

Josué Gutiérrez Barroso  
y Alberto Javier Báez García (eds.)

## La Sociología en Canarias (1999-2019)



## ÍNDICE

### PRESENTACIÓN 9

#### INTRODUCCIÓN. LA SOCIOLOGÍA DESDE EL ÁMBITO PROFESIONAL: (BREVE) HISTORIA DEL COLEGIO OFICIAL DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIOLOGÍA DE CANARIAS 13

Josué Gutiérrez Barroso y Lorenzo Navarrete Moreno

#### CAPÍTULO 1. 'QUE VEINTE AÑOS NO ES NADA, QUE FEBRIL LA MIRADA...'. A PROPÓSITO DE LOS PRIMEROS VEINTE AÑOS DE LA TITULACIÓN DE SOCIOLOGÍA EN CANARIAS 19

Teresa González de la Fe

#### CAPÍTULO 2. VEINTE AÑOS DE DESARROLLO RURAL (ENDÓGENO) EN CANARIAS: MARCO, EVOLUCIÓN Y RETOS PENDIENTES 31

Alistair Adam Hernández y José Zoilo Hernández González

#### CAPÍTULO 3. CANARIAS: ECONOMÍA EN LAS PRIMERAS DÉCADAS DEL SIGLO XXI 51

Francisco Flores Muñoz

#### CAPÍTULO 4. MERCADO DE TRABAJO Y CLASES SOCIALES EN CANARIAS (2000-2019) 61

José Saturnino Martínez García, Cristian Santana Ferrer  
y Carolina R. Salvo

© DE LOS TEXTOS, SUS AUTORES, 2020

© LOS LIBROS DE LA CATARATA, 2020  
FUENCARRAL, 70  
28004 MADRID  
TEL. 91 532 20 77  
WWW.CATARATA.ORG

LA SOCIOLOGÍA EN CANARIAS (1999-2019)

ISBN: 978-84-1352-008-7  
DEPÓSITO LEGAL: M-15.250-2020  
THEMA: JH/1DSE-ES-E

ESTE LIBRO HA SIDO EDITADO PARA SER DISTRIBUIDO. LA INTENCIÓN DE LOS EDITORES ES QUE SEA UTILIZADO LO MÁS AMPLIAMENTE POSIBLE, QUE SEAN ADQUIRIDOS ORIGINALES PARA PERMITIR LA EDICIÓN DE OTROS NUEVOS Y QUE, DE REPRODUCIR PARTES, SE HAGA CONSTAR EL TÍTULO Y LA AUTORÍA.

CAPÍTULO 5. EMPLEO Y DESEMPLEO EN CANARIAS.  
LAS TRANSFORMACIONES EN LA RELACIÓN SALARIAL  
FLEXIBLE EN LOS AÑOS 2000-2019 83

David Stendardi

CAPÍTULO 6. LAS MIGRACIONES INTERNACIONALES  
EN LAS ISLAS CANARIAS. ESTADO DE LA CUESTIÓN  
Y APORTES DESDE LA SOCIOLOGÍA 97

Carmen Ascanio Sánchez

CAPÍTULO 7. POBLACIÓN, DESARROLLO URBANO Y TERRITORIAL.  
HACIA UNA SOCIOLOGÍA URBANA EN CANARIAS 113

Dara Medina Chirino

CAPÍTULO 8. SOCIOLOGÍA APLICADA Y POLÍTICAS PÚBLICAS:  
DIAGNÓSTICO CUALITATIVO DE LA (DES)IGUALDAD POR RAZÓN  
DE SEXO, ORIENTACIÓN SEXUAL E IDENTIDAD DE GÉNERO EN GRAN  
CANARIA Y MARCO ESTRATÉGICO POR LA IGUALDAD EN GRAN  
CANARIA 133

María Eugenia Cardenal de la Nuez, Guacimara Gil Sánchez,  
Marta Jiménez Jaén, Nasara Cabrera Abu y Gara Sentis

CAPÍTULO 9. LOS ESTUDIOS DE GÉNERO EN LA SOCIOLOGÍA  
Y SU INFLUENCIA EN LAS POLÍTICAS DE IGUALDAD  
EN CANARIAS 149

Esther Torrado Martín-Palomino

CAPÍTULO 10. LA SOCIOLOGÍA DE LAS JUVENTUDES EN CANARIAS.  
UN ESTADO DE LA CUESTIÓN (1998-2019) 163

Gomer Betancor Nuez y Josué Gutiérrez Barroso

CAPÍTULO 11. SOCIEDAD INFORMACIONAL, GRAN RECESIÓN  
Y *GLOCALISMOS*: DOS DÉCADAS DE COMUNICACIÓN  
EN CANARIAS (1999-2019) 181

Federico E. González-Ramírez

CAPÍTULO 12. LOS ESTUDIOS SOBRE MOVIMIENTOS SOCIALES  
EN CANARIAS: TERRITORIALIDAD, ENFOQUES FRONTERIZOS  
Y METODOLOGÍA PLURALISTA 199

Juan Manuel Brito Díaz

CAPÍTULO 13. CANARIAS DESDE CADA ISLA. APROXIMACIÓN  
A LAS ELECCIONES AUTONÓMICAS AL PARLAMENTO  
DE CANARIAS (1983-2019) 219

