

REVISTAS DE ACTUALIDAD EN UN ENTORNO INSULAR EN EL SIGLO XXI: EL CASO DE LA ISLA DE LA PALMA

LUIS MIGUEL MACHÍN MARTÍN*

Fecha recepción: 14 de noviembre de 2018

Fecha de aceptación: 21 de diciembre de 2018

Resumen: Desde hace quince años se ha producido la aparición de una serie de revistas de actualidad en la isla de La Palma (islas Canarias). Teniendo en cuenta las circunstancias geográficas, demográficas, económicas y sociales de la isla, este fenómeno resulta reseñable. Este trabajo trata de responder a ese fenómeno y realiza una aproximación panorámica a las revistas existentes en el siglo XXI en La Palma, teniendo como objetivo principal establecer unas características generales de las revistas de actualidad creadas en este territorio.

Palabras claves: La Palma; revistas de actualidad; entorno digital; publicaciones impresas; publicaciones bilingües; Canarias.

Abstract: The last 15 years a numerous group of magazines has been created in the island of La Palma (Canary Islands). Taking into account the geographic, demographic, economic and social characteristics of the island, this phenomenon is remarkable. This paper is a general approach to the existent magazines of the XXI century in La Palma and its main objective is to set the main characteristics of the analyzed magazines.

Key words: La Palma; magazines; digital environment; bilingual magazines; Canary Islands.

* Graduado en Ciencias de la Información. Correo electrónico: luismachinm@gmail.com.

I INTRODUCCIÓN

El entorno geográfico y social de la isla de La Palma, en Canarias, tiene una serie de singularidades que lo convierten en un espacio complejo para el desarrollo de proyectos periodísticos. La orografía del terreno, que complica las comunicaciones terrestres, la dispersión demográfica, que evita la existencia de grandes núcleos poblacionales y, en general, un acusado estancamiento económico, hacen de la isla un lugar poco propicio para el lanzamiento de iniciativas del mundo de la comunicación.

Esa amplia problemática ha sido estudiada desde diversas perspectivas. La red de carreteras y las comunicaciones por tierra de la isla han sido objeto de interés de diversos autores, que han hecho hincapié en circunstancias tales como la diferencia existente en el entramado viario entre aquellas zonas de mayor desarrollo económico y las zonas más alejadas de los núcleos más prósperos¹. Demográficamente La Palma ha sido la segunda isla del archipiélago canario con menor crecimiento de población a principios del siglo XXI, sólo por detrás de La Gomera², dato que se ha venido acentuando los últimos años ya que, según el ISTAC, la única isla de Canarias que ha perdido habitantes entre 2000 y 2017 ha sido La Palma³. Aunque hay diferentes posturas en torno a las razones de este retroceso poblacional, autores como González, Hernández y Parreño⁴ aluden a «los graves problemas económicos del tejido productivo de la isla. El sector primario presenta una

1. HERNÁNDEZ LUIS, J. A. *Transporte y red viaria en la isla de La Palma*. [Tesis doctoral]. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria: Tesis doctoral. 1993. 993 p.; HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, G. *La isla amputada*. [S. l.: s. n.], 2014.

2. ÁLVAREZ ALONSO, A., HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, J. y SIMANCAS CRUZ, M. R. «Transformaciones recientes en la distribución territorial de la población de Canarias». *Cuadernos geográficos*, 36 (2005), pp. 349-360.

3. Dato extraído de la plataforma online del ISTAC en la siguiente dirección: <http://www.gobiernodecanarias.org/istac>.

4. GONZÁLEZ, A., HERNÁNDEZ, J. A. y PARREÑO, J. M. «Los nuevos usos turísticos en la reserva de la biosfera de la isla de La Palma (Canarias)». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n. 70 (2016), pp. 239-257.

escasa rentabilidad y está en una situación de grave dependencia (...) A ello se suma (...) la falta de alternativas industriales», diagnóstico con el que coinciden otros investigadores como González Vázquez, que afirma: «Las limitaciones de la agricultura platanera como generadora de empleo, las incertidumbres que pesan sobre el sector y su estancamiento exportador le impiden impulsar un crecimiento de la economía palmera»⁵.

