

# La prensa digital alternativa como fuente para la historia del presente

Israel Sanmartín

PILAR

Universidad de Santiago de Compostela

LA PRENSA DIGITAL es una de las fuentes posibles para desarrollar la historia del tiempo vivido o la llamada historia del presente. Y como fuente novedosa, debemos considerar también su morfología, es decir, la función expresiva de sus formas. En este sentido, buscando una comparación común, podemos entender el significante como la forma y el significado como la representación psíquica del objeto, aunque siguiendo a Lacan nos interesa para esta ocasión el proceso en el que los significantes cambian de significado, e incluso entender los diferentes significantes pensando que son significados. En el caso que vamos a tratar, por tanto, significado y significante se agrupan, puesto que forma y mensaje se mezclan, o dicho en otras palabras, la morfología y su mensaje se vuelven el medio, que sería Internet, donde domina el hiperlink, la interacción, la accesibilidad y la horizontalidad.

Buscando un contexto historiográfico y teórico, tomaremos como tal la historia del presente, es decir, aquella historia que se realiza a la vez que se vive, aquella historia más vinculada al momento inmediato y que busca vínculos interdisciplinarios, que encontraremos esta vez en su diálogo con los Cultural Studies y la historia cultural<sup>1</sup>. Nos

1. Algo inédito en la historiografía española en las temáticas que abordaremos. Para una explicación sobre los Cultural Studies, ver Miguel A. Arco Blanco, « Un paso más allá de la historia cultural: los Cultural Studies », en Teresa M. Ortega López (ed.), Por una historia global. El debate historiográfico en los últimos tiempos, Universidad de Granada, Granada, 2007, pág.<sup>s</sup> 231-259.

detendremos, por tanto, en un intento práctico y teórico de elaboración de historia del presente a partir de las nuevas fuentes digitales tanto desde el punto de las imágenes como desde la manipulación de memorias y desde la historia cultural.

Nos referiremos, por tanto, a la historia del presente como metodología para abordar el desarrollo de la prensa digital alternativa desde los últimos años 90 hasta la actualidad. Durante ese tiempo, la sobreabundancia de acontecimientos producto de la aceleración de la historia<sup>2</sup> hizo especialmente difícil pensar el presente, pero también el pasado y el futuro. Para llevar a cabo esa labor hemos tomado algunas decisiones historiográficas. Existen, al menos, dos formas de abordaje del presente por parte de los historiadores. Por un lado, los enfoques vinculados al pasado más reciente o al presente más lejano, que sería la historia del tiempo presente (creada en Francia vinculada al IHTP del CNRS)<sup>3</sup> y por otro lado, aquella metodología que estudia los acontecimientos más cercanos al presente, es decir, aquellas temporalidades que están más próximas a lo que nos toca vivir, que se denomina « historia inmediata », que es también de origen y desarrollo francés, pero perteneciente a la Universidad de Toulouse<sup>4</sup>. A esta última será a la que recurriremos en este trabajo, aunque en España y en gran parte de América Latina la idea original se ha desarrollado con características propias en manos de la Red de historiadores Historia a Debate que tiene como sede la Universidad de Santiago de Compostela<sup>5</sup> y que aglutina a historiadores de más de 50 países, y también por parte del Grupo de Estudios de Historia Actual con amplias ramificaciones en el mundo africano y europeo<sup>6</sup> o el Seminario de historia del presente de la Universidad de Extremadura<sup>7</sup>.

2. Ver I. Sanmartín, *Entre dos siglos. Globalización y pensamiento único*, Akal, Madrid, 2007.

3. Ver F. Bedarida, *L'Histoire et le métier d'historien en France 1945-1995*, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, Paris, 1995.

4. Ver Jean-François Soulet, *L'histoire immédiate: historiographie, sources et méthodes*, A. Colin, Paris, 2009.

5. Dirigida por el profesor Carlos Barros. Ver [www.h-debate.com](http://www.h-debate.com). Para una evolución de la misma, ver Israel Sanmartín, « La formación de Historia a Debate como comunidad internacional de historiadores (1993-2004) » en C. Barros (ed.), *Actas III Internacional Historia a Debate*, Santiago de Compostela, 2009, pág.<sup>s</sup> 265-285.

6. Dirigida por el profesor Julio Pérez Serrano. Ver <http://www.uca.es/grupos-inv/HUM315/>

7. Dirigido por los profesores Mario Díaz Barrado y Juan Sánchez.

Una vez elegida la historia inmediata, recurriremos a ella en tres de sus aspectos: a) posibilidad de trabajar con diferentes estratos temporales; por un lado al tiempo histórico, por otro lado al tiempo vivido y por último al tiempo construido o reinventado, con el objetivo de abrir el presente al futuro y relacionar historia y memoria, así como los acontecimientos y sus interpretaciones; b) posibilidad de encontrar vínculos entre las propias fuentes digitales y sus contextos históricos; c) expresar el compromiso del historiador con su momento y con la temática a tratar.

Para desarrollar todo esto comenzaremos explicando esos contextos en los que surgen los medios alternativos digitales.

