

La revolución del periodismo digital en la cobertura del Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz (COAC)

UOC

Grado en Comunicación

Autor: José Luis Porquicho Prada
Tutor: Cinto Niquí Espinosa

Enero 2023

Universitat Oberta
de Catalunya



“Todo el mundo se cree que sabe de Carnaval,
pero de Carnaval es muy difícil saber”

Manuel Sánchez Alba, *El Noly*
Autor de Carnaval de Cádiz

A mi rubia y a mi rubio por aguantar mis ausencias.
Pili, sin ti no habría llegado.
Jose, sin tu chute diario de energía tampoco.
A Paco, por echarle el vistazo,
a Kichi dejarme claro qué tenía que hacer,
a mis compis por aguantarme la pesadez.
A mis padres, por permitirme iniciar este viaje.
Y a Juan María por darme el empujón para acabarlo.

Resumen

El Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz (COAC) es uno de los máximos exponentes de expresión popular en el mundo. En los últimos años, se ha producido una revolución del periodismo digital en la cobertura del evento que ha extendido el conocimiento del mismo en el mundo y que ha servido como laboratorio para nuevos contenidos a los medios digitales. Por el contrario, el mayor alcance mundial de los medios digitales ha traído consigo una globalización en los repertorios que está aparcando el carácter local de las coplas que se interpretan en el certamen.

Palabras Claves: Carnaval de Cádiz, COAC, Cultura Popular, Periodismo Digital, Revolución de Contenidos.

Abstract: The Official Contest of Cádiz Carnival Groups (COAC) is one of the greatest exponents of popular expression in the world. In recent years, there has been a revolution in digital journalism in the coverage of the event that has spread knowledge of it throughout the world and has served as a laboratory for new content for digital media. On the other side, the greater global reach of digital media has brought with it a globalization in the repertoires that is putting aside the local character of the couplets that are interpreted in the contest.

Key Words: Cádiz Carnival, COAC, Popular culture, Digital journalism, Content Revolution.

Índice

INTRODUCCIÓN	11
JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	14
OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS	15
MARCO TEÓRICO	17
Breve Historia del Carnaval.....	17
Primeras Agrupaciones	18
El Concurso.....	19
Carnaval: industria cultural y turística	21
El Concurso actual en datos	21
Dos revoluciones periodísticas en 30 años	24
La explosión del periodismo digital	26
Diferenciación de medios digitales	27
Medios de comunicación informativo, el caso andaluz y el ROMDA	30
Respaldo judicial al ROMDA.....	33
Apropiación de contenidos	34
METODOLOGÍA.....	36
Entrevistas en diferentes ámbitos	36
Acreditaciones y requisitos.....	39
Elección de los casos a estudiar	39
ESTUDIO DE CASO	41
Evolución de las acreditaciones	43
Una quincena de medios habituales	46

'Diario Bahía de Cádiz', pionero digital.....	53
'Diario de Cádiz', el decano va a la red	57
Radio Cádiz-SER, revolución de contenidos	64
Mayor alcance e impacto	72
Redes sociales; el altavoz de Twitter	75
A la espera de Twicht	76
¿Globalización o localismo?	76
CONCLUSIONES	79
Objetivos específicos	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y WEBGRÁFICAS	82
Entrevistas	83
ANEXO I	85
Entrevistas Medios de Comunicación	85
Jesús Lebrero Infante. Director <i>Cádiz Directo</i>	85
José Antonio Rivas Cabeza. Responsable Carnaval Onda Cero Radio Cádiz.....	88
Diego Marchán. Responsable de la edición digital de 'Diario de Cádiz' hasta 2022.....	90
José María Aguilera, Responsable Carnaval de La Voz de Cádiz y La Voz Digital.	92
Juan Manuel Blanco Poley. Director de Canal Sur Media.	94
Daniel Rodway, director 'Diario Bahía de Cádiz'.....	96
Rubén López. Responsable de Carnaval COPE Cádiz.....	99
Francisco Sánchez Múgica, director de lavozdelsur.es.....	101
Juan Antonio Quiñones, director Cádiz Noticias	103
Álvaro Geneiro, responsable de la sección de Carnaval de Viva Cádiz y VivaCadiz.es.....	105
Pedro Espinosa. Jefe de Informativo de Radio Cádiz SER.....	108
Carmen Fernández Morillo. Directora de Onda Cádiz RTV	110
Entrevistas asociaciones de periodistas	112
Lorena Mejías Castaño. Vicedecana Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía.....	112
Diego Calvo, presidente de la Asociación de la Prensa de Cádiz (APC).....	115
Entrevistas historiadores e investigadores.....	117
Santiago Moreno Tello, doctor en Historia por la Universidad de Cádiz (UCA).....	117
Javier Osuna, investigador de Flamenco y Carnaval. y productor de Canal Sur Radio.....	119
Entrevistas autores y componentes de agrupaciones de Carnaval	121
José Luis García Cossío, 'Selu' autor de chirigotas y componente de chirigotas y comparsas.	121
José Antonio Vera Luque, autor y componente de chirigotas, comparsas y cuartetos.	123
Ángel Gago, director de cuartetos y componentes de chirigotas.....	127
Antonio Martínez, autor y componente de chirigotas, comparsas y coros.	129

