

'Huelva Información': el diario de los onubenses



HUELVA Información

diario independiente de la provincia

Huelva, 31 de julio de 1983. Director: F. MERCHAN ALVAREZ. Número 8. Ejemplar gratuito.



Momento en que Nicolás González Núñez, presidente del Consejo de Administración y Junta de Fundadores de HUELVA INFORMACION S.A. pide al lector que pase en marcha la revista que inicia la tirada de nuestro número cero. Con anterioridad, miembros de ambos órganos de la sociedad concertan el funcionamiento de los talleres en los que se editará el periódico (Foto: Paté).

SALIMOS EL 3 DE AGOSTO

Finaliza algunas labores de la obra de la mañana de ayer, cuando el presidente del Consejo de Administración de HUELVA INFORMACION, Nicolás González Núñez, presenta al lector de la revista, Nueva esta revista periódica que nació desde su nacimiento. Han sido meses de desvelados esfuerzos, de constantes reuniones hasta verla hecha realidad. Hoy ya está en la calle el número cero y el próximo 3 de agosto, fecha señalada en la historia de Huelva, volveremos a salir con nuestro primer número, con una información de actualidad en un intento de descubrir Huelva día a día, Huelva día a día.

Junto al señor González Núñez, en el momento de poner en marcha la revista, se encuentran sus presentes otros miembros del Consejo de Administración y Junta de Fundadores de HUELVA INFORMACION así como representantes de la Mancomunidad de Municipios, tras un momento de silencio, como si todos estuvieran respirando el aire

pero a paso, el proceso de montaje de las páginas hasta su llegada a las redacciones de la revista.

En este número cero de HUELVA INFORMACION se han dado de un total de once mil ejemplares, que serán repartidos gratuitamente, gracias a la generosidad de los patrocinadores, en más de las localidades de la provincia, día 3, podrán recordar oficialmente el periódico al precio de cuatro pesetas, cantidad a la que se está reduciendo el precio de cinco de tirada local, provincial, regional y nacional. Pretendemos llegar hasta los lectores de todas las localidades de la provincia, incluido la zona del Atlántico a la que, desgraciadamente, pocas periódicos tienen acceso por la mala comunicación existente de sus comunicaciones. Hemos estado muy tiempo en todos los puntos hasta conseguir una tirada amplia que abarca los cinco mil ejemplares, logrando con esto mantener en el primer período de edición de la provincia de Huelva. Ha una serie que esperamos alcanzar con la ayuda de los lectores onubenses, a los que se dirigido este número preliminarmente identificado con esta revista.

Para asumir este objetivo, HUELVA INFORMACION edita siempre con temas de la capital,

para seguir con información provincial, regional, económica, política, deportiva, nacional, internacional, técnica, tecnológica y la última noticia, destinada a recoger la historia de Huelva. Los contenidos están dedicados al tema del día, contando todos los domingos con una entrevista en profundidad de un miembro del gobierno como es Tito Medina. Concretamente en este número cero, el periodista onubense el escritor Juanjo del Olmo de Huelva, escritor Juanjo del Olmo que nació y desde siempre a HUELVA INFORMACION.

Yo estimo así. Este número que con su mano, sólo leer —perdona que desde lo le considere como tal—, es el primer número de una publicación de un periódico más nuevo, antes de poner en marcha su periódico diario, para poder compartir con periodicidad con aquellos lectores que hasta ahora disfrutaban en el papel un día de noticias. Hoy, en un número nuevo, hemos querido que este número sea está en la calle los domingos y, además, contando con la confianza de quienes de actualidad y actualidad, a los que desde esta primera momento queremos animar agradeciendo muy especialmente al apoyo que nos prestan. Después de este número —y, con el que intentamos, en primer lugar, presentarnos, recoger opiniones sobre nuestra revista y la opinión y hacer diversos temas de la actualidad de Huelva, hasta en el número local como prensa cultural, económica o deportiva, ya lo continuamos en los próximos y en caso de nuestros patrocinadores hasta el próximo día 3 de agosto.

La fecha del 3 de agosto, la que Huelva debería recordar con más afecto el día, de cara a ser el Centenario del Descubrimiento de América, es una fecha histórica. Hoy, hoy hemos querido estar en la calle, volviendo hasta el día, con el día de agosto para comenzar a partir de ahí un nuevo día.

Huelva lo ha querido

Fernando Merchán Álvarez
Quinta guerra

momento: el de Huelva. Lo vamos a intentar, con la ayuda de Dios, de una manera diaria, incluyendo los temas, que era el único día en que Huelva se era desatendida de una prensa provincial.

En este número de nuestra información con una firme voluntad de periodismo provincial. Por ello, reduciendo los costos de edición diarios, la información nacional e internacional en su primer número a un segundo plano, aunque no por ello se a ser por el momento. De ahí un orden prioritario a la noticia local, provincial y nacional, económica-trabajo, cultura, cine y espectáculos, deportes y sucesos, dedicando a la zona la zona de noticias y más.

HUELVA INFORMACION nace también con la intención de ser un periódico pluralista, serio y objetivo, logrando en las grandes áreas del territorio onubense, la difusión de las actividades que realiza

nuestra Constitución y el desarrollo integral de la provincia de Huelva. Como profesional que somos de la información vamos a estar en contra de cualquier manipulación del hecho informativo. Lo deseamos que nuestra y agudiza la vida de este nuevo libro en un —una revista de vida que con ella en la revista y los temas sobre— y como tal desde una prensa local de comercio al mundo. Como director de la publicación tengo la responsabilidad de su coordinación, pero sin en absoluto ser responsable de las noticias que se publican. Por ello, desde ya, me considero uno más del equipo, en el que también se integran personas como los departamentos de ADMINISTRACION, Comercial y Distribucion.

Ya antes de este libro hemos desarrollado una experiencia trabajando con el subdesarrollo. Estamos comprometidos en su desarrollo y en la acción —porque sabemos cómo— confiamos en que serán comprendidos. Desde sus inicios, cuando comenzamos a reformar las antiguas familias de accidentes, HUELVA INFORMACION ha sido lo que nos promueven hoy querido que sea. Si está en la calle hoy debemos este número —y el porque Huelva, por tanto, lo ha querido. El siguiente número será por muchos años —lo que pretendemos demostrar—, pero estamos porque Huelva lo quiere y lo deseamos. Por nosotros lo ha querido.



Algunos de los fundadores y primeros accionistas, en la Plaza de San Pedro, en 2013. HUELVA INFORMACIÓN

El primer editorial de *Huelva Información* dejaba claras las intenciones de este periódico fundado en 1983: "Si está en la calle hoy domingo este número o es porque Huelva, por tanto, lo ha querido. Si seguimos estando ahí por muchos años, lo que fervientemente deseamos, será asimismo porque Huelva lo quiera y lo demande". Este deseo, pedido en alto el 31 de julio de aquel año, se ha hecho realidad. En palabras de Antonio Checa Godoy, en su libro *Historia de la prensa andaluza*, hoy se trata de un "diario paulatinamente afirmado y rentable, con pluralismo e independencia informativa notable".

El rotativo, que en agosto cumplirá 38 años, nació en la capital onubense con medio millar de accionistas y una ilusionada plantilla. En la actualidad, la cabecera sigue en pie con una gran madurez periodística. Tras el desplome de sus competidores, *Huelva Información* es el único superviviente que mantiene el papel de pago en los quioscos.

LA EMPRESA, ANTE NOTARIO

Un conglomerado de pequeños comerciantes e industriales, polí-

Orígenes de un periódico superviviente

'Huelva Información', único diario de pago que se mantiene en papel en la provincia onubense, cumplirá 38 años en agosto de 2021

ticos o representantes institucionales, entre otros, constituyó ante notario la empresa Huelva Información SA el 16 de mayo de 1983. La historia comenzó cuando un nutrido grupo de onubenses se organizó a comienzos del ejercicio para impulsar una publicación propia.

Por aquel entonces, el mercado periodístico estaba monopolizado por el histórico diario *Odiel*, nacido en 1932 de la mano de la

Confederación Española de Derechas Autónomas, que siete años después fue adquirido por Falange para convertirlo en su "medio oficial" en la provincia, como señala el periodista José Manuel Tellechea en su libro *El conflicto infoambiental. El caso de Huelva Información*.

En el acta fundacional, a la que se ha accedido para este TFG, constan el arquitecto Francisco de La Corte, el industrial Manuel

Arroyo, el ingeniero José Marañón, la maestra Trinidad García y el relaciones públicas José Luis Camacho Malo (más adelante director comercial del diario).

En ella se especifica el objetivo de la sociedad es la "edición, difusión y venta por cuenta propia de diarios, semanarios y toda clase de publicaciones periódicas", la de libros y folletos, la creación y el funcionamiento de agencias informativas o de distribución, y la explotación de emisoras de radio o televisión.

Un día más tarde, el 17 de mayo, "fue presentado el formato y el esquema estructural ideado para el nuevo periódico, que tendría como cabecera *Huelva Información* y la subcabecera *Diario independiente de la provincia*, especifica Tellechea en su obra.

La sociedad anónima basaba sus principios ideológicos en "las grandes líneas del humanismo cristiano, en la defensa de las libertades individuales y en los principios de la economía social de mercado, con especial atención al desarrollo integral de la provincia de Huelva".

La junta de fundadores estaba conformada por Nicolás Gonzá-

lez como presidente, José María Azcárate como secretario (director de la fábrica Río Ródano, integrante de la Asociación de Industrias Químicas y Básicas (AIQB); y por Pilar Pulgar (alcaldesa de Palos de la Frontera), Constantino Menéndez (delegado regional de Explosivos Río Tinto, integrante de la AIQB y presidente de la Federación Onubense de Empresarios (FOE); Miguel Martín Pérez, vicesecretario de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Huelva, con 20 acciones; Cristóbal Martín y Rafael Díaz Mantis, este último presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Huelva (50 acciones), como

Sus siete miembros tendrían el cargo con carácter vitalicio y su objetivo principal era la defensa de los fines ideológicos de la empresa informativa.

El primer consejo de administración estaba presidido por el mencionado Nicolás González, ligado al sector de la construcción (50 acciones). Tenía como vicepresidente a Manuel Muñoz y como consejeros a Miguel Martín, Eduardo Mateos, Anselmo Boteño (propietario de una clínica) y Antonio Concepción (empresario del sector pesquero). El secretario era Manuel Baltasar Pérez.

Apunta Tellechea en su libro que el capital de salida de este nuevo proyecto editorial "fue de 15 millones de pesetas", que se distribuyeron en 1.500 títulos nominativos "de una única serie de 10.000 pesetas de valor nominal cada uno, repartidos entre 482 accionistas".

NÚMERO CERO DEL DIARIO

El hotel puntaumbriño Pato Amarillo acogió la presentación en sociedad del número cero de la cabecera el 31 de julio de 1983. El periódico salió a la calle con 9.000 ejemplares gratuitos.

Su editorial dejaba clara su base ideológica y sus pretensiones: "*Huelva Información* nace también con la sana intención de ser un periódico pluralista, veraz y objetivo, inspirado en las grandes líneas del humanismo cristiano, la defensa de las libertades que refleja nuestra Constitución y el desarrollo integral de la provincia de Huelva. Como profesionales que somos de la información vamos a



Extracto del acta fundacional de 'Huelva Información'.

El primer número estuvo presente en más de 300 puntos de la provincia a un precio de 40 pesetas

estar en contra de cualquier manipulación del hecho informativo".

TAMBIÉN LOS LUNES

La fecha de salida al mercado de *Huelva Información* no fue elegida al azar. Se lanzó el día grande de las Fiestas Colombinas, que conmemoran el aniversario de la partida de las tres carabelas de Colón y los pinzón hacia el Nuevo Mundo en 1492. El propio diario indicaba que la efemérides debía ser reivindicada por Huelva "con más ahínco si cabe, de cara a ese V Centenario del Descubrimiento de América" que llegaría nueve años después.

El director-gerente del rotativo, Fernando Merchán, expresó en el editorial de aquel miércoles de estreno y festividad local que habían querido estar en la calle ese 3 de agosto "robándole horas al reloj" para comenzar a gestar a partir de ahí un nuevo descubrimiento: "El de Huelva". Merchán matizaba: "Lo vamos a intentar, con ayuda de Dios, de una manera diaria. Incluyendo los lunes, que era el único día en que Huelva se veía desamparada de una prensa provincial".

Uno de los participantes en la fundación del periódico y su director comercial durante 26 años es José Luis Camacho Malo,

quien rememora aquellos "inicios intensos" donde cada una ponía toda la carne en el asador para que el producto cubriera las expectativas de los lectores. "Recuerdo a Fernando Merchán junto a Vicente Toti haciendo pruebas de la cabecera del periódico, y a Juan Luis Álvarez y a José Manuel Gómez y Méndez liados con las maquetaciones" poco antes de su salida.

Tellechea concreta en su libro que el primer número de *Huelva Información* estuvo presente en más de 300 puntos de la provincia a un precio de 40 pesetas.

CERCA DE LA PLACETA

La primera sede de *Huelva Información*, cuyas instalaciones constaban de dos plantas, se ubicó en pleno corazón de la ciudad, en el número 25 de la céntrica calle Marina de Huelva, a solo unos metros de La Placeta.

En la planta baja se hallaban "administración, publicidad, el despacho del consejo de administración y, al fondo, el laboratorio fotográfico"; en la superior se localizaban la redacción y el despacho del director, "al que se llegaba a través de una escalera de caracol", precisa Camacho Malo para este TFG.

Con una memoria privilegiada, el exdirector comercial del medio relata cómo la escala ejecutiva en sus orígenes estaba conformada por él mismo, por Merchán, como director-gerente, y por Paco Muñoz Acuña como jefe de Administración.

Entre los periodistas destacaba la figura del redactor jefe, Juan Luis Álvarez, que junto a Alfonso Carlos Rosendo y Miguel Ángel Velasco "vinieron de fuera de nuestras fronteras provinciales". Poco más tarde llegó Antonio Peinazo, todos ellos, posteriormente, jefes de sección o redactores jefe.

En la plantilla se encontraban los redactores onubenses José Manuel Gómez y Méndez, Mari Ángeles Puente, Pepe Cejudo, Helenio Ponce o Eduardo Sugrañes. Este último todavía resiste en el organigrama actual como jefe de la sección de Cultura. La fotografía llevaba el sello de Patricio Romero y Pepe Roma.



Trabajadores de la primera plantilla del rotativo, en la sede primigenia de la calle Marina. HUELVA INFORMACIÓN

A finales de los 80 la redacción tenía unos 40 empleados

Era, en palabras de Camacho Malo, “un equipo joven y cargado de ilusiones”, al que se unieron Victoriano Ruigómez como jefe de la sección Deportes, y Antonio Castro, este último como subdirector. Ambos, avanzamos, serían en el futuro directores del diario.

Aquel periódico recién alumbrado contó además con una nutrida nómina de corresponsales, de modo que, desde sus inicios, dio cobertura a la información provincial con solvencia.

Victoriano Ruigómez fue nombrado en 1989 redactor jefe y se responsabilizó del cierre de *Huelva Información*, así como de “la coordinación, redacción y publicación de suplementos (en aquella época salían uno o dos especiales todas las semanas)”. Como cuenta para este TFG, “la evolución del periódico fue ascendente: su relación y vinculación con la provincia le hizo ser un medio muy cercano a los ciudadanos, a sus lectores y, por tanto, a los anunciantes”.

IMPRESIÓN EN SEVILLA

Los primeros números del periódico

se imprimieron en los talleres de *El Correo de Andalucía*, en Sevilla. Entonces, como remarca Camacho Malo, había que mandar toda la información, maquetación, fotos y publicidad a través de las camionetas de la empresa Damas, “lo que conllevaba que, en cada autobús que iba a la capital hispalense, se llevaba un sobre adelantando el trabajo, teniendo que estar a su llegada algún compañero sevillano para recoger el envío”.

