



## Modelos de integración y de marginación social en la prensa de masas: *El Caso* (1952-1976)<sup>1</sup>

### Integration Models and Social Marginalization in the Mass Press: *El Caso* (1952-1976)

Amparo Moreno Sardà<sup>(\*)</sup>

Universidad Autónoma de Barcelona - España

---

#### **Resumen**

*La autora propone analizar el semanario de sucesos El Caso como una crónica de los procesos de movilidad social vividos por muchas mujeres y hombres en los años cincuenta a setenta. Mientras las informaciones, los personajes que las protagonizan y las acciones que realizan, remiten a cambios en las condiciones sociales de los grupos de población más pobres, y a los modelos de comportamiento que se identifican con las posibilidades de integración o de marginación social, la publicidad habla de sus aspiraciones y*

#### **Abstract**

*The author intends to analyze the weekly magazine of events El Caso as a chronicle of the social mobility processes, lived by many women and men during the fifties to the seventies. While the informations, the characters which take part in them, and the actions performed by them show changes in the social conditions of the poorest population groups and in the behavioural models that identify with the possibilities of social integration or marginalization, advertising displays its aspirations and expectations,*

---

<sup>1</sup> Texto de la conferencia pronunciada en el Coloquio sobre *Comunicación, cultura de masas y género*, organizado por el Seminario Estudios Interdisciplinarios de la Mujer de la Universidad de Málaga el 12 de mayo de 1995. Una ampliación de lo que planteo puede verse en MORENO SARDÀ, A. (1998): *La mirada informativa*, Bosch, Barcelona. A pesar del tiempo transcurrido, consideramos que el artículo continúa siendo válido, especialmente porque utilizamos la noción de mediación en el horizonte que nos enseñó a vislumbrar el profesor Martín Serrano.

*expectativas, así como de las recetas para modificar esas condiciones de vida.*

*as well as the recipes to modify those living conditions.*

**Palabras clave:** *crónica de sucesos, marginación, dictadura española, movilidad social, análisis de contenido.*

**Keywords:** *events chronicle, marginalization, Spanish dictatorship, social mobility, content analysis.*

---

## 1. HISTORIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: HECHOS HISTÓRICOS Y NOTICIAS

Las relaciones que podemos vislumbrar entre la historia y los medios de comunicación son muy diversas. Por eso hablamos de historia Y medios de comunicación, expresión que nos permite referirnos tanto al conocimiento histórico DE los medios, como al conocimiento histórico CON, es decir, gracias a los medios de comunicación.

Podemos empezar proponiéndonos hacer la historia DE la prensa, de algún periódico o conjunto de periódicos, esto es, considerar la prensa como objeto a estudiar históricamente. Pero podemos, también, estudiar las transformaciones históricas CON los periódicos: utilizarlos como FUENTE para el estudio histórico de otros fenómenos sociales sobre los que la prensa puede proporcionar datos, junto con otras fuentes.

Pero la organización jerarquizada y especializada del saber en este mundo tan feudalizado que es la Universidad, genera problemas que hay que resolver. Los historiadores que utilizan la prensa como fuente no suelen tener en cuenta los problemas que plantea el estudio histórico de la prensa. Por su parte, los historiadores de la prensa no acostumbran a considerar el papel de la prensa como fuente documental, que arroja nuevas luces sobre el periodo. Aquellos se interesan por la prensa desde los departamentos de historia. Estos, situados en departamentos de periodismo y en áreas de conocimiento relacionadas con los medios de comunicación, trabajan la historia de las publicaciones periódicas.

Esta disociación favorece que se confunda lo que sucedió, con lo que el periódico dice acerca de lo que sucedió. O más bien, con una parte de lo que el periódico explica: aquello que selecciona el historiador de todo lo que el periódico dice, se convierte en el núcleo básico de lo que, a su vez, el historiador dice acerca de lo que sucedió. La fuente, sin un estudio histórico previo, mediatiza la elaboración de la versión que el historiador elabora acerca del pasado, y la falta de crítica a la fuente revela la carencia de crítica hacia la propia tarea del historiador. De ahí que el estudio de la prensa como objeto del conocimiento histórico no debe olvidar el papel de ésta como fuente historiográfica. Y este conocimiento histórico resulta imprescindible para una correcta utilización de la prensa como fuente historiográfica.

Este doble carácter de la prensa va más allá del marco académico: tiene repercusiones sociales, a la vez que seguramente es fruto de las transformaciones sociales que han conducido a la que definimos como sociedad de la información.

Así, cotidianamente la prensa hace una relación de la actualidad, de lo que sucede en ese tiempo próximo al que llamamos presente: de todo cuanto vivimos cotidianamente el conjunto de miembros del colectivo humano, o realidad social vivida entendida globalmente, la prensa selecciona algunos acontecimientos, muy pocos, y los trata de manera que los convierte en informaciones, en hechos que considera significativos, cargados de significado según los criterios convencionales de la información. De todos estos hechos, a su vez, los historiadores seleccionan sólo unos pocos para convertirlos en hechos históricos.

De este modo, la prensa, al registrar lo que sucede en la actualidad, al construir diariamente la realidad informativa, actúa no sólo como un *médium* en relación con el presente, sino que construye también la materia prima de lo que, con el paso del tiempo, se convertirá en lo que los historiadores explican del pasado y por tanto, actúa también como un *médium* en relación con lo que se considerará realidad histórica. No en vano, hay periodistas que consideran que se ocupan de explicar la historia viva, y contraponen su actividad a la de los historiadores, a los que atribuyen la tarea de relatar la historia muerta. Y esta opinión es compartida por numerosas personas que esperan hallar en la prensa claves para un conocimiento del presente que los libros de historia no les proporciona o, en todo caso, quizás les proporcionará dentro de unos años.

Pero si la noticia de hoy está en la base de lo que haya de ser considerado hecho histórico mañana, también la definición de qué sea o no un hecho histórico -es decir, lo que los historiadores como colectivo institucional han definido como tal- ha influido e influye en el establecimiento de lo que los periodistas consideran materia prima noticiable, y de la valoración que se hace de las distintas noticias o informaciones que componen un periódico.

Así, las actuaciones de los jefes de estado y otros personajes situados en las cúspides de las instituciones constituyen material noticiable por excelencia, y son elaboradas en forma de noticias que invaden los diarios desde las primeras páginas. Tales noticias son, al mismo tiempo, los

hechos históricos prototípicos con los que se ha ido construyendo el discurso histórico. Esto indica que la construcción de lo que se considera la realidad histórica aparece, a su vez, como base nutricia o parámetro de pensamiento que condiciona la construcción de la realidad informativa.