Entrevistas patronal de hostelería	131
Antonio de María Ceballos, presidente de la patronal de hostelería de Cádiz (HORECA).....	131
ANEXO II	132
Informe de Acreditaciones del Ayuntamiento de Cádiz para las ediciones del COAC de 2020 y 2022	132
Informe Acreditaciones y acreditaciones 2020	133
Informe acreditaciones y acreditaciones 2022.....	145
ANEXO III	151
Sentencias judiciales sobre los criterios de acreditaciones del COAC	151
Sentencia Procedimiento 50/2018	152
Sentencia Procedimiento 85/2019	155

Índice de Tablas

Tabla 1: Distinción de medios de comunicación según su soporte y periodicidad. Fuente: Ramón Salaverría, Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación.	28
Tabla 2: Acreditaciones prensa COAC 2017. Fuente: Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz.	43
Tabla 3: Acreditaciones prensa COAC 2016. Fuente: Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz.	43
Tabla 4: Acreditaciones prensa COAC 2018. Fuente: Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz.	44
Tabla 5: Acreditaciones prensa COAC 2019. Fuente: Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz.	44
Tabla 6: Acreditaciones prensa COAC 2020. Fuente: Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz.	44
Tabla 7: Acreditaciones prensa COAC 2022. Fuente: Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz.	44
Tabla 8: Información y clasificación del medio digital 'Diario Bahía de Cádiz'. Fuente: Elaboración propia.	48
Tabla 9: Información y clasificación del medio digital Cádiz Directo. Fuente: Elaboración propia.	48
Tabla 10: Información y clasificación del medio digital LaVozdelSur.es. Fuente: Elaboración propia.	48
Tabla 11: Información y clasificación del medio digital Cádiz Noticias. Fuente: Elaboración propia.	49
Tabla 12: Información sobre las ediciones digital del periódico 'Diario de Cádiz'. Fuente: Elaboración propia.	49
Tabla 13: Información sobre las ediciones impresa y digital del periódico La Voz de Cádiz. Fuente: Elaboración propia.	49
Tabla 14: Información sobre las ediciones impresa y digital del periódico Viva Cádiz. Fuente: Elaboración propia.	50
Tabla 15: Información sobre las ediciones impresa y digital de la revista El Popurrí. Fuente: Elaboración propia.	50
Tabla 16: Información sobre Radio Cádiz-SER y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.	50
Tabla 17: Información sobre COPE Cádiz y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.	51
Tabla 18: Información sobre Onda Cero Cádiz y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.	51
Tabla 19: Información sobre Canal Sur Radio y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.	51
Tabla 20: Información sobre Onda Cádiz Radio y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.	51
Tabla 21: Información sobre Radio Nacional de España. Fuente: Elaboración propia.	51
Tabla 22: Información sobre Onda Cádiz Televisión y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.	52
Tabla 23: Información sobre Canal Sur Televisión y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.	52
Tabla 24: Información sobre 7TV y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.	53
Tabla 25: Información sobre 8TV y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.	53
Tabla 26: Comparativa de la evolución cobertura de Diario Bahía de Cádiz. Fuente: Elaboración propia.	54
Tabla 27: Comparativa de la evolución cobertura de la edición digital de Diario de Cádiz. Fuente: Elaboración propia.	59
Tabla 28: Comparativa de la evolución cobertura de la edición digital de Radio Cádiz. Fuente: Elaboración propia.	66

