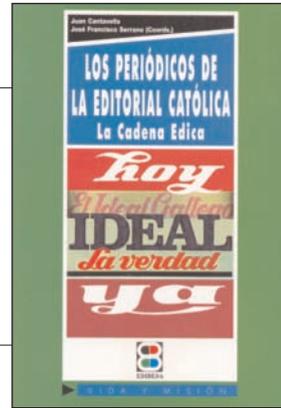


LOS PERIÓDICOS DE LA EDITORIAL CATÓLICA: LA CADENA EDICA

LAURA GONZÁLEZ DÍEZ
design@ceu.es

Los periódicos de la editorial católica: la cadena EDICA

Juan Cantavella, José Francisco Serrano (Coords.)
Editorial : EDIBESA
ISBN: 978-84-84073-64-2
Idioma: Español
Madrid, 2010. 344 páginas



Las investigaciones sobre la prensa católica en nuestro país son más bien escasas, de ahí el principal interés del libro que nos ocupa, ya que nos ofrece un estudio riguroso sobre los periódicos de la Editorial Católica, una empresa pionera en modelos de gestión de empresas editoras de diarios en España. Nos encontramos ante un libro especializado dirigido, especialmente, a investigadores, historiadores y profesionales del Periodismo que quieran acercarse a las publicaciones periódicas diarias católicas españolas del siglo pasado.

El libro gira en torno a las cabeceras periodísticas que nacen al amparo de la ACdP (Asociación Católica de Propagandistas), así como de toda una red de prensa en torno a ella. En él se analiza en profundidad la Cadena EDICA, su repercusión en la historia de nuestro país, además de contemplar el análisis de las causas y las consecuencias del éxito empresarial y periodístico de esta cadena.

Por otro lado, hay que señalar que se trata de una obra que nace como un reflejo de lo aportado en las *V Jornadas sobre Prensa e Iglesia en la España Contemporánea* que, como en ediciones anteriores, tienen por objeto investigar, dialogar y escribir sobre las principales cuestiones que se relacionan o han relacionado con la prensa católica.

Esta investigación sobre EDICA no ha obviado los referentes de las Ciencias Sociales y puede englobarse como se dice en su prólogo “dentro del denominado humanismo cívico” dado que pone su atención en el protagonismo de las personas “que tienen conciencia de su condición de miembros responsables de la sociedad e intentan los medios y vínculos de participación política”, así como “la comprensión de las comunidades humanas como ámbitos

Referenciar como: González Díez, L. (2011). Los periódicos de la Editorial Católica: la cadena EDICA. *index.comunicación*, 1(1), 175-180. Recuperado de <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/14/24>

imprescindibles para el desarrollo de las personas” o el “retorno del valor de la esfera pública como ámbito de despliegue de las libertades sociales.”

A lo largo del libro, el lector se encontrará con estudios relativos a diferentes aspectos de la Cadena EDICA, principalmente a esos periódicos que compusieron esta red de diarios que cumplieron en los mismos ideales que se desprendían de *El Debate* y el *Ya*. A ellos se añadieron una serie de diarios en diferentes ciudades españolas, como *Ideal*, en Granada; *Hoy*, en Badajoz; *La Verdad*, en Murcia y *El Ideal Gallego*, en La Coruña. A ellos se unieron la Agencia Logos, la revista infantil *Jeromín*, el semanario *Dígame*, la Biblioteca de Autores Cristianos, la editorial Rioduero, y las revistas *Letras* y *Criterio*. Durante cerca de 60 años estos diarios conformaron una cadena sólida y comprometida con la defensa de los principios que dieron vida a la Editorial Católica.

De la lectura del libro se desprende cómo dicha Editorial fue una gran empresa que pudo mantener su confesionalidad en tiempos difíciles y que a lo largo de diferentes épocas supo ofrecer información rigurosa, responsable y mantener una opinión acorde con el pensamiento de la Iglesia.