Alberto Javier Báez García

CAPÍTULO 14. LA SOCIOLOGÍA EN EL CURRÍCULO DE BACHILLERATO  
DE CANARIAS 231

José Arturo Cairós Hernández

SOBRE LAS AUTORAS Y AUTORES 247

**SOCIEDAD INFORMACIONAL, GRAN RECESIÓN  
Y GLOCALISMOS: DOS DÉCADAS DE COMUNICACIÓN  
EN CANARIAS (1999-2019)**

FEDERICO E. GONZÁLEZ-RAMÍREZ

El periodo propuesto para el análisis de los medios de comunicación de Canarias, las dos últimas décadas (1999-2019), es ejemplar respecto del significado sociohistórico del tiempo. Se sitúa en el umbral de un nuevo milenio, entre el fin del Corto Siglo XX (Hobsbawm, 1994) —acotado entre la Primera Guerra Mundial (1914) y la implosión de la Unión Soviética (1991)— y el desarrollo global de una nueva era, la de la sociedad informacional (Castells, 1996: 43-44). Son solo dos décadas, pero no solo dos décadas.

La particularidad del análisis no reside solo en lo temporal, sino igualmente en lo espacial. Canarias y sus *media* se han adaptado a la *meteorología* planetaria de la globalización con sus alisios particulares: desde instrumentos fiscales específicos, como la Reserva de Inversiones, a vectores políticos e institucionales igualmente autóctonos como el pleito insular, en su versión *millennial* de tensión entre autonomismo e insularismo, expresiones máximas de la *glocalización*, entendida como adaptación activa de las comunidades locales a los efectos de procesos globales (Robertson, 1992).

## SOCIEDAD INFORMACIONAL Y GRAN RECESIÓN: LOS VASOS COMUNICANTES DE LO TANGIBLE Y LO INTANGIBLE

La despedida de un siglo de solo 77 años supuso también el inicio de la inmersión global en una sociedad informacional mediante la democratización de unas nuevas tecnologías que habían iniciado su desarrollo en la década de los sesenta de ese Siglo Corto, en el ámbito de la inteligencia militar estadounidense (Castells, 1996: 32). En la imbricación entre economía, sociedad y cultura de esa nueva sociedad informacional, al igual que los 77 años de Hobsbawm suponen un siglo, los 20 que conducen de 1999 a 2019 son más de dos décadas, inmersos en una decisiva aceleración sociohistórica.

La ubicación en ese umbral de una sociedad informacional globalizada supone situarnos también en el origen de un nuevo proceso de cambio social, de una "revolución de la tecnología de la información [...] debido a su capacidad de penetración en todo el ámbito de la actividad humana" (Castells, 1996: 31), pero también una transformación en el ámbito de la *massmediología*: si desde la Galaxia Gutenberg y la imprenta, la aparición de la televisión nos condujo a "el medio es el mensaje" de la Galaxia McLuhan, las nuevas TIC nos condujeron a "el mensaje es el medio" (Castells, 1996: 372) o, lo que es lo mismo, al surgimiento de unos medios de comunicación *tuneados* en virtud de la prevalencia de la audiencia, adaptados al discurso de la segmentación.

El análisis precisa de más tuercas y tornillos, al modo de Elster (2010). Ya en el contexto de la sociedad informacional globalizada y extensa, el sistema capitalista vivió su segunda gran crisis, establecida como la Gran Recesión, aunque de forma más precisa "podríamos llamarlo la gran burbuja inmobiliaria del Atlántico Norte" (Krugman y Wells, 2010: 4). Esa Gran Recesión definirá la segunda parte de nuestro marco temporal de análisis (2009-2019), y nos ubica en la economía como tuerca principal para la interpretación: tanto la economía global y su transformación desde lo tangible (propiedades inmobiliarias) hacia lo

intangible (la información y sus flujos) como la economía regional y sus mencionados instrumentos fiscales —Reserva de Inversiones de Canarias— para interpretar qué ha ocurrido en el ámbito de los medios de comunicación canarios.

¡ES LA INFRAESTRUCTURA, ESTÚPIDO! (PERO NO SOLO)

¿Por qué la economía para analizar los medios de comunicación de las dos últimas décadas en Canarias? "¡Sigue el dinero!" es una de las máximas del periodismo, en su presunta búsqueda de la raíz de los hechos, desde que Garganta Profunda espetara la frase a un joven Bob Woodward, desorientado en pleno caso Watergate. Años más tarde, en otra batalla presidencial estadounidense, sería Bill Clinton quien convertiría "¡Es la economía, estúpido!", arrojada a la cara de un entonces imbatible George Bush (Kelly, 1992: 1), en lugar común de politólogos y analistas para subrayar el *hilo de Ariadna* que debía hacer entender la entraña precisa de la gestión política o del comportamiento del electorado.

Probablemente, si Engels y Marx hubieran espetado un simple "Sigue la infraestructura" o "¡Es la infraestructura, estúpido!", hubieran sido más populares en sus propuestas de análisis: "La estructura económica de la sociedad es la base real sobre la que se alza una superestructura jurídica y política, y a la que corresponden determinadas formas sociales de conciencia" (Harnecker, 1985: 128). De las cuales, el periodismo ha sido una expresión principal: la conformación de unas formas de conciencia social, de la superestructura, de la arquitectura simbólica por la cual tal juez, tal escritor, tal político son mejores o peores y responden a lo que la sociedad precisa, en virtud de quién sea el poseedor de la infraestructura: de las rotativas, de las pantallas, de las antenas.