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: El autor de este TFG entrevistando a Jorge Drexler para RNE en la final del COAC de 2015. Fuente: Archivo del autor.	13
Ilustración 2: Página que se publicó en 'Diario de Cádiz' de la puesta en marcha de 'Carnavaldecadiz.com'. Fuente: Diario de Cádiz.....	25
Ilustración 3: Portada de uno de los EP de 'Los Beatles de Cádiz', que alcanzaron fama nacional en los años 60 del siglo XX. Fuente: Archivo del autor.	26
Ilustración 4: La mayoría de los periodistas acreditados, junto al jurado oficial, la tramoya y el personal de limpieza al término de la Final del COAC 2018. Fuente: Gabinete de Prensa. Ayuntamiento de Cádiz.	47
Ilustración 5: Monitores de los medios escritos y digitales en el foso mientras actúa una agrupación. Fuente: Viva Cádiz.	48
Ilustración 6: Imagen del Teatro Falla durante una Final del COAC. A la derecha, el foso donde se ubican los medios de comunicación escritos y los digitales. Fuente: Álvaro Geneiro-'Viva Cádiz'.....	49
Ilustración 7: El autor Antonio Pedro Serrano atiende a Fernando Pérez en el palco de Canal Sur durante una de las sesiones del pasado COAC 2022. Fuente: Viva Cádiz.....	50
Ilustración 8: Dos presentadores de 7TV en el palco que ocupaba la televisión durante la retransmisión del COAC 2022. Fuente: Viva Cádiz.....	52
Ilustración 9: El director de 'Diario Bahía de Cádiz', Daniel Rodway, cubriendo un acto de la Universidad de Cádiz. Fuente: Cedida: Eulogio García.....	53
Ilustración 10: El jurado del COAC 2022 anuncia una de sus decisiones sobre el escenario del Teatro Falla. Fuente: Gabinete de Prensa. Ayuntamiento de Cádiz.	55
Ilustración 11: Captura de pantalla de un ejemplo de una pieza dedicada a una agrupación en 'Diario Bahía de Cádiz'. Fuente: Diario Bahía de Cádiz.....	55
Ilustración 12: Captura de pantalla de la portada de la información sobre el COAC 2022 que permanece en 'Diario Bahía de Cádiz'. Fuente: 'Diario Bahía de Cádiz'.....	56
Ilustración 13: Captura de pantalla de la pieza de 'Diario Bahía de Cádiz' sobre una de las actuaciones con mayor repercusión del COAC 2022, la de la comparsa 'Los sumisos' en la fase semifinal. Fuente: 'Diario Bahía de Cádiz'.	57
Ilustración 14: Seis de los siete redactores que cubrían el COAC 2019 para 'Diario de Cádiz'. Fuente: Archivo Diego Marchán.	58
Ilustración 15: Captura de la pieza de 'Diario de Cádiz' digital sobre el paso a la final de la primera comparsa femenina de la historia. Fuente: 'Diario de Cádiz'.	61
Ilustración 16: Captura de la pieza de 'Diario de Cádiz' que analiza los dos pasodobles de la comparsa 'Los sumisos' en la fase semifinal. Fuente: 'Diario de Cádiz'.	62
Ilustración 17: Captura de la pieza de 'Diario de Cádiz' sobre mujeres protagonistas del COAC 2022. Fuente: 'Diario de Cádiz'.	62
Ilustración 19: Galería de imágenes de 'Diario de Cádiz' de la celebración en el Teatro Falla de la permanencia del Cádiz en Primera. Fuente: 'Diario de Cádiz'.	63
Ilustración 18: Captura de pantalla de la pieza de 'Diario de Cádiz' del momento exacto en el que el Cádiz logró la permanencia y cómo se vivió en el Teatro Falla. Fuente: 'Diario de Cádiz'.....	63
Ilustración 20: Captura de pantalla de un ejemplo de la publicación en la edición digital de 'Diario de Carnaval' de 'Diario de Cádiz' de la contraportada de su suplemento en papel. Fuente: 'Diario de Cádiz'.	64
Ilustración 21: Uno de los periodistas de Radio Cádiz-Cadena SER, Edu Marín, durante un momento de la retransmisión de una de las sesiones del COAC 2022. Fuente: Archivo Esther Porquicho-Viva Cádiz.....	65
Ilustración 22: Captura de pantalla de la página web de Radio Cádiz en la que se puede acceder a sus podcasts desde diferentes plataformas. Fuente: Radio Cádiz-Cadena SER.	67

