometido a la censura, el articulismo literario evasivo es su mejor ventana, con un retablo de notables que incluye a González Ruano, Camba, Pla, Díaz Plaja, Campmany, Foxá, Pemán, Benavente, Cela, Aldecoa, Sastre, Sánchez-Silva, García Pavón, Rafael Azcona, Sueiro... A los periodistas les queda la ventana exterior como corresponsales o las revistas como *Destino*, *Actualidad Española*, *Triunfo* —en su segunda etapa con *Ezquerria*, cuando llegue «La Capilla Sixtina» de Vázquez Montalbán firmando Ordax AVECILLA, Haro Tecglen, Carandell— o *Cuadernos para el Diálogo*.

¿Quizá añoran el aire fresco del tardofranquismo? El aperturismo de la ley Fraga tuvo mucho de espejismo, porque se implementan otros mecanismos de control al desaparecer la censura previa. El acatamiento a la Ley de Principios del Movimiento Nacional y demás leyes fundamentales, como establece el artículo 2, con fórmulas de respeto a la verdad (oficial) y la moral (establecida), bastan para contextualizar. Y, aunque con Pío Cabanillas se apreciará cierta relajación, la presión se mantiene y también los nombramientos impulsados desde el búnker. El cierre del diario *Madrid* es un símbolo.

Después, con la Transición, se producirá una transformación considerable del quiosco. Sólo el histórico *ABC* sobrevive entre la prensa nacional. Algunos caen rápido, como *Arriba*, y otros como *Ya* aún prolongan su existencia durante los ochenta. *El Alcázar* sufrirá el corte, por parte del PSOE, de las subvenciones de la publicidad institucional. También desaparece la *Hoja del Lunes* con los nuevos tiempos, a pesar de su nómina notable de colaboradores. Entretanto, aparecen *El País*, dirigido por Juan Luis Cebrián, y *Diario 16*, donde se suceden Utrilla, Miguel Ángel Aguilar y Pedro J. Ramírez, los dos diarios de referencia del cambio histórico. También desaparecen las viejas revistas, y a *Cambio 16* van sumándose *Tiempo*, *Época*, *Interviú*, *Tribuna*... No sobreviven algunos nuevos diarios del segundo ciclo, como *El*



*Independiente* o *El Sol*, pero sí irrumpe con fuerza *El Mundo* y después *La Razón*. En los años noventa, antes de las crisis en el sector, el clima se torna cada vez más hostil. La prensa pierde los miramientos que había mantenido en la Transición, con la certeza de contribuir al cambio en España desde el rol propio del periodismo, y deriva a un trincherismo áspero con la prensa anti-gubernamental sintiéndose representada con la etiqueta de «sindicato del crimen» en una espiral agudizada con la llamada «guerra digital».

Cuando se añora ese tiempo feliz del pasado, ¿qué periodismo exactamente se echa de menos? Porque hay mucho que no añorar.

El periodismo ha tenido casi siempre precariedad, restricciones, partidismo, censura, violencia, propagandismo... Hacer una lectura plana es irreal. Probablemente, o con toda seguridad, los años ochenta y primeros noventa del siglo xx en España, hasta la crisis tras los fastos de 1992, fue uno de los mejores tiempos para ejercerlo. Una época interesante en la que las redacciones aún eran los bastiones poderosos que evoca Umberto Eco. Y el incremento significativo del número de periodistas en cada una de ellas, como menciona Meyer, también aumentó el número de lectores durante la década. La Transición fue un tiempo emocionante de conquistas democráticas, al que contribuyó el periodismo al menos hasta empezar a participar en su degradación en los noventa. Cualquier tiempo pasado no fue necesariamente mejor, pero éste con seguridad sí fue un tiempo mejor para hacer periodismo. Y con la sensación, desde luego, de haberse convertido en un poder real.

Claro que tampoco hay que descartar la hipótesis de que muchos lo que añoren, más allá del periodismo, es que eran jóvenes e incluso felices. Para otros que no lo vivieron, es un tiempo mitificado que se evoca irrealmente como los de Bernstein y Woodward, Chaves Nogales o Émile Zola. Es una melancolía existencial.

Pero, sobre todo, lo que se añora, con seguridad, es el poder del periodismo, que sí era un poder real, un poder casi epidémico. Aunque de una consistencia relativa, puesto que se destruc-

turó muy rápido en lo que Pepe Cerezo califica en *Los medios líquidos*, acertadamente, como «el mayor cambio en la historia de la prensa» materializado en pocos años, cuando aquel ecosistema periodístico de lo que ahora se denomina «creadores de contenidos», que controlaba la cadena de valor en su conjunto, experimentó el giro brusco hacia el nuevo modelo en el que las plataformas de distribución globales se apropiaban de la relación con el lector, desde entonces ya «el usuario».<sup>55</sup>

Ese periodismo que había atravesado la modernidad conquistando realmente algo semejante a la condición de cuarto poder, como mínimo hasta tener la conciencia inequívoca de serlo, quedaba muy debilitado, seriamente herido.