Todo lo expuesto deriva en una falta de actividad cultural sólida en la isla que estimule la creación iniciativas creativas, artísticas o periodísticas. Sin embargo, precisamente por esa razón resulta reseñable la aparición en La Palma, durante los últimos años, de un numeroso conjunto de publicaciones de actualidad que coexisten en un territorio tan limitado en extensión, en demografía y en economía.

Dentro de dicho conjunto de publicaciones las revistas de actualidad han surgido como un elemento destacado en el ámbito mediático insular y, como se verá en este trabajo, tienen una serie de características que las convierten en un interesante objeto de estudio.

2 MAGAZINES Y REVISTAS DE ACTUALIDAD EN LA ERA DIGITAL

Con la propagación de las tecnologías de la información, que hacen posibles nuevas formas de comunicación y de edición, se ha producido la aparición de nuevos medios periodísticos y de diferentes tipos de publicaciones de actualidad que se han establecido en el medio digital y que han compartido espacio con las publicaciones impresas.

El medio digital permite el abaratamiento de costes por la reducción de gastos en papel, impresión y distribución, entre otros⁶.

5. GONZÁLEZ VÁZQUEZ, S. «Historia contemporánea de La Palma (1766-2000)». *Revista de estudios generales de la isla de La Palma*, n. 0 (2004), pp. 65-122.

6. GARCÍA AVILÉS, J. A. «Desmitificando la convergencia periodística». *Chasqui: revista latinoamericana de comunicación*, n. 94 (2006), pp. 34-39.

Las redacciones se transforman para adaptarse a la digitalización, lo que lleva a la aparición de nuevos puestos de trabajo y especialidades dentro de los medios existentes⁷.

Debido a ese proceso aparecen nuevos medios de comunicación y publicaciones independientes, que compiten con las publicaciones tradicionales teniendo menos recursos económicos y humanos, y que poseen características diferentes a las empresas de antaño. También surgen medios especializados, que gracias a internet y al medio electrónico pueden alcanzar una audiencia que hasta ese momento se encontraba dispersa físicamente. Además, esa especialización se acentúa y surgen medios regionales y locales que anteriormente no disponían de los recursos necesarios para desarrollar su labor y para alcanzar a su audiencia potencial.

Es en ese contexto en el que surgen un conjunto de revistas de actualidad en La Palma, tanto digitales como impresas, que se han unido al aluvión de pequeños medios de comunicación que han aparecido en la isla durante los últimos quince años (ejemplos de ello son, por ejemplo, *El Apurón*, *La Palma ahora* o *El Time*).

Las revistas de actualidad se diferencian de los tradicionales periódicos en una serie de elementos como su amplitud temática —que puede cubrir ciertos asuntos que escapan de la inmediatez de los medios puramente informativos—, el —en ocasiones— relajado tratamiento de sus contenidos, a menudo no noticiables en otros medios, y otras informaciones como curiosidades, detalles de la vida local —en el caso de las revistas de proximidad— y ciertos elementos con vocación de servicio. Hay, por tanto, una diferencia de contenidos, ya que difiere en este caso el concepto de noticiable para revistas de actualidad y periódicos. Si bien, tanto las revistas que son objeto de este artículo como los periódicos, comparten, de forma fundamental, un apego a la actualidad, que les hacen separarse de otras publicaciones más especializadas que pueden no seguir ese criterio de actualidad tan marcadamente.

7. LÓPEZ GARCÍA, X. «Periodismo de servicio en la prensa local de Galicia». *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 10 (2004), pp. 129-137.

Al igual que lo que ha sucedido con los medios informativos, las revistas se han adaptado a la nueva coyuntura digital y eso se ha notado en el ámbito local, que ahora tiene todas las herramientas para tener una oferta informativa y de entretenimiento amplia y bien diferenciada. En el caso de la isla de La Palma se combinan revistas adaptadas al ámbito digital y otras que han apostado por las ediciones impresas, lo que denota, de entrada, la existencia de una audiencia objetivo que aún busca contenidos en papel por encima de los contenidos electrónicos, y una diversidad estructural de las revistas de la isla.