La hora tope para el cierre, por tanto, era temprana. Los últimos sobres con el contenido del diario eran recepcionados a las 21:00. Si había algo relevante que se hacía necesario agregar a última hora, “se solucionaba a través del teléfono”.

El exdirector comercial de *Huelva Información* tiene claro que si no hubiese sido por la ilusión de

todos, el proyecto no habría llegado a feliz término. “Imaginense todas estas vicisitudes a día de hoy, son impensables”, remarca.

PLANTILLA JOVEN Y MOTIVADA

Carlos Sáez era, hasta su jubilación en 2020, el redactor del diario onubense que más años llevaba escribiendo en las páginas del rotativo. Cuando el salmantino llegó a la capital onubense, allá por 1988, recuerda a una plantilla joven y motivada que trabajaba con medios rudimentarios.

En la redacción se usaba el “sistema Linokey (no sé si se escribe así exactamente), que no era otra cosa que una especie de ordenador con una pantalla muy reducida que solo servía para escribir”. Estos aparatos, relata Sáez, “tenían un disco blando (disquete)

donde se archivaban las informaciones que se adjuntaban a una maqueta de papel y que cada periodista diseñaba y entregaba a los compañeros del área de Edición”, imprescindibles entonces en la redacción.

Un año después que Sáez, en 1989, arribaba a la sede del diario otro de los redactores, Enrique Morán, que hasta el verano de 2020 (también aceptó jubilarse) ejercía como especialista en asuntos sanitarios y educativos. El madrileño tuvo su primer destino en la sección Suplementos, que suponía “una especie de *training* para los recién llegados”.

En el último año de la década de los 80, el rotativo contaba con “un director, un subdirector, un redactor jefe y varios jefes de sección, además de periodistas, fotógrafos y editores”.

Morán destaca que, “sin contar con Administración y Publicidad, la plantilla podría ser de unos 40 trabajadores”. Para entonces la cabecera ya se imprimía en Huelva. “En la rotativa creo que había unos cinco trabajadores y en aquella época se encontraba en la capital”, señala el periodista. Esta novedad en la impresión dilató los tiempos del cierre y



Vista aérea de Huelva. TURISMOHUELVA.ES

produjo una reorganización en el trabajo.

“EN LOS 79 PUEBLOS”

La inalterable memoria de José Luis Camacho Malo permite conocer cómo era la distribución del periódico en los años 80 del pasado siglo. “Desde el inicio había una misión muy importante, que era la distribución, donde Felice era el responsable de este menester; Merchán tenía la obsesión de que *Huelva Información* tenía que estar en los 79 pueblos de la provincia”, resalta.

Y agrega que no solo debía tener presencia en casinos y bares, sino que los ejemplares tenían que “estar en los quioscos bien identificados, con unas pegatinas enormes que creó el ilustrador Vicente Toti donde, sobre fondo azul, se reflejaba en negro el monumento a Colón en la Punta del Sebo y el lema *Huelva Información, el periódico de Huelva*”. Para destacar su personalidad en los puntos de venta se confeccionaron expositores “para que estuviese siempre bien colocado”.

El 3 de agosto de 1986, solo tres años después de su primer amanecer, la redacción de la cabecera se trasladó al número 7 de la plaza de

San Pedro, donde permaneció hasta los albores del siglo XXI.

IMPULSO A LA ASOCIACIÓN DE LA PRENSA ONUBENSE

El todavía jefe de sección de *Huelva Información* Eduardo Sugrañes

relata en su libro *Asociación de la Prensa de Huelva 1910* cómo el equipo de *Huelva Información*, con Merchán a la cabeza, tuvo la “iniciativa de la recuperación de la Asociación, que había vivido hasta entonces al amparo del diario *Odiel*”. Desaparecido este en

1985, los periodistas de *El Huelva* se aliaron con la FAPE y promovieron encuentros con los compañeros de la prensa local, tomando las riendas de la entidad hasta tal punto que esta, en 1986, tenía su sede en las mismísimas instalaciones del periódico.

Proximidad en un escenario globalizado

Desde los orígenes del periodismo, la dimensión local ha sido un factor básico y permanente del periodismo. Así lo explica el catedrático Xosé López García en su libro *Ciberperiodismo en la proximidad*. Y es cierto que, como apunta el periodista, esa “matriz local” aún se mantiene hoy día. Como muestra está el trabajo que realiza en este ámbito el diario que nos ocupa en este reportaje, *Huelva Información*.

No hay que olvidar que la sociedad actual está ubicada en un contexto globalizado, un escenario universal donde “conviven numerosos escenarios de proximidad”. Precisamente por ello es necesario lo local. La ciudadanía tiene derecho a este tipo de información, se interesa por las acciones de proximidad, ya sean geográficas, sociales, culturales o psicológicas, entre otras.

Además, el periodismo local se ha visto reforzado con la apertura de nuevos horizontes, “la aparición

de los cibermedios”, que no solo contribuyen a la oferta informativa de proximidad, sino que también establecen vías de participación ciudadana. Como ejemplo de todo esto, se puede hacer referencia a la cobertura local que ofreció *Huelva Información* durante el pasado confinamiento. Los ciudadanos querían saber cómo se desarrollaba la pandemia de la Covid-19 en su entorno más cercano, necesitaban conocer cómo hacer frente a ella, qué sucedía en su vecindario... Y ahí estaba el diario, ejerciendo una función social primordial cuando su gente más lo necesitaba.

En definitiva, a dichos usuarios “les interesan más” este tipo de informaciones que se hacen realidad gracias a los medios de comunicación locales y que, a través del buen periodismo, ayudan a construir, como detalla Xosé López García en su mencionada obra, una sociedad mejor, bien informada y con calidad de vida.

La evolución de 'El Huelva' en los 90

Huelva Información vivió en los años 90 una "profunda transformación", tal y como se expresaba en el balance publicado en el suplemento especial *15 Aniversario*, publicado el 3 de agosto de 1998 y analizado en este TFG. Se refería a todo lo relacionado con el proceso de elaboración del diario, "acogiéndose a los nuevos avances informáticos y tecnológicos, mejorando la productividad".

El periódico fue evolucionando, madurando y calando entre los lectores de la provincia, quienes lo bautizaron como *El Huelva*, apelativo cariñoso con el que se conoce al diario desde entonces.

En la última década del siglo XX, la empresa mediática contaba con un capital social de 175 millones de pesetas y afrontaba nuevos proyectos, entre ellos, el de Teleonuba, su televisión local.

En esta época, la cabecera consolidó su presencia en la sociedad onubense. Tanto fue así que en diciembre de 1994 puso en marcha el Club de Opinión Fin de Siglo, con el que reafirmó "su compromiso con el progreso de esta tierra". Por aquella tribuna -convertida en centro de la actualidad nacional- pasaron nombres tan significativos como Juan Alberto Belloch (entonces ministro de Justicia e Interior), Rodrigo Rato, Joaquín Almunia, Manuel Chaves, Javier Arenas, Luis Carlos Rejón, Rosa Aguilar, Ana Botella, Pedro Pacheco, José Augusto de Vega, Fernando Jáuregui o Baltasar Garzón, entre otras célebres personalidades.

En 1996 celebró su primera gala de los Onubenses del Año, prestigiosos premios que perviven hoy y con los que el periódico reconoce la labor de los ciudadanos más destacados de la provincia. Además, el medio se implicó en la publicación de los primeros coleccionables de la prensa onubense en el último decenio del siglo XX. Es el caso del monográfico sobre la historia del Recreativo de Huelva o el de la *Enciclopedia de los Pueblos de Huelva*.

El diario líder de la provincia atesoró más de 55.000 lectores en sus 79 pueblos a finales del siglo XX



Portada del decimoquinto aniversario de 'Huelva Información', realizada por el ilustrador Vicente Toti en 1998.

Reflejo del eco social de la época

Huelva Información se hizo eco de los acontecimientos más relevantes en los primeros años de su andadura como fedatario público de la realidad social de la provincia.

El periódico narró tragedias como la del pesquero isleño Islamar III en agosto de 1984, los asesinatos de la pequeña María del Carmen en Punta Umbría, en noviembre de 1985, o el de Ana María Jerez Cano en la capital, en febrero de 1991. Las rehabilitaciones del Gran Teatro, la Casa Colón o el coso taurino de

La Merced, la construcción de la A-49 y el puente internacional del Guadiana, la visita del Papa Juan Pablo II a El Rocío en el 92 o lo agitados acontecimientos vividos en la Cuenca Minera tras el cierre de las minas de cobre también estuvieron presentes en sus páginas.

Relató acontecimientos como el nacimiento de la ansiada Universidad de Huelva en 1993, o el despegue de núcleos turísticos costeros como Islantilla o Isla Canela, entre otros hitos relevantes.

NÚMERO 5.000

El rotativo lanzó a la calle su número 5.000 en mayo de 1997. Un suplemento especial sirvió para conmemorar este hito al año siguiente, bajo el título *15 Aniversario*. En él, el periodista Javier Ronchel escribió que fue una hazaña en la historia periodística onubense. "Significaba la consolidación de un proyecto que era el sueño de unos pocos en el 83 y que camina con paso firme en la labor diaria del progreso onubense", relató.

En el mismo suplemento conmemorativo de 1998, el periodista Paco Muñoz hizo referencia a que el periódico había sido capaz de acaparar en sus primeros años de vida más del 60% de la audiencia provincial, con una difusión cercana al 40 por 100, ocupando "los primeros puestos en el sector editorial andaluz".

De esta forma, precisaba: "Hoy el periódico llega a los 79 pueblos de la provincia, además de a la provincia de Sevilla, en un ingente esfuerzo difusor". A lo que agregaba que la audiencia diaria, a tenor de los datos del Estudio General de Medios (EGM) en la oleada del momento, "es de nada menos que 55.000 lectores".

SU PLANTILLA, SUS DIRECTORES

Durante el tiempo en que la empresa Huelva Información SA fue independiente, es decir, desde su nacimiento hasta 2000 (año en que sería plenamente controlada por Prensa Española), se nutrió de su propia plantilla para designar a sus directores.



Visita de María José Santiago a la redacción en junio de 1998. ESPÍNOLA

Así lo certifica el veterano periodista Enrique Morán, quien detalla que el más longevo fue "Fernando Merchán y fue ade-

más el primero de la historia del diario". Sin embargo, se marchó para emprender diversos proyectos, dejando el periódico en

manos de otros compañeros de su confianza.

Uno de ellos fue Victoriano Ruigómez, quien tomó el mando

de la redacción a finales del siglo pasado. "Hasta mi nombramiento, el diario tuvo varios directores, aunque la mayor parte del tiempo siempre fue Fernando Merchán Álvarez", explica para este TFG.

A principios de los 90 recuerda la marcha de Merchán, quien fue sustituido por Antonio Checa Godoy. "Un año después, aproximadamente, lo reemplazó Antonio Peinazo Pleguezuelos. Un año más tarde es nombrado Alfonso Carlos Rosendo y, un poco después regresó, Fernando Merchán, al que yo sustituí a mediados de 1997 hasta que regresó otra vez a finales de 1998", evidencia Ruigómez.

En estos últimos años de accionariado onubense, a Merchán lo acompañaron en la andadura el propio Victoriano como adjunto a la dirección; Antonio Peinazo y Rafael Pérez Unquiles como redactores jefes; y Belén Sánchez, Miguel Ángel Velasco, Francisco Gamero, Eduardo Sugrañes, Rafael Moreno y Helenio Ponce como jefes de sección, tal y como consta en la mancheta del diario de la época.



El Mani ante la sede del diario en San Pedro, a finales de los 90. HUELVA INFORMACIÓN

Diversificación como epílogo del siglo XX

Huelva Información SA clausura los años 90 con siete empresas en su haber

La diversificación empresarial es una de las características que más llama la atención en el paso del grupo Huelva Información SA por el ocaso del siglo XX. Los accionistas amplían el capital e invierten en otros sectores vinculados a la matriz. En total, la sociedad anónima clausura los años 90 con siete empresas en su haber. Todo un éxito para una compañía local.

EL ACCIONARIADO

El suplemento *15 Aniversario*, de 1998, muestra en sus páginas quiénes conformaban el consejo de administración de Huelva Información SA en la época. Entonces lo encabezaba el presidente de la Caja Rural de Huelva, José Luis García Palacios, con el presidente de la Federación Onubense de Empresarios (FOE), Antonio Ponce, como vicepresidente, y Miguel Raya como secretario.

Como vocales constan el propio gerente del diario, Ramón Fernández Beviá, y su director, Fernando Merchán. A ellos se suman Jesús Fernández y José María Martín Guirado, ambos del Grupo Prensa Española.

La incursión de Prensa Española en las acciones de *Huelva Información* se inicia con el acuerdo rubricado por ambas corporaciones en abril de 1998, por el que la primera adquiere el 25% del capital social del grupo editor onubense. Por primera vez en su historia el dinero no era íntegramente local.

TRES OBJETIVOS DE INVERSIÓN

Huelva Información SA contaba en 1998 con un capital social de 350 millones de pesetas (muy lejos de los escuetos 11 millones con los que inició su andadura).

Conformaba un grupo de siete empresas que, en palabras de Ja-



Un operario trabajando en la rotativa en 1999. H. INFORMACIÓN

La sociedad anónima activa, a finales de los años 90, Teleonuba y una rotativa

vier Ronchel para el especial del 98, era "producto de la diversificación de las tareas originalmente atribuidas a la matriz original", a lo que Paco Muñoz añadía en el encabezado de otro artículo que estas sociedades nacieron "de la diversificación y aprovechamiento de las sinergias de lo que, en 1983, era sólo un periódico".

El periodista Enrique Morán destaca para este TFG que en aquellos años "la sociedad era una empresa onubense independiente de cualquier estructura de medios de comunicación a nivel andaluz o nacional".

Los 175 millones del inicio de los 90 se duplicaron para hacer frente

a tres grandes objetivos de inversión. Como constata Muñoz en *15 Aniversario*, la primera se trataba de la construcción y adecuamiento de una nave para las instalaciones técnicas. "Será el espacio en que se ubicará el gran proyecto de *Huelva Información* para los próximos meses y que supone el segundo objeto de inversión: la nueva rotativa", indicaba. Esta, además, incluiría la impresión a todo color. El tercer bloque inversor estaba enfocado en Teleonuba (nacida al inicio de 1996) y en su apertura al mercado audiovisual en el sector de las televisiones locales.

En el suplemento citado se desglosa la composición del

grupo Huelva Información Sociedad Anónima. Así, a la cabecera periodística y a Teleonuba se le habían sumado Huelva Impresión (la rotativa); Serviodiel, de mensajería y distribución de medios de comunicación andaluces; Suroeste Gestión Integral de Publicidad, que comercializaba los productos del grupo; Onucolor, un servicio de artes gráficas para otras empresas; y Huelva Multimedia, encargada del control informático del grupo y de la incipiente página web de *Huelva Información*.

SUMA DE NUEVAS TECNOLOGÍAS

La incorporación de las nuevas tecnologías a la redacción del rotativo tuvo una gran influencia en la forma de trabajar de redactores, maquetadores y fotógrafos.

Carlos Sáez recuerda que en un principio ni siquiera "había ordenadores para todos y se tra-



El alcalde de Huelva, con el ministro Piqué y Fernández Beviá en la rotativa. BONY

bajaba por turnos; algunas secciones solo venían a la redacción por la mañana y terminaban a mediodía (para dejar libres los ordenadores) y otros solo por la tarde", caso de los compañeros de la sección Deportes. Poco a poco fueron disponiendo de más computadoras.

Los teletipos de las agencias de noticias no se podían volcar directamente en las páginas, sino que "había que picarlos". Parte de ese arduo trabajo lo ejecutaba el área de Edición, donde además se "montaban" las secciones de Andalucía, Nacional, Internacional o Economía. Más adelante la incorporación de Millennium (Editor, Pictures y News) acabaría con aquel engorro.

