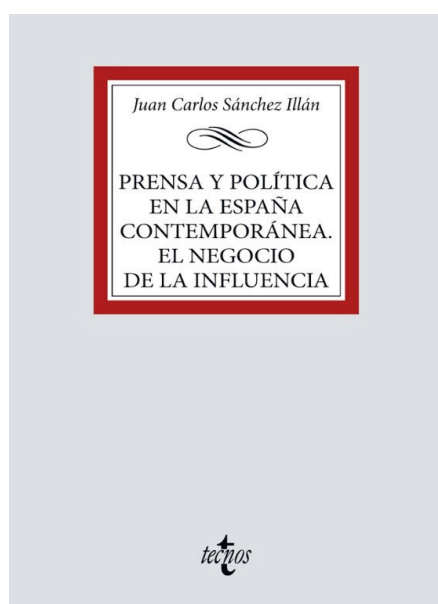


Prensa y política en la España Contemporánea. El negocio de la influencia



JUAN CARLOS SÁNCHEZ ILLÁN, *Prensa y política en la España Contemporánea. El negocio de la influencia*, Madrid, Tecnos, 2022, 230 páginas.

Mario Bueno Aguado. Universidad Carlos III de Madrid
mabuenoa@hum.uc3m.es

Recientemente se ha abierto en España un intenso debate sobre el papel de los medios de comunicación y su rol como un actor que interviene en la realidad política actual. Es un debate que aborda desde el proceder de las «fake-news» como arma política hasta la financiación de estos periódicos, radios y televisiones, poniendo el énfasis en los intereses económicos de sus propietarios y la influencia que esto puede tener en los relatos periodísticos que estos medios construyen.

Sin embargo, no siempre se pone de manifiesto la construcción histórica que hay detrás de este proceso y que, en realidad, responde a una dinámica estructural del periodismo español desde sus orígenes. Este enfoque histórico es, precisamente, uno de los puntos centrales de la obra que estamos reseñando: *Prensa y política en la España Contemporánea. El negocio de la influencia*, escrita por Juan Carlos Sánchez Illán, Catedrático de Historia de la Comunicación.

En su obra, Sánchez Illán analiza cómo, desde sus orígenes, las empresas periodísticas se mueven en unas lógicas que son ajenas a las de cualquier organismo de naturaleza capitalista o mercantil. Como plantea el autor, la solvencia económica y la viabilidad financiera de estas entidades nunca ha sido lo fundamental a la hora de crear un medio periodístico; la influencia política, económica o social que construyen y moldean, compensa los desembolsos a fondo perdido que las personalidades, instituciones o los grupos de interés promotores, realizan para influir y condicionar a la opinión pública. De esta forma, el profesor Sánchez Illán parte de la hipótesis de que históricamente el objetivo de los medios de comunicación ha sido el «hacer un negocio de la influencia», y destaca su papel como agente histórico decisivo de un importante número de procesos de cambio en nuestro país.

Pero, ante todo, *Prensa y política en la España Contemporánea. El negocio de la influencia* está planteado como un texto de carácter didáctico con el objetivo de «facilitar material de trabajo y estudio para todos los interesados en estas cuestiones, en general, pero, muy en particular está pensado para los estudiantes de los Grados de Periodismo y Comunicación» (p. 23). Aunque ya contamos con una amplia gama de «manuales» de historia del periodismo español¹, la diferencia es la base interpretativa de la que parte Sánchez Illán, profesor de la asignatura de «Periodismo y Cambio Social en España» en la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M), y que permite al estudiantado (y público interesado en general) reflexionar histórica y críticamente sobre el modelo y las dinámicas de la configuración histórica de los medios de comunicación.

El libro comienza con un capítulo introductorio que resulta el más interesante y sugerente, exponiendo el enfoque analítico sobre «el negocio de la influencia» que han ido construyendo las empresas mediáticas españolas desde sus orígenes. Tras ello, realiza un recorrido cronológico a través de ocho capítulos, en los que va repasando distintos hitos: un primer capítulo para los primeros pasos de la prensa en España entre los siglos XVI y XVIII en el que pone de relevancia las publicaciones de los poderes dominantes para organizar socialmente a la población, la vida o la economía, a través de avisos o gacetas, así como el carácter contestatario que empiezan a tener ciertas escrituras como los pasquines o los libelos difamatorios. Igualmente, en este primer capítulo se analizan los cambios históricos y la introducción de las primeras publicaciones de carácter periódico. Tras esto, encontramos tres capítulos relativos al siglo XIX español («La prensa en los fundamentos del Estado liberal (1808-1840)»; «La difícil construcción del Estado liberal español (1840-1875)»; y «Crisis de identidad nacional y cambio de siglo (1875-1898)». Finalmente, aparecen tres capítulos para el siglo XX español («El regeneracionismo y la edad de oro del periodismo español (1899-1931)»; «La quiebra del Estado liberal (1931-1939)» y «El régimen franquista y el exilio (1939-1975)». Finaliza el libro con un ligero capítulo que repasa el papel de los medios periodísticos en la transición y en la democracia constitucional y que tiene un carácter auto-conclusivo.