3 ESTADO DE LA CUESTIÓN

La actual irrupción de medios de comunicación en La Palma se trata de un fenómeno reciente que no ha sido estudiado en profundidad. La mayor parte de las últimas aportaciones realizadas por diferentes investigadores se ha centrado en la historia del periodismo palmero, cubriendo espacios de conocimiento en los que aún no se había ahondado. Así, se han realizado estudios en torno al desarrollo de la imprenta local⁸, la radiodifusión en la isla durante el tardofranquismo⁹, o trabajos sobre periódicos específicos¹⁰, entre otros.

8. POGGIO CAPOTE, M. *La imprenta en la isla de La Palma (1835-1960)*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid. 2017. 3 v.

9. YANES MESA, J. A. *La Voz de la Isla de La Palma, 1960-1978: la radiodifusión del subsistema comunicativo más singular de las islas Canarias en el franquismo*. [Garafía]: Ediciones Alternativas, 2011.

10. GARRIDO ABOLAFIA, M. y GONZÁLEZ VÁZQUEZ, S. «El periódico El Time (1863-1870): un proyecto ilustrado en La Palma». *Boletín de la Real Sociedad Económica de Amigos del País de Tenerife*, extra n. 1 (2010), pp. 267-286; RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, J. J. «Heraldo de La Palma (1900-1902): un vano intento de prensa independiente en el periodismo palmero de entresiglos». En: Julio Yanes, Enrique Perera y Lara Carrascosa. *II Congreso Historia del Periodismo Canario: de la autarquía Franquista a la globalización*. [Güímar] Densura, 2017, pp. 429-442; POGGIO CAPOTE, Manuel. «“El pancista”, un periódico de La Palma

Sin embargo, las aproximaciones más cercanas a la línea de este artículo han se han realizado en entornos isleños diferentes a La Palma, puesto que la producción investigadora sobre periodismo canario contemporáneo se ha centrado mayoritariamente en el ámbito insular de Tenerife y Gran Canaria y en el marco regional, sin profundizar en la realidad palmera actual.

Esas aportaciones cercanas temáticamente se han hecho principalmente a través de análisis de contenido, estudiando la representación de ciertos sucesos en la prensa como la inmigración¹¹ y la xenofobia en el periodismo canario¹², y a través de análisis de la digitalización de los medios de comunicación canarios¹³.

Hay una carencia, por tanto, de trabajos que profundicen en el estado del periodismo palmero contemporáneo, ya que el actual brote de medios de comunicación y publicaciones en la isla requiere de varios estudios que investiguen el fenómeno desde diversas perspectivas como la estructural (¿cómo se organizan esos medios y publicaciones?) o la de contenido (¿cómo son los contenidos que ofrecen esos medios?). El presente artículo se relaciona más con la primera perspectiva, puesto que se realiza un análisis de las características generales de las revistas escogidas.

en la crisis del 98 (estudio e índices)». *Crónicas de Canarias*, n. 13 (2017), pp. 427-464; RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, Juan José, LLARENA, Fátima. «“El adalid” y “El noticiero”: un modelo de periodismo político y polemista de la prensa palmera en las postrimerías del siglo XIX». *Cartas diferentes: revista canaria de patrimonio documental*, n. 8 (2012), pp. 135-158.

11. RODRÍGUEZ BREIJO, V. «Inmigración y televisión en Tenerife: Rutas de investigación». *Comunicación e ciudadanía*, n. 6 (2008), pp. 1-35.

12. RODRÍGUEZ BORGES, R. F. «Discurso xenófobo y fijación de agenda: un estudio de caso en la prensa de Canarias (España)». [En línea]. *Revista latina de comunicación social* (2010). Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/10/art2/895_ULL/17_Rodrigo.html. (Consultado el 3 de septiembre de 2018).