"Los fotógrafos revelaban cada una de las fotos en un cuarto oscuro adaptado" y estas, como señala Sáez, "se adjuntaban también a la maqueta y el disco blando".

Luego, Taller se encargaba de "convertir las maquetas que ha-

bía realizado Edición con todo el contenido proporcionado por Redacción (información y fotografía) en los fotolitos que se llevaban a la rotativa para la impresión".

La hora del cierre del diario podía entonces "prolongarse hasta las dos de la madrugada". La fotografía digital cambiaría esta forma de trabajar en el periódico.

Con la llegada del CD-ROM, conservar las informaciones más pesadas era más asequible, puesto que permitía guardar hasta 90 periódicos digitalizados en un solo disco.

Tanto es así que el propio medio ofrecía a sus lectores la posibilidad de archivar sus páginas en formato CD-ROM. "Cada dos meses se almacenan, tal y como salen en la edición diaria, todos los periódicos, con lo que los lectores podrán tener en su casa toda esta documentación, ocupando un minúsculo espacio, siendo su consulta muy fácil y rápida", destacaba el rotativo en la

página 37 del suplemento *El color de Huelva*, publicado en 1999 y analizado para este TFG.

"Con un simple golpe de ordenador, usted podrá consultar cómodamente todo cuanto ocurrió en Huelva y su provincia, Andalucía, España y el mundo", remarcaba en dicha página, mientras calificaba el acontecimiento tecnológico de "clara modernización con la vista puesta en el futuro".

ARCANO, UN HITO EN EL DIARIO

En diciembre de 1997, *Huelva Información* afrontó su digitalización. De este modo, dio un "salto cualitativo" y acabó con el problema del espacio de almacenaje de la profusa producción diaria.

En sus hasta entonces casi 15 años de existencia, había acumulado en su archivo "cerca de un millón de fotografías y más de doscientos tomos con los periódicos diarios desde el inicio de la

publicación" en el año 1983, se explicaba en el suplemento *El color de Huelva*.

Realizó una "fuerte inversión" en el sistema Arcano, que en la época era "la única forma digital de informatización de archivo de fotos, noticias, páginas y gráficos en español".

En solo 15 meses, los documentalistas del medio ya habían incorporado a la nueva base de datos "más de 60.000 fotografías, 80.000 textos, 10.000 páginas y 200 gráficos del departamento de Infografía y Diseño, primando en este espacio de tiempo el color, cuyas fotografías son más de la mitad de las reseñadas".

Arcano constituyó todo un hito en la redacción del diario, donde ya solo accediendo a su buscador indizado se podían localizar textos o noticias anteriores para ilustrar o apoyar las nuevas informaciones generadas cada día.



Carmen Diéguez, Miguel Ángel Velasco y Antonio Carrasco, en sus puestos de la redacción. HUELVA INFORMACIÓN

LA PRIMERA WEB

A finales de los años 90, el diario estrena su presencia en internet. Concretamente en 1997, cuando se activó el dominio <http://huelvainformacion.otdes> y un sistema de suscripción a su edición digital para los lectores.

Al mismo tiempo, puso en marcha una herramienta imprescindible para la recepción de los contenidos enviados por los corresponsales, los colaboradores, las administraciones y los ciudadanos en general: el correo electrónico huelvainformacion@onuba.otdes. Este permitía, además, mantener "colaboraciones gráficas con diferentes medios regionales y nacionales que enriquecen mucho más las páginas del periódico", como se explica en el especial de 1999 *El color de Huelva*.

RIGUROSIDAD Y CALIDAD

El suplemento *El color de Huelva* ofrece una radiografía de la configuración con la que *Huelva Información* iba a despedir el siglo, siempre con las miras puestas en su principal manda-

miento: "Ofrecer noticias tratadas con rigurosidad y con calidad", una premisa también aplicada a su canal audiovisual, Teleonuba. Desde estas páginas, el rotativo decía entonces que su redacción estaba "curtida en las batallas informativas de la provincia, con 16 años a las espaldas y compuesta en la actualidad por cuarenta redactores". Estos se distribuían en las secciones Capital, Provincia, Deportes, Suplementos, "y la más

reciente, de Reportajes e Investigación". De nuevo, Fernando Merchán dirigía la plantilla. Acababa de regresar de su aventura como "miembro del consejo de Canal Sur", lo que le había obligado, entre 1997 y 1998, a dejar el cargo provisionalmente en manos de Victoriano Ruigómez "por incompatibilidad", como indica su sustituto durante ese plazo.

Con el entonces presidente de

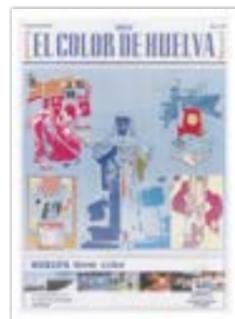
la Federación Onubense de Empresarios (FOE), Antonio Ponce, aún al frente de su consejo de administración, el periódico decía adiós al siglo XX todavía en manos onubenses desde la céntrica plaza de San Pedro de Huelva. Pero la situación se mantendría por poco tiempo más.

Prensa Española se había hecho con el 25% de la editora del rotativo. E impondría a su propio director en el despertar del siglo XXI.

Un proyecto de 400 millones de pesetas

Huelva Información sacó a la calle, el 2 de mayo de 1999 el suplemento *El color de Huelva*. Tenía como protagonista a su nueva rotativa, un proyecto en el que el grupo empresarial invirtió "unos 400 millones de pesetas". Según las previsiones de entonces, la herramienta de la filial Huelva Impresión iba a servir para generar una facturación de en torno a los "150 millones de pesetas anuales". También para ofrecer un periódico mejorado, el primero con páginas a color en la historia del territorio onubense.

Para conmemorar el acontecimiento, en abril de ese mismo año se celebró, en la nave del recién



estrenado centro de impresión el acto inaugural de la Rotoman. Fue todo un acontecimiento para la empresa y para la ciudad. A la ceremonia asistió el entonces ministro de Industria y portavoz del Gobierno central, Josep Piqué, quien estuvo acompañado por el presidente del consejo de administración de Huelva Información SA, José Luis García Palacios; el consejero delegado Antonio Ponce; el presidente de ABC, Nemesio Fernández-Cuesta (como

responsable de Prensa Española); el consejero delegado de Prensa Española Jesús Fernández-Miranda, y otras personalidades de la vida social, política y económica de Huelva.

Capelo, nuevo director con un nutrido currículum

La empresa muta de su tradicional consejo de administración local a la figura de administrador único en el año 2001

Tal y como indica el profesor Ramón Reig en su libro *Los dueños del periodismo*, son escasas las referencias bibliográficas o periodísticas sobre la entrada de *Huelva Información* en el nuevo siglo y los detalles de su adquisición a finales de los 90 por parte del grupo Prensa Española, que en 2001 se fusionaría con el grupo Correo para transformarse dos años más tarde en Vocento.

La línea ideológica de *El Huelva*, según destaca el periodista Enrique Morán, "tenía una marcada tendencia de centro-derecha y posteriormente, muy identificada con el Partido Popular", capitaneado por Pedro Rodríguez, alcalde en el Ayuntamiento onubense desde 1995. Además, "había mucha connivencia con fuerzas económicas dominantes de la provincia como el Polo Químico".

Victoriano Ruigómez abunda en esta apreciación: "Siempre ha sido una línea de centro-derecha dado la propiedad de la empresa, empresarios que, a su vez, pertenecían a la Federación Onubense de Empresarios (FOE)", caso de Antonio Ponce, presidente de dicha institución y del consejo de administración de Huelva Información SA.

RETORNO DE CAPELO A SU HUELVA NATAL

El domingo 10 de junio de 2001 el diario publicaba en su página 5 la designación de Manuel Capelo como director. Prensa Española descabezaba a Fernando Merchán, quien hasta aquella semana, y pese a las intermitencias de su cargo, había llevado las riendas del periódico en sus 18 años de existencia.

Onubense de 45 años, entonces, Capelo era el hombre de confianza de los de Vocento. "Ha desempeñado en los últimos tiempos la jefatura de Redacción en el diario



Fernández Beviá, Manuel Capelo, Fernando Blázquez y el alcalde de Huelva, Pedro Rodríguez. BONY

ABC de Sevilla y posee una dilatada experiencia como profesional del periodismo", se decía en el referido artículo. Es decir, sabía bien cómo seguir las directrices de los accionistas desde su cabecera estrella, ABC.

El nuevo director contaba con un nutrido currículum. En aquel momento era vicepresidente de la Asociación de la Prensa de Sevilla, también preparaba "su tesis doctoral en el Departamento de Periodismo de la Universidad de Sevilla sobre el periodismo de investigación en Andalucía". De su faceta académica se evidenciaba en la información que había sido colaborador honorario del Departamento de Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Información de la Hispalense.

Manuel Capelo se presentó al equipo del diario en un acto "breve". Expresó "su enorme satisfacción por retornar a su Huelva natal y su intención de mantener y desarrollar el proyecto informativo de un periódico cuya solidez en el liderazgo de la provincia

debe tener como base la profesionalidad y experiencia de un colectivo al que avala esa posición de referencia a la cabeza del periodismo onubense".

En el acto estuvieron presentes, entre otros, el responsable editorial de Prensa Española de Locales (Prelosa), José Alejandro Vara; el director gerente de Prelosa, Mario García Arias; y Ramón Fernández Beviá, director gerente de *Huelva Información*.

RENOVACIÓN: PASO AL ADMINISTRADOR ÚNICO

En la misma información donde se aludía a la llegada de Capelo se hacía referencia a la modificación del consejo de administración del rotativo y a la renovación de sus estatutos.

Así, la junta de accionistas cambió la estructura de la empresa informativa, que mutó de su tradicional consejo de administración "a la figura de administrador único, cargo que ha sido confiado a Felipe del Cuvillo Cano".

Como deferencia al máximo representante del ente precedente, los asistentes decidieron nombrar a Antonio Ponce presidente de honor de Huelva Información SA. Con un *quorum* del 89,4% del accionariado, en aquella cita de junio de 2001 se aprobó por unanimidad "la voluntad inequívoca del accionista mayoritario en pro del mantenimiento y potenciación de la condición inequívoca e insobornablemente onubense del diario, así como su compromiso en el apoyo permanente al desarrollo de Huelva, tanto en lo referido al ámbito social y cultural como en lo económico y empresarial".

En dicha junta estuvieron presentes como accionistas de Villacirones SA Miguel Martín, Fernando Merchán, José Antonio Mancheño, Juan Jesús Camacho y Ramón Fernández Beviá. Víctor Niharra lo hizo como representante de Prensa Española, "accionista mayoritario de la sociedad". Le acompañaron Soledad Luca de Tena, Mario García y José Manuel Varga, además del mencionado Felipe del Cuvillo.

Nueva compra de acciones: comienza la era Joly

La empresa editora sorprende con un movimiento empresarial en 2002 y adquiere 'Huelva Información', que pertenecía a Correo-Prensa Española

Federico Joly fundó *Diario de Cádiz* el 16 de junio de 1897, germen del actual Grupo Joly y cabecera todavía en activo dentro de la empresa. Desde entonces, ha seguido una línea familiar y muy localista, desvinculada ideológicamente de personajes y partidos políticos.

Como describe la profesora Aurora Labio Bernal en uno de los capítulos del libro *La comunicación en Andalucía: historia, estructura y nuevas tecnologías*, en los años 80 del siglo pasado la compañía inició una "tímida expansión y una muy controlada diversificación del negocio", poniendo en marcha *Diario de Jerez* (1983) o *Europa Sur* (1988) en Algeciras.

Con una posición afianzada en la industria de la comunicación gaditana, en los 90 se amplían los horizontes. Labio Bernal precisa que "se trabaja la imagen corporativa, se editorializan las páginas de los diarios y se percibe la superación de un modelo tradicional de empresa", que por primera vez se autodenomina Grupo Joly, "lo que hace prever un crecimiento del negocio más allá de su editora matriz".

Cuando en 1999 nace *Diario de Sevilla*, la mercantil decide expandirse con nuevas cabeceras en el área occidental de Andalucía. Para ello, primero crea *El Día de Córdoba*, en 2000. Dos años más tarde, en mayo de 2002, la empresa editora sorprende con un movimiento nuevo, cambiando puntualmente su estrategia. El grupo se hace con *Huelva Información*, que pertenecía a Correo-Prensa Española, la actual Vocento. Hasta ese instante, el Grupo Joly siempre había creado nuevas cabeceras, no compraba las ya existentes.

Labio Bernal explica que la operación se acabó entendiendo más como "un canje de acciones



Manuel Chaves, José Joly, Pedro Rodríguez y Ramón Ramos en septiembre de 2002. GRUPO JOLY

que como una verdadera compra, ya que Correo decidió vender su casi 90% en el diario onubense a cambio del 7% que Joly poseía en Taller de Editores".

En el mismo sentido apunta a *ABC* en sus páginas el 6 de junio de 2002, sobre el grupo Correo-Prensa Española: "Ha vendido el 89,5 por ciento del diario *Huelva Información* al Grupo Joly. El acuerdo incluye también la compra por parte de Grupo Correo Prensa Española del 7 por ciento que poseía Joly en Taller de Editores (TESA)".

El periodista Carlos Sáez subraya sobre aquella adquisición que "Vocento decidió desprenderse de un buen número de publica-

ciones que había aportado Prensa Española, entre ellas *Huelva Información*, que vendió al Grupo Joly con el resto de los activos que tenía".

Como delegado sindical del rotativo desde 1997 a 2020, explica que aquello no significó un impacto para la plantilla porque esta "había experimentado varias situaciones delicadas", incluida una reducción de trabajadores poco antes de la venta, por lo que no supuso ningún trauma añadido, pero sí "una ruptura con todo lo anterior en lo que a gestión administrativa y periodística se refiere".

Victoriano Ruigómez ejercía entonces como redactor jefe.

Señala que el cambio de titularidad no supuso en sí ningún trauma, "ya que unos años antes había sido vendido al Grupo ABC y este, a su vez, nos traspasó al Grupo Vocento, propietario de *El Correo Vasco*. Fue un juego de estrategias" que la redacción asumió con filosofía.

En aquel verano de 2002 el Grupo Joly podía presumir ya de tener seis cabeceras en Andalucía, lo que lo situaba como "el único grupo de prensa cuyo capital es enteramente andaluz". Sumando su audiencia, tenía 289.000 lectores, 53.000 más que el Grupo Correo-Prensa Española, su principal adversario.



Instalaciones de 'Huelva Información' en la avenida Francisco Montenegro. HUELVA INFORMACIÓN

Cara y cruz del traslado a la sede portuaria

El proyecto renovado en manos de Joly supuso para la redacción otro cambio, el de sede: de la céntrica plaza de San Pedro a la avenida Francisco Montenegro, en el polo químico de Huelva. Victoriano Ruigómez observa que de todo el proceso de cambio a las manos de Joly, aquello fue "lo traumático realmente". En esencia, porque "el periódico perdió el contacto con la ciudad y dejó de ser visible para los ciudadanos". El propio *Huelva Información* mostraba algo de nostalgia en el suplemento *Así somos*, publicado el 22 de septiembre de 2002 y con el que el Grupo Joly presentaba sus credenciales: "Lejano ahora al repique horario de las campanas de San Pedro, nos asentamos en la Ría, que

nos evocará el espíritu marinero necesario para la aventura de esta nueva etapa que iniciamos hoy". Como todo, cada cruz lleva su cara y la nueva y espaciosa redacción ofrecía una imagen más moderna, diáfana, en la línea de esa renovación que se proyectaba en las páginas del periódico. Los trabajadores también valoraban el espacio para el aparcamiento y la mejor organización del trabajo, con los departamentos de Gestión, Informática y Publicidad en la planta superior y la Redacción propiamente dicha en la planta baja. Además, las nuevas instalaciones de entonces disponían de un salón de actos en el que se organizaban charlas o foros.