### **I. Las nuevas sociedades de la información**

La sociedad de la información es el resultado de un proceso comenzado hace tres décadas que conlleva unas transformaciones que conciernen a la revolución de la tecnología de la información, a la crisis económica tanto del capitalismo como del socialismo y sus reestructuraciones, y al florecimiento de movimientos sociales y culturales, como el antiautoritarismo, la defensa de los derechos humanos, el feminismo y el ecologismo<sup>8</sup>. La interacción de estos procesos y las reacciones que han desencadenado han creado una estructura social nueva, que se puede denominar sociedad red; una nueva economía global; y una nueva cultura, la de la virtualidad real. Una sociedad donde la tecnología de la información ha sido la herramienta indispensable para la puesta en práctica de los procesos de reestructuración socioeconómica<sup>9</sup>. En este marco, la ideología de la comunicación ha sustituido a la ideología del progreso, llevando a ciertos dirigentes a rechazar abiertamente objetivos sociales de primera magnitud como la igualdad y la fraternidad en favor de la «comunicación total». Cada día se imprimen sobre diversos soportes una ingente cantidad de información inabarcable para los ciudadanos. Esta nueva ideología de «comunicación total», esta obsesión comunicadora, ejerce desde hace algún tiempo una auténtica opresión y tiranía sobre los ciudadanos al imponerse como obligación absoluta e inundando todos los aspectos de la vida social, política, económica

8. Para ver en detalle estas y otras cuestiones, Israel Sanmartín, *Entre dos siglos...* op.cit.

9. Manuel Castells, «Fin de milenio», en *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Alianza Editorial, Madrid, 1998, pág.<sup>s</sup> 369-371.

y cultural<sup>10</sup>, aunque también cabe reseñar que la globalización informativa ha dado origen y cabida a toda una serie de portales y medios de comunicación alternativos donde se pueden encontrar todo tipo de información, y muy crítica.

Este nuevo paradigma tecnológico evoluciona como una red multifacética<sup>11</sup>. Es poderoso e imponente en su materialidad, pero adaptable y abierto en su desarrollo histórico. Sus cualidades decisivas son su carácter integrador y democrático, además de la complejidad y la interconexión<sup>12</sup>. En cuanto a sus repercusiones negativas, no sólo afectan al individuo, sino a las relaciones sociales, laborales y al mundo familiar. Cabe destacar: a) deshumanización; b) rechazo a la máquina; c) el lenguaje informático; d) el trabajo en casa; e) la intimidad y el peligro de su pérdida; f) el colonialismo tecnológico; g) el sentimiento de sentirse controlado; h) el control de la investigación por parte de unas cuantas firmas en su propio beneficio.

Por tanto, durante los años 90 del siglo pasado asistimos a un cambio de modelo en cuanto al modelo de sociedad. Pasamos de una sociedad postindustrial a una sociedad de la información o una sociedad del conocimiento, donde son parte importante la globalización y el mundo altermundista (su alternativa). Algunos críticos ven esa nueva sociedad de la información como una mera mercancía que se define por una relación dialéctica entre enchufados/desenchufados, infóricos/infopobres e interactuantes/interactuados<sup>13</sup>. Todo en un marco de exceso de información acontecimental y de aceleración histórica vertiginosa donde se llega a conceptos como el de «comunicación total», que nos lleva a una cierta opresión informacional. Y ahí, Internet representa el vínculo en donde se concentra ese exceso de información, en el lugar en el que ocurre la inmediatez, y el medio desde el que se busca la descentralización informativa y de poderes<sup>14</sup>.

10. Ignacio Ramonet, *Un mundo sin rumbo. Crisis de fin de siglo*, Debate, Madrid, 1997, pág.<sup>s</sup> 88, 89 y 106.

11. Víctor Martín García, «La edad de la informática. La cibersociedad», *Documentación Social*, n° 108, julio-septiembre de 1997, pág. 19.

12. Manuel, Castells «La sociedad red», en *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, Alianza, Madrid, 1997, pág. 92.

13. Ver, por ejemplo, Antonio Rodríguez de las Heras, «La información en la sociedad red» en Antonio García Jiménez y Paloma Rupérez Rubio, *Aproximaciones al periodismo digital*, Universidad Rey Juan Carlos, Madrid, 2007, pág.<sup>s</sup> 13-33.

14. Jean-François Fogel y Bruno Patiño, *La prensa sin Gutenberg. El periodismo en la era digital*, Punto de Lectura, Madrid, 2007.

En ese contexto, surge el llamado periodismo digital que combina los elementos de esa nueva sociedad de la información y los nuevos medios de comunicación, y que suponen una nueva forma de hacer periodismo, que ha llevado incluso a una gran discusión terminológica (periodismo en red, diario digital, periodismo digital, etc.)<sup>15</sup>. Sea cual sea su nombre, se puede decir que esta nueva forma de comunicación periodística se caracteriza por la interacción entre emisor y receptor, por el mensaje en diferentes formatos (audio, vídeo, texto) y por el hiperlink. En los estudios de este nuevo periodismo se tienen en cuenta variables como el soporte, la frecuencia de información, la actualización, las ediciones, y la propia interacción del lector, que en mayoría de los casos puede intervenir con sus comentarios, etc., llegando a la idea de una especie de « periodismo participativo »<sup>16</sup>.

## 2. Los nuevos medios de comunicación

En la nueva sociedad de la información, los medios de comunicación han agravado las confusiones y han multiplicado los tópicos. Publicitarios y anunciantes ejercen una influencia innegable y perversa en el propio contenido de la información, y el mundo parece atrapado por una especie de « angustia de la información » que bajo el efecto de Internet interconectan el teléfono, el ordenador, la pantalla de televisor, las impresoras y los fax. Esto produce un vértigo tecnológico fascinante e inquietante, como una especie de droga que estimula y aturde al mismo tiempo. La oferta desborda y ya no es la información lo que le falta al ciudadano, sino una clasificación para lo que le convenga a cada uno en función de sus actividades, convicciones e identidades. El capitalismo de mercado se ha apoderado de este nuevo mundo de las informaciones y aprovecha para sí mismo el potencial que podrían ofrecer las nuevas tecnologías para el enriquecimiento cultural de los ciudadanos, quienes se ven atrapados en esa especie de doctrina viscosa que es el « pensamiento único » y que envuelve a cualquier razonamiento alternativo<sup>17</sup>.