Ilustración 23: Página de los vídeos del perfil de los contenidos de Carnaval de la Radio Cádiz, llamada 'SERxCuatro Radio Cádiz'. Fuente: YouTube Radio Cádiz.	67
Ilustración 24: Captura de pantalla de un vídeo de la sección 'Sala de Máquinas' de Radio Cádiz en YouTube. Fuente: YouTube-Radio Cádiz-Cadena SER.	68
Ilustración 25: Captura de pantalla de la pieza de la entrevista a la autora de la comparsa 'We can do... Carnaval' en la edición digital de Radio Cádiz. Fuente: Radio Cádiz-Cadena SER.	70
Ilustración 26: Captura de pantalla de la pieza sobre la reacción de José Antonio Vera tras una de las actuaciones de su comparsa en la edición digital de Radio Cádiz. Fuente: Radio Cádiz-Cadena SER.	71
Ilustración 27: Llamada en la portada de la sección de Carnaval de la edición digital de Radio Cádiz de la pieza sobre unas declaraciones del alcalde de Cádiz, José María González, 'Kichi'. Fuente: Radio Cádiz-Cadena SER.	72
Ilustración 28: El cartel de la gala del Carnaval de Cádiz comparte espacio con el de la ópera 'Rigoletto' en el Liceo de Barcelona. Fuente: Archivo del autor.	74

Índice de Gráficas

Gráfica 1: Medios acreditados para el COAC 2016 según su soporte. Fuente: Elaboración propia con datos del Ayuntamiento de Cádiz.	45
Gráfica 2: Medios acreditados para el COAC 2022 según su soporte. Fuente: Elaboración propia con datos del Ayuntamiento de Cádiz.	45
Gráfica 3: Evolución del número de medios acreditados según su soporte. Fuente: Elaboración propia con datos del Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz.	45
Gráfica 4: Evolución del número de acreditados por el soporte de los medios. Fuente: Elaboración propia con datos del Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz.	46

Introducción

El presente Trabajo de Fin de Grado (TFG) es un acercamiento a la eclosión del periodismo digital, en todas sus formas, en la cobertura del Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz (COAC) y, sobre todo, a la revolución que ha supuesto su llegada tanto para el propio periodismo -y en concreto para el periodismo digital en particular-, como para el propio COAC y, por ende, el Carnaval de Cádiz. Una fiesta, el Carnaval de Cádiz, considerada de Interés Turístico Internacional y que aspira a ser considerada Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la Unesco¹.

El citado certamen es cubierto anualmente por todos los medios de comunicación locales y provinciales de Cádiz, pero también por regionales y nacionales, donde aparecen reseñas del mismo. En total, una veintena de medios de comunicación están acreditados para acceder al Gran Teatro Falla de Cádiz durante las sesiones del concurso de agrupaciones. Un certamen con una duración en torno al mes (en función del número de agrupaciones inscritas) y con sesiones con entre 6 agrupaciones (preliminar) y 16 grupos (de máximo de la final) participantes en cada función.

En los últimos años, se ha producido una auténtica revolución de la mano del periodismo digital. Una revolución doble. Por un lado, en el plano periodístico, que este TFG trata de refrendar con los datos de la investigación que le da sentido, y por otro, en el plano meramente carnavalesco: las características de inmediatez, accesibilidad y mayor alcance de los medios digitales han condicionado y están condicionando la forma de abordar los repertorios y las puestas en escenas de muchas de las agrupaciones que participan en el COAC.

