

Los medios de comunicación en Andalucía
(siglos XIX-XXI). Estudios en homenaje
al profesor Antonio Checa Godoy

INMACULADA CASAS-DELGADO
(coordinadora)

Los medios de comunicación
en Andalucía (siglos XIX-XXI).
Estudios en homenaje al profesor
Antonio Checa Godoy



Sevilla 2021

Colección Homenajes

Núm.: 6

Comité editorial:

Araceli López Serena

(Directora de la Editorial Universidad de Sevilla)

Elena Leal Abad

(Subdirectora)

Concepción Barrero Rodríguez

Rafael Fernández Chacón

María Gracia García Martín

Ana Ilundáin Larrañeta

María del Pópulo Pablo-Romero Gil-Delgado

Manuel Padilla Cruz

Marta Palenque Sánchez

María Eugenia Petit-Breuilh Sepúlveda

José-Leonardo Ruiz Sánchez

Antonio Tejedor Cabrera

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación, sin permiso escrito de la Editorial Universidad de Sevilla.

Motivo de cubierta: Bodegón periodístico andaluz

Autores de la fotografía: Inmaculada Casas-Delgado

y Daniel Ruiz Correa

Financiado por: grupos de investigación ADMIRA y GREHCCO, el Proyecto HICPAN (con referencia US-1253132 en la Universidad de Sevilla, financiado por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional FEDER y a la Consejería de Economía, Conocimiento, Empresas y Universidad de la Junta de Andalucía, dentro del Programa Operativo FEDER 2014-2020) y el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

© Editorial Universidad de Sevilla 2021

C/ Porvenir, 27 - 41013 Sevilla.

Tlfs.: 954 487 447; 954 487 451; Fax: 954 487 443

Correo electrónico: eus4@us.es

Web: <<https://editorial.us.es>>

© Inmaculada Casas-Delgado (coord.) 2021

© De los textos, sus autores 2021

Impreso en papel ecológico

Impreso en España-Printed in Spain

ISBN 978-84-472-3091-4

Depósito Legal: SE 774-2021

Diseño de cubierta: Reverté-Aguilar

Maquetación: Reverté-Aguilar

Impresión: Podiprint

Índice

| | |
|--|----|
| Prólogo. Esbozo biográfico de un periodista infatigable | 13 |
| Carmen Espejo Cala / Virginia Guarinos / Concha Langa | |
| Introducción. Medio siglo de compromiso con la comunicación andaluza..... | 21 |
| Inmaculada Casas-Delgado | |
| Primera Parte: Prensa | |
| La otra historia de la prensa andaluza. Mujeres en los talleres de imprenta del siglo XIX..... | 31 |
| Inmaculada Casas-Delgado | |
| Nicolás María Rivero y el periodismo demócrata en tiempos de Isabel II: sus comienzos en <i>La Discusión</i> | 51 |
| Concha Langa Nuño | |
| La prensa satírica republicana andaluza (1868-1870). Una modalidad periodística popular..... | 71 |
| M ^a . Eugenia Gutiérrez Jiménez | |
| Prensa satírica en Andalucía durante el Sexenio Democrático..... | 91 |
| José Enrique Lorite Luque / María José Ruiz Acosta | |

| | |
|---|-----|
| El proyecto de José Laguillo en <i>El Liberal de Sevilla</i> | 111 |
| Esperanza Sáez | |
| La <i>Hoja del lunes</i> , testigo de la historia reciente de Sevilla (1934-1984) | 131 |
| Lorena R. Romero-Domínguez | |
| La <i>Gran Enciclopedia de Andalucía</i> (1979-1981). Comunicación del conocimiento y negociación de la memoria en la Transición: hacia el Estado de las Autonomías | 151 |
| Manuel A. Broullón-Lozano / Manuel Ángel Vázquez Medel | |
| <i>Andalucía Actualidad</i> : el buen periodismo no siempre triunfa..... | 167 |
| Ramón Reig / Rosalba Mancinas-Chávez | |