15. Antonio García Jiménez y Paloma Rupérez Rubio, op. cit.

16. Para una introducción a la cuestión, la redefinición del periodista y los nuevos retos, ver Koldo Meso Ayerdi, Introducción al ciberperiodismo. Breve acercamiento al estudio del periodismo en Internet, Universidad del País Vasco, 2006.

17. Ignacio Ramonet, La tiranía de la comunicación, Temas de Debate, Madrid, 2000, pág.<sup>s</sup> 147-148. Sobre el concepto de manipulación/información, ver Juan María Vázquez, « Manipulación-información », Cuadernos de Realidades Sociales, n° 37-38, enero 1991, pág.<sup>s</sup> 5-48.

Frente a esta lectura un tanto negativa y apocalíptica sobre los medios, existen otros diagnósticos que tienen más en cuenta otras perspectivas<sup>18</sup>, según las cuales Internet ha facilitado toda una serie de canales e informaciones de carácter alternativo que proporcionan al usuario contenidos críticos que no se encuentran en otros medios. Así portales y medios como « Rebellion.org », « Lainsignia.org », « Nodo50.org », « Sindominio.net », « Znet », « Projectcensored.org », « Indymedia.org », « Attac.org », « Lahaine.org », « Inisoc.org » o « Altnet.org », informan de las actividades tanto de los nuevos movimientos sociales como de opiniones y sucesos pero de una forma crítica, con reflexiones difíciles de encontrar en medios convencionales tanto de prensa escrita, TV o radio. De ahí su éxito, que es diariamente ratificado por la gran cantidad de visitas a todos esos portales, también llamados de « contrainformación ».

### **2.1. La prensa digital**

Centrándonos en los medios digitales, existen diferentes tipos de prensa digital. Por un lado está la prensa digital comercial y por otra la prensa digital alternativa. La prensa digital comercial, por ejemplo, en España está conformada por proyectos periodísticos de distinto signo<sup>19</sup>. Así, algunas iniciativas están vinculadas a la derecha liberal ([www.elconfidencial.com](http://www.elconfidencial.com)), a la derecha más conservadora ([www.elconfidencialdigital.com](http://www.elconfidencialdigital.com), [www.elimparcial.es](http://www.elimparcial.es)), a la derecha anarcoliberal ([www.libertaddigital.com](http://www.libertaddigital.com)) a propuestas más centristas ([www.estrelladigital.es](http://www.estrelladigital.es), [www.periodistadigital.com](http://www.periodistadigital.com), [www.diariocritico.com](http://www.diariocritico.com)), a la izquierda ([www.elplural.com](http://www.elplural.com)) y a otras más indefinidas ([www.prnoticias.com](http://www.prnoticias.com)). Dentro de este tipo de medios digitales comerciales también podemos incluir la versión electrónica de las principales cabeceras españolas de prensa, con su líder indiscutible que es la página web del diario El Mundo ([www.elmundo.es](http://www.elmundo.es)) seguido de El País ([www.elpais.es](http://www.elpais.es)), Abc ([www.abc.es](http://www.abc.es)), La Vanguardia ([www.lavanguardia.es](http://www.lavanguardia.es)), El Periódico de Cataluña ([www.elperiodico.es](http://www.elperiodico.es)), La Razón ([www.larazon.es](http://www.larazon.es)), La Voz de Galicia ([www.lavoz.com](http://www.lavoz.com)), Público ([www.publico.es](http://www.publico.es)), etc.

<sup>18</sup>. Un ejemplo es el estudio coordinado por el sociólogo José Vidal-Beneyto, *La ventana global*, Taurus, Madrid, 2002.

<sup>19</sup>. Ramón Salaverría, *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*, Comunicación Social, Sevilla, 2005.

Además de estos proyectos periodísticos comerciales, también tenemos que considerar los medios alternativos, que dan una visión diferente de los acontecimientos y que no responden a ese cedazo comercial. Están contruidos, en cierta forma, como una oposición al periodismo « normal », que están más pendientes de los lectores, de sus regalos, de la publicidad, etc. Consideraremos periodismo alternativo aquí no sólo a aquel que desestime la publicidad sino aquel que su propio proyecto empresarial y editorial conlleve una especialización, una visión diferente o una alternativa a los medios habituales. Pese a todo, los medios alternativos por antonomasia son los vinculados al mundo de la información política, como [www.rebellion.org](http://www.rebellion.org), [www.lainsignia.net](http://www.lainsignia.net), [www.corrientealterna.com](http://www.corrientealterna.com), etc., proyectos que huyen de la publicidad y de un lazo comercial entre información y lector; no buscan visitantes o consumidores, sino lectores.

Pese a todo esto, no hay que dejar de tener en cuenta que unas pocas webs de todos los medios comerciales acaparan el 90% del tráfico de Internet, medio que se está convirtiendo lentamente en un gran amasijo de datos donde la visibilidad empieza a ser el gran problema. En el mismo sentido, es un error pensar que tener Internet supone un mayor conocimiento. La inflación de información hace que nos perdamos en una enorme montaña de datos que no sabemos cómo manejar. Esta situación nos lleva a preguntarnos si una mayor información lleva a una mayor libertad, o si realmente estamos ante una nueva apropiación de esa nueva sociedad de la información por los que tienen el poder (Weber) o por los propietarios de los medios de producción (Marx).