ORGULLO DE AUDIENCIA

En el especial *Así somos*, de septiembre de 2002, *Huelva Información* presume de público. Haciendo referencia al Estudio General de Medios, evidencia que tiene "una media diaria de 32.000 lectores".

Esta cifra representa, por sí sola, "más que la suma de nuestros dos inmediatos competidores y supone que uno de cada dos lectores de prensa en Huelva y su provincia se decanta por nuestro periódico". A ello agregaba que la mitad de sus lectores tenía entre 25 y 54 años, y que uno de cada cuatro contaba con una titulación de grado medio o superior.

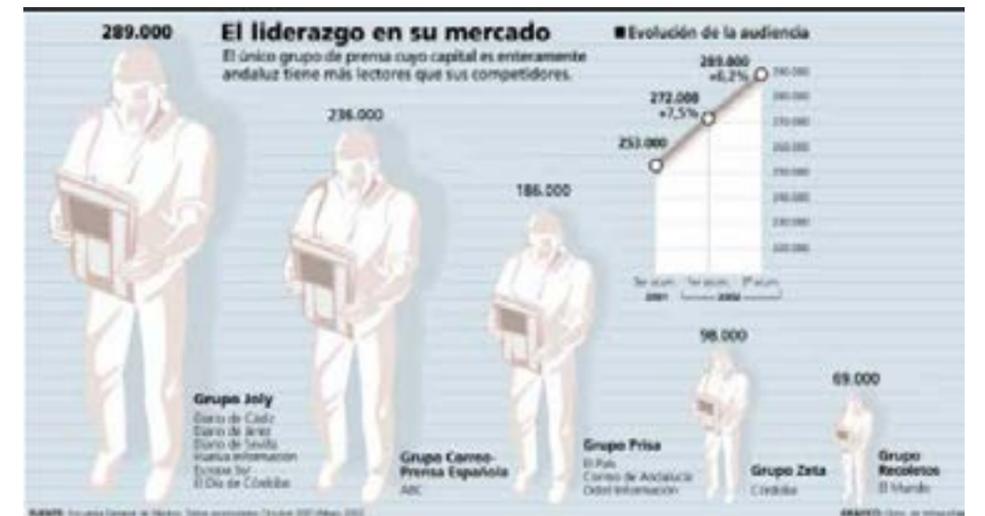


Gráfico publicado en el suplemento 'Así somos' de 'Huelva Información'.

‘Huelva Información’, un desafío para el Grupo Joly

José Joly Martínez de Salazar destaca el lugar “preeminente” que ocupa la cabecera onubense dentro del entramado de la organización

El primer reto del presidente de Federico Joly y Cía., José Joly Martínez de Salazar, tras la compra de *Huelva Información*, fue integrar el diario en la escala de valores y la estructura redaccional del Grupo Joly, e “impulsarlo para afianzar su liderazgo”. Corría el año 2002 cuando surgió la oportunidad de adquirirlo. “Era el periódico líder y una ocasión que no podíamos desaprovechar”, señala el presidente para este TFG.

Hasta 2008, el periódico evolucionó muy bien en cuanto a difusión y audiencia. Según destaca, desde entonces, y hasta ahora, ha seguido las pautas generales del sector, “si bien, las cabeceras líderes sufren una menor disminución en sus cifras de difusión y audiencia que las que no lo son”. No obstante, asegura que el periódico *Huelva Información* “supone mucho” en el entramado del Grupo Joly, ya que es desde hace unos años el único periódico que se edita en la provincia y, “como es natural”, dentro de la organización ocupa un lugar “preeminente”.

DIFICULTADES ANTE LA PANDEMIA

La incertidumbre por la que están pasando las empresas como consecuencia de la pandemia de la Covid-19 no ha dejado indiferente a los medios de comunicación, que han tenido que adaptarse y enfrentarse a las dificultades de esta situación. Ante este contexto, José Joly Martínez de Salazar distingue dos etapas en *Huelva Información*: “La del confinamiento y la posterior”.

En la primera de ellas, el presidente señala que, “como consecuencia de las restricciones a la movilidad, el cierre de puntos de venta y de establecimientos hos-



El presidente del Grupo Joly, José Joly, durante un acto. HUELVA INFORMACIÓN

“Era el periódico líder y una ocasión que no podíamos desaprovechar”, señala José Joly

teleros”, se redujeron las ventas de ejemplares considerablemente. Y en la segunda apunta a la recuperación de gran parte de esas

ventas, a pesar de que ha habido “alguna baja más” en los suscriptores de la hostelería. Además, Joly reconoce que también se ha

Quinta generación de la familia editora

Licenciado en Derecho y diplomado en Alta Dirección de Empresa por el Instituto Internacional San Telmo, José Joly Martínez de Salazar pertenece a la quinta generación de una familia editora que se inicia en 1867 con la fundación de *Diario de Cádiz* por parte de su tatarabuelo, Federico Joly Velasco. En 1998 es nombrado presidente de Federico Joly y Cía., e inicia la expansión por el resto de Andalucía:

reducido la contratación publicitaria.

A estas dificultades añade que los periodistas y los demás trabajadores del periódico no hayan podido acudir a la redacción y a sus puestos de trabajo más que “ocasionalmente”, lo cual se ha paliado “con la eficaz tecnología que permite el teletrabajo”. En este sentido, explica que se modificaron horarios, se implementaron nuevas herramientas tecnológicas, además de una política de austeridad.

ONLINE VERSUS PAPEL

Joly reflexiona sobre el protagonismo y la importancia de la información online y el papel, asegurando que ambas, no solo pueden convivir, sino que, “como es evidente”, llevan años haciéndolo. “Son compatibles y en muchos aspectos complementarias”.

A pesar de las dificultades y de los cambios que se han venido produciendo, revela que nunca la prensa ha contado con mayor número de lectores que ahora. “Si sumamos los lectores del papel a los de las ediciones digitales, el número es sustancialmente mayor al que había antes del desarrollo de internet”, asegura.

Diario de Sevilla, en 1999; *El Día de Córdoba*, en 2000; *Huelva Información*, en 2002; *Granada Hoy*, en 2003; *Málaga Hoy*, en 2004, y *Diario de Almería*, en 2007. José Joly, quien ha ostentado además la Vicepresidencia de la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE), recuerda que Teleonuba formaba parte de la sociedad Huelva Información SA cuando la adquirieron en 2002. Sin embargo, admite que no tenían experiencia en la gestión de televisiones locales y experimentaron con ella durante unos años. “Llegamos a la conclusión de que no era un negocio interesante para nosotros y decidimos venderla”, reconoce.

Dos meses para remodelar el diario

El primer director de la etapa Joly, Ramón Ramos, impulsó la cabecera bajo criterios de profesionalidad e independencia

El primer director de la era Joly fue Ramón Ramos, después de que se lo propusieran en en junio de 2002, cuando la editora gaditana se hizo con el diario y él ejercía como director adjunto de *La Opinión de Málaga*.

“El Grupo Joly trabajaba entonces en proyectos de extensión de su presencia editorial en Andalucía, para lo que me habían repescado de Málaga con el objetivo de diseñar las cabeceras de Málaga y Granada, que quedaron aplazadas hasta después de la adaptación y consolidación plena de *Huelva Información* como periódico del grupo”, cuenta él mismo para este TFG.

El reto era adaptar el rotativo onubense “al resto de los que entonces editaba Joly, con especial atención a *Diario de Sevilla* como ejemplo y buque insignia de la modernización del grupo”.

IMAGEN RENOVADA

El periódico mudó de piel bajo el mandato de Ramos. A las recién estrenadas instalaciones del Puerto se sumó una “nueva imagen, renovada y moderna, una nueva forma de presentar las noticias de forma ágil y contextualizada”.

Y lo hizo en tiempo récord. Detalla el director de entonces que en solo dos meses “hubo que adaptar un obsoleto sistema informático que había ido creciendo de manera desordenada y a impulsos, de forma que, creo recordar, convivían hasta cinco programas distintos y, en algunos casos, incompatibles entre sí”.

En paralelo, se implementó el nuevo diseño de las páginas, con el que “se pretendía mantener el liderazgo que el periódico presentaba desde su fundación”.



Ramos camina por la nueva redacción con Juan Ceada, exalcalde de Huelva y exdelegado del Gobierno de la Junta. ALBERTO DOMÍNGUEZ

REINVERSIÓN DE EQUIPOS

La remodelación fue la huella más significativa que Ramos dejó en la redacción. Así lo atestigua el exdirector Carlos Sáez: “Modificó las secciones atendiendo a su criterios, basados en la profesionalidad e independencia periodística”.

A juicio del director del medio de aquella época, las novedades

en el modelo organizativo y en la reinversión en renovación de equipos”.

La plantilla periodística estaba conformada por dos redactores jefe, que eran Victoriano Ruigómez y Antonio Peinazo, por “cinco o seis jefes de sección, unos diez redactores, varios colaboradores y cuatro fotógrafos”, rememora Ramos.

ADVERTENCIAS EN VANO

El responsable de la redacción del diario se topó con una realidad que pudo intuir *ipso facto*: “Hasta la llegada del Grupo Joly, poderes externos al periódico, del mundo político y empresarial, habían tomado decisiones directas sobre la redacción del diario. Una cuestión sobre la que tuve que demostrar que nunca más volvería a ser así”.

Por ello, nombró al redactor que consideraba “más capacitado” para llevar la información municipal. “Aquella misma mañana recibí la llamada de un concejal que me expresó el malestar del equipo de Gobierno por tal designación”, señala. Ramos asegura que podría dar más ejemplos, pero se queda con haber demostrado que las advertencias no surtían efecto y “cesaron pronto las presiones”.

NEUTRALIDAD POR BANDERA

Un rotativo como *Huelva Información* se dirigía “al votante moderado tanto de izquierdas como de derechas, con el mismo espíritu de moderación que pueda hacer que se sientan cómodos con su lectura”. En este sentido, Ramos advierte que la línea editorial de un periódico provincial “no responde a esquemas predeterminados porque su propio mercado natural, reducido, le impone la neutralidad como bandera: ninguna empresa sacaría a la calle un producto renunciando de salida a la mitad de sus hipotéticos compradores”.

La revolución de Ramos fue profunda pero también breve. Solo un año y un mes después de su llegada a la capital onubense, en agosto de 2003, Joly lo designó para poner en marcha *Granada Hoy* en su estrategia de expansión por Andalucía oriental.



A la izquierda, la sección de Cultura: Vicente Ponce, Eduardo Sagrañes (jefe) e Inmaculada Sánchez Rivas. Sobre estas líneas, la de Local: Juan Manuel Muñoz (jefe), Mar Rodríguez, Carlos Sáez, Miguel Ángel Velasco (jefe), Teresa Lojo y el tristemente desaparecido Ángel Serradilla.

La redacción de 2002, en imágenes



Arriba, el equipo de Edición: Rodolfo Domínguez, Mané Rodríguez, María José Jiménez, Milagros Tercero y Carmen Diéguez. Abajo, los redactores de Deportes: de pie están Manuel Saraiva, Javier Rojo, Javier Álvarez, Javier Ronchel y Paco Gamero (jefe); en cuclillas, Antonio Carrasco, Juanma Garrido y Fran Roales. A la izquierda, los fotógrafos: José Antonio Pérez, Alberto Domínguez, Espínola y Bony. Las dos fotografías individuales de la parte inferior izquierda corresponden a los dos redactores jefe del diario: Antonio Peinazo y Victoriano Ruigómez.



La llegada del Grupo Joly a *Huelva Información* conllevó igualmente la instauración de avances tecnológicos inéditos hasta 2002 en el diario. Estos han funcionado bien y perduran hasta el día de hoy en la redacción.

Uno de ellos es el sistema editorial Millenium, con sus versiones Millenium Editor (para la organización de las páginas y la edición de las mismas), Millenium Pictures (para las fotografías propias y de agencias) y Millenium News (para el acceso a los teletipos).

En el especial *Así somos* de 2002, el rotativo hacía alusión a su puesta en marcha refiriéndose a Millenium como “el futuro tecnológico”. La información señalaba que “la elaboración de un periódico que apuesta por la calidad como símbolo que caracteriza a los del Grupo Joly requiere el dominio de los más avanzados sistemas y programas de ordenador”.

Como ya se había hecho con *Diario de Cádiz*, *Diario de Jerez*, *Europa Sur*, *Diario de Sevilla* y *El Día de Córdoba*, la cabecera se conectó a la última generación de computadoras bajo la gestión del sistema Milenium, “que está entre los más modernos y a la vez funcionales para la prensa”, se recalca en el suplemento. “Solo un entramado de este calibre es capaz de generar el ambicioso proyecto editorial que componen los periódicos del grupo”, añadía.

“LECTURA DE IDA Y VUELTA”

La presentación al lector del rotativo también fue modificada, ya que se diseñó una imagen con la

Millenium revoluciona la forma de trabajar

La implantación de este nuevo sistema informático editorial hace patente la apuesta del Grupo Joly por la calidad tecnológica



Vista actual del programa Millenium, con una portada de ‘Huelva Información’. GRUPO JOLY

que el Grupo Joly llegó a calificar a *Huelva Información* como “un nuevo diario”.

En *Así somos* también se hacía referencia a este “nuevo escenario” donde el medio estaba abocado a extremar “la calidad de los materiales con los que

comparece en su cita diaria: fotografías e infografías aumentan su protagonismo en el producto final, para hacer más atractivos, agradables y accesibles los textos informativos, en una reformulación del lenguaje y los recursos visuales”.

La pretensión es que tuviera una “lectura de ida y vuelta”: una primera muy visual, con un diseño cuidado, y una segunda “sosegada para introducirse en profundidad y desde todos los ángulos en la problemática que configura esa misma actualidad”.

Teleonuba: “Horas y horas de producción propia”

Teleonuba cumplió cinco años en 2002. En el especial *Así somos* se incluía al canal de televisión local, al ser parte de la empresa Huelva Información SA, ahora propiedad del Grupo Joly. De ella se destacaba su consolidación entre el público onubense, “con una programación comprometida con su tierra, lo que se traduce en horas y horas de producción propia”. De hecho, en este suplemento se la distinguía como uno de los canales locales de “más fortaleza en Andalucía”. Tres años antes, en 1999, *El color de Huelva* ofrecía datos de

interés sobre Teleonuba: tenía un presupuesto de 300 millones de pesetas, una audiencia del 35% en su ámbito de cobertura y una media diaria de 54.000 espectadores. Ya en *Así somos* se indica que “la meta ha sido siempre mantener la calidad que otras cadenas generalistas ofrecen”, con un enfoque hiperlocalista que ofrecía las retransmisiones en directo del “Carnaval, Semana Santa, Rocio, eventos culturales como el Festival de Cine Iberoamericano” o el seguimiento de la actualidad del Recreativo de Huelva.



El sexenio de Antonio Castro

El cordobés, amante de los sucesos, fue director del diario hasta su cese en 2009

El nombramiento de Antonio Castro como nuevo director de *Huelva Información* se publicó el 3 de septiembre de 2003. De él se destacaba que había nacido en la localidad cordobesa de Palma del Río en 1953, que es licenciado en Filología Hispánica y que inició su carrera profesional en *El Correo de Andalucía*, donde ejerció “como editorialista, columnista diario, cronista parlamentario en la primera época de la Cámara andaluza y crítico literario”.

También se relataba en aquella página que Castro colaboró en la puesta en marcha de *Huelva Información* en 1983, “del que más tarde sería su primer subdirector, participando activamente en la etapa inicial de este periódico”.

En 1986 empezó a trabajar en ABC “para dirigir la puesta en marcha de las ediciones de Huelva, Jerez y el periódico *ABC de Córdoba*”, del que fue director fundador, explica el protagonista para este TFG.