Segunda Parte: Publicidad

| | |
|---|-----|
| El cuerpo como recurso estratégico publicitario: estudio comparativo de los anuncios del diario <i>ABC</i> de Sevilla en 1929 y 2019..... | 191 |
| Inmaculada Sánchez-Labela Martín | |
| Imágenes de «lo andaluz» en la publicidad | 217 |
| María del Mar Rubio-Hernández / Víctor Hernández-Santaolalla | |
| Siguiendo <i>Las Rutas de la publicidad</i> : la historia de Andalucía a través de la publicidad. Una mirada desde el siglo XXI..... | 237 |
| Gloria Jiménez-Marín / Concha Pérez-Curiel | |
| El imaginario andaluz en las campañas de publicidad turística de Andalucía del siglo XXI..... | 255 |
| Virginia Guarinos / Manuel Garrido-Lora | |

| | |
|--|-----|
| Evolución de las empresas publicitarias en Andalucía: apuntes sobre <i>las rutas publicitarias</i> de Antonio Checa tras la crisis económica de 2008 | 271 |
| Jorge David Fernández Gómez / José Berenguel-Fernández | |
| Tercera Parte: Radio, cine y regulación audiovisual | |
| Radio deportiva en Andalucía. Un análisis de las dos primeras décadas del siglo XXI..... | 293 |
| Joaquín Marín Montín | |
| Operadores en los orígenes del cine, viajeros por Andalucía..... | 315 |
| Mónica Barrientos-Bueno | |
| El <i>star system</i> de las coproducciones hispano-italianas: personajes e imagen de Andalucía en el cine musical del franquismo | 333 |
| Valeriano Durán Manso | |
| La visibilización internacional del cine andaluz..... | 355 |
| Francisco Javier López Rodríguez | |
| Revisitando imágenes cinematográficas de Sevilla..... | 373 |
| Antonio Gómez-Aguilar / Ángeles Martínez-García | |
| El cine producido en Andalucía. Renovación, premios y consolidación de empresas de producción audiovisual..... | 389 |
| Inmaculada Gordillo | |
| Videoguerrilla, sustancia y «risastencia»: la obra de María Cañas..... | 407 |
| Alberto Hermida / Sergio Cobo-Durán | |

| | |
|--|-----|
| Ordenación, regulación y contenidos: la experiencia del Consejo Audiovisual de Andalucía..... | 425 |
| María del Mar Ramírez Alvarado | |

Anexo

| | |
|--|-----|
| Índice temático y cronológico de trabajos de Antonio Checa Godoy (1969-2021)..... | 435 |
|--|-----|



Antonio Checa en la Sacra de San Michele (Turín) con los Alpes al fondo durante un viaje familiar en agosto de 2015

Prólogo.

Esbozo biográfico de un periodista infatigable

Carmen Espejo Cala
Virginia Guarinos
Concha Langa
Universidad de Sevilla

1. Referente de la Historia del Periodismo

A medida que van pasando los años, quienes se dedican a la ciencia o la academia concentran todas sus expectativas en una sola meta: que se les recuerde por un libro, un artículo, una pequeñita aportación en un campo concreto del saber. Por ello resulta tan sorprendente y admirable que Antonio Checa sea autor de referencia en tantos ámbitos científicos, y todo ello sin aparente esfuerzo, y con inusitada humildad.

El nombre de Antonio Checa Godoy está primeramente asociado a la Historia del Periodismo en Andalucía, disciplina de la que es sin duda el autor más reconocido –como prueban por ejemplo las citas que reciben sus trabajos en todas las historias generales del periodismo español–. Su obra *Historia de la prensa andaluza*, publicada en primera edición por la Fundación Blas Infante en 1991, inauguró de hecho este campo de trabajo, al que hasta entonces solo se habían hecho aproximaciones parciales; el estudio de Checa no solo revisaba los datos conocidos y los completaba con muchos otros a partir de su trabajo