La economía es, en nuestra propuesta, una herramienta principal de análisis: *sobre todo la economía, pero no solo la economía, estúpidos*. Lo institucional y lo ideológico (Poulantzas, 1975) serán tornillos adicionales de una reflexión estructural en la que deben integrarse las múltiples relaciones sociales y su interacción, las motivaciones y los carismas personales (Tilly, 1984).

Todos ellos elementos imprescindibles para la interpretación de los medios de comunicación en el archipiélago *glocal* de Canarias, donde fenómenos particulares modulan los fenómenos globales en una combinación autóctona: los *glocalismos* canarios de la tensión entre insularismo y autonomismo, de los instrumentos fiscales específicos, conformadores de esas formas de conciencia social con que se han procurado asir las riendas simbólicas de la sociedad canaria.

### CANARIAS FIN DE SIGLO: EL ESCENARIO DE LA POSTRANSICIÓN

La transición a la democracia fue, durante el siglo XX, el segundo periodo más importante en el establecimiento de un nuevo escenario para los medios de comunicación, de forma vinculada a la situación política e institucional. En 1999 era el ya dibujado por la transición, a su vez heredero del escenario posbélico y de los casi cuarenta años de *francoscuridad*, en cuanto a cabeceras periodísticas que permanecen, en esencia, hasta hoy.

#### PRENSA: CABECERAS HISTÓRICAS, TRAS LA *FRANCOSCURIDAD*

Así, la prensa de la Canarias occidental contaba con la cabecera de *El Día*, surgida de la fusión del republicanismo de *La Prensa* de Leoncio Rodríguez y el falangista *Amanecer* (Yanes Mesa, 1997), para convertirse en 1939 en órgano del Movimiento Nacional Sindicalista. *El Día* había sido devuelto a su familia editora en 1955, y treinta años después el sobrino de su fundador, José Rodríguez, comenzó a ejercer la dirección-edición del periódico (*El Día*, 2014). En 1999, era la cabecera más leída en Tenerife y, bajo la tutela de su director-editor, logró ser el escaparate editorial del nuevo estatus sociopolítico de la isla y de Canarias tras la transición democrática, con un partido categorizado como insularista, Agrupación Tinerfeña de Independientes (ATI), que se había hecho con el control de las principales instituciones (Santa Cruz

de Tenerife, La Laguna, Cabildo de Tenerife, Presidencia del Gobierno) y organizaciones partidarias de las que formó parte (Agrupaciones Independientes de Canarias, Coalición Canaria).

*Diario de Avisos*, que comenzó a publicarse en 1890 en Santa Cruz de La Palma, alcanzó la transición democrática ya con el estatus de decano de la prensa isleña y con decisiones que le permitirían jugar un rol quizás secundario, pero estable, en el contexto mediático insular: en 1973 una sociedad compuesta por empresarios del sector agrícola se hacía con la propiedad, mediante la constitución de Canaria de Avisos (Canavisa), y en 1976 se imprime el último ejemplar en La Palma, su isla de origen, para trasladarse a Tenerife (Álvarez Díaz, 2017).

En la Canarias oriental, tras el tardofranquismo y en los primeros años de la Transición, los medios se adaptaban a la nueva realidad política e institucional. Los cambios en el Consejo de Administración de Prensa Canaria, el mismo día en que el electorado español avalaba en referéndum la Constitución de 1978, supondrían una frontera simbólica en ese cambio institucional y de sistema político, y de la adecuación de los medios insulares a la nueva situación: Matías Vega Guerra, auténtico animal político del franquismo, que había ejercido los cargos de presidente del Cabildo de Gran Canaria (1945-1960), gobernador civil de Barcelona (1960-1962) y embajador de España en Venezuela (1962-1970) (Alcaraz Abellán, 1994), renunciaba a la Presidencia del Consejo de Administración de Prensa Canaria, que pasaba a presidir otro empresario canario, Niceto Flores, y al que se incorporaba el que posteriormente se convertiría en su presidente, Javier Moll de Miguel, en calidad de vicepresidente y de "abogado y economista, experto en temas financieros" (*La Provincia*, 7 de diciembre de 1978: 12).

*La Provincia* había nacido en 1911 con el objetivo de lograr la división provincial, y sufrió varios periodos de silencio durante el régimen franquista: de 1936 a 1940, y desde 1955 hasta 1968, en que Vega Guerra y su grupo empresarial lograron que viera nuevamente la luz (Cruz Domínguez, 2011). Desde entonces, fue el rotativo matutino del grupo Prensa Canaria, y su mascarón de proa. Su

otra cabecera, el vespertino *Diario de Las Palmas*, se aprestaba a conocer su tercera centuria: lo haría solo durante unos días, en enero de 2000, hasta la fusión de ambos.

La situación político-institucional debe ser, por tanto, objeto de análisis para entender la permanencia de estas cabeceras históricas, bien sea por sus adhesiones temporales o por su resiliencia, tras ser acalladas. Su adaptación societaria y editorial a la transición democrática permitió esa permanencia en este nuevo periodo, en el que solo un nuevo medio impreso, *Canarias7*, comenzaría a ser editado sin interrupción. También de forma simbólica, su primer ejemplar vio la luz el 2 de octubre de 1982, pocos días antes de la primera victoria electoral socialista de Felipe González. Lo político-institucional nuevamente ligado, estrechamente, al nacimiento y desarrollo de un periódico canario.