Tras la fusión de Prensa Española y el grupo Correo (Vocento), se puso al frente de *La Verdad de Murcia*, su primera incursión allende las fronteras andaluzas. En septiembre de 2003 tomó el relevo de Ramón Ramos en el despacho de la avenida Francisco Montenegro, donde estuvo seis años, hasta 2009.

A Castro le ilusionó “participar en el proyecto de un grupo andaluz que, con mucho entusiasmo, proyectó una estructura mediática de cobertura andaluza, algo inédito hasta entonces”. El exdirector recuerda que se encontró con “un periódico marcadamente local que tenía que adoptar una cultura de grupo editorial y superar determinadas inercias derivadas de un convulso pasado empresarial”.

LÍNEA IDEOLÓGICA

Antonio Castro se percató rápidamente de que el rotativo no seguía una línea ideológica determinada, un posicionamiento que mantiene a día de hoy en términos de “adscripción política”. Desde su



Antonio Castro, en su foto de presentación de 2003. ESPÍNOLA

prisma, *Huelva Información* “venía de una larga etapa de identificación editorial y económica con un grupo de onubenses que, bajo las siglas del PP, unió intereses empresariales con una estrategia para conseguir la Alcaldía de la capital, que llegaría a ocupar un alto representante del diario, Pedro Rodríguez”.

Sin embargo, considera el periodista que el desembarco del Grupo Joly en la cabecera “cambió esta dinámica por un entendimiento

institucional que compaginaba la influencia del PSOE a nivel regional con una entente con los ayuntamientos en el plano local”.

DESDE EL OTRO LADO

Castro mantenía las distancias con los redactores rasos y convocaba reuniones por la mañana y por la tarde con los jefes de sección y los redactores jefe. El periodista y exdelegado sindical de *Huelva Información* Carlos Sáez

estima que “introdujo cambios, según sus pautas”, a lo que añade que su forma de trabajar “provocó tensiones”. No obstante, no ofrece más detalles al respecto.

El otro exdelegado sindical de la plantilla de *El Huelva*, Enrique Morán, repasa en que Antonio Castro “mantuvo a Antonio Peinado como redactor jefe hasta que este voluntariamente se marchó”. Para amortiguar su vacío, nombró jefes de sección a la que hasta hace dos meses ha sido directora del medio, la fallecida Ana Vives, y a Raquel Montenegro, destinada ahora en *Europa Sur*.

Morán precisa que con este director se pudo observar “un giro más a la derecha en la línea del periódico”. Evidencia además su “gran gusto por los sucesos”, con el caso Mari Luz como máximo exponente, al que dedicó todo un serial de páginas y portadas en 2008, año en que la menor de El Torrejón desapareció, fue hallada ya cadáver en la ría de Huelva y fue arrestado Santiago del Valle como autor de los hechos.

SU DESTITUCIÓN

Antonio Castro señala que su cese fue paralelo al del director de *Diario de Sevilla* y “casi simultánea a otros cambios en la estructura directiva del grupo”. En su opinión, fue decisivo en su destitución “el control que el PSOE consiguió en el grupo editorial, condenado así a conseguir de la Junta de Andalucía los ingresos que la crisis había hundido en el plano comercial”.

En 2009 la recesión asfixiaba a todos los sectores económicos, también al de la comunicación. “Las destituciones y cambios coincidieron con movimientos crediticios de cajas de ahorros controladas por el PSOE”, apostilla Castro.

Después llegarían los recortes en la plantilla. “Afortunadamente para mí ya había salido del grupo cuando se produjeron las regulaciones de empleo; viví la crisis desde fuera y me produjo una amarga desazón ver imágenes que hundían el prestigio del diario por el cúmulo de despidos”, relata.



Empresarios y políticos de Huelva premiados por ‘Huelva Información’ en su 25 aniversario, con José Joly en el centro de una imagen en la que solo hay una mujer. ALBERTO DOMÍNGUEZ

Un cuarto de siglo de vida como “reflejo” de Huelva

El vigésimo quinto aniversario de ‘Huelva Información’ se celebró el 14 de noviembre de 2008 con una exposición y una ceremonia presidida por Joly

El acto central del 25 aniversario del periódico se celebró el 14 de noviembre de 2008, a pesar de que el primer cuarto de siglo del mismo tuviera lugar el 3 de agosto. En esta ocasión, en contra de la tónica habitual de años precedentes, la cabecera no dedicó un número especial a la efeméride, sino que publicó cinco páginas en su sección En Portada bajo el epígrafe *XXV Aniversario de Huelva Información*.

En ellas se recogía la inauguración de la exposición *Huelva 25 años*, que mostraba en las Cocheras del Puerto de la capital paneles, fotografías y enseres que permitían hacer un recorrido por la historia del medio de comunicación.

En el acto inaugural, el presidente del Grupo Joly, José Joly, apuntaba: “*Huelva Información* cruza la

línea de su primer cuarto de siglo consciente de que atesora la historia más cercana de esta provincia y es el reflejo de la Huelva moderna, como periódico que nació con un sistema democrático que puso en manos de esta tierra la posibilidad de ganar su futuro con el esfuerzo de sus gentes”.

Una de las crónicas de esas páginas de apertura, firmada por Ana

Vives Casas, exponía que a la ceremonia habían asistido “los principales representantes de la vida social, política y económica de la provincia”, a los que Joly transmitió que el diario “nació como un periódico líder de la mano de una serie de onubenses comprometidos con la idea de dotar a Huelva y su provincia de un medio de comunicación propio. Veinticinco

años después es justo reconocerles el acierto de su iniciativa”.

El presidente de la compañía también habló en el acto de la era Joly: “Desde ese primer momento fue propósito firme de quienes nos hicimos cargo de este diario dotarlo a muy corto plazo de estabilidad y solvencia, que es lo que más necesitaba”.

Antes de entregar un recuerdo a “las empresas e instituciones que han estado durante todo este tiempo junto al periódico”, el alcalde de Huelva, Pedro Rodríguez, ponía el broche final al ceremonial diciendo que “nos ha ido muy bien con *Huelva Información*, porque ha sabido defender con decisión los valores de Huelva, marcar la pauta y crear opinión desde la independencia”.

“Huelva Información’ atesora la historia más cercana de la provincia”, indicó José Joly en el acto

Javier Chaparro: compromiso con la cultura, el feminismo y el periodismo sublime

El director sevillano tuvo que bregar entre 2009 y 2016 con dos traumáticas tandas de recortes de la plantilla y hacer frente en un ambiente hostil

Con una experiencia inicial en las ondas (Radio Aljarafe, Canal Sur, Cadena Ser...), Javier Chaparro arribó a la redacción de *Huelva Información* en abril de 2009. "Debo decir que llegué en 2009, pero en un par de ocasiones anteriores también estuve mi nombre en la baraja como posible director de *Huelva Información*". Así es como Chaparro lo recuerda, y continúa explicando que al final nombraron a Ramón Ramos y a Antonio Castro. "Dos profesionales a los que admiro y quiero", apunta.

Javier Chaparro, que comenzó en la prensa escrita en 1990 -concretamente en *El Correo de Andalucía*- y que nueve años después formaría parte de la redacción fundacional de *Diario de Sevilla*, ha vivido los años más duros, laboralmente hablando, del rotativo onubense. Asimismo, el impulso a la sección Cultura, su compromiso con la mujer y la "búsqueda de la excelencia" periodística estuvieron entre sus logros.



Javier Chaparro en abril de 2009, recién llegado a la redacción del diario. ESPÍNOLA

IMPRESIONES EXTERNAS

Resulta interesante, antes de hacer el recorrido por esta nueva etapa del diario de la mano de Chaparro, conocer la opinión que de él se llevaron los periodistas Carlos Sáez y Enrique Morán, quienes -como ya hemos indicado antes- eran entonces delegados sindicales del diario.

Para Sáez, la llegada de Chaparro suponía una ruptura respecto a la dirección anterior y a la imagen que había proporcionado el periódico a la sociedad onubense en la etapa precedente: "Su método de trabajo fue distinto". Más cercano a los trabajadores, sin duda. En materia de contenidos, Morán manifiesta que, a diferen-

"Había que buscar la excelencia para no quedarnos en la mediocridad", según Chaparro

cia de Castro, Chaparro pretendía dar "otra vez" mayor importancia a la información política.

INSISTENCIA Y PERFECCIONISMO

Afirma Javier Chaparro que desde fuera el rotativo "se veía un poco

escorado a la derecha". Por ello, entre los retos que el Grupo Joly fijó al nuevo director estaban "modernizarlo" y "centrarlo, en el sentido ideológico". Su propósito era enmendar la situación, abriéndolo a otros sectores de la sociedad onubense, y "mejorar la calidad, la puesta en escena del periódico".

Alude en este punto a un informe del departamento de Marketing de Joly basado en una encuesta realizada a los lectores de *Huelva Información*. Este concluía que los contenidos eran interesantes, pero la redacción, los titulares, las selecciones de las fotografías, la maquetación... "dejaban bastante que desear", pese a que había recursos para hacerlo.

Es por ello que fue "muy machacón" y un reconocido perfeccionista. Insistió a los jefes de sección en la necesidad "de que el periódico fuera muy pulcro en la redacción, que no fuera un periódico para salir del paso". En su opinión, "había que buscar la excelencia para no quedarnos en la mediocridad". Cree que el esfuer-

zo mereció la pena, porque con el paso del tiempo el diario "cada vez estaba más pulido y más limpio", sentencia para este TFG.

MÁS CULTURA Y EL TRIGÉSIMO ANIVERSARIO

Cuando Chaparro entró a formar parte de *El Huelva* se dio cuenta de que no existía la sección de Cultura. "Hicimos el planillo y no estaba, para mi sorpresa". Así que ordenó que se creara a partir de entonces, tirando de las páginas comunes del grupo y agregando alguna local si había algún acontecimiento destacado.

Manifiesta el exdirector que se ofreció una información cultural muy buena. "Descubrimos que en el periódico había gente con ansias y ganas de trabajar en temas culturales, como Raquel Rendón, Eduardo Sugrañes, Javier Ronchel, Inma Gallego, Raquel Montenegro o los fotógrafos, a los que la vertiente cultural les abría también una vía muy interesante", apunta.

Con ocasión del 30 aniversario del rotativo, en 2013, ejemplifica: "Hicimos cosas tan bonitas como la publicación del libro de inéditos de Juan Ramón Jiménez". Se patrocinaron conciertos, musicales o el Festival de Cine Iberoamericano de Huelva, donde incluso "entregamos premios de los lectores y nos inventamos el galardón Corto Exprés, para cortos grabados con teléfonos móviles durante la celebración del festival, de menos de un minuto de duración".

Además, se incorporaron a las páginas culturales la crítica de arte María Pérez Mateo o la del músico César López Perea.

PARA LAS MUJERES

Otro de los logros del periodista sevillano fue "abrir el periódico a las mujeres, que estadísticamente son más lectoras de prensa que los hombres". Asegura que lo vio "clarísimo". "No podíamos renunciar a ampliar nuestro campo de lectores simplemente por el hecho de no tener mujeres articulistas o por no tocar aspectos y realidades que afectan a las mujeres".

Chaparro se refiere a asuntos como la violencia de género, "el feminismo en términos generales,



Federico Pérez, Javier Chaparro y Antonio Carrasco, en un reportaje para Huelva Televisión en la redacción del diario. ESPÍNOLA



Javier Chaparro y José Joly en la presentación de un libro. ESPÍNOLA

la equidad de derechos entre hombres y mujeres", temas que para él son capitales. "La igualdad de género debe estar en el ADN de los medios de comunicación", asevera. Ante la carencia de columnistas femeninas, contó con la colaboración de Marisa Fernández Serrat,

Elena Sanz Escalera o mujeres del colectivo Las dos orillas.

LA SOCIEDAD COMO EJE

"Si un periódico como *Huelva Información* ha sobrevivido ya por 37 años de historia en Huel-

va y otras cabeceras de la competencia han perecido es porque el periódico ha sabido hacer una lectura muy correcta de las cosas que interesan a la ciudad y de los puntos de referencia de la gente que vive en ella". De esta forma, el exdirector argumenta que los diarios son reflejo de las sociedades a las que pertenecen.

Sobre esta apreciación, valora que la onubense es una "sociedad muy conservadora", en el sentido de que está muy apegada a sus tradiciones: a la Semana Santa, a la Cinta, a Las Colombinas o al Recreativo de Huelva, declarado en 2016 Bien de Interés Cultural, "lo que le sirvió para que el Ayuntamiento de Huelva pudiera acudir a su rescate".

CONSOLIDAR LAS CORRESPONSALÍAS

Javier Chaparro alude a otro de los retos que se marcó: consolidar la información provincial. "Teníamos una infraestructura de corresponsales que en ese momento te puedo asegurar que no tenía ningún periódico del grupo, salvo *Diario de Cádiz*, que tiene delegaciones en varias localidades como El Puerto de Santa María o San Fernando, además de las cabeceras de Jerez y Algeciras". Así, la Costa estaba cubierta por Jordi Landero, el Condado, por Carlos López, y la Sierra, por Javi Moya.

Esta amplia nómina de corresponsales onubenses, a los que hay que sumar los muchos distribuidos por los pueblos para la sección Deportes, atendía a que la realidad que se producía en municipios como Lepe, Aljaraque, Palos, Moguer, Almonte, Ayamonte, Isla Cristina, etcétera, requiriera de una información muy al día de la actividad que tiene lugar en dichas localidades.

No obstante, Chaparro reconoce que la red de corresponsales ya venía de atrás, sembrada en los orígenes del diario y madurada a lo largo de los años. "El trabajo estaba bastante desarrollado. Se pulieron algunas cosas de estilo o titulares, como en el resto, pero la estructura estaba bastante diseñada", especifica.



Despidos: los momentos más amargos para la redacción

La plantilla del diario se movilizó para tratar de frenar su reestructuración, llegando a protagonizar sonadas protestas en Huelva y en Sevilla

Los trabajadores de *Huelva Información* pasaron por meses muy complicados en 2009. El Grupo Joly encomendó a Javier Chaparro, que acababa de aterrizar en la redacción de Francisco Montenegro, hacer un listado de nominados a abandonarla.

Por aquel entonces, Chaparro, como él mismo cuenta, tenía bajo su mando a “entre 30 y 40 personas”, y observa que había gente que era teclista, una figura ya desaparecida de la prensa, pero que en este diario se mantuvo. “Lamentablemente, de esos compañeros todos salieron en la primera tanda de despidos que hubo en el periódico, en 2009. Ellos y una decena de personas más. Después hubo otra tanda de despidos en 2012”, explica.

‘HUELGA’ INFORMACIÓN

El Grupo Joly decide reestructurar sus plantillas en todas las cabe-

ceras de la compañía en el contexto de la crisis económica de 2008. *Periodista Digital* publicó el 13 de mayo de 2009 una información en la que precisaba que la representación sindical del periódico onubense había denunciado que los nuevos despidos, “de los cuales no han facilitado los nombres”, correspondían a trabajadores tanto del área de Redacción como de Administración, así como la desaparición de la sección de Edición, a lo que añadía que la empresa indemnizaría con 45 días por año trabajado “a los nueve despedidos” de *Huelva Información*.

Los delegados sindicales lamentaban, en el mismo artículo, una medida “tan dolorosa” para trabajadores sobradamente cualificados y no descartaban el inicio de movilizaciones. Y así fue. El anuncio de ir a la huelga se produjo el 27 de mayo de 2009, comunicado a través del perfil de Facebook

creado para la ocasión bajo el nombre *Huelga Información*.

UNA EXPERIENCIA TRAUMÁTICA

El entonces director del medio, Javier Chaparro, recuerda aquellos instantes de los despidos inminentes con una “amargura brutal”. Señala para este TFG que para quienes se quedaron en el periódico fue una experiencia traumática. “De los momentos más amargos de mi vida tanto en un caso como en el otro”, apunta, refiriéndose también a los despidos de 2012.