en archivos y hemerotecas, sino que proponía un marco de interpretación regionalista para la prensa andaluza, destacaba rasgos propios, y sin pecar de exaltación nacionalista –a la que es totalmente ajena la personalidad del autor– reivindicaba, eso sí, los logros del periodismo producido en Andalucía. Esta obra fundamental fue reeditada y revisada por el autor en 2011, publicada ahora con el sello editorial Alfar. En la reedición su prologuista Juan Antonio García Galindo –reconocido experto en la Historia del Periodismo Andaluz también– afirmaba que este era «el libro más representativo de la historiografía andaluza sobre la prensa» (Checa Godoy, 2011: 11). En la Introducción, el mismo Checa recordaba cuáles eran los objetivos del libro en su primera edición: «Aquella edición buscaba ante todo llenar un vacío que en esos momentos, de recuperación de las señas de identidad andaluzas y de asentamiento de su autonomía, era urgente que desapareciese...» (Checa Godoy, 2011: 15). Más adelante explicaba que la reedición se hacía necesaria por el cúmulo de información que se había logrado entre las fechas de la primera y segunda edición y –aunque el autor no lo reconocía así– cabe apuntar que buena parte de los nuevos hallazgos que justificaban la reedición de la obra habían sido realizados por él mismo: entre 1991 y 2011, Antonio Checa publicó en torno a 30 trabajos, dedicados por ejemplo a la prensa local en Sevilla, Córdoba o Granada, o a recuperar biografías de periodistas destacados de todos los tiempos, desde Alberto Lista a Juan Antonio Carretero. Con posterioridad a esta segunda edición, no han cesado las aportaciones de Checa al respecto de este campo –como sus trabajos sobre historia del periodismo en Jaén, por ejemplo–, por lo que el volumen del que venimos hablando es ya sin duda un clásico, que probablemente contará con nuevas reediciones y revisiones en el futuro.

Se trata, no obstante, de uno solo de los aspectos de la Historia del Periodismo en los que Antonio Checa es autor fundamental o de referencia. Su nombre se asocia también a otras dos disciplinas: la Historia del Periodismo latinoamericano y la Historia de la Prensa Pedagógica en España. Acerca de la primera, su obra de referencia es *Historia de la prensa en Iberoamérica, 1722-1992*, publicada en 1993 por la editorial Alfar; con posterioridad ha publicado interesantes estudios monográficos sobre determinados estados americanos o periodos de su historia. Del mismo modo, su *Historia de la prensa pedagógica en España*, publicada con el sello editorial de la Universidad de Sevilla

en 2002, reúne los registros hemerográficos que venía compilando Antonio Checa desde la década de los 80 del siglo pasado, en este campo tan poco transitado por los historiadores. Finalmente, y aunque el autor ha profundizado en numerosas etapas del periodismo español como la Guerra de la Independencia o la Segunda República, su nombre se asocia fundamentalmente a la historia de la comunicación durante el Sexenio Revolucionario, acerca de la cual publicó en la editorial Biblioteca Nueva la monografía *El ejercicio de la Libertad. La prensa española en el Sexenio Revolucionario*, en el año 2006.

Otros muchos aspectos de la Historia del Periodismo han sido también objeto del estudio devoto e incansable de Antonio Checa, desde las cuestiones más teóricas –como la metodología o la cronología– hasta la investigación sobre periodismos nacionales ajenos a nuestro entorno cultural, como el polaco o el ucraniano. En la bibliografía del autor que se incluye en este volumen son 77 las aportaciones encuadradas bajo el rótulo Historia de la Prensa: la cifra es significativa por sí misma, pero si insistimos en que para muchos de los temas tratados Checa es investigador pionero o de referencia, puede entenderse el reconocimiento unánime que el autor obtiene entre los colegas de esta disciplina académica.

Permítasenos en este punto añadir a su trayectoria un mérito que no aparece reflejado en los currículos: además de maestro de una amplia cantera de historiadores del periodismo y la comunicación en Andalucía, España e Iberoamérica, de lo que dan cuenta las numerosas tesis doctorales dirigidas, Checa es fuente de documentación constante para todos los investigadores noveles que se acercan a estos campos del saber, y que contactan con él de manera casi ritual antes de iniciar cualquier pesquisa, pues es ya notorio que Antonio siempre sabe «lo que hay» sobre un tema, y «dónde está conservado». Huelga decir que a todos ellos trata siempre con absoluta cortesía y generosidad.

2. Otras pasiones *chequianas*: cine, radio, publicidad y viajes

La curiosidad y la capacidad de trabajo infinitas del profesor Checa lo llevaron también hacia el camino de la investigación y divulgación en Comunicación Audiovisual y en Publicidad, área en la que ha impartido distintas

disciplinas a los estudiantes de las antiguas licenciaturas y posteriores grados en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. Sobradamente avalado para ello por sus libros y artículos, algunos de sus títulos son ya clásicos de imprescindible lectura para los estudiosos y, de igual manera, para los actuales alumnos.