13. CHINEA RODRÍGUEZ, S.: «Incidencia de las TIC en los procesos de gestión y distribución de la información en Canarias», en Lavín de las Heras, E. y Vadiello, N. (coords.), *Los media del futuro y los espectadores 2.0*, La Laguna, Sociedad Latina de Comunicación Social, 2015, pp. 185-200.

4 METODOLOGÍA

Tras la contextualización realizada, resaltando algunas de las circunstancias geográficas y las coyunturas periodística y digital a las que las revistas y medios de comunicación palmeros están atados, se procede a exponer el procedimiento llevado a cabo para analizar las publicaciones que han sido objeto de estudio.

Este artículo propone estudiar las revistas de actualidad de La Palma desde una perspectiva panorámica, puesto que se trata de una investigación preliminar que pretende obtener una visión amplia del estado de este tipo de publicaciones en la isla.

En primer lugar hay que enunciar aquellos criterios que van a servir para delimitar qué debe entenderse aquí como una revista de actualidad y qué publicaciones, según esa criba, van a constituir la muestra de este estudio. Además, se disponen otras pautas para acotar la muestra de publicaciones.

Así pues, se establecen los siguientes criterios de selección de la muestra:

1) Criterio temporal: se escogen aquellas revistas que hayan presentado actividad durante el siglo XXI, sin que importe que hayan dejado de estar activas en la actualidad, que su actividad haya sido intermitente o que hayan sido creadas anteriormente al año 2000, ya que lo prioritario para este estudio es que hayan estado activas en algún momento en el periodo seleccionado.

2) Criterio de actualidad: sólo serán parte de la muestra aquellas revistas cuyos contenidos sean principalmente de actualidad, descartando a las que su especialización les haya llevado a tratar otros temas no actuales. Se descartan, atendiendo a este criterio, revistas académicas, divulgativas o eminentemente turísticas.

3) Criterio de localidad: quedan excluidas de la muestra aquellas revistas que, aún siendo editadas, impresas y/o distribuidas en La Palma, no contengan una temática eminentemente local.

4) Criterio no informativo: este criterio excluye a aquellas publicaciones cuyo contenido mayoritario sea el informativo, ya que en ese caso estaríamos ante una publicación informativa más cercana al concepto de periódico o medio periodístico que a la noción de revista de actualidad.

5) Criterio no publicitario: existen revistas y publicaciones cuyo contenido es únicamente publicitario. En ocasiones, esas revistas son una herramienta de comunicación publicitaria e institucional de las empresas que encargan su edición. Este tipo de publicaciones queda excluido de este estudio.

Aplicados esos criterios, las publicaciones que forman parte de la muestra son siete: *InfoIsla* (infoislalapalma.com), *Disfruta La Palma* (disfrutalapalma.com), *Correo del valle/D-ocasión* (correo-delvalle.com)¹⁴, *La Palma Kurier* (lapalmakurier.com), *La Palma se mueve 2.0* (lapalmasemueve2.com), *La Palma 24* (la-palma24.info) y *La revista de La Palma* (larevistadelapalma.com).

Una vez seleccionadas las publicaciones seriadas que componen la muestra se procede a establecer las variables que van a servir para hallar las características generales de las revistas de actualidad contemporáneas de la isla de La Palma. La muestra se clasifica, pues, según los siguientes elementos:

a) *Según su soporte*

- a.1) Digital: no se considerarán revistas digitales a aquellas que sólo hagan una trasposición literal del contenido y diseño de la revista impresa en una página web.
- a.2) Impreso
- a.3) Ambos

14. A lo largo de su historia, esta revista cambió de nombre. En su nacimiento se llamó Correo del Valle, luego pasó a llamarse D-Ocación para volver a llamarse Correo del Valle.

b) *Según su periodicidad*

- b.1) Actualización permanente (sólo digital)
- b.2) Quincenal
- b.3) Mensual
- b.4) Trimestral

c) *Según su número de páginas (sólo aplica a las revistas impresas)*

d) *Según sus espacios publicitarios y servicios de pago*

- d.1) Clasificados
- d.2) Recomendación de comercios: en esta categoría se determina si las revistas analizadas contienen una sección con recomendaciones de comercios. Por ejemplo: restaurantes recomendados.
- d.3) Publicidad: esta categoría se diferencia de la anterior (la de comercios recomendados) en que aquí se va a recoger la presencia de publicidad no estructurada en una sección concreta. Por ejemplo: publicidad en la contraportada.