Sin embargo, lo hemos apuntado ya, no todo lo que aparece en los periódicos día a día es considerado por los historiadores como material susceptible de ser transformado en hecho histórico: las informaciones que se suelen homologar a los hechos históricos son sólo una parte de las que publican o transmiten los medios de comunicación de masas. La realidad informativa, el conjunto de informaciones que aparecen en la prensa y los restantes medios de comunicación, no está compuesta solamente de este tipo de noticias. El repertorio de informaciones es mucho más amplio y diverso que el repertorio de hechos históricos: sucesos, crónicas de sociedad, anuncios publicitarios, noticias económicas, sociales, culturales... comentarios... Todos estos materiales, que también hablan de alguna manera de la realidad social que vivimos, que también registran la memoria de aspectos diversos del mundo en que vivimos, todas estas informaciones no suelen ser consideradas por los historiadores datos significativos para construir sus explicaciones, salvo casos excepcionales... afortunadamente, cada día más frecuentes.

Por ejemplo, un tipo de informaciones que despiertan enorme interés entre la población, los sucesos, apenas llaman la atención de los historiadores y otros estudiosos de las ciencias sociales a no ser para menospreciarlos o rechazarlos, o en el caso de que tenga alguna relación con las instituciones sociales que detentan algún tipo de poder político o económico...

Tampoco suelen interesar a los historiadores otro tipo de informaciones que, al igual que los sucesos, han merecido y merecen el mayor interés del público. Así, las crónicas de sociedad, que dan cuenta de cómo las personas que disponen de mayores recursos cumplen con los rituales básicos mediante los que establecen relaciones matrimoniales, se reproducen y mueren. Sólo los historiadores interesados por los aspectos más anecdóticos o la dimensión más literaria de la historia, o también algunos de los historiadores más conservadores, se han molestado en elaborar explicaciones del pasado teniendo en cuenta esas informaciones a las que se refiere ampliamente el periodismo mundano o del corazón; pero precisamente por eso, las obras de estos historiadores, aunque suelen gozar de amplia acep-

tación entre el público, son menospreciadas por sus compañeros de los departamentos universitarios de historia que se consideran serios.

Pero de todas las informaciones que aparecen en los medios de comunicación sin duda las que merecen menor atención entre los investigadores que analizan la sociedad pasada y presente (historiadores, sociólogos, antropólogos...) son los anuncios publicitarios. La publicidad comercial, gracias a la cual los periódicos se transformaron de medio de comunicación restringido a las minorías en medio de comunicación al alcance de las mayorías, a pesar de dar cuenta entre sus contemporáneos de los diversos cambios que se producen día a día, tanto en la economía como en la representación simbólica de las necesidades, las expectativas y los sueños posibles e imposibles, constituye uno de los fenómenos sociales que menor atención merecen entre los científicos sociales.

Los medios de comunicación ofrecen, pues, un repertorio de informaciones mucho más amplio y variado que el que suelen seleccionar los historiadores para elaborar esa versión de la realidad histórica que construyen y transmiten, a través del sistema escolar, entre los miembros de cada nueva generación, esa explicación del pasado que está en la base de las explicaciones del presente que hacen los estudiosos de las restantes ciencias sociales y cuantas personas se precien de ilustradas. Y este desajuste entre lo que hemos aprendido a identificar como históricamente significativo, y el enorme y variado cúmulo de informaciones que recibimos día a día a través de los medios de comunicación, nos provoca una profunda desazón, ya que desborda las pautas de pensamiento con las que hemos aprendido a pensar racionalmente y a las que atribuimos fiabilidad y hasta veracidad.

Resolver este conflicto requiere considerar que la predilección de los historiadores por algunas de las informaciones que publican los medios de comunicación, y no por otras, no obedece a una simple cuestión de gustos. Tampoco depende de la mayor o menor importancia que tienen unos acontecimientos u otros en la vida social, aunque éste sea el argumento incuestionado con el que se justifica que se destaque unos hechos y se menosprecie o ignore otros. El mayor o menor interés depende, ante todo, del que le atribuyen los respectivos colectivos profesionales, y se pone de manifiesto en los procedimientos que utilizan a la hora de elaborar las distintas versiones de la realidad social.

Estos procedimientos definen, en primer lugar, qué aspectos de la realidad social enfocan y consideran significativos, y qué aspectos dejan en la penumbra o excluyen como no significativos, insignificantes; y, además, qué tratamiento hacen de aquello que enfocan, tratamiento que puede apelar bien a la sentimentalidad, bien a la racionalidad.

Esto es, las diferencias entre los hechos históricos y las informaciones delatan, ante todo, diferencias entre *la mirada académica* y *la mirada informativa*.

## **2. EL ENFOQUE ANDROCÉNTRICO DE LA MIRADA ACADÉMICA**

*La mirada académica*, la mirada que adoptan los historiadores cuando explican el pasado y que sirve de matriz, se explicita o no, para los restantes científicos sociales que explican el presente de forma más pormenorizada, enfoca preferentemente a una parte de la población, a los varones adultos de los grupos dominantes que se sitúan en las cúspides de las instituciones públicas vinculadas al ejercicio del poder; y trata sus actuaciones públicas destacando el por qué y el para qué de sus decisiones, esto es, su racionalidad. En caso de enfocar a los restantes hombres y mujeres situados fuera de esos escenarios públicos, en los espacios privados o en territorios marginales, suele infravalorarlos en relación con aquellos, los considera sujetos pacientes de la historia, frente a los varones adultos que ejercen el poder y a los que identifica como protagonistas y sujetos agentes; y si se refiere a actuaciones vinculadas a la sentimentalidad, los define negativamente, como irracionales, que equivale a carentes de toda racionalidad.

*La mirada informativa*, sin embargo, enfoca un campo mucho más amplio, una mayor cantidad y diversidad de mujeres y hombres, y los enfoca desde distintos ángulos, en una mayor variedad de escenarios y situaciones privadas, públicas y marginales, y en actuaciones que remiten tanto a la sentimentalidad como a la racionalidad.