Hasta 27 publicaciones pueden contarse en lo referente al campo específico del cine, 24 del de la radio, 5 de televisión, 4 de fotografía, 12 sobre comunicación en general, 14 de historia de la publicidad, lo que supone un total 86 publicaciones sobre esas disciplinas. Como todo investigador, ciertas facetas son de mayor interés para él por encima de otros focos de investigación. No obstante, la variedad de temas tratados en profundidad evidencia el carácter enciclopédico del Dr. Checa, un humanista integral que ha sido capaz de escribir sobre cine español especialmente, pero también recalca en el elegante cine francés, en el sobrio cine británico, en la pícaro relación del cine con la sexualidad o la dolorosa del cine de dictadura o de la Transición española. Pero si hay un tema cinematográfico que pueda considerarse la pasión de Antonio, ese es el cine italiano, cuya colección es la envidia de cualquier investigador o cinéfilo. Prueba de ello es su volumen monográfico, el libro titulado *Las coproducciones hispano-italianas (una panorámica): pan, amor y cine* (Sevilla, Padilla Libros, 2005).

Entre tantas aportaciones sobre cine, una de ellas, el capítulo «Cine y radio, una mutua benevolencia», perteneciente al volumen colectivo *Cien años de cine. La fábrica y los sueños* (Sevilla, Facultad de Ciencias de la Información, 1998: 134-143), nos lleva al segundo medio en importancia dentro de la gran producción audiovisual del profesor: la radio. La importancia de su dedicación a la investigación radiofónica no lo es sólo por la cantidad ni por la calidad, también lo es, especialmente, por su carácter pionero. La radio ha sido un terreno desértico durante muchos años en la investigación española y Antonio Checa no sólo dedicó su tesis doctoral a este medio (*Historia de la radio en Andalucía, 1917-1978*, defendida en 1999 en la Universidad de Sevilla con la calificación de sobresaliente *cum laude* por unanimidad), también se convirtió en referente en la historia de la radio en Andalucía y en vehículo de ayuda en la documentación para futuros investigadores de la sonosfera. Solo leer estos títulos aseguran la certeza sobre ello: *La radio en Andalucía durante la guerra civil y otros ensayos* (Sevilla, Padilla Libros, 1999), *Historia de la radio en*

Andalucía (Málaga, Unicaja, 2000) o *Fuentes sobre radio. Un siglo de bibliografía internacional* (Sevilla, Mergablum, 2003).

Irremediablemente también hay muchos títulos de referencia nacional en sus publicaciones sobre historia de la publicidad. Enlazando entre medios, además de publicaciones transversales sobre la publicidad en el cine, en la radio, en Andalucía, la presencia del cuerpo en la publicidad, e incluso la figura del mito de Carmen en ella, hay libros imprescindibles para los estudiantes y de lectura obligatoria en muchos programas de asignaturas en España. Es el caso de su *Historia de la Publicidad* (La Coruña, Netbiblo, 2007) y, desde luego, dos de sus últimas producciones en activo, el volumen *El cartel. Dos siglos de publicidad y propaganda* (Sevilla, Advook, 2014) y *Teoría e historia del cartel publicitario* (Madrid, Síntesis, 2017), coescrito con su compañero Manuel Garrido Lora, también especialista en publicidad.

Y, sin ser *strictu sensu* publicidad, pero muy vinculada a la promoción de lugares y culturas, otra de las pasiones *chequianas* son las publicaciones sobre turismo, algunas desde el rigor de la investigación, muchas otras para la promoción de Andalucía y sus provincias por encargo de la Empresa Pública para el Turismo de Andalucía, del gobierno andaluz, todas ellas derivadas de una manera lógica y natural de su vocación viajera, continua e inquebrantable. Sirva de ejemplo su *Vive y descubre Sevilla* (León, Everest, 2000), reeditada y actualizada en 2009, con versiones en inglés, francés, italiano, alemán y japonés. Como aquellos viajeros románticos que hicieron de Andalucía un mito tópico universal, Antonio Checa también contribuye con sus libros de viajes a compartir sus experiencias itinerantes con sus fascinantes culturas exóticas. Léase para ello desde *Uzbekistán. Tamerlán desplaza a Lenin* (Sevilla, Renacimiento, 2016) o *Viaje alrededor de la sopa. La vuelta al mundo en 1.001 caldos* (Marbella, Algorfa, 2019).