Informaciones Canarias S. A., empresa editora de *Canarias7*, surgió según sus fundadores con una clara vocación regional (Jiménez González, 1998). Aunque fuera un crisol empresarial, el liderazgo correspondió al empresariado vinculado a la extinta La Caja de Canarias.

Otros intentos de estabilizar proyectos de periódicos impresos resultaron baldíos. El más ambicioso fue el de *La Gaceta de Canarias*. Medios Informativos de Canarias (Micsa), su empresa editora, estaba integrada por pequeños accionistas. Su primer ejemplar llegó a los quioscos el 14 de noviembre de 1989, y aunó a una buena parte de los profesionales jóvenes de esos años. *La Gaceta de Las Palmas* fue editada a partir de 1995 en Las Palmas de Gran Canaria, y no alcanzaría el nuevo milenio. Impulsada por empresarios vinculados a partidos nacionalistas de centroderecha, cuando cerró intentó volver a los quioscos bajo el nombre de *La Prensa de Canarias*.

Un fenómeno mediático particular es el de Lanzarote, donde será una revista semanal, *Lancelot*, y no un periódico diario, el principal medio de comunicación escrito en democracia. Su primera directora sería Herminia Fajardo, y el 1 de agosto de 1981, en el prelude de las fiestas de San Ginés, se editaba su primer número con una página 3 a modo de editorial bajo el título "¿Qué es

la opinión pública?", y el epígrafe de "clase dirigente, poder dominante", en que se planteaba precisamente la relación entre los *media*, la clase dirigente, y su vocación por "determinar" a la opinión pública, dado que esta "es tan poderosa que la clase dirigente, o el poder dominante, realiza esfuerzos desmesurados para doblar su juicio con miras a determinar una actitud y un comportamiento, ello obviamente con una acción deformadora" (*Lancelot*, 1 de agosto de 1981: 3). O, lo que es lo mismo, la creación de medios de comunicación para "determinar" formas de conciencia social. *Lancelot*, desde su creación, ha jugado un rol principal en la conformación de opinión pública en Lanzarote.

#### EL MÚSCULO RADIOFÓNICO CANARIO Y LA TELEVISIÓN ESTATAL DE PRODUCCIÓN PROPIA 'MADE IN UNA HORA MENOS'

La televisión en las islas siempre había estado caracterizada por la condición de centro productor de Radio Televisión Española en Canarias. Inaugurado como tal en 1964, hasta 1971 tuvo que cubrir la programación íntegra, cuando se estableció la primera conexión vía satélite con la península. Y será en 1982, con el Mundial de Fútbol, cuando los canarios accedan a ver en sus casas la programación de la segunda cadena de televisión estatal (Radio Televisión Española, RTVE, 2019).

Esa condición de centro productor y *la hora menos en Canarias* permitían impulsar programas propios que compensaran la falta de sincronía horaria con el resto del Estado. Así, *Telecanarias*, su programa más veterano, se convirtió durante décadas en el verdadero cordón umbilical informativo del archipiélago, e igualmente fue patrimonio compartido *Tenderete*, reconocido escaparate de la música tradicional canaria. Otros, como *Mermelada de futuro*, fueron apuestas novedosas, incluso emitidas para el conjunto del Estado.

La aparición de las cadenas privadas de televisión solo supondría la aportación reseñable de los informativos provinciales de Antena 3, que alcanzarían una amplia audiencia. La empresa editora de *Canarias7*, Inforcasa, participó del accionariado de la televisión estatal Antena 3 esos primeros años.

Antes de que los medios audiovisuales, por desarrollo tecnológico previo e implantación igualmente precedente, así como por la orografía y la condición insular, el verdadero músculo de los *media* del archipiélago ha sido la radio. La creación del Centro Emisor del Atlántico de Radio Nacional de España, también en 1964, supuso una plataforma común para los radioyentes de las islas. La historia de la radio canaria había empezado antes: la mayoría de cadenas o emisoras que se mantendrían en democracia iniciaron sus emisiones en la década de los veinte del siglo XX, de la mano de radiotécnicos alemanes cuya actividad concluiría con la legalización en 1934 de Radio Club Tenerife EAJ-40 y de Radio Las Palmas EAJ-50.

Además de estas dos emisoras seminales de la radiodifusión canaria, en pleno franquismo Radio Popular de Güimar sería el embrión de la Cadena de Ondas Populares Españolas (COPE), y surgiría la aportación canaria a la radiodifusión educativa, Radio Ecca. Además de las emisoras surgidas de la Cadena de Emisoras Sindicales (CES), como Radio Atlántico, en Las Palmas, o Radio Juventud de Canarias, de la Cadena Azul de Radiodifusión (CER), en Santa Cruz (Yanes Mesa, 2013).

Definir el mapa de la radiodifusión canaria hasta 1999, y su transformación en democracia, es una tarea pendiente, dada su amplitud: radiofórmulas, cadenas autonómicas, emisoras como fenómenos insulares, radio educativa, radios comunitarias y vecinales, diocesanas..., un crisol que evidencia la fortaleza del medio en las islas.