En el marco teórico, pondremos en contexto, en primer lugar, tanto el Carnaval de Cádiz como su concurso de agrupaciones, haciendo un sucinto repaso de ambas historias. Presentaremos el lugar y la importancia, social, económica, cultural y mediática, que tiene en la actualidad el COAC. Una vez puestos estos mimbres, nos centraremos en el periodismo digital en sí, en sus características y en sus peculiaridades. Se abordará la delgada línea roja que separa lo que es un medio de comunicación digital de lo que es un medio de comunicación digital periodístico o informativo.

Para ello, tomaremos como referencia dos documentos de diferente ámbitos y aplicaciones: uno del campo universitario-docente y el segundo administrativo-jurídico. El primero, es el trabajo que publicó en la *Revista Mediterránea de Comunicación* el catedrático de Periodismo de la Universidad de Navarra Ramón Salaverría bajo el título Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación.

El segundo es el documento establecido por el Colegio de Periodistas de Andalucía denominado Registro Oficial de Medios Digitales de Andalucía (ROMDA), "al objeto de facilitar una herramienta emanada por una entidad de derecho público que sirva para

¹ Sánchez Reyes, J. M. (2022): "El Carnaval de Cádiz exhibe fortaleza en Madrid con un ojo puesto en la Unesco". Diario de Cádiz, 7 de noviembre. Disponible en: https://www.diariodecadiz.es/diario_del_Carnaval/Carnaval-Madrid_0_1736527521.html [Consulta: 8 de noviembre de 2022].

facilitar la diferenciación de los medios de comunicación periodísticos del resto de contenidos que existen en el entorno digital” (Mejías, 2022). Esta herramienta fue asumida por el Ayuntamiento de Cádiz para conceder las acreditaciones para cubrir el certamen a los medios digitales que cumplieran los requisitos recogidos en el ROMDA.

Con la criba que permiten estas dos fuentes, se puede plantear un acercamiento real y medible al fenómeno del periodismo digital en el COAC, centrándonos en las dos definiciones citadas anteriormente como medios de comunicación periodísticos o medios de comunicación informativos. Es decir, páginas web, blogs, canales de YouTube, perfiles de redes sociales y cualquier tipo de soporte digital, lo cual sería inabarcable por el ingente número de medios y por la dificultad, incluso, para detectarlos.

Con esta base y una vez acotado el campo de investigación, la metodología empleada sigue un doble proceso. Por un lado, la realización de entrevistas a representantes de todos los medios de comunicación informativos que tienen acreditación para cubrir presencialmente en el Gran Teatro Falla el desarrollo del concurso. Así, el autor ha hecho entrevistas a responsables de medios digitales o versiones digitales de medios tradicionales, ejecutivos y directores de televisiones y radios y periodistas para conocer la realidad de los medios digitales y la evolución en los mismos en la cobertura del certamen de coplas gaditanas. Se da la circunstancia, que para realizar estas entrevistas, solo hay dos mujeres en Cádiz que sean responsable de algún medio de comunicación y en uno de esos casos se ha entrevista a un periodista responsable de contenidos por su mayor conocimiento del tema abordado.

Por otro lado, se entrevistó al presidente de la Asociación de la Prensa de Cádiz (APC) y vicedecana del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía y presidenta en Cádiz del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía para analizar y conocer el proceso de creación del ROMDA y su aplicación en el caso del COAC. El autor ha realizado también entrevistas a historiadores o investigadores del Carnaval para conocer su origen y evolución o al presidente de la patronal de la hostelería de Cádiz para abordar la importancia económica y promocional de la ciudad de la fiesta. Entrevistas realizadas en diferentes formatos, presencialmente, por videollamada, telefónicamente o, en los casos más complicados para concertar una cita en la forma que fuera, con la entrega de un cuestionario a la persona entrevistada.