Esta cuestión la he examinado atentamente en trabajos anteriores, por tanto, sólo la trataré aquí en la medida que sea necesario para esclarecer los rasgos comunes y las diferencias entre el enfoque y el tratamiento que están en la base de las explicaciones académicas y las explicaciones de los medios de comunicación.

Una investigación sobre manuales de historia de amplio uso en centros de enseñanza secundaria<sup>2</sup>, me permitió mostrar que el hombre que aparece como protagonista de la historia no puede identificarse con el ser humano, en sentido genérico, tal como habitualmente creemos. El hombre sobre el que los historiadores centran su mirada de forma casi exclusiva, no corresponde a cualquier ser humano, ni a los seres humanos en general, sino, en sentido estricto, sólo a algunos hombres: a los varones adultos de los grupos dominantes que representan papeles sociales vinculados al ejercicio del poder que remiten a un modelo arquetípico que podemos definir como un arquetipo viril.

Este enfoque preferente, delata el punto de vista androcéntrico que adopta el historiador en su análisis de la sociedad: los seres humanos a los que realza como protagonistas permite identificar el yo cognoscente asumido por quien elabora la explicación. Y, si bien resulta relativamente claro en los textos de historia, en los cuales ese Arquetipo Viril aparece representado por un gran número de personajes con nombres y apellidos, el problema se torna más opaco en aquellos textos de las restantes ciencias sociales que generalizan este modelo como concepto de lo humano. Es decir, cuanto más abstractos son los textos, a medida que se acentúa la racionalidad de la mirada académica, más se empaña este enfoque parcial y se confunde con un enfoque presuntamente general.

Pude comprobarlo en mi Tesis Doctoral, al contrastar el texto de la *Política* de Aristóteles con diversas obras de especialistas de distintas disciplinas que dicen explicar esta obra (Moreno Sardà, 1988): mientras el filósofo griego explica con claridad el punto de vista y el sistema de valores que adopta, y define como superiores a los varones adultos griegos que participan en la vida política, a base de definir como inferiores a los restantes hombres y mujeres de los que habla ampliamente, los estudiosos y comentaristas de su obra asumen ese modelo viril como natural-superior y lo generalizan como si de lo humano se tratara, sin apenas referirse ya a los restantes seres humanos, mujeres y hombres a las que sólo se hace alguna alusión de forma negativa o irónica.

---

<sup>2</sup> Los resultados de esta investigación pueden verse en Moreno Sardà (1986). El marco teórico y la validación de este planteamiento lo expuse en mi Tesis Doctoral leída en 1984 y publicada de forma resumida en 1988.



Esta es la falacia en la que incurre la presunta objetividad de la racionalidad ilustrada: asume el modelo arquetípico viril como concepto genérico de lo humano a base de silenciar a aquellos seres humanos, y aquellos rasgos humanos, que no se ajustan a él, a los que ya ni siquiera define negativamente, como hacía Aristóteles, consciente de la necesidad de negar para poder afirmar. De este modo, ya no se advierte la parcialidad del enfoque, sino que se encubre y, a medida que la explicación se hace más abstracta, se torna más opaca. En este punto coinciden los textos conservadores y los textos progresistas: los primeros juegan con el arquetipo viril de forma más transparente mientras que los segundos lo hacen de forma más opaca.

*La mirada informativa* es más amplia: abarca un campo más vasto y una mayor cantidad de seres humanos más variados, y está más diversificada, adopta diversos puntos de vista. Además, al realzar mediante imágenes literarias o icónicas las dimensiones concretas de los personajes y las situaciones, no elude un tratamiento que apela también a los sentimientos. Pero esta mayor amplitud y diversidad, también está condicionada por la mediación de modelos arquetípicos viriles y femeninos, sólo que no realiza sólo uno, sino varios que se articulan en un juego de antagonismos complementarios, como sucede en las explicaciones de carácter mítico-religioso que apelan a la sentimentalidad, en las que el bueno solamente existe por contraste con el malo. Y este repertorio arquetípico más variado pone de manifiesto que *la mirada informativa* corresponde a un yo cognoscente más plural.

Estos desajustes entre *la mirada académica* y *la mirada informativa* explican las valoraciones que, desde el pensamiento académico, suelen hacerse de los medios de comunicación, más o menos favorables o desfavorables según la mayor o menor coincidencia de los respectivos enfoques y tratamientos de la realidad.

Por ello, el estudio histórico de la prensa como objeto de estudio exige ampliar el enfoque de lo que nos hemos habituado a considerar históricamente significativo. Y, a la vez, la lectura atenta de las informaciones publicadas por los periódicos y restantes medios de comunicación, la utilización de la prensa como fuente documental, nos ayuda a ampliar ese enfoque hasta alcanzar el campo más amplio que abarca la mirada informativa y, así, enriquece nuestra comprensión histórica de la sociedad contemporánea.

Este enfoque androcéntrico, restrictivo, de *la mirada académica* constituye la principal dificultad con que tropezamos cuando nos proponemos conocer el proceso histórico de implantación de los medios de comunicación que ha desembocado, tras una larga centuria, en la que se define como sociedad de la información.

Ampliar la mirada hasta cubrir el vasto campo visual que ofrecen los textos informativos<sup>3</sup>, permite transitar por los distintos escenarios de la vida social, detenernos ante las diversas mujeres y hombres y ante la variedad de actividades que protagonizan día a día, y aproximarnos a las relaciones sociales desde una sentimentalidad razonable y una racionalidad que no tiene que ocultar la sentimentalidad. Los textos periodísticos aparecen, así, como fragmentos de la memoria del mundo contemporáneo. Pero para poder engazarlos en un relato que nos ayude a re-conocer el mundo que vivimos, hemos de ensayar nuevas versiones históricas.

La lectura de las páginas de *El Caso* nos ayuda a comprender la aportación que pueden hacer los periódicos a enriquecer nuestro conocimiento del mundo contemporáneo.

### **3. LA PRENSA DE MASAS DURANTE LA DICTADURA: *EL CASO* (1952-1976)**

*El Caso* no fue el primer periódico de sucesos publicado tras la guerra civil, pero sí el que tuvo una existencia más dilatada y una mayor audiencia, con una tirada equiparable a la de los principales diarios.