#### 1999-2008. RESERVA DE INVERSIONES: AUGE DE MEDIOS Y CIUDADANOS MAXWELL EN CANARIAS

El umbral del nuevo milenio, ese 1999, sería fértil en la aparición de medios de comunicación. Además de la permanencia de cabeceras y antenas históricas, procedentes en su mayoría de la época prefranquista y de la pervivencia, o supervivencia, alcanzada

durante los 39 años de dictadura, la situación de los *media* de Canarias no distaba mucho de la de los del resto del Estado: el archipiélago contaba entonces con 1.490.964 habitantes mayores de 14 años y con los hogares de mayor dimensión del Estado, con 3,12 habitantes por vivienda. Un 35,3% de la población se adscribía a la clase media-media y un 32,5% a la clase media-baja. Esa población era la que leía prácticamente los mismos periódicos que el resto del Estado (34,9% frente a 35,2%), consumía menos suplementos (16,2% frente a 31,3%), muchas más revistas (59,4% frente a 53,3%), un poco más de radio (53,7% frente a 53%), aunque los canarios escuchaban la radio 99 minutos por los 95 en el resto del Estado) y mucha menos televisión (84% frente a 89,4%, 211 minutos ante la televisión por 224 minutos en el resto del Estado), acudía un poco menos al cine (10% frente a 10,2%) y estaba por debajo en el porcentaje de penetración de internet (6,2 frente a 7%) (AIMC, 2000).

El perfil del canario mediático era, por tanto, el de un *escuchador* de radio, probablemente por tradición y orografía; lector de periódicos, pero no comprador de suplementos, y sí de revistas; atento al cine, pero menos proclive a pasar tiempo ante la pantalla de la televisión, por clima y estilo de vida; y todavía atrasado en el acceso al ámbito digital, en relación al ciudadano español medio. Es a ese perfil al que no dejan de llegarle nuevas propuestas autóctonas de pantallas, de radios, alguna cabecera y agencias de noticias. A los ciudadanos que menos consumían televisión en el Estado español les ofrecen nuevas pantallas y radios: locales, insulares, y vinculadas a los municipios. La prensa escrita también vive inmersa en este particular *baby boom* mediático. En los años precedentes, algunos empresarios grancanarios que conformarían el Círculo de Empresarios crearían la *Agencia Canaria de Noticias* (1997), vinculada en un principio como delegación en Canarias de *Europa Press*; *La Tribuna de Canarias* apareció el 17 de enero de 1999, y su accionista mayoritario era la Caja Rural de Canarias; *La Opinión de Tenerife*, cabecera tinerfeña de Prensa Canaria, nació el 11 de septiembre de 1999.

Canarias se convierte en un paraíso de *ciudadanos Maxwell*<sup>1</sup> con un proyecto periodístico bajo el brazo: grupos empresariales consolidados o emergentes del turismo, la construcción o el comercio. La inversión en infraestructura cuenta con el respaldo de un *glocalismo* fiscal: el artículo 27 de la Ley de Régimen Económico y Fiscal de Canarias 19/1994 incorpora la Reserva de Inversiones de Canarias (RIC), heredera del extinto Fondo de Previsión para Inversiones y de un tratamiento fiscal histórico, desde las primeras exenciones impositivas de los Reyes Católicos en 1507, para una fiscalidad diferenciada para un territorio diferente (Miranda Calderín, 2003).

Entre 1994 y 2002, en su periodo inicial, el proceso de materialización de las dotaciones de esa exención fiscal fue concentrándose en la construcción (el 33% en 2001) y la hostelería (el 13% en el periodo). Pero será en el sector *otros servicios*, que supondrá un total del 10% de la dotación total del periodo, donde se produzca entre 1994 y 2002 un incremento del 86%. Y, dentro de este, las actividades recreativas y de ocio experimentarán el mayor incremento porcentual, hasta el 46% de las dotaciones totales del sector (Dorta Velázquez y Correa Rodríguez, 2012: 187).

La materialización de la RIC en actividades de ocio se corresponde en alguna medida con esa súbita aparición de nuevos medios de comunicación. Las agendas corporativas de la comunidad autónoma, aunque incompletas, orientan sobre el surgimiento de estos medios. En 2009 existían un total de 272 medios de comunicación registrados (aunque muchos de ellos como delegaciones de prensa regional, o estatal, en las islas no capitalinas) y sobre todo el número de televisiones (51, 16 de ellas en Tenerife y 12 en Gran Canaria) y radios (120, 50 en Tenerife y 29 en Gran Canaria, pero numerosas también en Lanzarote, 14) (Metrópolis Comunicación, 2009).

Pero no sería así en relación al número de medios digitales. En plena inmersión en la sociedad informacional global, el empresariado canario que se acogía a la exención fiscal de la RIC invertía en infraestructura inmobiliaria y simbólica, la de los medios de comunicación, en forma de radios y televisiones, pero no en medios de comunicación digitales, justo en el umbral de la Gran Recesión. Buena parte de esa inversión en infraestructura mediática desaparecería en la década posterior.

## 2009-2019. MEDIOS NATIVOS DIGITALES FRENTE A LA GRAN PRECARIZACIÓN

La falta de adecuación de esos nuevos medios a la sociedad informacional y global, con la materialización del *glocalismo* de la RIC en una infraestructura mediática obsoleta en origen, se encuentra vinculada a uno de los fenómenos que explican la precariedad socioeconómica y laboral de las islas, cual es "cierto anacronismo empresarial", debido "en muchos casos a la *infraeducación* de los empleadores", que se sustancia en que "una proporción muy alta de los empresarios tiene niveles educativos bajos, o al menos insuficientes para los requerimientos de la sociedad de la información, la economía del conocimiento y los procesos de innovación tecnológica que caracterizan la reorganización del capitalismo de las últimas décadas" (Hernández Guerra, 2017: 128).