El exdelegado sindical Enrique Morán señala que aquello “fue un auténtico bombazo”. El “desmantelamiento” de la plantilla había sido paulatino, pero lo de 2009 se llevó la palma. “Desaparecieron Edición y Archivo porque lo asumió Sevilla; la rotativa ya había desaparecido con Vo-

cento, pues el periódico empezó a imprimirse en Sevilla”, indica.

DÍAS DE HUELGA

Los trabajadores del rotativo protagonizaron tres jornadas de huelga entre los últimos días de mayo y el 3 de junio de 2009. Según cuenta el exdelegado sindical Carlos Sáez, la maniobra de Joly “no llegó a ser un Expediente de Regulación de Empleo (ERE)”, ya que el límite estaba en diez empleados y los despidos oficiales se quedaron en nueve.

Tras días de incertidumbre, porque no se sabían los nombres de los defenestrados, se acabó echando a la calle “a unos cuantos veteranos tanto de Redacción como de Edición”. Esto motivó una huelga “intermitente” y cortes en la avenida Francisco Montenegro, que tuvieron “un fuerte eco en la sociedad onubense”.

Los trabajadores protagonizaron tres jornadas de huelga entre los últimos días de mayo y el 3 de junio de 2009

El Sindicato de Periodistas de Andalucía (SPA) publicó en su web un artículo sobre las movilizaciones. En él se explicaba que la plantilla había llevado el lunes 1 de junio sus protestas a Sevilla, concretamente al corazón del Grupo Joly, en la sede de la calle Ríoja, y que el 3 de junio se materializó la tercera jornada de huelga.

Los trabajadores llegaron a publicar cuatro portadas de la cabecera ficticia *Huelga Información* en su perfil homónimo de Facebook. Iban pertrechados con camisetas negras con las leyendas “No a los despidos en *Huelva Información*” y “Grupo Joly, líder en despidos en Andalucía”.

READAPTACIÓN DE UN PLANTEL ESQUILMADO

La reducción de la plantilla se aderezó de forma previa con la no renovación de contratos a los colaboradores eventuales. “Obligó a readaptarse a los pocos profesionales que quedamos, redoblando esfuerzos y responsabilidades, lo que asumieron con gran profesionalidad los trabajadores”, subraya Victoriano Ruigómez, redactor jefe en esta etapa.

Enrique Morán recalca lo que para él es el *quid* de la cuestión: “En Joly, las cuentas las han hecho

siempre tomando el grupo como un todo, sin valorar adecuadamente que *Huelva Información* es de los pocos periódicos que le son rentables”.

NUEVO VARAPALO EN 2012

En septiembre de 2012 trascendió que el Grupo Joly iba a acometer otra reestructuración de la plantilla de *Huelva Información*. Ya lo había hecho en las semanas precedentes en otras cabeceras y los trabajadores estaban esperando, atemorizados, el tajo de la guadaña en la redacción.

Como recoge la web de la Asociación de la Prensa de Madrid el 24 de septiembre de aquel año, su homóloga en Huelva temía que se produjeran 15 despidos en el diario, algo que condenaba tajantemente. Sin embargo, como publicaba *PR-Noticias* el 3 de octubre de 2009, la Consejería de Empleo desestimó el ERE por haberlo presentado para dos empresas, *Huelva Información* (13 trabajadores) y Suroes-

te de Publicidad (dos empleados). “La Junta considera que son dos empresas distintas y por lo tanto no pueden incluirse a todos los trabajadores en el mismo proceso”, publicaba la web.

Finalmente, fueron 11 los periodistas que se fueron al paro y dos trabajadores de Suroeste, como también concluye una información de *PR-Noticias* del 18 de octubre. Entre ellos estuvo el director comercial, José Luis Camacho Malo.

Uno de los damnificados de aquella nueva oleada fue Victoriano Ruigómez, que llevaba en el periódico desde sus inicios ochenteros. “Me esperaba el nuevo recorte de personal. Conocíamos que los que llevábamos más de veinte años en la empresa estábamos condenados a salir, al ser las nóminas más altas. Lo que no esperábamos es el trato que nos dieron después de tantos años de sacrificios y dedicación a la empresa”, confiesa.

“La única perspectiva que teníamos era buscarnos la vida: unos apostaron por la vía digital y otros, entre ellos yo, buscamos refugio en la radio no convencional, pero la falta de apoyos abortó el intento”, dice. Muchos acudieron a los tribunales pensando que la Justicia les daría la razón, pero no fue así. Ruigómez, sin ir más lejos, se vio obligado a jubilarse. “El resto se buscó la vida como pudo”.



El equipo de 'Huelva Información' en la nueva redacción, con el campeón del mundo de duatlón Emilio Martín, en 2014. A. DOMÍNGUEZ

El diario recupera el pulso en el corazón de la ciudad

La implantación de un nuevo programa para los redactores y la marcha de Chaparro marcan los años en los que se produce otro cambio de sede

La calma regresó al periódico cuando cumplió 30 años en la calle, en 2013, pero el trabajo de los que salieron vivos de las regulaciones de empleo se fue haciendo cada vez más precario.

La empresa implantó un nuevo programa entre los redactores, Millenium Editor, que les permitía (y obligaba a) realizar directamente cambios en la maquetación de las páginas sin depender de Edición. Además, las modificaciones de los asuntos más complejos, como sigue pasando a día de hoy, se realizan desde el departamento centralizado en *Diario de Sevilla*.

Tras la traumática marcha de los compañeros, los empleados

del rotativo onubense emprendieron otra transformación: la mudanza de la sede del Puerto a la de la calle Mora Claros, en pleno corazón de la ciudad.

REGRESO AL CENTRO

Huelva Información retornó al centro de la capital onubense en 2014. En concreto, lo hizo a la pri-

mera planta de oficinas del edificio Mascarós, en el número 1 de la calle Mora Claros, más conocida en Huelva como calle Botica. En el emplazamiento, propiedad de los Litri, la redacción se asoma al balcón de la calle Plus Ultra, frente a la iglesia de la Concepción.

La nueva localización, más acogedora que las desangeladas instalaciones del Puerto tras los despidos, ha permitido al diario entrar en contacto directo con el pulso de la ciudad, algo que no ocurría desde que dejó San Pedro en 2002.

CHAPARRO, A 'EUROPA SUR'

El presidente del grupo, José Joly, y el director general, José Anto-

Javier Chaparro: "Mi misión estaba más que cumplida y, en cierto sentido, el periódico necesitaba de nuevos aires"



Una procesión bajo el balcón del periódico, ubicado en la calle Plus Ultra, frente a la iglesia de la Concepción. ALBERTO DOMÍNGUEZ



Carolina Marín en la redacción en 2015, tras ganar el Campeonato del Mundo de Bádmin-ton. AD

nio Carrizosa, mantuvieron una reunión con Javier Chaparro en mayo de 2016 en la que le comunicaron que pasaría a ser director de *Europa Sur*. "Vi que mi misión estaba más que cumplida y que, en cierto sentido, el periódico necesitaba de nuevos aires", reconoce.

Chaparro no había reparado en una posible estancia en Cádiz, sino en regresar a Sevilla, donde

estaban sus hijos, su familia y el grueso de sus amigos. Sin embargo, se planteó la posibilidad de dirigir *Europa Sur* y lo aceptó "feliz".

Como recuerda, se fue sin aspavientos y con cierta añoranza. "Pero es mejor dejar las cosas cuando se está bien, antes de que empieces a agotarte", piensa. Su traslado también supuso la marcha de la jefa de la sección de Lo-

cal, Raquel Montenegro, su pareja. El ya exdirector a firma que, según el EGM, dejó el diario con 48.000 lectores diarios, "que es una burrada" y, sin decirlo explícitamente, señala como motivo de su relevo las presiones políticas, que en *Huelva Información* y sobre su director "fueron mayúsculas", aunque resalta que "eso se queda ahí para otro capítulo de la historia".

Creación de los perfiles en las redes sociales

Chaparro recuerda que durante su mandato (2009-2016) el formato digital del diario continuaba en segundo plano: "Era un automatismo con el que los contenidos del papel pasaban a formato digital y la página web no se actualizaba durante todo el día". En su opinión, fueron "años perdidos, de los que creo que nos hemos arrepentido ya de haber mantenido esa dinámica". La competencia ganó terreno. Y se desperdició un tiempo precioso para "el proceso de aprendizaje de muchas personas, que a partir de determinadas edades es más complicado". En los años de Chaparro sí se crearon los perfiles en las redes sociales del periódico: "En Facebook pasamos de cero seguidores a 14.000, una cifra que puede parecer ahora ridícula pero que duplicábamos cada año, estoy orgulloso de ello", confiesa.



Luis Pérez-Bustamante, recién llegado en 2016, estrecha la mano de Juan Manuel Díaz Cabrera. ALBERTO DOMÍNGUEZ

Pérez-Bustamante reactiva la modernización digital

Con el director gaditano la redacción interioriza que futuro y presente están en el ciberespacio, aunque, como contrapartida, tiene que asumir más carga de trabajo

En 2016, el Grupo Joly realiza un triple movimiento de fichas en tres de sus cabeceras. En concreto, fue el día 18 de mayo cuando anunció el nombramiento de Javier Chaparro como director de *Europa Sur*, el desplazamiento del que hasta entonces fuera director de *El Día de Córdoba*, Luis Pérez-Bustamante, a *Huelva Información*, y por último, el ascenso de Juan Ruz como director del diario cordobés.

El periodista Carlos Sáez asegura que la incorporación de Luis Pérez-Bustamante -más conocido por todos como Tuto- a la redacción de Mora Claros no supuso ningún drama. Al contrario,

“Prácticamente mantuvo la estructura redaccional, pero con un método de trabajo más cercano y participativo”.

En la misma línea, Enrique Morán explica que la organización fue la misma. “Los únicos cam-

bios vinieron porque una jefa de sección se marcha (Raquel Montenegro) y la sustituye otra persona que viene de otro periódico del grupo en calidad de redactor-jefe (Óscar Lezameta, procedente de *Diario de Almería*). Su

etapa fue muy corta y en verdad no hubo cambios organizativos”, explica.

RELANZAR UNA CABECERA

Relata Tuto Pérez-Bustamante para este TFG que su designación como director de *Huelva Información* tuvo lugar en el marco de una “reestructuración de puestos directivos dentro del Grupo Joly” y que el reto era “enorme”.

En este sentido, alude a que suponía relanzar una cabecera líder en su provincia pero que se había quedado “un tanto descolgada” del desarrollo tanto digital como de contenidos dentro del grupo

Según el director gaditano, en su etapa “el periódico ganó en peso político y en influencia en la sociedad”



MARVIN MEYER (UNSPLASH.COM)

editorial. Entre sus funciones estaba, por tanto, acometer una modernización de los lenguajes en los que el periódico se comunicaba con sus lectores y se interrelacionaba con la provincia.

UNA REDACCIÓN ÚNICA

En la etapa comandada por Tuto, el periódico estaba organizado “casi a modo de redacción única, a excepción del personal dedicado a las labores de Cierre y la sección de Deportes”, señala Pérez-Bustamante. La plantilla estaba conformada en total por una veintena de personas, dos de ellas fotógrafos.

Asimismo, y pese al paso de los años, el diario se mantenía sin una adscripción ideológica, sino que seguía respondiendo “a la lógica defensa de los intereses de la provincia”, como cada cabecera del Grupo Joly.

“En esta línea, cuando llegué al periódico, este había perdido de vista no pocas líneas básicas de la idiosincrasia provincial que hubo que recuperar y que, en los tres años en los que estuve al frente del periódico creo que sí se recuperaron”, asegura el exdirector. Así, evidencia que “ganó peso en el debate político, amplió la base ideológica y ganó influencia en la sociedad”.

PROCESO DE MODERNIZACIÓN

En 2016 la incidencia de la edición digital “era casi nula”. Tres años más tarde, estaba puesto en marcha el proceso de modernización. Según cuenta, “la redacción había interiorizado que el mundo digital es el futuro y en una gran mayoría había un interés importante por actualizarse y modernizarse”.

De este modo, la subida de noticias a *huelvainformacion.es* al ini-

cio del periodo se llevaba a cabo “a través de los servicios centrales de la compañía en Sevilla, a requerimiento de la cabecera; intervenían el redactor que realizaba la información y el equipo de coordinación digital de Sevilla”. En 2019, cuando se implementó la apuesta digital, “el proceso incluía a toda la redacción”.

Las instrucciones del Grupo Joly pasaban por “maximizar el rendimiento y apostar cada vez más por la actualización de contenidos”. Esto requería además

el aumento de la actividad en las redes sociales como “elemento fundamental para conectar con los lectores más jóvenes y para darle agilidad y una apariencia de mayor modernidad a la cabecera”.

En opinión del director de aquellos años, “salvo excepciones -basadas sobre todo en criterios de edad y desactualización tecnológica-, la acogida de la redacción fue muy positiva a la apuesta por dar el salto digital”. Ello teniendo en cuenta que la media de edad de *Huelva Información* “era elevada y los cambios en los ritmos de trabajo no son sencillos en periodistas con dinámicas laborales tan asentadas”.

Carlos Sáez, que estaba entre los veteranos, apunta un detalle relevante. La apuesta digital ha significado, desde 2019, “una dedicación añadida, que se traduce en más tiempo y una sobrecarga de trabajo, por la falta de personal en todas las áreas, para poder seguir el ritmo, cada vez con más dificultad”.

Enrique Morán, por su parte, destaca que todavía hoy “los redactores van cogiendo el ritmo de las cosas y se van asumiendo las propuestas más realistas”. El problema está, como recalca el exdelegado sindical, en “la escasez de personal”.

Fin de una etapa

Tuto Pérez Bustamante siempre ha sido un hombre de la compañía. Ingresó en *Diario de Cádiz* en noviembre de 1999, donde trabajó en las secciones Nacional e Internacional. Desde julio de 2004, fue director de *El Día de Córdoba*, periódico al que estaba vinculado desde 2001 y en el que había ocupado diversos puestos. Su paso por *Huelva Información* finalizó el 28 de febrero de 2019, cuando dejó el periódico. También dijo adiós al Grupo Joly tras 20 años siendo un hombre de la casa. “Los motivos respondían a criterios estrictamente personales: por un lado, debido a la necesidad de afrontar nuevos retos profesionales; por otro, el cansancio debido a la acumulación de años al frente de periódicos, lo que conllevó a una desmotivación”, explica. Con los deberes hechos, se marchó para convertirse en director de comunicación de la Consejería de Igualdad de la Junta de Andalucía, puesto en el que sigue a día de hoy.

Ana Vives Casas: la primera mujer que comanda 'El Huelva'

La transformación digital, aderezada con el "rigor exquisito" de los contenidos, estaba entre sus objetivos. Falleció tras una larga enfermedad el pasado abril

No solo ha sido la primera mujer que se pone al frente del diario onubense. La pamplonica Ana Vives Casas también fue "la primera persona que llega a la dirección de *Huelva Información* por promoción interna" en el siglo XXI, como remarca el exdelegado sindical Carlos Sáez. "Antes el Grupo Joly solo nombró a directores venidos de fuera de Huelva".

Se licenció en Ciencias de la Información en la Universidad de Navarra, pero desde 1995 desarrollaba su labor profesional en la empresa onubense: primero durante un año en *Huelva Información* y después en Teleonuba, donde fue parte del equipo fundacional y llegó a ser jefa de los servicios informativos.

En 2007 regresó al periódico bajo el mandato de Antonio Castro como jefa de sección, "con especial dedicación a la información económica, empresarial y política de la provincia onubense", tal y como publicaba el periódico en sus páginas el 27 de febrero de 2019, jornada en la que se dio a conocer su nombramiento.