Los primeros periódicos de sucesos tras la guerra civil aparecieron siendo Ministro Arias Salgado y Director General de Prensa Juan Aparicio. En abril de 1952 empezó a publicarse en Valencia *Foro Español*. Y un mes

---

<sup>3</sup> Investigaciones recientes sobre la representación de mujeres y hombres en la prensa española desde la transición nos han conducido a concluir la persistencia, en la prensa diaria considerada sería, de una mirada androcéntrica que, además, se ha restringido cada vez más a unos círculos más reducidos, se ha hecho más abstracta y se ha deshumanizado. Con el objetivo de colaborar a proporcionar herramientas a los periodistas para evaluar la amplitud, la diversidad y la sensibilidad humana de su propia mirada, y poder modificarla, hemos sintetizado la metodología que expusimos en *La mirada informativa*, en el Test ADSH que presentamos en Moreno Sardà, Rovetto Gonem y Buitrago Londoño (2008).

después, en mayo de 1952, Eugenio Suárez sacó a la calle *El Caso*. Durante los más de 35 años de vida de esta publicación bajo tutela de su fundador (a partir del verano de 1987 cambió de propietario), aparecieron otras que pretendieron discutirle el mercado, pero sin éxito: *Sucesos*, editado en su primera época (1953-1957) por Gráficas Espejo y en la segunda (1960) por Eugenio Suárez; *El Farol* (1957), de Editorial Rivadeneyra; *Suspense* (1958-1961), publicado por La España de Tángier; *Por qué* (1960-1975), publicado en Barcelona por Enrique Rubio, que se había destacado como reportero de *El Caso*; *Crimen y Castigo* (1972-1976), también vinculado aunque no directamente a Eugenio Suárez; y *Stop* (1974), de Ediciones SEDMAY y dirigido por Mayte Mancebo, que ensayó una nueva fórmula que no tuvo éxito.

Durante los años en que *El Caso* apareció vinculado a su fundador, Eugenio Suárez, y si tenemos en cuenta tanto los cambios en el emplazamiento de la empresa como en la presentación y contenidos de la publicación, podemos advertir cuatro etapas que corresponden con otras tantas fases históricas:

La primera etapa abarca entre 1952 y 1956: son años difíciles, en los que grandes contingentes de población emigran del campo a las ciudades. *El Caso* se autodefine como *Semanario de Sucesos* y consigue implantarse y proporcionar sustanciosos beneficios a su propietario, gracias a los cuales lanza en 1956 el semanario *Sábado gráfico* (inicialmente *Magazine del hogar*), con el que inicia su expansión empresarial.

Entre 1956 y 1966 se puede situar una segunda etapa. Los esfuerzos por mejorar las condiciones de vida tienen cada vez mejores perspectivas, como se advierte, por ejemplo, en la publicidad de cursos por correspondencia para la promoción profesional y en productos para mejorar el aspecto físico de mujeres y hombres. *El Caso* se consolida ahora como publicación de estos sectores populares. Y en los últimos años, en especial a partir de la Ley de Prensa de 1966, parece buscar nuevas posibilidades ya que entre febrero y abril de 1964 a la vez que acorta su cabecera, elimina de ella el slogan “Semanario de sucesos” que, no obstante, permanece en el recuadro que contiene las señas administrativas, en la página 2, hasta que es suprimido definitivamente a finales de 1966.

Desde finales de 1966 hasta finales de 1976 podemos situar la tercera etapa de *El Caso*. Son los años de consolidación de la nueva vida urbana que conecta a estos sectores de población con las redes de consumo transnacional

hasta entonces sólo accesible a los grupos urbanos acomodados. *El Caso* aparece desprovisto de cualquier slogan.

Tras la muerte del dictador y hasta 1987, *El Caso* de Eugenio Suárez vive su última etapa que corresponde con la delimitación de nuevas fronteras de marginación social. A finales de 1976 adopta el slogan “Semnario popular” en la cabecera; en el número 1292, de 5 de febrero de 1977, anuncia “Nuevo, mayor y mejor formato”, y se alarga la cabecera; a partir del número 1.300, de 2 de abril del mismo año, publica la imagen de una chica desnuda en la penúltima página... El semanario introduce constantes cambios, como si buscara una nueva fórmula más acorde con las nuevas circunstancias; pero no lo consigue, porque entre julio y agosto de 1987 ya no lo edita la empresa de su fundador, y el 12 de setiembre aparece el número 1 del que se presenta como *El Caso Mundial*, editado por EDIAL en Madrid, iniciando una segunda época.

Así, aunque formalmente *El Caso* de los años 50 es prácticamente el mismo que el de los años 60 y la primera mitad de los 70, los cambios en el slogan con que se autodefine indican cambios en los contenidos, tal como podemos confirmarlo mediante el análisis hemerográfico diacrónico.

Una lectura atenta de las informaciones habituales en *El Caso* y sus variaciones a lo largo de los años de vida de esta publicación permite formular la hipótesis de que nos hallamos ante un *médium* que ofrece una crónica de sociedad de las transformaciones sociales protagonizadas en esos años por los colectivos desheredados o con escasos medios de subsistencia, de sus resistencias a adecuarse al orden establecido así como de sus adaptaciones, de las manifestaciones individuales y primarias de este rechazo (homicidios, delitos contra la propiedad, timos... manifestaciones políticas), y también de sus aspiraciones y expectativas, de las decisiones que adoptan para mejorar sus condiciones de vida así como de las dificultades con que tropiezan; en fin, de las formas colectivas, de carácter sindical y político, de responder y adaptarse al sistema.

Si ampliamos esta lectura a la publicidad y examinamos el tratamiento positivo o negativo que reciben los distintos personajes que aparecen, podemos percibir el papel que desempeñó esta publicación en la divulgación de modelos de comportamiento que simbolizan las posibilidades de integración y de marginación entre unos colectivos sociales que se encontraron ante distintas opciones de movilidad social: emigración del campo a la ciudad y

urbanización de la vida rural, reducción y transformación del sector agrario y ampliación de los sectores industrial y de servicios, ascenso pero también descenso en el estatus social, incorporación de las mujeres al trabajo asalariado..., acceso a una sociedad de consumo cuyo alcance traspasa las fronteras de los estados...

### **3.1. Evolución de la superficie redaccional: las fronteras de la marginación**

El análisis de las informaciones publicadas entre 1952 y 1976 proporciona diversas pistas sobre los cambios que se producen en las condiciones de vida de los lectores, que pasan de los años difíciles que impulsarán la emigración a las grandes ciudades, a un periodo en el que los esfuerzos por mejorar las condiciones de vida tienen cada vez más posibilidades, y a otro en el que la consolidación de la nueva vida urbana conecta a estos sectores de población con las redes del consumo transnacional. Estos cambios producen un desplazamiento en las fronteras que delimitan las posibilidades de integración y, por tanto también, de marginación social.