La estructuración cronológica es coherente con los objetivos que se marca el libro, y sirve para analizar la manera en la que los ciclos políticos, sociales, culturales y tecnológicos van modificando la estructuración de este «negocio de la influencia», ya que cada

1. Entre otros muchos, podemos citar María Cruz Seoane y María Dolores Saiz: *Historia del periodismo en España*, 3 vols., Madrid: Alianza, 1990-1996; Juan Francisco Fuentes y Javier Fernández Sebastián: *Historia del periodismo español: prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*, Madrid: Síntesis, 1997.

momento histórico responde a distintas dinámicas periodísticas. De esta forma, observamos cómo hasta bien entrado el siglo XX, todo periódico naciente se tenía que enfrentar a un importante lastre debido a la elevada tasa de analfabetismo; o cómo los avances en la alfabetización en el siglo XX, sumado a la agudización de las contradicciones sociales y políticas en la década de los treinta, hace que se produzca una explosión periodística y propagandística sin precedentes. Pero, ante todo, se explora la intensa relación entre periodismo y política, destacando que «en comunicación social y en el periodismo se trata siempre con una cuestión de poder político», por lo cual «los medios de comunicación han de ser entendidos, al menos potencialmente como instrumentos de poder» (19-20). A lo largo de los capítulos se expone esta relación, destacando cómo el origen de un gran número de publicaciones surge como expresión de grupos de interés y de poder, como la Corona, la Iglesia, el Ejército, la oligarquía, las élites, etc. Al mismo tiempo, las clases trabajadoras también emplearon los órganos de expresión como mecanismos para comenzar la construcción de sus organizaciones políticas o sindicales, y como mecanismo para extender una primitiva conciencia de clase.

Con respecto al reparto cronológico, siempre resulta complejo la articulación de determinados eventos históricos en un mismo marco temático. Nos referimos al capítulo 6 titulado «La quiebra del Estado liberal (1931-1939)», que inserta en un mismo prisma interpretativo los procesos históricos de la II República y la Guerra Civil. Esta construcción es muy habitual en los elementos curriculares didácticos de la enseñanza de la historia (especialmente en enseñanzas medias), pero como han advertido expertos en la didáctica de la historia de la España contemporánea: “Semejante cronología tiene como consecuencia la generalización de una visión teleológica: la indisoluble unión de la Segunda República y la guerra de España condena a aquella como preámbulo indefectible de esta”². Un libro que tiene fundamentalmente un componente didáctico debería tener en cuenta estos aspectos que exponen expertos en la enseñanza y aprendizaje de la historia de España, sobre todo, cuando buena parte de las dinámicas políticas en materia de prensa durante el franquismo surgen durante el propio proceso bélico (la Ley de Prensa de Serrano Suñer, la creación de la Delegación Nacional de Prensa y Propaganda, o el inicio de la política de confiscaciones de órganos de prensa afines al gobierno de la República) como, por otro lado, bien señala el autor. En ese sentido, resultaría preferible haber articulado los procesos de la guerra y la dictadura como una dinámica de continuidad histórica en lo relativo a la historia de la prensa.

En definitiva, estamos ante un libro que cuenta con un enfoque muy sugerente a la hora de abordar el estudio de la historia de los medios de comunicación en España y que, aunque se trate de un texto enfocado como material didáctico, no rehúye de aportar marcos interpretativos novedosos y que permiten analizar de forma crítica la construcción histórica de los medios de comunicación en España.

2. Fernando Hernández Sánchez: «La enseñanza de la historia del presente en la España actual: entre el agujero negro y el relato intencional», *Studia historica. Historia contemporánea*, núm. 32, 2014, pp. 57-74. En la misma línea, un análisis sobre la forma de construir en las aulas el relato histórico de la España del siglo XX, se puede ver en Rafael Valls Montés: *Historia y memoria escolar. Segunda República, Guerra Civil y dictadura franquista en las aulas*, Valencia: PUV, 2008.