## **2.2. La prensa digital alternativa**

La prensa digital alternativa se define por dos cuestiones básicas: por su forma de organización en red y por su reparto de trabajo de forma horizontal<sup>20</sup>. De tal forma, la prensa digital alternativa está vinculada a la labor de estimulación de un cierto cambio social en el sentido de buscar una sociedad más justa, más informada, a la vez que centrada en el desarrollo de una democracia más participativa, horizontal y global<sup>21</sup>. Al mismo tiempo, los implicados en estos

20. Ramón Reig, « El largo camino hacia una comunicación alternativa. Pseudocracia, comunicación y receptores: una visión teórico-práctica desde bases complejas », *Anthropos*, n° 209, 2005, pág.<sup>s</sup> 11-26.

21. Xosé López García, *Ciberperiodismo en la proximidad*, Comunicación Social, Sevilla, 2008.

proyectos contrainformativos, gracias al compromiso y a su voluntad, buscan un vínculo y una respuesta más próxima a las necesidades de cada comunidad. Esta labor hace que estos medios eleven considerablemente los contenidos sociales con el fin de presentar a sus lectores una información donde tengan cabida noticias y sucesos que no aparecen en los medios comerciales tradicionales. En esa misma idea, esta prensa digital alternativa se hace eco de informaciones de todos los puntos geográficos del planeta y no sólo lo referente a lo que acontece en el archipiélago capitalista occidental, con lo que América Latina, África y Asia están presentes en su justa medida<sup>22</sup>. Para tal cometido, recurren a fuentes no oficiales para conseguir informaciones sólidas y contrastadas, cuestión que no supone una renuncia a la opinión, que es cubierta con intelectuales de prestigio y grandes estudiosos sobre las cuestiones de actualidad, así como de críticos reconocidos. Todas estas características están presididas por una fundamental, que es la no remuneración de la actividad periódica en estos medios. El compromiso y la voluntad sustituyen, por tanto, al dinero y el mercantilismo, con todo lo bueno y lo malo de ambos conceptos.

Con estas ideas nace en 1990 la Association for Progressive Communication (APC) compuesta por unas 20.000 ONG's, y en 1999 se da a conocer Indymedia (Independent Media Center). Ambas, y muchas otras, han sido un intento de construcción, mediante la búsqueda de nuevas fuentes y formatos, de una comunidad alternativa global al imperio de los grandes medios multimedia comerciales. Estas iniciativas dieron lugar al nacimiento de muchos proyectos informativos como [www.zmag.org](http://www.zmag.org) o, en América Latina, [www.lainsignia.org](http://www.lainsignia.org).

En España, en ese contexto han surgido algunos diarios digitales informativos en conexión con la izquierda política y social, como todo el entramado [nodo50](http://www.nodo50.org) ([www.nodo50.org](http://www.nodo50.org)) o el portal [Lahaine](http://www.lahaine.org) ([www.lahaine.org](http://www.lahaine.org)), que se autodenomina «proyecto de desobediencia informativa», en conexión con el mundo latinoamericano. Sin embargo, y sin duda de ningún tipo, el portal informativo más importante es [Rebelión](http://www.rebellion.org)<sup>23</sup> ([www.rebellion.org](http://www.rebellion.org))<sup>24</sup>, que veremos más adelante.

22. Ver Número especial de la Revista *Anthropos* sobre «Hacia una comunicación alternativa», n° 209, 2005.

23. Ver Lázaro Bacallao Pino, «Comunicación alternativa en Internet: resistencias, revisiones y correlaciones», *Anthropos*, n° 209, 2005, pág. 41-53.

24. *Ibid.*

### **3. Tres casos a estudio dentro de la prensa digital alternativa**

#### **3.1 *El caso de rebelión.org***

Como hemos avanzado, el caso de rebelión.org es único, pero lo es tanto por su visibilidad y por su impacto, como por su estructura, configuración y organización. Rebelion.org es una web que ha alcanzado el « top 100 » dentro de más de dos millones de páginas web en español, e incluso en el índice « Alexa » es el periódico digital más visitado. Su puesta en marcha se remonta a la colaboración por parte de dos periodistas de medios escritos y de radio, además de otras personas en un sótano de un local alquilado por el Partido Comunista en Andalucía. Se presentó en Madrid como un periódico de información alternativa con el gran logro de contar con colaboradores de todo el mundo. Al principio no era un diario pero ahora sí lo es<sup>25</sup>. El diario no tiene sede sino que se trabaja en red, es decir, cada uno desde su casa o desde su lugar de conexión. Tampoco utilizan fuentes oficiales, aunque a veces aparecen informaciones de la BBC o de Europa Press. El portal ha visto cómo sus visitas aumentaban con cada crisis internacional. No manejan dinero y sus diferentes secciones van desde un muy significativo apartado de « opinión » con nombres como Chomsky o Petras a otras como « rebelarte », « libros libres », « noticias censuradas por otros medios », y secciones fijas sobre África, América Latina, etc.

#### **3.2. *El ascenso de popes80.com***

Popes80 es un caso extraño dentro de las webs de información alternativa, puesto que surge de la inquietud por la música española de un grupo de usuarios de Internet durante la segunda mitad de los años 90. Fue, por tanto, un importante vínculo de canalización que agrupaba una preocupación generacional en torno a la música popular que había surgido en la transición española y que se prolongó durante todos los años 80 (posteriormente esta época fue conocida como la « movida »). Las características de este portal son su descentralización y trabajo en red (su base operativa está en A Coruña), un desarrollo de actividades presenciales (conciertos, etc.) y la implementación de un periodismo musical de opinión e información diaria. Su funcionamiento no es del todo altruista y tienen que recurrir a alguna publicidad para cubrir gastos logísticos de funcionamiento.