El indicio más claro que permite definir el grado de integración o de marginación social es la propiedad: la posesión privada, doméstica, o la no posesión de bienes, que implica asumir también unos sentimientos posesivos respecto a las personas. Y precisamente la temática predominante en las páginas de *El Caso* es la que gira en torno a los conflictos que se derivan de la propiedad: la mayoría de los crímenes sangrientos dramatizan conflictos generados por los sentimientos posesivos entre las personas o por la posesión de bienes. Al principio, como se ha explicado, la censura dosificó el número de homicidios que podían publicarse en cada número, seguramente para sustentar el *aquí no pasa nada*. Pero este control disminuyó a mediados de los 50.

Los robos y los atracos son también noticias habituales en estas páginas. Y se condenan con especial énfasis cuando la relación entre quien transgrede la norma y su víctima implica una jerarquización a la vez que cierta confianza. De ahí la frecuencia con que aparece la figura de *la criada ladrona*: desde que en el número 28 (de 16-11-1952) apareció el primer reportaje que habla de que “Un abogado defiende a la criada que le desvalijó el piso”, a lo largo de la década de los 50 cada año encontramos un promedio de media docena de casos similares, presencia que disminuye a finales de la década de los 60.

Por tanto, las mujeres aparecen como protagonistas que no siempre se someten a los modelos dominantes, representadas por arquetipos femeninos. Las que emigran a la ciudad y buscan solucionar su vida mediante el servicio doméstico encuentran en *El Caso* una crónica de sociedad que ejemplifica las actitudes que deben evitar. Las que en ese camino se adentran en la prostitución suelen aparecer tratadas con tintes negativos, aunque sean víctimas de algún suceso, ya lo hemos visto. Y este mismo tratamiento negativo se acentúa entre aquellas que, en lugar de ser víctimas de la violencia masculina, la ejercen ellas mismas, sea contra los hombres o, más aún, contra las criaturas, sea porque maltratan a sus hijos, porque los abandonan o porque renuncian a ellos (ya en los números 25 y 26, de octubre de 1952, encontramos referencias a lo que no se define como aborto sino como “intervención clandestina de útero”).

La emigración del campo a la ciudad merece especial atención en las páginas de *El Caso*. Desde el primer número se preocupa por aleccionar sobre cómo hay que adaptarse a las nuevas reglas urbanas, mediante frecuentes noticias sobre timos, en las que se advierte que no se ha de pretender ser demasiado listo. Pero también mediante informaciones que ponen de manifiesto los problemas de la vivienda con que se encuentran los emigrantes, problemas que unas veces se traducen en tensiones que estallan en peleas, agresiones y hasta homicidios, otras en accidentes a veces mortales debidos al estado ruinoso de muchas viviendas, o en estafas diversas de pisos.

La emigración a los países europeos también se refleja en las páginas de *El Caso* de los años 60. Así, acaso como consecuencia del reportaje que Margarita Landi publicó en el número 551 de 24 de noviembre de 1962 como “enviada especial de *El Caso* junto a los trabajadores españoles”, titulado “Recuerdos, lágrimas e ilusiones van camino de Alemania”, empezó a publicarse el consultorio titulado “¿Quiere ud. ir a trabajar al extranjero? Pregúntenos”, firmado por la conocida periodista. Ese reportaje proporciona interesantes datos sobre las condiciones en que se producía ese flujo constante de emigrantes hacia otros países europeos:

“Todos los martes salen emigrantes a Alemania. Se reúnen desde por la mañana en un restaurante madrileño, según van llegando en los diferentes trenes que los traen hasta la capital desde diversas regiones españolas: Levante, Andalucía, Extremadura, se dan cita en Madrid, desde donde partirán por la noche hacia la frontera. En Miranda de Ebro se les reunirán compañeros de Galicia, Asturias, León, Cataluña y Aragón.

Finalmente, en Irún se encontrarán con los montañeses y los vascos y así el grupo crecerá hasta completar el millar. Esta cifra aproximada que suelen alcanzar las semanales expediciones de emigrantes...”.

Y en abril de ese mismo año encontramos dos informaciones que se refieren a los problemas con que tropezaban quienes pretendían emigrar al extranjero: “Se descubre una agencia clandestina de emigración. Enviaba mujeres a trabajar en el extranjero” (número 413 de 2-4-1962), y “Engañaba a los que querían salir al extranjero. Ha sido detenido por la BIC madrileña...” (número 417 de 30-4-1962).

Junto a estas noticias aparecen otras que hablan de un amplio repertorio de accidentes laborales: albañiles muertos al caer del andamio, al hundirse un edificio en construcción, o por algún corrimiento de tierras, mineros que perecen al explotar el grisú, marineros que sucumben como consecuencia de tempestades..., pueblan las páginas de este semanario con una asiduidad y una atención que no encontramos en otras publicaciones. Las periódicas inundaciones provocadas por las lluvias junto con los accidentes automovilísticos o ferroviarios completan el paisaje dramático al que ha de enfrentarse la población.

Los conflictos laborales también tienen un sitio en *El Caso*, especialmente desde finales de los 60. Así, en la portada del número 913, de 1-11-1969, se anuncia: “Graves sucesos en Erandio (Vizcaya). El hermano de la alcaldesa de Bilbao es el presidente del Consejo de Administración de Dow-Urquinesa” (tema que sigue en el número siguiente que anuncia en portada un reportaje sobre “Los sucesos de Erandio” en páginas centrales, y en el número 916 en el que, bajo el título “Graves sucesos en Erandio” se desmiente la imputación hecha al hermano de la alcaldesa). En la contraportada del número 925 se habla de “Diez despidos en la Seat de Barcelona...”.

Por tanto, este semanario de sucesos nos ilustra sobre los avatares que acompañaron las movilidades sociales de amplios sectores de población en los años 50 y 60. Movilidad en el espacio, que requiere asimilar las formas de comportamiento urbanas, incluidas ciertas formas corporales (como veremos al examinar la publicidad). Pero también movilidad en el estatus social, que implica rechazar unos modelos de comportamiento precisamente para asumir otros que se consideran más adecuados.