f) *Contenidos*

- f.1) ¿Tiene noticias?
- f.2) ¿Tiene sección de opinión?
- f.3) ¿Tiene reportajes, publrreportajes, entrevistas o crónicas de eventos?

g) *Secciones que contiene cada revista*

- g.1) Agenda cultural
- g.2) Clasificados
- g.3) Noticias o sección informativa (se diferencia de f.1 en que en este caso se está buscando una sección entera dedicada a noticias, en vez de tener noticias sueltas sin una sección específica)

h) *Sede de la revista*

- h.1) Este

h.2) Oeste

i) Idioma

i.1) Español

i.2) Alemán

i.3) Inglés

i.3) Varios

j) Integración en un medio mayor

j.1) Sí

j.2) No

5 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Una vez seleccionadas las revistas a estudiar y los elementos a analizar en cada revista, se procede a ofrecer los resultados obtenidos, ordenándolos y clasificándolos por variables cercanas y relacionadas, y realizando algunas conexiones entre los resultados obtenidos.

5.1 SOPORTE Y PERIODICIDAD

De las siete revistas analizadas, cuatro son digitales (*InfoIsla*, *La Palma 24*, *La Palma se mueve 2.0* y *La revista de La Palma*), dos tienen edición digital e impresa (*Disfruta La Palma* y *Correo del valle*), y sólo una de ellas (*La Palma Kurier*) tiene exclusivamente edición impresa.

En cuanto a la periodicidad, las cuatro revistas únicamente digitales y las ediciones digitales de *Disfruta La Palma* y *Correo del valle* están en actualización permanente. De las dos revistas mencionadas que tienen edición digital e impresa, *Disfruta La Palma* tiene una periodicidad trimestral en su edición impresa, mientras que *Correo del valle* tiene periodicidad quincenal en su

edición en papel. Por último, *La Palma Kurier* se publica cada quince días también. *Correo del valle* y *La Palma Kurier* coinciden en periodicidad al ser esta última una creación de los gestores de *Correo del valle*.

En relación a la extensión de las ediciones impresas analizadas, *Correo del valle* y *La Palma Kurier* tienen el mismo número de páginas, 30, coincidiendo ambas revistas en su estructura básica al proceder del mismo director. *Disfruta La Palma*, sin embargo, tiene 50 páginas en cada edición. El mayor número de páginas de *Disfruta La Palma* con resto a las otras revistas puede corresponderse con su periodicidad, ya que al ser trimestral tiene más tiempo para completar contenidos, rellenar sus páginas y obtener clientes, contrastando con las dos semanas de que disponen *Correo del valle* y *La Palma Kurier* al ser quincenales.

5.2 CONTENIDO

Las variables de contenido seleccionadas se pueden dividir en dos partes bien diferenciadas. La primera parte es la que cubre la presencia de contenidos escritos de diferentes géneros periodísticos. La segunda, sin embargo, se encarga de analizar la presencia de contenidos publicitarios y promocionales.

En lo que se refiere a la primera parte, cuatro de las siete revistas albergan noticias como uno de sus contenidos, aunque una de esas cuatro, *InfoIsla*, funciona más como un repositorio de noticias de diferentes medios de comunicación que como una revista que recoja ciertas noticias acordes a su línea y temática. Asimismo, de las cuatro revistas que tienen noticias sólo dos tienen una sección específica para ese contenido. Las dos revistas restantes que tienen noticias ofrecen esas piezas informativas de una forma menos estructurada y comparten espacio con contenidos de otro tipo.

También son cuatro las revistas que acogen piezas de opinión, aunque en uno de los casos, el de *Disfruta La Palma*, esas piezas se concentran específicamente en los editoriales que lanza el di-

rector de la publicación. El resto de revistas publican artículos ocasionales, tanto con firma como sin firma.