25. Ver María José García Orta, « Una aproximación a los medios de comunicación alternativos en Internet y el caso Rebelion.org », *Anthropos*, n° 209, 2005, pág.<sup>s</sup> 26-41.

El proyecto Popes80 empezó como una simple web de una asociación cultural que se denominaba «Asociación Cultural Los Elegidos»<sup>26</sup>. En sus orígenes, promocionaban las actividades de su propio grupo «Los Elegidos» y se hacían eco de algunas noticias de grupos españoles de los 80 y de principios de los 90, como «Modestia Aparte», «Hombres G», «Nacha Pop», etc. Eran grupos que habían desaparecido pero cuyos discos habían permanecido vivos en las memorias de muchos aficionados, que seguían escuchando a aquellos grupos y haciendo caso omiso a toda una serie de argumentarios que habían machacado a la música de una época simplemente porque «había pasado». Durante los años 90 en España se vivió la explosión de la llamada música indie, con grupos cantando en inglés y negando lo anterior.

Con este panorama, Popes80 siguió creciendo, primero como portal de música española de los 80 y después como diario digital. Pronto empezaron a publicar, con el único presupuesto de la audacia y el entusiasmo, toda una serie de biografías de grupos de los años 80 españoles bajo la autoría de Pablo Martínez Vaquero<sup>27</sup>, así como noticias, reportajes y entrevistas. Y de ahí a la actualidad, es decir, popes80 es el portal líder en cuanto a información musical en España, ofreciendo información en primicia, análisis, entrevistas, conciertos e incluso un programa de radio muy solvente.

Hasta aquí la descripción. Vayamos con el análisis. Popes80 ha sabido canalizar el gusto real de varias generaciones de jóvenes españoles (quienes habían sido el sujeto novedoso en la transición española). Al mismo tiempo, Popes80 ha creado una plataforma para reunir a esos jóvenes en torno a su web, y desde ella crear opinión y fuerza para estimular el regreso de muchos de aquellos grupos («Modestia Aparte», «Los Limones», «Hombres G», «Los Ronaldos», etc.). En este punto hay que precisar que Popes80 se benefició y retroalimentó del funcionamiento de las comunidades virtuales de fans creadas por Álvaro García «Salluc» en torno a los yahoogroups<sup>28</sup>, las cuales aglutinaron a un gran número de aficionados, los cuales en muchos casos sólo ejercían de audiencia pasiva, es decir, estaban presentes como parte del proceso pero de una forma silenciosa, recibiendo los mails y visitando las webs y foros de los diferentes grupos, pero fueron finalmente los que empezaron a ir a los conciertos de aquellos grupos que ahora

26. Ver [www.popes80.com](http://www.popes80.com)

27. Ver <http://www.popes80.com/grupos/grupos.htm>

28. Ver <http://salluc.iespana.es/>

regresaban<sup>29</sup>. Donde se canalizó toda esa actividad, fue, sin duda, en [www.popes80.com](http://www.popes80.com), que supo liderar ese movimiento colectivo de aficionados a la música que acabó con el regreso de la mayor parte de los grupos de los años 80. Por último, no hay que olvidarse, de la importancia que tiene en este proceso el coordinador y canalizador del proyecto, Itxu Díaz, quien ha sabido pilotar, con la ayuda de su equipo, el proyecto, y ha estado atento a los diferentes cambios hasta convertir Popes80 en un diario musical de referencia.

### **3.3. Los diarios digitales especializados en Fórmula 1**

Este es el caso de los portales [f1aldia.com](http://f1aldia.com) (independiente y con formato foro) y [Thef1.com](http://Thef1.com) que es una web que depende del grupo Hachette Filipacchi, que es propietario de revistas como Diez Minutos, Elle, Emprendedores, Qué me dices, etc.). Es un diario informativo donde priman tanto las noticias como los artículos de opinión de periodistas y especialistas anónimos en algo tan especializado como es la Fórmula 1. Thef1 y f1aldia.com son proyectos muy participativos tanto en las informaciones como en las opiniones, donde, además, los propios lectores pueden comentar libremente cada noticia o artículo de opinión. Tanto Thef1.com como f1aldia.com son portales sectoriales pero con un gran tráfico de visitantes. Ambos combinan la información textual con fotos y vídeos tomadas en entrenamientos, carreras, etc., con lo que existe una gran inmediatez.

## **4. Las prensa digital alternativa y las imágenes**

Hemos visto tres casos de prensa digital alternativa, donde las imágenes tanto en foto como en vídeo son importantes. En este punto, volvemos a la historia del presente, en la que las imágenes son una fuente de información más que nos lleva a reflexionar epistemológicamente sobre las mismas. Siguiendo a algunos autores, en cuanto a las imágenes tanto en fotografía como en vídeo, tenemos que tener en cuenta el concepto de « respuesta » (reacción intelectual) ante la imagen más allá del contexto histórico, intelectual y memorialístico. Los historiadores rehúyen de la « respuesta » y la sustituyen por construcciones y explicaciones intelectualizadas y naturalizadas. Con la búsqueda del estímulo a la « respuesta » intentamos promover

<sup>29</sup>. A estas webs habría que añadir otras como [www.nuevaola80.com](http://www.nuevaola80.com), [www.lascalles-delpop.net](http://www.lascalles-delpop.net), [www.espectacularia.com](http://www.espectacularia.com), [www.todaslasnovedades.com](http://www.todaslasnovedades.com) y un largo etc.

la relación de la imagen con el espectador, que lleva a considerar la reacción del espectador frente a la eficacia de las imágenes, incluso cuando esas «respuestas» son producto de la manipulación de memorias y temporalidades. La «respuesta» se basa en una metodología ante las imágenes donde se prima la «presencia» frente a la «representación», es decir, la vinculación de la imagen con la realidad más que su incidencia en ser una mera copia o simulación de la realidad<sup>30</sup>. Sería algo así como decir que «no se puede creer que una virgen está en un cuadro a menos que creamos en la virgen». Si uno piensa que existe esa virgen podemos razonar que es parte de nuestra realidad; si sólo entendemos que es una representación de una realidad en la que no existe, nuestra capacidad de respuesta ante la imagen será sólo estereotipada, contextualizada y común a los diferentes especialistas o cuestiones comunes. La imagen vuelve presente lo ausente, vivo al difunto, y ayuda a la memoria. La imagen lleva a la historia de la consagración de una imagen, que la hace funcionar o cambiar en su fundamentación<sup>31</sup>.