En esta dinámica resulta fundamental simbolizar los modelos que se rechazan: en *El Caso* de los años 50 y principios de los 60 se ejemplifican ampliamente y casi de forma exclusiva a través de la figura de los gitanos. Pero a medida que transcurren la década de los 60, también se valora negativamente a la juventud. Así, en el número 927 (de abril de 1968) encontramos una nota significativa, apoyando una propuesta del diario *ABC* de no ocultar el nombre de los delincuentes juveniles. Este tratamiento peyorativo de la juventud se hace más frecuente desde finales de la década y aparece a menudo relacionado con las drogas, a las que también se dedica cada vez más espacio. En varias ocasiones se asocia juventud, drogas y extranjeros. Y es que a finales de los 60 el racismo que en la década anterior era predominantemente antigitano, se amplía a los extranjeros.

Frente a estos prototipos negativos, el modelo por excelencia de los comportamientos positivos corresponde a un Arquetipo Viril que se identifica ante todo con los miembros de la Guardia Civil, la Policía Armada, que reciben constantes alabanzas, y también con los jueces, los abogados y cuantas personas colaboran con los representantes de la ley.

En *El Caso* encontramos, pues, un panorama de la sociedad bajo la dictadura menos idílico que en otras publicaciones, con informaciones que nos hablan incluso de supervivientes del maquis, no importa que se les llame “bandoleros” o “bandidos”, y con sentencias de muerte y ejecuciones que se dictan y cumplen y, desde finales de los 60, con actividades sindicales y políticas contra el régimen. Antes de la aprobación de la Ley de Prensa de 1966 hallamos informaciones de carácter social y político y no sólo de España sino también de otros países. Y en la década de los 70 se advierte un incremento de este tipo de informaciones y se abordan los problemas con que se encuentran aquellos emigrantes que están consolidando sus vidas en las grandes ciudades, entre las cuales destacan las estafas en la adquisición de viviendas y otras de no menos envergadura, desde del “peligro que suponen los falsos técnicos de televisión” hasta “Los gigantes de la estafa de la Caja de Crédito de Barcelona”.

Esta problemática social y política se hace habitual a partir del número 859, de 19 de octubre de 1968, en que se inicia la sección “Crónica de Tribunales”. En este número la firma el director de *El Caso*, Jose María de Vega. Pero en el siguiente se explica que “el notable periodista y abogado Aurelio Pujol” se hace cargo de la sección que a partir de ahora aparece encabezada por una mancha negra con letras blancas en la parte superior de la



página y organizada en distintos apartados correspondientes a las distintas jurisdicciones: Ministerio de Trabajo, Magistratura de Trabajo, T.O.P. Tribunal de Orden Público. En el número siguiente se añade T.S. Tribunal Supremo, y A.P. Audiencia Pública. A través de esta sección y en especial de las sentencias del T.O.P. encontramos noticias sobre las actividades de organizaciones clandestinas como CNT, CCOO... y sobre personajes del mundo sindical y político.

Esta sección puede leerse como una crónica de sociedad de la clandestinidad. Por ejemplo, en el número 886 y en el apartado dedicado al T.O.P., se informa de que “Recorre el autor del folleto titulado Comisiones Obreras” y de que “También recorre Ariza y otros condenados por el Tribunal de Orden Público”; en el número 869 se informa de que “hay más comunistas prochinos en Valencia”; en el número 871, de “sentencias de propaganda ilegal y manifestaciones no autorizadas”; en el número 927, del “Juicio por desacato contra Marcelino Camacho”, que se convierte en uno de los personajes más habituales de estas páginas de *El Caso...* Sin embargo, no fue éste el único lugar dedicado a estas cuestiones: en la página 3 del número 869 se publica una entrevista con el título “Las cárceles españolas. El preso político tiene una especial sensibilidad, afirma el sr. Peces Barba”. En las páginas 3 y 4 del número 871, “Dos individuos con pistolas intentaron asaltar la cárcel de Pamplona. Trataban de liberar a un joven activista de ETA”. En la portada del número 872 se anuncia: “Templos y protesta pública”. Y en las páginas centrales se hace una recopilación de “fragmentos de reportajes y noticias aparecidos en toda la prensa madrileña respecto del enclaustramiento de diecinueve mujeres en la madrileña iglesia de San José”. En el texto se explica que se trata de “esposas y familiares de algunos presos políticos”, entre las que hay algunas que ya se recluyeron en diciembre de 1968. En la portada del número 885 se informa de que “El alcande republicano de Mijas (Málaga) ha estado treinta años escondido en su domicilio (Amplia información literaria y gráfica en páginas centrales)...”. Todos estos ejemplos demuestran el interés de *El Caso* como fuente documental para la historia contemporánea.

Es en esta sección de Crónica de Tribunales donde seguramente por primera vez en pleno franquismo se habla de los jóvenes que se niegan a hacer el servicio militar: en el número 923 de 10 de enero de 1970 se explica que “Testigos de Jehová”, objetores de conciencia, “no quieren hacer el servicio militar”. Y también aquí se informa de las sanciones derivadas de la Ley

de Prensa, sanciones que a menudo afectaban a las publicaciones de Eugenio Suárez, especialmente a *Sábado gráfico*.

No es excepcional, pues, en esta línea, que esta revista publicase la información más amplia sobre el Consejo de Guerra que se celebró en Burgos a finales de 1970. O que en 1974 informase sobre las últimas ejecuciones de la dictadura de Salvador Puig Antich y Heinz Chez.

También tienen su espacio en *El Caso* acontecimientos políticos destacados producidos en otros países. Por ejemplo, en la portada del número 428 se anuncia: “Los sucesos recientes del Congo Belga relatados en una crónica exclusiva”. En los números 954 y 956 se publican informaciones sobre los tupamaros realizadas por Julio Camarero (que fue director de *El Caso*), enviado especial que estuvo “cuatro días detenido por la policía uruguaya por publicar una entrevista con un jefe de los tupamaros...”.

En fin, en el número 899, de 26 de julio de 1969, se dedican unas cuantas páginas a “El hombre en la Luna. Crónicas, anécdotas y fotografías”, tema de tal transcendencia que hizo que “hasta los delincuentes olvidaran sus actividades ante la tele”. Y, junto a éste, otro gran “Suceso histórico. El príncipe D. Juan Carlos sucesor de Franco”, tema que sólo ocupa la página 11.