Por último, dentro de esta primera parte de contenido redactado, son tres las revistas que contienen piezas de los géneros del reportaje, la crónica o la entrevista, aunque no son muy abundantes y es la entrevista el género predominante en las observaciones realizadas.

En el apartado publicitario y promocional nos encontramos con que todas las revistas analizadas contienen publicidad, como es lógico. No obstante, sólo dos de ellas (*Disfruta La Palma* y *La Palma 24*) disponen de una sección promocional con recomendaciones específicas de comercios de restauración y de otros tipos, a modo de guías gastronómicas o de ocio. También son sólo dos (*Correo del valle* y *La revista de La Palma*) las revistas que disponen de una agenda cultural y de eventos, si bien son más las revistas que publican noticias sobre eventos culturales y de ocio, aunque no las ordenan ni organizan a modo de calendario.

En cuanto a los clasificados, *InfoIsla*, *Correo del valle* y *La Palma Kurier* son las únicas revistas que contienen una sección destinada a este tipo de piezas publicitarias que son provistas por los lectores-cliente de las publicaciones.

5.3 OTROS

Se han analizado otros elementos secundarios que pueden aportar contexto a las cuestiones principales observadas en el apartado anterior. Esos otros elementos son los siguientes:

a) El idioma de publicación: la lengua empleada para publicar las revistas era una de las cuestiones que se estimaban relevantes para localizar aquellas publicaciones destinadas a la población palmera de nacionalidades extranjeras. De las siete revistas, una tiene edición en alemán exclusivamente (*La Palma Kurier*), cuatro se editan únicamente en español. De las dos restantes, *Dis-*

fruta La Palma comparte, en su edición, contenidos en español y en alemán, y *La Palma 24* se publica en español, alemán e inglés. Aunque hay que puntualizar que la edición en español contiene importantes defectos de traducción.

b) La división geográfica este/oeste: se ha establecido la división este/oeste en la sede de las revistas en la isla en tanto que se trata de una diferenciación observable, puesto que, según el lugar de edición, se ofrecen contenidos orientados a su determinada población. Así pues, tres son las revistas con sede en el este de La Palma y cuatro son las publicadas en el oeste. Además, en relación al anterior punto, se corresponden en su totalidad las revistas publicadas en idiomas diferentes al español con tener una sede en el oeste, donde hay una importante población extranjera, principalmente alemanes.

c) Integración de las revistas en un medio mayor: El último elemento recogido en este apartado es el de la posible integración de las revistas en medios matrices. Sólo hay un caso en la muestra analizada, el de *La revista de La Palma*, que está asociada a La Revista de Canarias, publicación similar pero de ámbito regional.

6 CONCLUSIONES

A la vista de los resultados obtenidos, se procede, a continuación, a enumerar una serie de reflexiones extraídas de las cuestiones observadas, a modo de conclusiones:

a) La supervivencia del medio impreso en las revistas estudiadas: aunque el entorno digital ha abaratado costes y ha ampliado potencialmente la audiencia de los medios y publicaciones existentes, sigue habiendo público para ediciones impresas, y las revistas en papel presentes en la isla de La Palma tratan de responder a esa demanda.

b) Las revistas son el medio, no el fin: las revistas analizadas no ofrecen contenidos que les aporten valor añadido de forma regular ya que sus principales contenidos son la publicidad y las promociones. Así pues, en este punto de la investigación, puede deducirse que las revistas no tienen más objetivo que obtener beneficios por lo que sólo ofrecen una serie de servicios (clasificados, recomendación de comercios, agenda cultural y de eventos), que son, a su vez, una de las fuentes de su financiación. Estamos, por tanto, en un caso opuesto al de otras revistas de actualidad, que ofrecen una serie de contenidos constantes y regulares (noticias, reportajes, fotoreportajes, entrevistas, etc.) que les otorgan valor extra y que son su principal atractivo para captar y fidelizar a la audiencia.