El libro se articula en torno a trece capítulos, de altísimo rigor y calidad, firmados por colaboradores –muchos de los cuales fueron protagonistas directos de lo que en el libro se cuenta– de la talla de Rafael González Rodríguez-Rojas (director de *El Ideal gallego* y de *El Correo de Andalucía*, del diario *Ya* y de la agencia Logos), Antonio González Conejero (director de *Hoy*, de Badajoz y de *La Verdad*, de Murcia), Melchor Sáiz Pardo (director de *Ideal*, de Granada), Enrique de Aguinaga (Catedrático emérito de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid), Juan Cantavella (Catedrático de Periodismo de la Universidad CEU San Pablo), Jaime Vázquez (Miembro de la Fundación Andaluza de la Prensa), María Arroyo Cabello (Profesora de la Universidad Católica San Antonio de Murcia), María Alcalá-Santaella (Profesora de la CEU San Pablo), Cristina Barreiro (Profesora de la CEU San Pablo), José Antonio Martín Aguado (Director de *El Ideal Gallego* y redactor jefe de *Ya*), Dolores Pérez Salmón (Nieta de Federico Salmón, ex ministro y ex director de *La Verdad* de Murcia), Pedro Pérez Cuadrado (Profesor Titular de Periodismo en la Universidad Rey Juan Carlos y antiguo maquetador en *La Verdad* de Murcia) y Mercedes Chivelet (Profesora de la Universidad Complutense de Madrid).

Cada uno de estos capítulos se centra en alguno de los diferentes medios periodísticos de la Editorial Católica o en aspectos esenciales de la misma. Así, Rafael González Rodríguez-Rojas establece un marco inicial de referencia sobre la Editorial Católica, su fundación, los diarios que la integran, los periódicos afines y agencias de noticias, enfocando la etapa de mayor dinamismo de dicha editorial.

En el segundo capítulo, Antonio González Conejero reflexiona sobre el papel de EDICA en la periferia de España y sobre la “necesidad de recristianizar la sociedad española a través de los medios de comunicación”. Se centra especialmente en los diarios *Hoy* de Badajoz y *La Verdad* de Murcia por ser los periódicos de la Editorial Católica que él dirigió, ofreciendo datos de primera mano de notable interés.

Melchor Sáiz-Pardo, quien fuera director de *Ideal* de Granada, hace en su capítulo un recorrido pormenorizado por la historia, evolución e influencia del citado periódico, hasta que en 1987 pasó a manos del entonces primer grupo de prensa regional en España: el Grupo de Comunicación Correo.

El cuarto capítulo corre a cargo de Enrique de Aguinaga, Catedrático Emérito de Periodismo de la Universidad Complutense de Madrid, donde reflexiona sobre la Editorial Católica vista desde fuera y donde plantea cinco interesantes interrogantes sobre aspectos relacionados con dicha empresa: ¿por qué se prohibió la salida de *El Debate* al término de la guerra?, ¿por qué *Ya* no mantiene en tiempos de libertad el esplendor que tuvo en tiempos de censura?, ¿qué pasa con EDICA y la sociedad?, ¿por qué la conferencia episcopal se desinteresó de EDICA? y si no habrá llegado la hora de editar *El Debate* con todas sus consecuencias y todas las actualizaciones.

Juan Cantavella dedica su capítulo a la agencia Logos en cuanto influencia informativa de la cadena EDICA. En él profundiza sobre lo que supuso esta agencia en el panorama periodístico del momento, un período en el que había la necesidad de contar con un servicio para compartir las informaciones que se generaban en la Editorial Católica, “un instrumento propio que eliminara, en todo o en parte, la dependencia que se padecía de las agencias informativas existentes y que, en algunos casos, eran ideológicamente contrarias”. Recoge el autor como en 1925, en un editorial de *El Debate* se señalaba que “es un deber primario de los periódicos católicos procurar la fundación de una agencia informativa que les permita la apologética por la noticia”; y fue este periódico el que lideró la iniciativa para constituir una agencia que les proporcionara los medios adecuados para ofrecer un periodismo de calidad. Y fue así como nació Logos, en el verano de 1929, como un servicio modesto prestado desde *El Debate* a cuatro periódicos de provincias que se encontraban en su misma línea editorial y de pensamiento pero que carecían de medios. De este modo, Logos se convirtió en el nexo de unión de todos los periódicos de EDICA –y otros externos– y transportaba noticias en una y otra dirección.