La segunda pata de la metodología es la realización de una investigación para conocer el proceso de acreditación de los medios digitales y las acreditaciones concedidas en los últimos años. Con ello se pretende conocer y analizar la evolución que ha tenido el número de medios digitales nativos presentes en el Teatro Falla en cada función del COAC. Para ello, el autor ha recurrido a los informes y acuerdos oficiales del Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz y del Patronato del Concurso y Fiestas del Carnaval del propio Consistorio, ente encargada de organizar el certamen hasta el año 2020.

El autor aborda esta investigación después de haber trabajado profesionalmente en la prensa local en Cádiz y la Bahía de Cádiz desde 1996. Desde ese año, ha participado en la cobertura informativa del COAC en diferentes medios, de todos los soportes, hasta agosto de 2015, cuando asumió el puesto de jefe del Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz.

Durante su trayectoria profesional, ha firmado las críticas y/o informaciones y reportajes en torno al desarrollo del concurso gaditano en medios de prensa escrita local (*Cádiz*

Información y Diario de Cádiz) y regional (*ABC, El Mundo, La Razón y El Correo de Andalucía*); en radio local (Radio San Fernando) y nacional (Radio Nacional de España); en televisiones locales (Onda Bahía TV y Ondaluz TV); y en medios de comunicación informativos nativos digitales (Cádiz Directo).



Ilustración 1: El autor de este TFG entrevistando a Jorge Drexler para RNE en la final del COAC de 2015. Fuente: Archivo del autor.

Además, entre el concurso de 2016 y 2020, ya como jefe de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz, fue el responsable del proceso de acreditación de los medios y de los criterios establecidos para su concesión; así como de la relación con los medios y la organización de la distribución de los espacios y las relaciones con las agrupaciones. En ese tiempo, puso en marcha aspectos novedosos como la aplicación del anteriormente citado ROMDA para que un medio pudiera acceder a las acreditaciones o la puesta en marcha de una zona mixta para las entrevistas al término de las actuaciones. En la última edición del concurso, realizó la organización de acreditaciones previa y de ubicación de la prensa siguiendo las limitaciones impuestas por el COVID hasta que quince días antes del inicio del certamen pasó a desempeñar las labores de jefe del Gabinete de Alcaldía del Ayuntamiento gaditano.

Las distintas experiencias acumuladas por la diversidad de perspectivas que sus funciones le han aportado, le convierten en un testigo privilegiado de la evolución que el periodismo digital ha experimentado en global y de su incidencia local en el COAC, desde la primera aparición de un medio digital en 1998 a la quincena de medio que están acreditados en las últimas ediciones del certamen. Este trabajo, por lo tanto, analiza la influencia y repercusión de un fenómeno tecnológico mundial en un hecho cultural comunitario.

Justificación de la Investigación

No existen estudios previos que analicen la importancia y los cambios que ha generado la irrupción y extensión del periodismo digital en la cobertura del Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz (COAC). Existe alguna aproximación tangencial o casi anecdótica, como un Trabajo de Final de Grado en la Universidad de Valladolid² que se queda en el impacto en Twitter del programa de televisión sobre Carnaval que realizó la televisión municipal Onda Cádiz en lo que debió ser el Carnaval 2021, suspendido por la pandemia.

Será, por lo tanto, la primera vez que se investigue la importancia de este fenómeno y sus consecuencias no solo en el propio periodismo y en los medios, sino también en la forma de ejercer y practicar el periodismo (tanto en soportes digitales como en los soportes tradicionales de prensa escrita, radio y televisión) a la hora de ofrecer contenidos nuevos y con mayor inmediatez a usuarios y usuarias de todo el mundo.

Un aspecto este, el de la penetración de los medios digitales en cualquier lugar del mundo, que ha afectado también, como veremos al final de este TFG, en la forma de afrontar, por parte de los autores y componentes, la propia forma de presentar una agrupación, tanto a nivel visual (las puestas en escena y sus tipos³) como literarias y musicales (sus repertorios).

Y es que, también, el periodismo digital en la cobertura del COAC ha supuesto una revolución por lo que, de banco de pruebas, de laboratorio de estudio con consecuencias empíricas inmediatas ha tenido para el propio periodismo digital y para los periodistas con la presentación de nuevos y novedosos formatos exclusivos de y para los soportes digitales ha tenido y tiene.