LA SORPRESA

Sustituyó en el puesto a Luis Pérez Bustamante en el segundo mes de 2019. Ana Vives no se esperaba que la nombraran directora "ya en la etapa profesional en la que me encontraba", confesaba para este TFG poco antes de su fallecimiento, tristemente acontecido el 23 de abril de 2021, tras el padecimiento de una larga enfermedad.

EL RIGOR POR DELANTE

Entre sus rasgos profesionales estaban la aplicación de "un rigor exquisito en absolutamente todas las informaciones (desde un breve a un reportaje)", algo que complementaba con "la objetividad", manifestó la directora para esta investigación.



Ana Vives, en su primera sesión de fotos como directora. ALBERTO DOMÍNGUEZ

Se marcó como propósito la apertura del medio "a todos los sectores, colectivos y ámbitos de la sociedad". Vives destacaba al respecto que "precisamente son ellos los que han valorado esa apertura, así como el acercamiento aún mayor a los temas locales, de ciudad, tanto en la capital como en el resto de la provincia".

A su juicio, esta postura es "esencial en una época en la que el corta-pega y la falta de análisis y comprobación tienen mayor protagonismo del deseado".

LÍNEA IDEOLÓGICA

Vives Casas insistió en que el diario onubense "está abierto a todos los colectivos, estamentos, instituciones, ideas y sectores".

Es por ello que concluyó que "no tiene una ideología, más bien es un periódico que, como líder indiscutible que es, es (por decirlo de algún modo) institucional, independientemente del partido o ideología que esté en ellas".

ORGANIGRAMA

Antes de que la pandemia de la Covid-19 irrumpiera en nuestras vidas como elefante en una cacharrería, *Huelva Información* contaba con 22 profesionales en su plantilla. La redacción tenía en marzo de 2020 a Óscar Lezameta como redactor jefe, a Eduardo Sugañes y Antonio Carrasco como jefes de sección, y mantenía bien delimitadas sus áreas de trabajo: Enrique Morán como especialista en asuntos de salud y educación; Carlos Sáez, en provincia; Raquel Rendón, en sucesos y tribunales; José María Lugaño para asuntos empresariales y de turismo; Javier Ronchel con la información municipal; Tere Lojo para asuntos de capital y vecinos, Alberto Ruiz para temas sociales, y Eva Sánchez en Cierre.

En el área de Deportes trabajaban Javier Álvarez de Miranda, Manolo Saraiva y Ale Díaz, y como fotógrafos tenía a Alberto Domínguez y Josué Correa.

Sin embargo, varias prejubilaciones ofrecidas a los redactores más veteranos en el verano de 2020 obligaron a reestructurar el mapa redaccional: se mantuvieron las jefaturas, pero la salida de Enrique Morán y Carlos Sáez hizo que Al-



La directora, en la redacción con los participantes del campamento urbano. ALBERTO DOMÍNGUEZ

berto Ruiz tomara las riendas de los asuntos sanitarios y que Eva Sánchez se especializara en los educativos, centralizándose el departamento de Cierre en Sevilla. Deportes también perdió a uno de sus efectivos, Javier Álvarez de Miranda.

Sáez resaltó para este TFG la "dilatada trayectoria periodística" de Ana Vives, su profundo conocimiento de la profesión y la sociedad onubense. Y su cercanía con la plantilla, "a la que integró e implicó en el trabajo diario. La implantación decidida de la web es lo que más influyó en el organigrama", amén de la notable pérdida de efectivos.

EL NORTE EN LA WEB

El principal encargo del Grupo Joly para Ana Vives Casas fue "la transformación digital, el nombramiento llega precisamente de la mano de la misión de liderar ese cambio".

Morán apostilla al respecto que, "tal y como dijo la propia empresa cuando ella asumió el cargo, la prioridad iba a ser potenciar la versión digital y en eso estaba; su idea era dotar al periódico digital de contenidos audiovisuales, aunque volvemos a las mismas, todo con el mismo y escaso personal".

Vives asumía que en estos últimos años "se ha dado un giro

absoluto y se ha pasado de pensar casi exclusivamente en la edición impresa al evidente protagonismo de lo digital, priorizando todos los contenidos en web".

La nueva forma de trabajo conlleva también la implantación de "cambios técnicos evidentes, tanto organizativos como incluso de mentalidad (muy importante)". Sobre ello matizaba que "los primeros están directamente relacionados con la inmediatez, sobre todo porque el lector de hoy en día es, ante todo, un lector de móvil".

La actualización de *huelvainformaciones* es constante. Y la relevancia de sus contenidos en las redes sociales también. La programación de los mismos para que las franjas horarias no estén desprovistas de sus noticias en los perfiles de Facebook y Twitter la realizan los redactores a través de la aplicación BeSoc.

Vives destacaba el "claro incremento de lectores" de la versión digital del diario, "aunque sumamos cada día y el objetivo es seguir en esa línea".

Ana Vives: "Ha habido cambios técnicos evidentes, tanto organizativos como de mentalidad"

Juan A. Romero: “Mi intención es relanzar el periódico online”

El actual director del diario llegó como adjunto a Ana Vives a finales de 2020

A finales de 2020, Juan Antonio Romero Gómez, alias Juano, tomó el timón de *Huelva Información* como director adjunto. Fue el propio presidente del Grupo Joly quien le comunicó su nueva designación, ya que la entonces directora del diario, Ana Vives Casas, se encontraba luchando contra el cáncer que acabó con su vida. Como él mismo recuerda, “fue un motivo muy triste”, ya que no se trataba de una situación normal y ni tan siquiera conocía la duración de su estancia allí. Hoy, Juan Antonio Romero es el director del periódico y, en esta entrevista concedida para realizar el TFG, confiesa que con su nuevo destino ha tenido la suerte “de cerrar un círculo”.

Redacción: ¿Qué encontró al llegar a *Huelva Información* y cuáles fueron sus primeras directrices?

Juan A. Romero: Lo primero y más importante que hice fue ponerme a disposición de la directora para transmitirle mi absoluta lealtad hacia su persona y su cargo. Entendí que no era momento de pensar en mi carrera profesional, sino de hacerle la vida más amable a quien estaba peleando por su vida. Quise que ella siguiera adelante su sitio y se sintiera directora hasta el último día. Por tanto, mi papel fue muy secundario y discreto. Cuando llegué, encontré un grupo de profesionales que venía de sufrir un palo muy duro por la enfermedad de su *alma máter* y que apenas se juntaba en la redacción por encontrarse en un ERTE. En definitiva, era una situación muy compleja ante tanta anomalía.

R.: El pasado abril falleció Ana Vives. ¿Cómo encajó la noticia?

J.A.R.: Me derrumbé. Fueron tres meses muy duros viendo cómo ella luchaba contra su enfermedad. La noticia supuso un impacto



Juan Antonio Romero, actual director de ‘Huelva Información’

del que aún no estamos recuperados. Ana era una persona muy entrañable y cercana. Su muerte resquebrajó el alma del equipo. Aquella noche hice la portada más triste de mi vida, no tenía fuerzas para escribirla, era incapaz de dejar de llorar. Experimenté una especie de serendipia que me zarañó para que me diese cuenta de lo hermoso que es vivir por encima de todo. Nos perdemos

demasiadas veces a diario en el estrés laboral y nos olvidamos de la sustancia de la vida, que no es otra que nuestra propia existencia. Cuando se produjo el trágico desenlace, reflexioné y pensé que debía continuar en el periódico para ayudar a mis compañeros a seguir adelante en unos momentos muy duros, sin pensar en el tiempo que permaneceré en mi cargo, sin más pretensión que trabajar día a día.

La suerte de cerrar un ciclo

Huelva Información fue precisamente el lugar donde Juan Antonio Romero comenzó su experiencia profesional. En este diario empezó haciendo prácticas en 1993. “Después pasé a *La Voz de Huelva*, en 1996, y de ahí me marché a *Diario de Sevilla*, cuando nació el periódico en 1999”, recuerda. Desde entonces permaneció en la plantilla de este periódico para, con el tiempo, regresar a su destino actual. “He tenido la suerte de cerrar un círculo. Algo que no entraba en mis planes, pero la vida o el destino nos pueden deparar cualquier cosa”, confiesa. Además, Juano compagina su actual cargo como director en *Huelva Información* con el de gerente (desde 2006) en *Páginas del Sur*, una empresa del Grupo Joly en la que se encuentra desde 2002.

“Para conseguir más tráfico en Internet, abriremos ‘Huelva, tu destino’, el portal vertical”

Mi intención y mayor reto es relanzar el periódico en su versión online para que podamos seguir rubricando el liderazgo del que goza la cabecera, pero sin dejar de pelearlo ni un solo día. Otra idea a implantar es la de un periódico de contenido e idiosincrasia muy local. Que reforcemos la umbilicalidad con la sociedad onubense, aportando temas relacionados con sus principales señas de identidad. Me congratula y reconforta, por ejemplo, que los domingos ofrezcamos un periódico con casi 30 páginas de *Huelva*, con temas muy onubenses. Ello es mérito, solo y exclusivamente de mis compañeros, que se fajan a diario para hacer el mejor periódico.

Por otro lado, en la pugna por conseguir más tráfico y usuarios en Internet, próximamente abriremos un portal vertical, denominado *Huelva, tu destino*, de contenido especializado en turismo. Y en un futuro a corto plazo estableceremos una mesa de digital y una de papel, con el fin de cubrir todas las franjas horarias de información con más agilidad.

R.: El medio acaba de iniciar un nuevo periodo de ERTE que durará hasta finales de septiembre. ¿Qué retos le plantea esta coyuntura?

J.A.R.: Desafortunadamente, las circunstancias son las que son y de nada vale lamentarse, pero creo que ninguno de los directores que ha tenido este tabloide se ha enfrentado a una redacción tan cuarteada. Somos muy pocos a diario y aún conseguimos, entre todos, que cada día se produzca el milagro de salir a la calle con mucha dignidad y calidad.

R.: Nunca había dirigido un periódico. ¿Qué le ha sorprendido más del cargo?

J.A.R.: Todo. Vivo en un aprendizaje constante. Llevo toda mi vida gestionando equipos y eso me ayuda a seguir adelante pese a todos los hándicaps que antes mencionaba. Soy de las personas que cree firmemente en el grupo por encima de las individualidades. La fortaleza de una redacción reside en su patrimonio humano por encima de lo brillantes que sean quienes la conformen. En

Vuela alto, dama del parnaso*

Mientras escucho una y otra vez la pieza sobre *La muerte de Ase*, en el intento de juntar unas cuantas letras, sumido en una honda tristeza y vacío, te confieso querida Ana que este era el único artículo que jamás hubiese querido firmar. Te confieso Ana que no estaba preparado para vivir un momento tan duro. Y te confieso Ana, que ya nada será igual desde que ayer pusiste rumbo al paseo de los cipreses, con esa dignidad y elegancia tan tuyas. El maldito y cruel destino ha querido traerme hasta la tierra que me vio nacer para que tuviese que componer la portada de periódico más difícil y triste a la que uno se puede enfrentar en esta profesión, aquella que cuenta la irreparable pérdida de una compañera, directora y amiga.

Quiso la ventura que nuestros caminos se cruzaran hace escasos meses para que yo pudiera entender la mejor de las lecciones que se puede aprender en esta vida, la de tener ilusión por cada día, cada hora, cada minuto y cada segundo que vivimos. A través de nuestros profundos y sentidos encuentros fui redescubriendo cuál era la verdadera razón que me había devuelto a mis raíces onubenses, y yo, incrédulo de mí, no lo entendía. Lo he tenido todo este tiempo ante mis ojos y no lo comprendía. Poco a poco, a través de la mirada profunda de tus ojos empecé a valorar más si cabe cuán hermoso es todo lo que nos rodea. Me hiciste recordar que la felicidad está en las cosas sencillas y en el amor que pongamos a lo cotidiano. Y sí, tú pusiste siempre mucho amor y cariño a quienes te rodearon y, cómo no, a esa que era tu gran pasión, aquella por la que te desvivías a cada instante, ser periodista.

mi caso, soy una persona discreta, que huye de protagonismos, pero le confesaré que el otro día me dieron un dato que desconocía: ser el primer director de este medio nacido en Huelva en sus 39 años de existencia.

Me ha ayudado sobremanera a adaptarme más rápido el hecho de ser onubense y haber nacido en este maravilloso rincón de la piel de toro. He jugado en sus calles, estudiado, me hice adolescente y tuve la suerte de conocer palmo a palmo la ciudad en la que fui creciendo de la mano de mi padre. Empero, debo reconocer que llevaba sin disfrutarla a diario más de 20 años, desde que me fui a vivir a Sevilla. La urbe que me he encontrado dos décadas después es mucho mejor que la que dejé previo al cambio de milenio.

R.: ¿Hacia dónde le gustaría llevar a *Huelva Información*?

J.A.R.: Me conformo con que el lector y la sociedad onubense reconozca en *Huelva Información* su periódico. Que sea santo y seña de su vida diaria y que se refleje en sus páginas el pulso cotidiano de la realidad. Quiero imprimir, sobre todo, onubensismo y reforzar los temas de índole social y de servicios, ya que nuestra audiencia y el público en general demandan cada vez más información funcional y de utilidad. El futuro pasa por un periódico digital muy robusto, que ofrezca una miscelánea informativa con diversidad temática. Más coral en sus contenidos, que responda a lo que el lector demanda en cada momento, que no tiene por qué ser aquello que el periodista entienda que es relevante.



Vives posa ante su retrato en abril. JOSUÉ CORREA

Son muchas las enseñanzas que nos dejaste. Quizá la más importante de todas y que quedará para siempre grabada en la memoria de todos es la de querer sin medida a esta tierra, Huelva, a la que un día llegaste en silencio, a la que te entregaste y de la que ayer partiste dejándonos lo mejor de ti, tu memoria y tu alma. Que tu enorme legado humano y profesional sirva para que los onubenses aprendamos a querer más a esta tierra como tú la quisiste y la engrandeciste. Dios escríbete con renglones torcidos y nos cuesta entenderlo, pero los dos sabemos que detrás de todo desconsuelo y amargura viene la Esperanza, y para ti esta se resumía en una sola palabra: Rocío, esa Madre a la que tantas veces te encomendaste y que seguro está sonriendo de saber que tiene ya con Ella a una mujer de esas que dejan huella y que será su más leal cronista. Descansa en paz. *Sit tibi terra levis.*

*Artículo de Juan Antonio Ramos en recuerdo de Ana Vives Casas

Algunos datos relevantes de huelvainformacion.es



La versión digital se lee en medio mundo y contabiliza 2,6 millones de usuarios únicos entre enero y mayo

El Grupo Joly cuenta con una herramienta interna que permite conocer prácticamente en tiempo real el número de usuarios que accede a la versión digital de *Huelva Información*, la web huelvainformacion.es.

Este estudio, además, ofrece detalles sobre distintas variables y permite seleccionar el lapso temporal que se quiere visualizar, de modo que se podría analizar su incidencia en el último año, a lo largo de un mes concreto o en los últimos dos días.

Aunque no estamos autorizados a ofrecer el detalle preciso de dicho estudio de datos, sí tenemos el visto bueno para exponer datos generales que dan una idea del buen funcionamiento de la versión online del diario onubense. Para ello, nos centramos en los primeros cuatro meses del año, entre el 1 de enero y el 1 de mayo de 2021.