Las imágenes, por tanto, tienen un gran poder y no sólo como una crítica compleja a un contextualismo histórico, sino como una aceptación del reconocimiento y disección de sensaciones como parte de la expresión de la historia. No es una anécdota sino una construcción de la mirada y de lo material<sup>32</sup>. Con esto pretendemos reconsiderar la diferencia entre la realidad del objeto de arte y la realidad misma, reconsiderando la relación entre la imagen y el mundo real. Las imágenes, como avanzamos más arriba, pertenecen a la realidad y no a la representación de la misma. Existe una diferencia entre representación y realidad. Tradicionalmente, nos hemos visto abocados a examinar las imágenes como algo representado de lo real no en verlas como una parte de lo propiamente real o de la realidad. Este es el camino que seguiremos aquí.

Además de estas ideas, también hay que tomar otras de los estudios iconográficos de otras épocas, donde se pone en relación la cuestión de lo real y lo ideal. En esos estudios, no se considera que las imágenes representan a la realidad, sino que contribuyen a la interacción entre los hombres. Así, las imágenes son de la historia no tanto porque son

30. David Freedberg, *El poder de las imágenes. Estudios sobre la historia y la teoría de la respuesta*, Cátedra, Madrid, 1992, pág.<sup>s</sup> 19-45.

31. *Ibid.*, pág.<sup>s</sup> 475-489.

32. Ver Pierre Bourdieu, *Un Arte medio: ensayo sobre los usos sociales de la fotografía*, Gustavo Gili, Barcelona, 2003.

producto de la realidad (y de lo ideal) sino porque producen lo real (y lo ideal)<sup>33</sup>.

#### **4.1. Dos casos prácticos**

Hemos visto hasta aquí cómo la historia del presente nos ha ayudado para contextualizar y desarrollar nuestra explicación sobre la sociedad de la información y la prensa alternativa digital. Ahora, la historia del presente nos va a facilitar mediante dos ejemplos, el poner en relación las imágenes y lo relativo a las memorias y a los diferentes estratos temporales<sup>34</sup>. Es decir, estos nuevos medios de información utilizan imágenes y vídeos que debemos saber interpretar y leer así como contextualizar y analizar. De tal forma, nos detendremos en dos casos prácticos. Por un lado, un estudio de las diferentes interpretaciones, tres, de la canción « La chica de Ayer » de Nacha Pop<sup>35</sup>, grupo que pertenece a aquella explosión que sucedió en la España postfranquista y que se denominó, como hemos señalado más arriba, « movida », que aconteció tanto en Madrid como en las principales ciudades del país y que supuso un renacer de la juventud y de toda una serie de manifestaciones artísticas, como cine, música, teatro, arte, etc.<sup>36</sup>. Por otro lado, hablaremos de la importancia de las imágenes y de su construcción cultural y de la memoria en el caso de la imagen de una marca de coches generalista asociada a la tecnología más avanzada que es la Fórmula 1.

##### 4.1.1. La canción « La chica de ayer » de Nacha Pop

En cuanto al primer ejemplo, nos centraremos en los años 80, en el grupo musical Nacha Pop<sup>37</sup> y en su canción « La chica de ayer », uno de los temas más emblemáticos de la denominada « movida » (« madrileña ») y una de las canciones que ha llevado, supuestamente,

33. Ver, sobre todo, Jérôme Baschet, *L'icône médiévale*, Gallimard, Paris, 2008, pág. 25-67.

34. Entendiendo la memoria en relación con la historia (Hartog) y la memoria en sí misma como algo activo. François Hartog, *Régimes d'historicité : présentisme et expériences du temps*, Éd. du Seuil, París, 2003.

35. Para más información ver: Alex Fernández de Castro, *Nacha Pop. Magia y precisión*, Milenio, Lleida, 2008.

36. Ver Jesús Ordovás, *Historia de la música pop española*, Alianza Editorial, Madrid, 1987; AA.VV, *Radio 3: 20 años. Una crónica de la cultura pop en España*, Editorial La Máscara, Valencia, 1998.

37. Para una aproximación al grupo ver Alex Fernández de Castro, *op.cit.*

a la música española a la modernidad. En este ejercicio no nos interesa concluir si la canción es buena o mala, sino profundizar en cómo una canción vive y es interpretada en diferentes estratos temporales y contextos de ejecución.

La canción «La chica de ayer» es una composición original de Antonio Vega, uno de los compositores más relevantes de los años 80 españoles. La canción fue publicada en el primer disco del grupo Nacha Pop y la canción en su versión original tenía una factura muy correcta y una interpretación muy aseada, aunque, en un principio pasó desapercibida. Curiosamente, durante gran parte de la vida útil de los Nacha Pop (que duró desde 1980 a 1988) nunca se consideró este tema uno de sus principales. En un primer momento (año 1980), la canción responde a un contexto de producción determinado y a las influencias de la «nueva ola» y otras corrientes anglosajonas. Por tanto, la canción es reflejo de un momento histórico de cambio, tanto político como social y mental. La canción, por tanto, es interpretada y considerada en un momento determinado, que forma parte de una época vivida de una forma concreta (drogas, apertura democrática, etc.) y con unas influencias concretas. Digamos que la canción pertenece más a su tiempo que a sus intérpretes. Es decir, el tiempo, la mentalidad, el cambio social y político, el contexto, en definitiva, condicionaron en exceso la canción. El tema, por estas y otras razones se convierte en un himno, aunque es reconocido posteriormente (ilustración 1).