3. Carrera periodística, divulgadora e institucional

La larga trayectoria de Antonio Checa en el mundo del periodismo arrancó, tras sus estudios en Madrid, en Granada en 1969. Allí trabajó en el *Ideal* y la *Hoja del Lunes de Granada*, donde fue redactor (1969-1976). Desde 1976 fue jefe de información regional en *Informaciones de Andalucía*, de Sevilla (1976-1977);

y jefe de documentación y redactor jefe-editorialista de *Informaciones*, de Madrid (1977-1980). En los años 1980 y 1981 fue redactor jefe de *El Socialista* y entre 1982 y 1983 director del *Diario de Granada*. En los años 1984 y 1985 trabajó como adjunto a la dirección de *La Voz de Asturias*, de Oviedo; y en el año 1985 pasó a la dirección de *El Adelanto*, de Salamanca (1985-1989). En 1989 recaló en *Huelva Información*, donde ejerció como subdirector y luego director (1989-1992), pasando de ahí a la dirección de *Andalucía Actualidad*, en Sevilla (1992-1993). Además, colaboró asiduamente en la revista *AEDE*, de la Asociación de Editores de Diarios Españoles y más esporádicamente en otras publicaciones, como las revistas *Leviatán* o *Zona Abierta*.

La labor de Antonio Checa en el mundo de la Historia de la Comunicación ha sido reiteradamente demostrada en estas líneas. Pero, además de sus numerosas obras de referencia, Antonio Checa también ha contribuido a la divulgación de la disciplina desde la Asociación de Historiadores de la Comunicación (AsHisCom), asociación internacional con socios españoles, franceses, portugueses y de diferentes países de América Latina. En primer lugar, organizando un magnífico congreso en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. El congreso, el VIII de la asociación, supuso el estreno del nuevo edificio de la facultad hispalense. Celebrado a final de marzo de 2006, versó, como tema central, sobre «República y republicanismo en la Comunicación». Del congreso salió un libro de actas, *República y republicanismo en la Comunicación*, y otro bajo el título *La Comunicación durante la Segunda República y la Guerra Civil* con una selección de comunicaciones.

Unos años después Antonio Checa presentó su candidatura a la presidencia de AsHisCom que tuvo un claro respaldo. Como presidente de AsHisCom entre los años 2010 y 2013 la asociación organizó dos magníficos congresos: el número XI: «España, Portugal y América en el Bicentenario de las Independencias. Idearios, representaciones y percepciones», en la Universidad Complutense de Madrid en noviembre de 2010; y el XII Congreso, sobre «Transición democrática y Comunicación Internacional» que tuvo lugar en la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona en mayo de 2012.

Pero la gran aportación de la presidencia de Antonio Checa en AsHisCom fue la fundación de la *Revista Internacional de Historia de la Comunicación* en 2013. La revista, que ha publicado 15 números a día de hoy, se ha convertido

en un referente de la Historia de la Comunicación al ser una de las pocas revistas especializadas en este tema con gran acogida en Latinoamérica y Portugal, además de en España, y hoy día se edita bajo el amparo de la Editorial de la Universidad de Sevilla y de AsHisCom. Aunque con su jubilación en 2016 pasó a un segundo plano dejando la dirección, Antonio Checa continúa siendo director-fundador de la revista.

Su retiro profesional duró apenas 3 años, al ser nombrado presidente del Consejo Audiovisual de Andalucía (CAA) el 16 de julio de 2019, abriendo así una nueva etapa para este órgano regulador. Su dilatada experiencia como periodista, sus más que constatados conocimientos del sector audiovisual andaluz, unidos a su carácter conciliador, promovieron su designación con la unanimidad de los consejeros y consejeras de esta institución. Actualmente, Checa aspira a mantener las competencias encomendadas al Consejo (impulso del pluralismo político, defensa de la igualdad de género, garante del respeto a las minorías en el ámbito audiovisual...), así como introducir actuaciones que respondan a las incipientes inquietudes que despierta el sector audiovisual, que está experimentando grandes cambios en los últimos años. Por ejemplo, la alfabetización mediática se ha convertido en una de las tareas prioritarias para el CAA; en especial, tras el aumento del consumo de dispositivos electrónicos y el notable crecimiento de las noticias falsas, debido a la crisis sanitaria. Otro de los asuntos sobre los que está trabajando el CAA es el fomento del buen uso del idioma en los medios audiovisuales ante el uso de extranjerismos. La presidencia del CAA es un nuevo reto para Checa, el cual afronta con la misma dedicación infatigable al trabajo, que ha caracterizado toda su carrera periodística y académica.