Esa errónea materialización de los instrumentos fiscales en objetivos mediáticos de corto recorrido, en combinación con la Gran Recesión iniciada en 2007-2008, propició que desde esos años y hasta 2015 "la destrucción de empleo en actividades de información y comunicaciones en Canarias fue de -18% en el sector privado, medida en tiempo efectivo de trabajo. Por el contrario, en el conjunto de España, esta rama aumentó en un 39% el tiempo de trabajo de los asalariados del sector privado" (Hernández Guerra, 2017: 128).

En este contexto, la información y la comunicación se situaron como uno de los subsectores donde más se destruyó empleo y

1. Robert Maxwell fue un magnate de la prensa mundial que murió ahogado entre Gran Canaria y Tenerife el 5 de noviembre de 1991.

donde menos se ha recuperado: entre 2016 y 2017, años de cierta mejoría económica, descendió el paro de periodistas en el archipiélago en solo un 5,3%, mientras la media estatal de descenso del desempleo de periodistas era del 9,5% (Asociación de la Prensa de Madrid, 2017: 24). La Gran Recesión se convirtió, para los periodistas españoles y especialmente los canarios, en la gran precarización.

El *glocalismo* fiscal de la RIC se manifestó en solo una década como un instrumento fallido para la comunicación en Canarias. En 2019, los medios de comunicación registrados en la agenda oficial de la comunidad autónoma son un centenar menos que una década antes (172 frente a 272), con cifras muy inferiores en número de radios (53) y televisiones (24) (Gobierno de Canarias, 2019).

Por islas, las cifras de Tenerife son especialmente ilustrativas: en solo 10 años cuenta con menos de la mitad de televisiones que en 2009 y pasa de 50 radios en la agenda de la comunicación oficial a solo 14: son cifras orientativas de la vinculación entre situación económica y creación de medios, pero también del modelo fallido adoptado, con nuevos *media* a imagen y semejanza de los preexistentes, justo en una encrucijada tecnológica y socio-histórica crucial.

De eso da cuenta el hecho de que el número de medios de comunicación nativos digitales se había duplicado (49) en un proceso de creación de micromedios que no precisa de tan altos costes de producción, y que permite además salvar la barrera de la insularidad: Gran Canaria (10) y Tenerife (9) se ven superadas por Lanzarote (11) en número de medios digitales, pero islas como La Gomera, con menor población, cuentan con hasta 7 medios de comunicación digitales.

La infraeducación del empresariado canario, la bolsa de inversión que suponía la RIC y las ansias por participar de esa determinación de la opinión pública no bastaban para explicar la desorientación de sus inversiones mediáticas. El contexto legislativo estatal era de igual desorientación. En 1997, el Gobierno estatal de José María Aznar había aprovechado la Ley 66/1997 de

Medidas Fiscales, Administrativas y del Orden Social para incluir algo que no tenía nada que ver: el régimen jurídico de la radiodifusión sonora digital terrenal y de la televisión digital terrenal. Un año después, en 1998, presentó el Plan Técnico, con 5 multiplex (20 programas) de ámbito estatal y un múltiplex por cada comunidad autónoma. La Ley 10/2005, de 14 de junio, ya con Gobierno socialista, suprimió el límite máximo de tres concesiones privadas y en un real decreto ese mismo año se aprobó un nuevo canal analógico (La Sexta) y se autorizó a que Canal+ emitiera en abierto (Cuatro) (Zallo, 2015). Las estrategias de Sogecable-Prisa y Vocento de crear cadenas de televisión locales o autonómicas (como Localia) fracasaban. La estrategia del empresariado canario de tener televisiones y radios con las que negociar o convertirse en antena local de alguna franquicia mediática estatal, también.

## AUTONOMISMO FRENTE A INSULARISMO: LA BÚSQUEDA DE LA COHESIÓN

El último *glocalismo* de la comunicación canaria en su adaptación a la nueva sociedad global es una nueva versión de un fenómeno autóctono: el pleito insular, uno de los elementos intrínsecos a la sociopolítica canaria, que "difícilmente encaja en la casuística generada por las rivalidades vecinales de otras colectividades humanas, tanto por su capacidad para implicar a todas las capas sociales del archipiélago, fundamentalmente, en sus islas centrales; como por su determinación en el devenir histórico isleño como realidad social diferenciada" (Yanes Mesa, 1994: 85).

La nueva versión del pleito insular se libraba en la tensión entre autonomismo e insularismo. Ya el mencionado *Telecanarias* y el Centro Emisor del Atlántico, Radio Nacional de España, habían desempeñado desde 1964 el rol de vehículo común de información y comunicación para todas las islas, en un mapa mediático de ADN insularista, dado que los medios de comunicación, especialmente los periódicos, habían sido en muchos casos los principales vehículos de esa disputa sociopolítica, y "aparecen

simultáneamente como resultado y resultantes de ese 'pleito insular', aunque, ciertamente, en gradación diversa" (Yanes Mesa, 1994: 85).

Tras la división provincial de 1927, *La Tarde*, germen de *El Día*, "presumía de ser el portavoz del tinerfeñismo más intolerante" (Yanes Mesa, 1994: 85), y el objetivo declarado del nacimiento de *La Provincia* había sido la división provincial (Cruz Domínguez, 2011). En democracia, el insularismo mediático alcanzaría nuevamente cotas de agresividad preocupantes, por la creación de la ULPGC (Montesdeoca Álamo y Pomares Rodríguez, 2016).