### **3.2. Evolución de la superficie publicitaria: recetas para la integración social**

Pero en las páginas de este semanario de sucesos, a través de la publicidad, encontramos también diversas propuestas para transformar esas difíciles condiciones de vida.

Destacan fórmulas diversas para mejorar el aspecto físico y promocionarse profesionalmente: la adquisición de mejores condiciones de vida mediante la promoción profesional requiere adquirir también una imagen física más adecuada representada en los arquetipos masculinos y femeninos que ofrece la publicidad.

Entre estos medios para mejorar el aspecto físico, en primer lugar, un amplio repertorio de productos relacionados con la salud y las normas higiénicas, y también con la estética: de los tratamientos contra el asma, el reuma, la gota o el dolor en general a “MARLICE, la crema de afeitarse mejor y más rápida”, “CHLORODONT, la gran crema dental alemana”, CASPO-

LEN que recomienda lavarse la cabeza los fines de semana, y la serie de anuncios que ofrecen a las mujeres soluciones para obtener figuras más esbeltas o “admirables senos” de las casas SVELTOR y PLASTO SEIN, y a los hombres la promesa de crecer más o de aumentar su musculosidad, soluciones de las que tratan también algunos libros que se anuncian en estas páginas. La publicidad de ropas y ornamentos se introdujo en *El Caso* más despacio.

Pero los más abundantes son los que ofrecen posibilidades de mejorar la situación económica y profesional. El primero que encontramos se dirige a los hombres y nos habla de cómo la implantación de los modernos medios de comunicación de masas ofrece nuevas oportunidades laborales. En el número 31 de 7-12-1952 se propone: “Un buen empleo. Un trabajo bien pagado!... Curso de fotografía por correspondencia... Academia de fotografía hispanoamericana”. A principios de marzo de 1953, encontramos un anuncio de “Escuela Radio Maymo”, que se prodigará en este semanario con cursos de “radio, cine sonoro y televisión...”. A partir de 1954 proliferan en cada número anuncios de los principales centros de enseñanza por correspondencia: desde el número 138, de 26-12-1954, empieza a publicarse “Aprenda Diesel... Instituto Americano”; a partir de octubre de 1955 la academia CCC anuncia “10 becas semanales para seguir gratis cualquier curso”; desde principios de 1956 la CEAC anuncia cursos de albañiles, delineantes; a finales de 1958 empiezan a anunciarse cursos de idiomas de la academia INTER, que podemos relacionar con las posibilidades de emigrar a países europeos; y desde octubre de 1959 un anuncio del Instituto ETAF exclama: “Yo soy de la Policía Armada... Usted también puede ingresar”. En 1960 se amplía la oferta de CCC a ortografía, comercio, idiomas, contabilidad, acordeón. La oferta de la CEAC abarca delineantes, dibujo humorístico, mecánico de automóvil, maestro albañil... Y los anuncios de Afha proclaman: “Éxito, fama, dinero! Aprenda fotografía!”.

También a las mujeres se les propone mejorar sus medios de vida. En primer lugar, haciendo horas extraordinarias en el propio domicilio, utilizando la aguja de coger puntos de medias: “¡¡Señorita!!... ¿Quiere ganar 50 pesetas diarias? Con la aguja mecanizada PERFECTA modelo profesional 1953...” (el primero lo encontramos el 6-12-1953). A partir de octubre de 1955 el Instituto ATENEA ofrece cursos de belleza, maquillaje y estética. En los años 60 la academia ESPOZ, cursos de corte y confección y bordado a máquina; y TAYLOR, cursos de corte y confección. Pero la serie de anuncios dirigidos a la mujer más sugerente es sin duda la de la máquina de coser

SIGMA, que desde el 19 de abril de 1958 publica un repertorio de consejos para las amas de casa que culminan proclamando: “Pudiendo tener una SIGMA ¿Por qué conformarse con menos?”. Un ejemplo:

“LOS PROBLEMAS DEL HOGAR. EL FUTURO DE LA HIJA. ¿Qué será? ¿Mecanógrafa, modelo, actriz, ama de casa? Sea lo que sea, será una mujer. Y una mujer debe saber coser y bordar. Por eso, regáله una máquina SIGMA cuando sea jovencita (SIGMA le enseña gratis a usarla). Si tiene buenas manos... Siempre tendrá un futuro asegurado como modista o bordadora! PUDIENDO TENER UNA SIGMA, ¿POR QUÉ CONFORMARSE CON MENOS?”.

Esta serie de anuncios nos indican el camino recorrido por tantas mujeres desde la emigración pasando por el servicio doméstico hasta llegar a los talleres de costura o los trabajos a domicilio, así como el tránsito de la autarquía y el *hágaselo usted misma* a la sociedad de consumo.

Pero este camino no hubiera podido recorrerse sin esa transformación económica que ha democratizado el uso del dinero, mediante los pagos a plazos y los créditos, fenómeno que también encontramos documentado en las páginas de *El Caso* en los años 50. A partir de 1960 aparecen también anuncios sobre créditos para viviendas.

Por el contrario, los anuncios de productos de consumo aparecen en menor cantidad, aunque también resultan significativos: junto a los del reloj BUREN, que financió el primer año de aparición de *El Caso*, a partir de 1956 se publican ocasionalmente otros: Cerrojos FAC, Gemelos, Corte de traje... Tampoco el consumo de alimentos y bebidas destaca en la publicidad de este semanario: hasta 1960 no vemos el primer anuncio de una bebida alcohólica: Centenario Terry.

La publicidad de otros medios de comunicación indica la consolidación de *El Caso* que se convierte en un negocio tan rentable que permite a su fundador -tal como ya he explicado- sacar nuevas publicaciones: en 1956 se anuncia la aparición de *Sábado Gráfico. Magazine del Hogar*; en 1960 se anuncia *Velocidad*; en 1969, *Cine En 7 Días y Tendido 13. Revista Gráfica Taurina Semanal con Portada a Color*; luego, *Discóbolo, El burladero...* Además de la *Colección de casos célebres y Tras el suceso*, de Enrique Rubio.

### **3.3. *El Caso*, una crónica de los procesos de movilidad social**

Tal como hemos visto, la evolución que se advierte en las informaciones, los personajes que los protagonizan así como los actos que realizan, remiten a cambios producidos en las condiciones sociales de los grupos de población más pobres, y a las fronteras que delimitan las posibilidades de integración o de marginación social. Y estos cambios en los contenidos informativos aparecen relacionados con los que se dan en la publicidad que nos habla de las aspiraciones y expectativas de vida, así como de diversas recetas para modificar esas condiciones de vida. De ahí el interés de *El Caso* como fuente documental para el conocimiento de este largo y oscuro periodo histórico de la Dictadura de Franco.