² Colom Rosety, L. (2021): El Carnaval de Cádiz en el año de la pandemia. Análisis del tratamiento en Twitter del programa El Palco del Falla de Onda Cádiz TV, Trabajo Fin de Grado, Universidad de Valladolid, Valladolid. Disponible en: <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/51388> [Consulta: 15 de octubre de 2022].

³ En el Carnaval de Cádiz, el concepto de tipo engloba el concepto que se representa y es, también, la forma en que se denomina al propio disfraz.

Objetivos generales y específicos

El objetivo general que busca la investigación es confirmar que la llegada del periodismo digital y su práctica en el Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz (COAC) ha repercutido cualitativa y cuantitativamente en la cobertura del certamen y que esta mejora ha servido para un mayor y mejor conocimiento de este evento en Cádiz y fuera de la ciudad en la que se desarrolla, llegando incluso a permitir o impulsar su conocimiento fuera de España.

De este modo, este trabajo pretende evidenciar que con la llegada del periodismo digital (tanto a través de los medios de comunicación nativos digitales como desde las ediciones digitales de los medios tradicionales) por un lado se ha mejorado la cobertura propiamente dicha cualitativa y cuantitativamente, pero también que la cobertura en soporte digital del COAC ha sido pionera en muchos aspectos para este nuevo, y aún por descubrir muchas de sus posibilidades y evolucionar, soporte de los medios de comunicación. Esta mejora en la cobertura de los medios digitales nativos ha impulsado o acelerado el desembarco en el mundo digital de los medios de comunicación en soporte tradicional mejorando sus ediciones digitales mucho más allá de la mera reproducción o adaptación de los contenidos para sus ediciones primigenias.

De igual manera, la presente investigación pretende demostrar la causalidad y no la casualidad de la existencia de una mayor y mejor cobertura en medios informativos digitales y, por ende, de una mayor y mejor penetración de estas noticias en internet y las plataformas digitales (es decir mayor seguimiento y extensión de las noticias) con una mayor presencia de las agrupaciones y las coplas del Carnaval de Cádiz fuera de los territorios que eran habitualmente su zona de influencia (especialmente la provincia de Cádiz y Andalucía).

El TFG pretende confirmar la relación entre la calidad y variedad de los contenidos de los medios digitales con la extensión del seguimiento y el conocimiento de la fiesta, de las agrupaciones, del COAC y del propio Cádiz en zonas donde antes no había llegado. Pero este fenómeno se retroalimenta, y ante el incremento exponencial del público potencial que tienen los medios de comunicación informativos en el soporte digital, estos intensifican la variedad, calidad y originalidad de sus contenidos, así como la inmediatez de los mismos, para conseguir así llegar al mayor porcentaje posible de ese target potencial que se presenta en la actualidad gracias a internet y los soportes digitales.

La investigación persigue, de igual manera, diferentes objetivos específicos. En primer lugar, detectar y presentar todos los medios de comunicación digitales (tanto los digitales nativos como las ediciones digitales de los medios de comunicación en soporte tradicional) que han cubierto el certamen de agrupaciones del Carnaval de Cádiz desde el año 2016. Además, se intentará comprobar cómo ha afectado a ese número de medios que realizan la cobertura del certamen desde el interior del Gran Teatro Falla las medidas adoptadas por la organización del evento (especialmente el Ayuntamiento) en aras de controlar el número de acreditaciones por motivos de aforo y cómo aplicó para ello el criterio de qué es medio digital de comunicación o medio de comunicación periodístico, lo cual vino impulsado y justificado por el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía a través del denominado ROMDA (Registro Oficial de Medios Digitales de Andalucía).

En esta línea, la investigación pretende establecer una calificación de estos medios que han cubierto el COAC según la definición de medios de comunicación que establece el catedrático de Periodismo de la Universidad de Navarra Ramón Salaverría (2017) en función de diferentes criterios como su periodicidad o su soporte y que veremos en profundidad dentro del Marco Teórico de este TFG.