El hecho más significativo en la búsqueda de una cohesión autonómica informativa que trascienda las fronteras estrictas de cada una de las islas se produjo hace dos décadas con el inicio de las emisiones de Radio Televisión Canaria. El 21 de agosto de 1999 comenzaba oficialmente sus emisiones, con un derbi entre UD Las Palmas y CD Tenerife. Su ente público, Radio Televisión Canaria (RTVC) firmaba la adhesión a la Federación de Organismos de Radio Televisión Autonómicos (FORTA) el 26 de julio de 2001. Lo hacía con un modelo distinto al del resto de televisiones autonómicas, de externalización de la producción. Pero, aparte del novedoso modelo de externalización, la creación de la Radio Televisión Canaria hundía sus raíces en los primeros años de la conformación de la comunidad autónoma (Ley 8/1984, modificada por la Ley 4/1990) y resaltaba en su artículo 3 los principios de defensa de la identidad, valores e intereses del pueblo canario, así como la promoción de la convivencia y la solidaridad, como justificantes de su creación (Zallo, 2015).

Ofreció unos espacios informativos comunes, y otros ya cultivados para la región por TVE-Canarias, como *La bodega de Julián*, a imagen y semejanza del histórico *Tenderete*. Abriría sede en cada una de las islas, aunque se produjo una situación regresiva al incorporar en 2007 informativos estrictamente insulares, que precedían al autonómico. De sus contenidos y la calidad democrática de estos, el análisis comparativo con otros operadores públicos y privados autonómicos permitía concluir esa función cohesionadora de la información, junto a la vinculación con

las agendas de los partidos políticos gobernantes, además de la tendencia al infoentretenimiento (Gómez *et al.*, 2014). El inicio de las emisiones de Canarias Radio, el 30 de mayo de 2008, completaría esa vocación autonomista, hasta entonces inédita desde las instituciones democráticas, de la comunicación en Canarias, frente a perspectivas insulares o provinciales previas.

La batalla más virulenta en esa aparente búsqueda de cohesión mediática se libró en el ámbito de la concesión de las licencias radiofónicas, a partir de la Ley General de Comunicación Audiovisual de 2010. La concentración de licencias en pocas empresas provocó la denuncia de múltiples irregularidades, y el apartamiento de experiencias radiofónicas locales, inherentes al medio.

A Canarias le correspondían 156 frecuencias comerciales: 123 de ellas fueron concedidas a solo 12 empresas, copando dos de ellas el 20,65% (Canarias Difusión) y el 18,71% (Kiss Radio S. A.) de las licencias, en un proceso al que se le imputaron irregularidades de todo tenor (Mederos Cruz, 2013). Una sucesión de sentencias del Tribunal Superior de Justicia de Canarias ha supuesto su paralización.

## GLOCALISMOS PARA LA TERCERA DÉCADA

Ya casi en la tercera década del nuevo milenio, la imparable sucesión de cambios sociopolíticos y económicos modifican de forma continua el escenario de los *media* y el significado de los procesos en que han estado insertos. La tensión entre insularismo y autonomismo parece haber sido vencida a favor de una dimensión autonómica de la información, con la preservación de algunos fenómenos insulares o locales de información de proximidad. La adquisición del periódico *El Día*, tradicional portavoz del insularismo tinerfeño, por Prensa Ibérica, sociedad germinada en Gran Canaria desde *La Provincia*, supone una alteración única del relato empresarial, y está por ver si del de los contenidos informativos hasta ahora vigentes en Canarias. Una ruptura que ha coincidido

con la salida del Gobierno autonómico, tras más de 25 años, de Coalición Canaria y la Agrupación Tinerfeña de Independientes contenida en su interior.