En líneas generales podemos decir que los personajes que aparecen predominantemente en las páginas de *El Caso* son tanto mujeres como hombres que habitan en zonas rurales y que emigran o no a las grandes ciudades, o gentes que habitan en las periferias de estas ciudades, aunque ocasionalmente aparecen personajes que disfrutaban de mejores condiciones de vida. Estos personajes protagonizan la mayoría de los sucesos de los que se informa, sea como autores o como víctimas de un sistema normativo que constantemente se transgrede. Y tales actuaciones ocurren también en su mayoría en espacios en los que la distinción entre lo privado y lo público no es tajante.

Es decir: frente al predominio de varones que aparecen en esa prensa llamada *de información general*, o de personajes femeninos que pueblan las páginas de la prensa dirigida a las mujeres, aquí se da una representación más variada en razón del sexo. Y si tenemos en cuenta las clases o niveles socioeconómicos, mientras que en las publicaciones *de información general, femeninas y del corazón* aparecen prioritariamente gentes acomodadas, en esta publicación encontramos mujeres y hombres pertenecientes a los niveles socioeconómicos inferiores y a los grupos sociales discriminados en razón de su origen racial. En fin, si en todas las publicaciones los personajes masculinos adultos son mayoritarios, acaso sea en ésta donde las criaturas, la juventud y las y los ancianos merecen mayor atención, sea como víctimas (con frecuencia encontramos sucesos sobre infanticidios y abandono de hijos, raptos y malos tratos a criaturas), sea también como agentes (recordemos el tratamiento peyorativo de la juventud desde finales de los 60).

En definitiva, en estas páginas encontramos personajes habitualmente excluidos de otras publicaciones, entre los cuales las criadas y en general

las y los trabajadores domésticos, merecen una atención muy especial tanto por la frecuencia como por el tratamiento. Esto se debe a que la emigración de las mujeres del campo a la ciudad ni se produce ni se contempla con los mismos criterios que la de los hombres desde la óptica de quienes en definitiva defienden el orden social vigente: la incorporación a la vida urbana e industrial requiere adaptarse a sus reglas de juego y en ese camino se puede incurrir en la prostitución, esto es, en el modelo de mujer más repudiado y marginado que se identifica con el modelo de *mujer mala* tan habitual en estas páginas.

Podemos concluir, pues, que mientras las informaciones dramatizan las condiciones de vida de los grupos de población más marginados o pobres, a partir de arquetipos negativos masculinos y femeninos que permiten ensalzar a los que se identifican con el arquetipo viril, la publicidad remite a las expectativas y los sueños y proporciona recetas para abandonar estas situaciones o mejorar estas circunstancias adoptando modelos que representan el paraíso de la sociedad de consumo que se está desarrollando.

Desde esta óptica vislumbramos una temática que requeriría un análisis más detenido: el papel desempeñado por ese repertorio de modelos positivos y negativos en la construcción de un *yo ideal* que orienta los esfuerzos hacia la integración social e incita a evitar cuanto, según las normas imperantes, conduce a la marginación. Este *yo ideal* no se plasma sólo en los protagonistas de los sucesos o en los modelos de la publicidad, sino también, de forma insistente, en los diversos consultorios que proporcionan pautas para la autovaloración, basándose en la grafología, el horóscopo y otros recursos.

El análisis de las publicaciones más genuinas de la prensa de masas proporciona, pues, nuevas perspectivas para el conocimiento de las transformaciones históricas contemporáneas, de las condiciones de vida, de las expectativas y las aspiraciones.

Pero para ello hay que ampliar *la mirada académica* hasta abarcar a otros personajes distintos de los que se concentran habitualmente en los escenarios públicos y en las páginas de los libros de ciencias sociales, y tener en cuenta que los procedimientos de elaboración textual que rigen la racionalidad ilustrada se entretajan con otros que apelan a la sentimentalidad, en un juego de pensamiento más global.

## BIBLIOGRAFÍA

MORENO SARDÀ, A. (1986): *El arquetipo Viril protagonista de la historia. Ejercicios de lectura crítica no-androcéntrica*. Barcelona: LaSal

MORENO SARDÀ, A. (1988): *La otra Política de Aristóteles. Cultura de masas y divulgación del Arquetipo Viril*. Barcelona: Bosch.

MORENO SARDÀ, A. (1998): *La mirada informativa*. Barcelona: Bosch.

MORENO SARDÀ, A., ROVETTO GONEM, F., y BUITRAGO LONDOÑO, A. (2008): *¿De quién hablan las noticias? Guía para humanizar la información*. Barcelona: Icaria.

### PARA CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

MORENO SARDÀ, Amparo (2008): “Modelos de integración y de marginación social en la prensa de masas: *El Caso* (1952-1976)”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 3, segundo semestre de 2008, pp. 175-198. ISSN electrónico: 1989-0494. Universidad Complutense de Madrid.

Disponible en: <http://www.ucm.es/info/mediars>

**(\*) La autora**

Amparo Moreno Sardà es Catedrática de Historia de la Comunicación del Departamento de Periodismo de la Universidad Autónoma de Barcelona. Miembro fundadora del Feminario Mujeres y Cultura de Masas, y directora del Laboratorio de Comunicación Pública de la UAB.

La crítica al pensamiento académico androcéntrico (1988, *La otra política de Aristóteles*, Icaria, su Tesis Doctoral; 1986, *El Arquetipo viril protagonista de la historia*, LaSal; 2007, *De qué hablamos cuando hablamos del hombre*, Icaria), y al análisis de la prensa (1998, *La mirada informativa*, Bosch), le permitió formular los paradigmas de la Historia de la Comunicación no-androcéntrica (1992, *Pensar la historia a ras de piel*), y elaborar propuestas metodológicas para hacer visibles las aportaciones de mujeres y hombres al pasado y presente. Esta orientación facilita utilizar las tecnologías digitales que coinciden con las posibilidades que ofrece Internet para la participación ciudadana en la construcción de información y conocimiento (desde 1999, web *Paseos por las redes de comunicación desde...*, <http://masters-oaid.uab.es/passeig>, en proceso de transformarse en una wiki de humanidades y ciencias sociales).