Durante un siglo, el periodismo se había sentido realmente —también profunda, íntima, y quizá petulantemente— el cuarto poder. A decir verdad, esa idea del cuarto poder atribuida a Burke mientras miraba supuestamente a la tribuna de prensa de la Cámara de los Comunes después de enunciar los otros tres poderes resulta poco verosímil. Eso sí, con los ingredientes clásicos de la capacidad anglosajona para la fabricación de mitos: «Cuando la leyenda se convierte en un hecho, imprime la leyenda», según la máxima memorable de *El hombre que mató a Liberty Valance* (John Ford, 1962), con guion de Bellah y Goldbeck. De ser así, Burke se habría inspirado en Montesquieu, pero cabe poner en duda la leyenda porque en los años en los que podría datarse esa anécdota no existía la tribuna de prensa en el Parlamento inglés. No obstante, la idea había cuajado y así la menciona Balzac en 1840: «La prensa es, en Francia, un cuarto poder dentro del Estado; ataca a todos y nadie la ataca. Critica sin razón ni certeza. Pretende que los políticos y hombres de letras le pertenezcan y no quiere que exista reciprocidad; estos hombres deben ser sagrados para ella. ¡Hacen y dicen disparates tremendos! Es hora de discutir a estos hombres desconocidos y mediocres que ocupan un lugar importante en su época y que movilizan una prensa equiparable en producción a la edición de libros». Un re-

55. Cerezo, Pepe, *Los medios líquidos. La transformación de los modelos de negocio*, UOC, Barcelona, 2018.

trato, desde luego, muy lejos de la mitificación jeffersoniana. Pero al periodismo casi siempre le ha sobrado literatura.

Al repasar el calado de esa metáfora en estos dos siglos, Jean Daniel, fundador y director durante más de medio siglo de *Le Nouvel Observateur*, señala que Balzac critica el cuarto poder como un abuso —su tesis es que los periodistas tienen demasiado poder y lo utilizan de manera irresponsable—, pero sin duda ve la prensa como ese cuarto poder. Y al cabo, sí, ésa ha sido definitivamente la pérdida más evidente para el periodismo: el poder. La frustración, por añadidura, se incrementa al constatar que esto expone a la prensa a una dependencia creciente del poder político y económico, subvencionada incluso para mantenerse con respiración artificial. Si no se trata de ayudas directas —el primer gobierno del PSOE ya las reguló en 1984 con una ley rectificada cuatro años después a petición de la Comunidad Europea—, sí hay otros procedimientos además de la publicidad institucional. Después de las cifras récord antes de 2008, con Rodríguez Zapatero en el poder, el último gobierno de España, con Pedro Sánchez a los mandos, ha vuelto a incrementarlas de manera considerable, incluso con el soporte de los fondos europeos. Y éste no es un asunto menor, pues advierte de cierta potencialidad corruptible. Diversas investigaciones académicas sobre las subvenciones a la prensa en España, y sus sinergias políticas y empresariales, constatan lo evidente: las ayudas a los medios de comunicación son un punto conflictivo al quedar éstos expuestos a una dependencia de los poderes públicos, tanto más cuando los criterios para la adjudicación de esas ayudas y subvenciones no son siempre transparentes y, en no pocas ocasiones, resultan manifiestamente arbitrarios. Así, en las concesiones radiofónicas en las comunidades históricas entre 1982 y 2006, los Ejecutivos autonómicos siguieron básicamente la lógica clientelar de favorecer a grandes grupos de comunicación ya constituidos con los que podían tener una mayor afinidad ideológica.

La transformación del pensamiento al ritmo de la realidad no siempre es fácil. Los marcos mentales son muy resistentes. El periodismo tiende a verse como lo que fue, o lo que cree que fue

y quizá en algún momento sí pudo ser, pero no como lo que es. En el acervo popular aún es frecuente denominarlo «el cuarto poder», idea que pervive como el lustre del apellido en las familias aristocráticas venidas a menos. El periodismo llegó a conquistar una función realmente protagonista en la sociedad democrática, que constituía un verdadero poder, con margen siempre para el talento, para la audacia, para la heroicidad incluso, para los momentos extraordinarios... Aunque esos gestos casi siempre individuales no retratasen al periodismo ni reprodujesen su dimensión real.

Y, aunque los periodistas hayamos logrado seguir teniendo un gran concepto de nosotros mismos —algo que contrasta fastidiosamente con el concepto que tiene la sociedad de nosotros, a tenor de diferentes estudios demoscópicos en los que suele aparecer como una de las profesiones menos reputadas y respetadas—, lo cierto es que pasar de ser el cuarto poder a verse como actores secundarios representa un golpe duro que lleva a refugiarse en el paraíso artificial de la melancolía por un pasado más bien irreal.

La alegoría de la caída de Ícaro cegado por sus ambiciones puede tener cierto empaque, pero la realidad es definitivamente mucho más prosaica.