El sexto capítulo de la obra que nos ocupa es una interesantísima narración de la mano de Jaime Vázquez Allegue, miembro de la Fundación Andaluza de la Prensa, en la que reflexiona sobre el papel de los artículos que

el Grupo Tácito publicó en los periódicos de la Editorial Católica entre 1973 y 1977. El autor recoge cómo los más de ciento cincuenta artículos publicados semanalmente por este grupo sirvieron para crear opinión en la sociedad española generando debate y provocando la reflexión sobre el estado en el que se encontraba la vida del país. En palabras del propio autor, el Grupo Tácito “fue uno de los núcleos reformistas que más contribuyó al proceso democratizador” y, continúa señalando, “fue un referente periodístico durante los años de la transición española, convirtiéndose en responsable del cambio que se estaba produciendo en la sociedad española en un momento clave de la historia”, ya que “sus artículos determinaron una buena parte del proceso de transición que se vivió en España durante los últimos años del régimen de Franco y los primeros de la democracia”. Este capítulo recoge, además, diferentes opiniones sobre los integrantes del grupo, los distintos sectores que había entre los tácitos, al tiempo que recorre las diferentes etapas por las que pasó dicho grupo y que coinciden con los momentos destacados de la historia de la transición española hacia la democracia. Por último, Vázquez Allegue ofrece, también, una relación de los artículos más destacados de entre los publicados por el Grupo Tácito, deteniéndose de manera especial en el titulado “Los sucesores de Franco”, sin duda el más comprometido de todos los escritos por el grupo como prueba el hecho de que a las pocas horas de ser publicado la censura lo retirara de la circulación. Es de especial interés que el autor ofrezca una exhaustiva relación de las diferentes versiones que circularon sobre dicho artículo y su contenido.

En el capítulo séptimo, la profesora de la Universidad Católica San Antonio de Murcia, María Arroyo, escribe sobre la contribución de la Editorial Católica en el consenso periodístico de la transición. Dicho capítulo se centra en el papel excepcional que tuvo la prensa durante el tardofranquismo y la transición y que fue posible “por la confluencia de diferentes factores de naturaleza política, de intereses comunes, de temores y amenazas, de supervivencia empresarial y de avidez de libertad informativa”. La autora describe cómo los periódicos de la Editorial Católica, a diferencia de *ABC* o *La Vanguardia*, no tuvieron problema de adaptación en la transición y en contribuir a este consenso periodístico. Así, durante este período EDICA llevó a cabo una campaña política a favor del cambio democrático por la vía reformista, defendiendo la monarquía parlamentaria, de hecho, tal y como se pone de manifiesto en el libro, dedicó varios editoriales a definir las características de la monarquía en la nueva etapa democrática, a lograr la unidad de todos los españoles e impulsar el cambio político.

María Alcalá-Santaella, profesora de la Universidad CEU San Pablo se centra, en el octavo capítulo, en la figura de Pedro Gómez Aparicio e indaga en la trayectoria y el papel desempeñado por esta figura en los medios de comuni-

cación de EDICA. Autor de obras de referencia dentro de la historia del periodismo español fue también profesor de la Escuela Oficial de Periodismo y de la Escuela de Periodismo de la Iglesia, impartiendo las asignaturas de 'Historia del Periodismo' y 'Legislación de Prensa'.