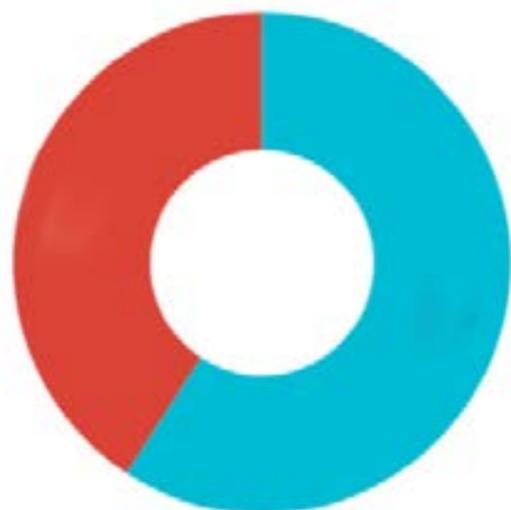
USUARIOS

Huelvainformacion.es concentró en dicho plazo más de dos millones de usuarios únicos. Estos abrieron casi nueve millones de sesiones, más del doble que en el mismo periodo del año anterior. Además, la cifra de páginas vistas por sus lectores ha rebasado los 22 millones.

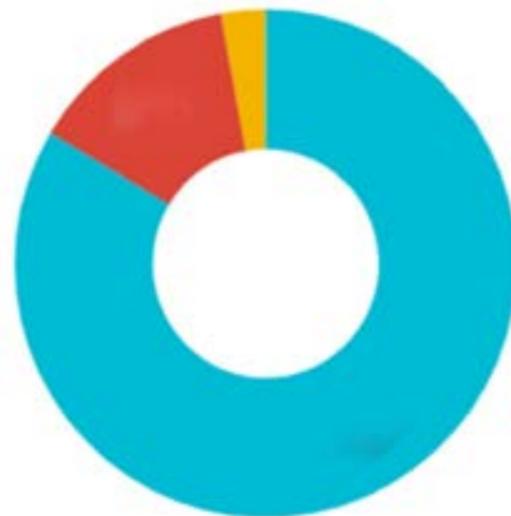
POR GÉNERO Y EDAD

La audiencia de la página web del periódico onubense es fundamentalmente femenina. De hecho, de cada diez usuarios seis son mujeres. Esto conecta directamente con Javier Chaparro y su etapa como director, en la que se afanó como ya vimos en conectar con el público femenino a través de los contenidos.

La franja mayoritaria de lectores en el formato online se encuentra entre los 45 y los 54 años, segui-



En rojo, la proporción de hombres que leyó la edición digital entre enero y mayo; en azul, el de mujeres. H. INFORMACIÓN



En azul, los usuarios que accedieron a la web del diario a través del móvil; en rojo, desde un ordenador. H. INFORMACIÓN

da de los que tienen entre 55 y 64 años. En tercer lugar, aunque parezca sorprendente, se situaron los lectores de más de 65 años. En el último lugar se ubican los más jóvenes, los que tienen entre

18 y 24 años. Esto sirve de guía al medio para saber a qué público dirigirse, pero también le da norte sobre los sectores de población en los que debe hacer más hincapié para ganar adeptos.

REDES SOCIALES

Facebook es la red social a través de la que *Huelva Información* mantiene un contacto más directo con su audiencia. Aquí cuenta con más de 54.000 seguidores. Todas las noticias que se comparten en Facebook llegan del mismo modo a Twitter, donde los *followers* rebasan los 27.500.

Hay que tener en cuenta que ocho de cada diez de los usuarios del periódico digital accede a su contenido a través del teléfono móvil, de ahí la relevancia de las redes sociales, a las que los lectores mantienen una mayor fidelidad. Poco más del 16% accede a través del ordenador. El resto lo hace mediante una tablet.

UN PÚBLICO GLOBAL

El programa interno de actividad en la web también permite observar desde qué lugares entran los lectores a *huelvainformacion.es*. Llama la atención, por ejemplo, que figuren más usuarios de Sevilla que de Huelva, si bien el número 1 lo copa un notable número de usuarios de procedencia desconocida. En este sentido, la directora Ana Vives indicó que "llegamos a pensar que la definición puede estar un poco difusa y los territorios limítrofes se lo asignen, por ejemplo, en este caso a Sevilla".

Pero el diario digital se extiende por todo el mundo. "Nos sorprende que nos lea tanta gente de fuera. Eso es significativo de que somos la referencia fuera de la provincia y está muy bien". Así, cuenta con un gran volumen de lectores de Madrid, Barcelona, Málaga, Valencia, Granada y Valladolid (que completan el top ten), pero también se lee notablemente en México DF, París, Londres, Bogotá, Lisboa, Buenos Aires, Nueva York o Montevideo.

Teletrabajo y reducción de jornada para afrontar el impacto de la Covid

El Grupo Joly somete a ERTE a la plantilla desde marzo de 2020, una situación que permanece activa pero a la que ya se le ve el fin: septiembre de 2021

Los primeros meses de la pandemia supusieron todo un reto para la profesión periodística en general y para la redacción de *Huelva Información* en particular. El teletrabajo se impuso desde el inicio del estado de alarma de marzo de 2020 y el Grupo Joly sometió a un Expediente de Regulación Temporal de Empleo (ERTE) a las plantillas de sus cabeceras, lo que conlleva una reducción de jornada y salario para todos sus empleados. La situación se mantiene a día de hoy.

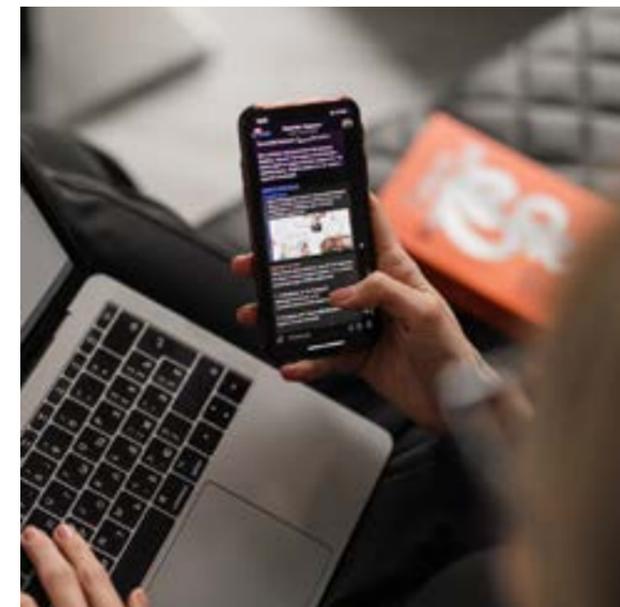
EL ERTE DEL 15 DE ABRIL

El 26 de marzo de 2020 *PR Noticias* se hacía eco de la regulación de empleo de la compañía para sus diarios, con el titular "El Grupo Joly prepara un ERTE que se suma al de Prensa Ibérica y Vocento". Este, tras las negociaciones con los representantes de los trabajadores, dio comienzo el 15 de abril en Huelva, como precisa Enrique Morán.

El otro exdelegado sindical de *Huelva Información*, Carlos Sáez, detalla que este afectó a los 22 trabajadores de la cabecera onubense de las áreas de Redacción-Edición, Administración y Publicidad (incluidas la directora y la gerente, Adelaida Mellado) con una reducción de jornada laboral del 35%, el 50% y el 70%, respectivamente.

Ana Vives Casas manifestó al respecto que Joly hizo "como la mayor parte de empresas". Además, destacó que durante su aplicación, prevista inicialmente hasta agosto de 2020, "se trabaja en las mejores condiciones posibles para seguir ofreciendo el mejor producto posible".

Destacaba Vives que no había un solo referente en el que apoyarse y eso complicaba aún más el trabajo ante una situación inédita como la de la pandemia de la Covid-19. El confinamiento, a



Con el desconfiamento, el periódico también empezó a desescalar

su juicio, condicionó mucho el trabajo. En el caso del papel, por ejemplo, su incidencia fue potente porque no se salía a comprar al quiosco o no se leía en la sala de espera, en la cafetería o en la recepción de un hotel, "por poner un ejemplo".

EL TELETRABAJO

La convivencia en la redacción dio un giro absoluto en el diario, donde se implantó en la primera etapa el teletrabajo. Solo asistían a las instalaciones de Mora Claros "el redactor que dirige la jornada y el de cierre", precisaba Morán. Algunos periodistas, no obstante, seguían saliendo a la calle a realizar su trabajo, así como los fotógrafos. Lo único

positivo fue que era más fácil conciliar la vida laboral con la familiar.

La preparación de las informaciones obligó a "primar el teléfono en detrimento del contacto directo", apuntaba la directora. La gestión y planificación también hizo necesaria la implantación de "reuniones online o telefónicas; en definitiva, se ha dado un viraje que jamás hubiéramos pensado, tanto en formas de trabajo como en contenidos".

Los contenidos, al menos hasta la última semana de mayo de 2020, se centraron "casi exclusivamente en la pandemia", subrayaba Ana Vives. La situación obligaba aún más a generar temas propios que permitieran el análisis y la información ajena al

Regulaciones de empleo encadenadas

La pesadilla de aquel primer ERTE aún persigue a los trabajadores de *Huelva Información*, ya que, desde entonces, se encadenaron dos más. La plantilla vio cómo el 11 de agosto de 2020 se les aplicaba otro nuevo. Se trató de una segunda etapa de regulación de empleo que se extendió hasta el 31 de mayo de este año, para el 1 de junio comenzar el tercero, que finalizará el próximo 30 de septiembre.

virus. Con el desconfiamento y las primeras fases encaminadas a la recuperación de la normalidad, el periódico también empezó a desescalar.

MÁS PRECARIEDAD LABORAL

Si la situación de los trabajadores, especialmente de la juventud (porque tienen los salarios más bajos), ya era precaria en *Huelva Información*, la crisis sanitaria la ha empeorado.

Sáez resaltaba que, en el caso de Redacción, a la reducción de la jornada y a la escasez de la plantilla se han sumado dos bajas laborales de larga duración "que la empresa no ha cubierto", a pesar de estar recogido en el convenio colectivo y de tener conocimiento de que en otras cabeceras sí se cubren o se suprime carga de trabajo que asumen otras con más personal. "La sobrecarga laboral es manifiesta, con jornadas maratónicas que a menudo parecen no tener fin", lamentaba.

{La reflexión:}

¿Tiene futuro el papel?

Periodistas y expertos ofrecen su punto de vista sobre la pregunta del millón

El editor, redactores y directores de *Huelva Información* (de ayer y hoy) muestran su visión para este TFG sobre la pregunta del millón a modo de reflexión final: ¿Tiene futuro el papel en la prensa escrita?

JOSÉ JOLY

“Sí. En nuestra opinión el papel tiene futuro, bien es cierto que para un número más reducido de lectores. También es previsible que sigan modificándose los contenidos, atendiendo en mayor medida la opinión y el análisis, así como una reducción del número de páginas”.

JUAN ANTONIO ROMERO

“Es una pregunta que no sabrían responder ni siquiera los grandes popes y gurús de la comunicación. El periodismo se encuentra en un proceso de reconversión hacia la completa digitalización y será crucial subirse a ese tren de las nuevas tecnologías. Nadie tiene la verdad absoluta sobre lo que me pregunta. Fíjese que en Estados Unidos los grandes tabloides volvieron a incrementar sus tiradas aprovechando el tirón del rechazo al fenómeno Trump al frente de la Casa Blanca.

Todo apunta a que haremos periódicos de papel más ligeros en su paginación, a excepción de los fines de semana, en una tendencia clara a reforzar las ediciones digitales. Ahora bien, ello tiene el inconveniente de que en la actualidad los medios digitales tampoco han conseguido monetizar sus versiones online para equiparar sus ingresos a los del papel. Ese es el verdadero *quid* de la cuestión y por ahí pasa la supervivencia de los medios”.



Un lector de ‘Huelva Información’ observa la portada de la edición en papel en un bar. A. DOMÍNGUEZ

VICTORIANO RUIGÓMEZ

“Tal y como está enfocado el periodismo local, creo que la edición papel acabará desapareciendo. Los gastos son cada día mayores y los ingresos y las ventas son cada día más escasos. Además, el cierre actual, si se mantiene en el tiempo, hace imposible mantener plantillas y distribución.

En el caso que la edición de papel de *Huelva Información* desaparezca, con el diario se iría toda una generación irreplicable que vivió una época única. Para

mí, sentimentalmente, sería una pérdida irreparable”.

CARLOS SÁEZ

“Creo en una supervivencia relativa a corto y medio plazo. En cualquier caso, la estructura del Grupo Joly con nueve cabecezas impresas difícilmente podrá mantenerse y habrá cambios”.

ANA VIVES

“Hace unos años le hubiera contestado sin dudar. Hoy, no puedo. Cada vez que se pone una fecha de caducidad, se cambia. Vivimos un

momento que incluso nos cuesta definir. ¿Cómo decir lo que va a pasar pasado mañana? El comportamiento puede ser como el de los libros... ¿No nos planteamos la convivencia, aunque sea con formatos diferentes a los actuales?

Con todos los matices y consideraciones, lo que sabemos es que “El papel es como la heroína. Nos encanta, pero nos mata”, como dijo hace cinco años el exdirector de *El País*, Antonio Caño”.

ENRIQUE MORÁN

“Buena pregunta. Personalmente



creo que tiene los días contados. Supongo que en una perspectiva de 10 años quedarán muy pocos periódicos en papel”.

RAMÓN RAMOS

“No. No creo en el futuro de la prensa escrita. Es un producto caro que se benefició del prestigio de la palabra escrita cuando nació en el siglo XIX, se desarrolló en el XX y morirá en el XXI. El proceso se ha acelerado cuando directivos que no provenían del sector se hicieron con el control de las decisiones, pasaron por encima del director y marginaron la esencia del periodismo en beneficio de publicidad y promociones. Aparte del suicidio que supusieron las ediciones digitales. En lugar de pertrecharse en el análisis y la contextualización, más la calidad y el prestigio de la marca, se subieron al carro del gratis total que -hoy es fácil decirlo- ha

terminado por precipitar el epítafio. Crisis como la del coronavirus cierran el círculo. Y hemos entrado en una época de ‘apocalipsis idiota’ donde el consumidor no reclama información sino espectáculo. Nosotros, los de entonces, ya no somos los mismos...”.

LUIS PÉREZ-BUSTAMANTE

“En estos momentos no soy capaz de expresar una opinión cerrada. Es evidente la crisis de modelo que se vive, algo que viene arrastrándose desde hace décadas. Creo que más que hablar sobre el futuro del papel, que si lo tiene sería con una redefinición total centrada en contenidos en profundidad y destinada a un público premium, de lo que hay que hablar es de la propia supervivencia de los medios tradicionales. La crisis de credibilidad que atraviesan, influenciada por la pésima

situación económica en la que están, y la falta de visión a largo plazo y análisis sosegado de los directivos está llevando a una desafección enorme por parte de los lectores. La pérdida de credibilidad es considerable. Ello, unido a que los propios periodistas han olvidado su condición de narradores de la realidad para convertirse en activistas editoriales, me lleva a pensar que el futuro de la profesión es bastante negro”.

ANTONIO CASTRO

“El papel no tiene futuro, pero el periodismo sí lo tendrá siempre... Si es que hay quienes apuesten por el periodismo de investigación y estén dispuestos a invertir en un sector que, a través de nuevos soportes, será imprescindible para luchar contra las falsas noticias y ofrecer a la ciudadanía la libertad que se deriva del conocimiento de la realidad”.

JAVIER CHAPARRO

“Grandes gurús de la comunicación en el siglo pasado aventuraban que, una vez llegado el primer decenio del siglo XXI, el papel sería ya cosa del pasado. Estamos en 2021 y aquí seguimos. El papel se mantiene vivo porque es necesario atender a una demanda de lectores en papel que, afortunadamente, se mantiene. Cada vez menor, es cierto, por una cuestión de edad.

El papel, por una cuestión atávica quizá, se mantiene como el punto de calidad. Si ves algo en el periódico en papel parece que va a misa; si lo ves en digital, parece que no tiene ese pedigrí. Los medios de comunicación de más presencia y más respetados a nivel local y comarcal, como es el caso de *Huelva Información*, son los periódicos que se siguen imprimiendo”.



TFG

• **Periodismo**

Raquel Rendón Rodríguez
y María Muñoz Zarzuela