El escenario actual ofrece imperturbable la permanencia de cabeceras históricas de la prensa escrita, como ocurrió en el tránsito entre franquismo y democracia, y la vigencia de medios nativos digitales, en algunos casos con una poderosa influencia regional, insular y municipal. La comunicación canaria, como advertimos, rompe las costuras de un análisis estrictamente económico o político-institucional. Múltiples carismas individuales, más allá de las empresas, están siendo reconocidos en plena madurez profesional con premios institucionales, o están abriendo una inexplorada función informativa en el África subsahariana. Nuevos sindicatos específicos se han unido a los sindicatos de clase en la advertencia de la precarización laboral de los trabajadores de los medios canarios. La Facultad de Periodismo de la ULL permite la continuidad formativa y su *Revista Latina de Comunicación Social* se ha consolidado como una de las referencias en el Estado español. En 2019 también nació la Asociación Canaria de Mujeres de la Comunicación. La interculturalidad, el contexto fronterizo y el dinamismo social son *glocalismos* que impulsan a la comunicación canaria ya en pleno siglo XXI.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALCARAZ ABELLÁN, J. (1994): *Matías Vega Guerra*, Santa Cruz de Tenerife, Bencho.
- ÁLVAREZ DÍAZ, A. (2017): "El nuevo Diario de Avisos: oportunidades y retos", *Revista Latina de Comunicación Social*, pp. 197-211.
- ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC) (2000): *Marco General de los Medios en España 2000*, AIMC.
- ASOCIACIÓN DE LA PRENSA DE MADRID (APM) (2017): *Informe Anual de la Profesión Periodística 2017*, APM.
- CASTELLS, M. (1996): *La era de la información. Economía, sociedad y Cultura. Volumen I. La sociedad red*, Madrid, Alianza Editorial.
- CRUZ DOMÍNGUEZ, A. (2011). *La Provincia. Periódico centenario 1911-2011*, Las Palmas de Gran Canaria, Anroart Ediciones.
- DORTA VELÁZQUEZ, A. y CORREA RODRÍGUEZ, A. (dir.) (2007): *La RIC y el comportamiento empresarial: un estudio de los efectos de la RIC en la empresa canaria durante los años de 1994 a 2002*, Gobierno de Canarias.
- EL DÍA (2014): "Fallece José Rodríguez, editor de *El Día*", 8 de abril, en [https://www.eldiario.es/canariasahora/tenerifeahora/Jose\\_rodriguez-el\\_dia-fallecimiento-Santa\\_Cruz\\_de\\_Tenerife\\_0\\_247425398.html](https://www.eldiario.es/canariasahora/tenerifeahora/Jose_rodriguez-el_dia-fallecimiento-Santa_Cruz_de_Tenerife_0_247425398.html)
- ELSTER, J. (2010): *La explicación del comportamiento social. Más tuercas y tornillos para las ciencias sociales*, México, Gedisa.
- GOBIERNO DE CANARIAS (2019): Agenda de Comunicación, en <http://www.gobiernodecanarias.org/agendacomunicacion/index.php?Padre=291>
- GÓMEZ, P.; AGUILAR, C.; VILLANUEVA, S. y SÁNCHEZ, L. (2014). "Pluralismo político y contenidos informativos: estudio comparativo de la calidad democrática de las televisiones autonómicas en España", Comunicación en el IV Congreso Internacional del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y Congreso nacional de ULEPICC, Bilbao, pp. 28-11.
- HARNECKER, M. (1984): *Conceptos elementales del materialismo histórico*, México, Siglo XXI Editores.
- HERNÁNDEZ GUERRA, A. (2017): "La precariedad sociolaboral crónica de Canarias", *Revista Atlántida*, 8, pp. 119-140.
- HOBBSAWN, E. (1994): *Age of Extremes. The Short Twentieth Century 1914-1991*, Londres, Abacus.
- JIMÉNEZ GONZÁLEZ, L. (1998): "Desarrollo primero del diario 'Canarias'", *Revista Latina de Comunicación Social*, Mayo-5
- KELLY, M. (31 de octubre de 1992): "The 1992 Campaign: The Democrats-Clinton and Bush Compete to Be Champion of Change; Democrat Fights Perceptions of Bush Gain", *New York Times*, en <https://www.nytimes.com/1992/10/31/us/1992-campaign-democrats-clinton-bush-compete-be-champion-change-democrat-fights.html>
- KHONDKER, H. H. (2004): "Glocalization as globalization: Evolution of a sociological concept", *Bangladesh e-journal of Sociology*, 1(2), pp. 1-9.
- KRUGMAN, P. y WELLS, R. (3 octubre de 2010): "¿Por qué seguimos cayendo?", *El País*, p. 4.
- LAFOPRET, J. J. (1993): *Los primeros años de Diario de Las Palmas*, Las Palmas de Gran Canaria, Real Sociedad Económica de Amigos del País.
- LANCELOT (1 de agosto de 1981): "¿Qué es la opinión pública?", *Lancelot*, p. 3.
- LA PROVINCIA (7 de diciembre de 1978): "Cambios en el Consejo de Prensa Canaria", *La Provincia*, p. 12.
- MEDEROS CRUZ, S. L. (2013): "Concurso de radios comerciales en Canarias: 'El reparto sin reparto'", en J. V. García Santamaría (coord.), *Concentración y pluralismo en los medios de comunicación españoles*, Sociedad Latina de Comunicación Social, pp. 151-183.
- MIRANDA CALDERÍN, S. (2003): "Nueve años de aplicación de la Reserva para Inversiones en Canarias: 1994-2002", *Hacienda Canaria*, (3), pp. 5-56.

- MONTESDEOCA ÁLAMO, A. y POMARES RODRÍGUEZ, F. (2016): "El Día y La Provincia durante la creación de la Universidad de Las Palmas: un caso de polarización del mensaje informativo", *Revista Latina de Ciencias Sociales*, pp. 1127-1156.
- ROBERTSON, R. (1992): *Globalization: Social Theory and Global Culture*, Londres, Sage.
- RTVE, CENTRO DE PRODUCCIÓN TVE CANARIAS (2019): Historia, en <http://www.rtve.es/tve/canarias/historia.htm>
- YANES MESA, J. A. (1994): "El feroz tinerfeñismo del diario *La Tarde* en su etapa fundacional", *Tebeto*, VII, pp. 84-109.
- (1997): "La prensa de Leoncio Rodríguez o la vanguardia del periodismo canario-occidental en los años de entreguerras", *Historia y Comunicación Social*, pp. 237-247.
- (2013): "La locución radiofónica en Canarias durante el franquismo", *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, 1(1), en <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2013.101.08>
- ZALLO, R. (2015): "Análisis de la nueva Ley de Radio y Televisión Pública de Canarias", *Revista Latina de Comunicación Social*, 70, pp. 322-346.