El noveno capítulo corre a cargo de la también profesora de la Universidad CEU San Pablo Cristina Barreiro quien profundiza en la época en la que el diario *El Ideal Gallego* es dirigido por Santiago Lozano. Este período coincide con la consolidación del citado periódico como el órgano de referencia informativa de la sociedad coruñesa, al tiempo que trata de mantener unos principios ideológicos acordes con la idiosincrasia de EDICA. La autora reflexiona sobre cómo Santiago Lozano consiguió, durante los cerca de dieciocho años que se mantuvo al frente de este periódico, posicionarlo como un órgano de referencia del periodismo regional. El capítulo pone de manifiesto, en palabras de la autora, que *El Ideal Gallego* durante esta etapa se caracterizó por ser “un periódico completo, ameno para la época, moderno, dinámico, nutrido de información, profesional y entusiasta en todas sus iniciativas” y que, si bien se situaba al lado del régimen franquista, no olvidó “los fundamentos sociales que habían marcado los cimientos de EDICA, reconociéndose como un periódico católico y español al servicio de la Iglesia”.

Por su parte, José Antonio Martín Aguado, quien fuera también director de *El Ideal Gallego*, dedica el décimo capítulo a narrar las vicisitudes de una acción popular que hace treinta años permitió salvar a este periódico del cierre. El autor cuenta como al final de la década de los años 70 la situación económica de la Editorial Católica era insostenible, especialmente en el caso de *El Ideal Gallego*, lo que estuvo a punto de llevar a la quiebra a la empresa, y narra las diferentes gestiones realizadas para buscar soluciones que evitaran el cierre del periódico. Martín Aguado contextualiza este episodio haciendo un recorrido previo por la historia del periódico desde su fundación en abril de 1917, centrándose sobre todo en el período en el que él mismo asumió su dirección proponiéndose la modernización y transformación del diario.

En el undécimo capítulo Dolores Pérez Salmón se encarga de glosar la figura de su abuelo, Federico Salmón Amorín, al frente de la dirección del diario murciano *La Verdad*. El objetivo de este capítulo, según la autora, es despertar la curiosidad y el interés sobre la figura de Federico Salmón, una figura que “tras muchos años en el olvido, va apareciendo de cuando en cuando en distintos ámbitos profesionales de la actualidad para dar respuesta a diversos acontecimientos de su tiempo que hoy en día inquietan a los investigadores”.

En el capítulo duodécimo, el profesor de Diseño de la Información, de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid, Pedro Pérez Cuadrado, nos presenta

unos apuntes para el estudio de la evolución estética del diario *La Verdad* de Murcia, del que fue maquetador y responsable, en buena medida, de su aspecto formal gráfico y tipográfico. El interés del capítulo reside en el hecho de que el autor ofrece una aproximación al desarrollo visual del diario murciano entre 1959 y 1988, esto es, los años en los que el mencionado periódico perteneció a la Editorial Católica, un total de veintiocho años que se revelan como los de mayor éxito empresarial por su aumento constante en la difusión de ejemplares y su desarrollo hasta convertirse en uno de los mejores diarios regionales de la prensa española.

Cierra esta obra Mercedes Chivelet, profesora de Tecnología de la Información en la Universidad Complutense de Madrid, que centra su aportación en el estudio de dos modelos de prensa infantil y juvenil integrados en periódicos de la Editorial Católica: *Mini Ya* y *La Verdad Joven*, dos suplementos considerados hoy día como verdaderos referentes para la comunicación impresa destinada a niños y jóvenes en nuestro país y que, según la autora, “favorecieron el hábito lector en la edad más propicia para ello, cuando se incorporan los comportamientos que han de acompañar al adulto”. Formar, informar y divertir desde una prensa comprometida era su objetivo.

Nos encontramos, en definitiva, ante una recuperación histórica del papel que la Editorial Católica desempeñó durante buena parte del siglo XX, tanto desde el punto de vista social como cultural, dando lugar a una excelente obra colectiva y una completa investigación sobre la historia del periodismo en un aspecto hasta ahora tan poco tratado e investigado en nuestro país como es el de los medios de comunicación católicos, lo que hace absolutamente recomendable su lectura.