Ahora vayamos a otro estrato del tiempo. Al tiempo de la canción vivida, «crecida», «interpretada» y liberada de ese contexto inicial. Es decir, vayamos al propio tiempo de la canción, a la canción misma. El tema alcanza su auténtica madurez en el disco «Nacha Pop 80-88» (editado en 1988), quizá uno de los discos más intensos de los años 80. «La chica de ayer» es uno de los temas donde el grupo siente la canción «crecida» y «vivida» independientemente del tiempo inicial y de su contexto de producción. En la canción se elimina el bajo inicial y la guitarra logra un sonido especial. Eso, acompañado por una perfecta ejecución musical y un público totalmente entregado, que había crecido con la canción y que buscaba esa interpretación de la misma, hicieron posible que el grupo lograra un sonido característico. Para una generación de españoles esa es «La chica de ayer» que conocieron, que cantaron, que corearon y que recordaron. Es lógico que haya diferenciación con la primera versión de «La chica de ayer» puesto que es en directo, pero también es cierto que hay diferencias en la vocalización, interpretación y ejecución del tema.

Pasamos de un tiempo de un momento al tiempo de la canción. Todos los músicos están sensacionales en la acción de descolonizar la canción de lo anglosajón y darle la vida propia (ilustración 2).

A partir de aquí Nacha Pop se separan y se inicia un proceso de creación de «memorias» y de historias de mitificación de una banda que no tuvo nunca el reconocimiento que ha ido ganando posteriormente. Independientemente de las carreras en solitario de sus miembros, Nacha Pop alcanzó una gran relevancia en las memorias creadas, inventadas y recreadas que llegaron a las siguientes generaciones, las cuales hicieron que canciones como «La chica de ayer» fueran sobredimensionadas. En 2007, arrastrados por la plaga de vueltas y retornos, se juntan de nuevo Nacha Pop. Y después de una gira bastante completa graban un segundo directo sin uno de sus miembros, donde nos encontramos con otro grupo. Ni mejores ni peores, sino más bien diferentes. Y es así como llegamos al tercer momento o al tercer tiempo histórico a analizar. Se trata de «La chica de ayer» de «Reiniciando» (disco del año 2007), ese experimento de «regreso». Allí la canción ha perdido su intensidad, su sentimiento y ha ganado en relevancia histórica, es decir, ya pertenece más a la historia, más a la historia como proceso de media duración que a un momento histórico concreto. El tema alcanza vida propia y entra a formar parte de una concatenación de hechos y de memorias inventadas, donde «inventar» no significa fingir hechos falsos o mentiras, sino hallar o descubrir una cosa nueva o no conocida (ilustración 3).

Por tanto nos encontramos con unos Nacha Pop «vivididos» e interpretados desde el 1980 al 1988 y otros Nacha Pop inventados o reinventados desde 1988 a 2007, en los que aparecen recreados como mitos y leyendas de una época que regresa. Nacha Pop han engañado el tiempo vendiendo el presente como pasado y como futuro y a la vez han amueblado su espacio con una elaboración historiográfica muy fina y apoyada en muchos periodistas y seguidores. Así vemos que cuando visitamos webs como Popes80 tenemos que tener cuidado en discernir todas estas cuestiones temporales, de recreación de memorias y de imágenes.

#### 4.1.2. El imaginario de una marca a través de las imágenes

El segundo caso con el que queremos llamar la atención es la imagen que se ha formado, sobre todo en España, de la escudería Renault de Fórmula 1. La marca del rombo se ha presentado por muchos medios, entre los que se encuentran Thef1.com y f1aldia.com, con la

imagen de una escudería sin historia, donde todo funciona mal. En esa recreación, se obvia su larga trayectoria en la especialidad desde el año 1977. Es curioso que mientras marcas de enorme historial en competición como Ferrari tienen una imagen impecable asociada a la velocidad, al prestigio, etc., otras como Renault, no, pese a que si consideráramos comparativamente el motor Ferrari y el motor Renault, éste último ha logrado más campeonatos mundiales desde su debut a finales de los años 70 que el Ferrari. El mismo problema sucede en las comparaciones de otras escuderías surgidas en los años 70 como McLaren o Williams, quienes también gozan de un prestigio que no posee Renault, sobre todo en España, donde los medios de comunicación y el propio piloto español Fernando Alonso se han encargado de ofrecer una imagen errática de esa escudería. Desde un primer momento, se construyó una imagen de equipo asociada a los colores amarillo, negro y blanco tradicionales de la marca, sobre todo hasta el año 1985 cuando deciden abandonar la competición y volver en los años 90 como motoristas y no como escudería, cediendo su imagen a los diferentes patrocinadores y equipos. Esto hizo que se olvidara de la verdadera dimensión de la escudería. Por tanto, vemos cómo la falta de información, de memorias, de capacidad de respuesta ante la imagen hace que el imaginario<sup>38</sup> (compuesto por lo que se ve pero también por lo que se imagina) distorsiona la realidad de la imagen. Se obvia la imagen de los monoplasas Renault asociados a la gran Régie de los años 80, aquella Renault que soñaba con conquistar el mercado americano y de la expansión a nivel mundial. La misma que patrocinaba un equipo ciclista, etc. (ilustraciones 4, 5, 6 y 7).