c) La importancia de la comunidad alemana en la creación y mantenimiento de revistas: La comunidad alemana de la isla arriesga e invierte en este tipo de iniciativas y logra conectar con el público isleño pero también el extranjero, y eso se ve reflejado en la aparente rentabilidad de tener ediciones en alemán o en inglés, al margen de las ediciones en español.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ÁLVAREZ ALONSO, A.; HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, J.; SIMANCAS CRUZ, M. R. «Transformaciones recientes en la distribución territorial de la población de Canarias». *Cuadernos geográficos*, 36 (2005), pp. 349-360.
- CHINEA RODRÍGUEZ, S. «Incidencia de las TIC en los procesos de gestión y distribución de la información en Canarias». En: Lavín de las Heras, E. y Vadillo, N. (coords.). *Los media del futuro y los espectadores 2.0*. La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social, 2015, pp. 185-200.
- GARCÍA AVILÉS, J. A. «Desmitificando la convergencia periodística». *Chasqui: revista latinoamericana de comunicación*, n. 94 (2006), pp. 34-39.
- GARRIDO ABOLAFIA, M.; GONZÁLEZ VÁZQUEZ, S. «El periódico El Time (1863-1870): un proyecto ilustrado en La Palma». *Boletín de la Real*

- Sociedad Económica de Amigos del País de Tenerife*, extra n. 1 (2010), pp. 267-286.
- GONZÁLEZ, A.; HERNÁNDEZ, J. A.; PARREÑO, J. M. «Los nuevos usos turísticos en la reserva de la biosfera de la isla de La Palma (Canarias)». *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, n. 70 (2016), pp. 239-257.
- GONZÁLEZ VÁZQUEZ, S. «Historia contemporánea de La Palma (1766-2000)». *Revista de estudios generales de la isla de La Palma*, n. 0 (2004), pp. 65-122.
- HERNÁNDEZ LUIS, J. A. *Transporte y red viaria en la isla de La Palma*. [Tesis doctoral]. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 1993.
- HERNÁNDEZ SÁNCHEZ, G. *La isla amputada*. [S. l.: s. n.], 2014.
- LÓPEZ GARCÍA, X. «Periodismo de servicio en la prensa local de Galicia». *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 10 (2004), pp. 129-137.
- POGGIO CAPOTE, M. *La imprenta en la isla de La Palma (1835-1960)*. [Tesis doctoral]. Universidad Complutense de Madrid, 2017.
- POGGIO CAPOTE, M. «“El pancista”, un periódico de La Palma en la crisis del 98 (estudio e índices)». *Crónicas de Canarias*, n. 13 (2017), pp. 427-464.
- RODRÍGUEZ BORGES, R. F. «Discurso xenófobo y fijación de agenda: un estudio de caso en la prensa de Canarias (España)». [En línea]. *Revista latina de comunicación social* (2010). Disponible en: http://www.revistalatinacs.org/10/art2/895_ULL/17_Rodrigo.html. (Consultado el 3 de septiembre de 2018).
- RODRÍGUEZ BREJO, V. «Inmigración y televisión en Tenerife: Rutas de investigación». *Comunicación e ciudadanía*, n. 6 (2008), pp. 1-35.
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, J. J. «Heraldo de La Palma (1900-1902): un vano intento de prensa independiente en el periodismo palmero de entresiglos». En: Julio Yanes, Enrique Perera y Lara Carrascosa. *II Congreso Historia del Periodismo Canario: de la autarquía Franquista a la globalización*. [Güímar]: Densura, 2017, pp. 429-442.
- RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ, J. J.; LLARENA, F. «“El adalid” y “El noticiero”: un modelo de periodismo político y polemista de la prensa palmera en las postrimerías del siglo XIX». *Cartas diferentes: revista canaria de patrimonio documental*, n. 8 (2012), pp. 135-158.
- YANES MESA, J. A. *La Voz de la Isla de La Palma, 1960-1978: la radiodifusión del subsistema comunicativo más singular de las islas Canarias en el franquismo*. [Garafía]: Ediciones Alternativas, 2011.