##### **5. ¿Es posible una historia del presente en relación a la historia cultural a partir de la prensa digital alternativa?**

Como hemos señalado, la historia del presente es la vuelta del historiador al acontecimiento, a la contingencia, a lo excepcional y al interés por escudriñar las aceleraciones de la historia, aunque insertadas en estructuras no predeterminadas ni preexistentes. El acontecimiento hay que interpretarlo, indagar sus causas, su significado<sup>39</sup>. En algunas ocasiones la interpretación del acontecimiento

38. Ver C. Canaparo, *Ciencia y Escritura*, Zibaldone, Buenos Aires, 2003 e *Imaginación, mapas, escritura*, Zibaldone, 2000.

39. Michel Trebitsch, « El acontecimiento, clave para el análisis del tiempo presente », *Cuadernos de Historia Contemporánea*, n° 20, 1998, pág.<sup>s</sup> 29-40.

anula el propio acontecimiento al insertarlo en una cadena preexistente. El/los acontecimiento(s) son imprevisibles y pueden hacer variar el ritmo de las estructuras y de la propia historia. Ese es uno de los problemas más importantes con los que se encuentra el historiador del presente, que es la incorporación de datos y de acontecimientos a sus investigaciones, puesto que tiene que estar en guardia permanente. El acontecimiento puede ser continuidad pero también discontinuidad y cambio, aunque hay que diferenciar entre los diferentes sucesos o hechos y los propios acontecimientos. Un suceso se convierte en acontecimiento cuando es documentado, cuando aparece en un documento visual, auditivo o escrito, aunque la labor del historiador del presente es tener también en cuenta los sucesos que no se convierten en acontecimientos si éstos son necesarios para su investigación. Y ahí es donde es importante la labor y la interacción del hecho vivido con el presente y el propio acontecimiento.

Podríamos concluir que es posible una historia del presente en relación a una historia cultural basada en nuevas fuentes y un nuevo periodismo digital. El presente se tiene que definir en cada momento, coincidente con el tiempo vivido de cada historiador, por lo que existen varias historias del presente donde se pueden estudiar el tiempo histórico, el tiempo vivido y el tiempo construido gracias a las diferentes memorias heredadas del pasado, al igual que los acontecimientos que tienen que ser igual narrados que interpretados. Por tanto, se puede operar con toda la información proporcionada por la nueva prensa digital alternativa tanto en su variante intelectual (rebelión.org) como cultural (los otros dos casos que hemos desarrollado).

En tal sentido, es necesario desarrollar una historia del presente o inmediata de lo cultural, de lo intelectual y de lo social de las ideas<sup>40</sup>, para lo cual son necesarios nuevos enfoques, el aprovechamiento de la nueva documentación audiovisual y fotográfica, así como la apertura a temas más culturales. En ese sentido, los Cultural Studies pueden aportarle a la historia del presente la preocupación por la cultura desde abajo, por lo marginal, por lo teórico más allá de lo político<sup>41</sup>. Estas son las ideas que hemos desarrollado aquí.

40. Israel Sanmartín, *Un mundo global. A historia mundial desde 1989*, Santiago de Compostela, Lóstrego, Santiago, 2008.

41. Como se está empezando a hacer en el IHTP en algunos seminarios, ver : <http://www.ihtp.cnrs.fr>.



Ilustración 1. Primer momento de Nacha Pop. Año 1980.



Ilustración 2. Segundo momento de Nacha Pop. Año 1988.



Ilustración 3. Tercer momento. Nacha Pop en 2007.

La prensa digital alternativa como fuente para la historia del presente

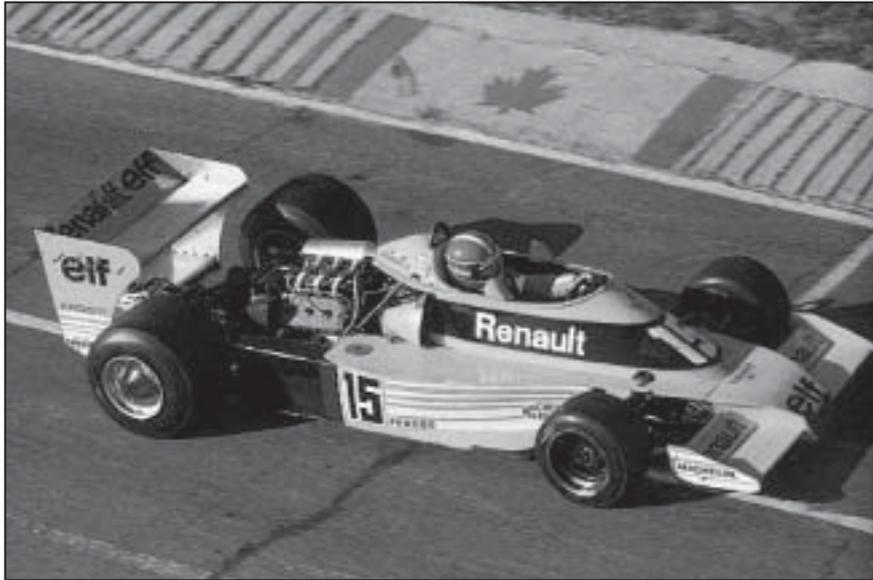


Ilustración 4. Renault F1 año 1977.



Ilustración 5. Renault F1 del año 1982.



Ilustración 6. Renault F1 del año 1982.



Ilustración 7. Renault F1. Años 2000.

Acontecimiento. Forma. Discurso