Por último, se pretende alcanzar un objetivo específico que pretende demostrar esta investigación, que es tratar de confirmar que el mayor alcance y el mayor impacto de las noticias relacionadas con el COAC por la naturaleza misma y el alcance de los medios digitales han supuesto que los repertorios de las agrupaciones del Carnaval de Cádiz que participan en este concurso se globalicen, es decir, amplíen su público, y sean cada vez menos locales.

Marco Teórico

Antes de abordar el estudio de la evolución del periodismo y del periodismo digital en concreto en el COAC, se hace necesario contextualizar la evolución del propio Carnaval de Cádiz, cómo llega a capitalizarlo su concurso de agrupaciones y cómo ambos ganan importancia en los ámbitos social y cultural de la ciudad. De igual modo, es importante conocer cómo este hecho social, folklórico y cultural ha desembocado en un elemento diferencial de la sociedad y de la ciudad y cómo se han convertido, tanto el Carnaval como el certamen, en una industria cultural y turística y en un atractivo mediático de primera índole.

Breve Historia del Carnaval

El Carnaval de Cádiz es uno de los principales exponentes culturales de la ciudad. En todo el Estado se asocia, a veces erróneamente, por simple metonimia, Cádiz con sus chirigotas⁴. Erróneamente porque el Carnaval no solo chirigotas ni todos los grupos o agrupaciones que cantan en el Carnaval de Cádiz son chirigotas. El Carnaval es, junto al flamenco, la expresión cultural y artística por antonomasia de la ciudad. Del flamenco se dice que es una de la cuna de los cantes. Del Carnaval, es sin duda la madre en España del modelo de Carnaval cantado, que incluso exportó a Montevideo y Canarias (las murgas en ambos Carnavales nacen por agrupaciones que gaditanos sacaron allí a la manera de Cádiz de forma circunstancial y, tras su triunfo, se consolidó su estilo).

Del Carnaval de Cádiz hay constancia desde el siglo XVI, cuando Agustín Horozco lo recogió en su libro *Historia de Cádiz* al hacer referencia al uso de unas flores durante el Carnaval: “a su tiempo dan en abundancia una flor blanca de buen olor, y en tanta cantidad, que en tiempo de las Carnestolendas por regocijo sirven de aflecho”, tal y como señala el catedrático de la Universidad de Cádiz Alberto Ramos (2002:36). El documento oficial más antiguo descubierto que hace referencia a la celebración del Carnaval en Cádiz está en el archivo de la Iglesia de Santa Cruz de Cádiz: un acta matrimonial de 3 de marzo de 1636 en la que indica: “El señor provisor dispensó en todo por ser carnestolendas” (Porquicho, 1994: 141).

Ambos testimonios, recogidos por el doctor Ignacio Sacaluga en su tesis doctoral *El Carnaval de Cádiz como generador de información, opinión y contrapoder: análisis crítico de su impacto en línea y fuera de línea* (Sacaluga, 2014) y por un amplísimo número de autores, demuestran los antecedentes históricos del Carnaval en Cádiz al que se le puede asociar esa terminología de Carnestolendas. El Carnaval de Cádiz, como hoy se

⁴ Ejemplo de esa confusión, Kichi es un reconocido componente de comparsas, donde cantaba antes de ser alcalde de Cádiz: Pina, M (2015). “Kichi', el novio chirigotero de Teresa Rodríguez”. *El Confidencial*, 31 de marzo. Disponible en: https://www.vanitatis.elconfidencial.com/noticias/2015-03-31/kichi-el-novio-chirigotero-de-teresa-rodriguez_749100/ [Consultado el 15 de diciembre de 2022].

concibe, con agrupaciones cantando, se conoce desde el siglo XIX, pero hay numerosísimos antecedentes. Para Ubaldo Cuadrado y Felipe Barbosa (1999), el antecedente más antiguo de estas agrupaciones con letras y música no llega del Carnaval, pero sí de otra festividad religiosa, la Navidad. Para ambos, el antecedente más remoto de las agrupaciones del Carnaval de Cádiz son las comparsas de negros de mediados del siglo XVII que, formadas por niños negros, recorrían las casas gaditanas en Nochebuena cantando con zambombas y panderos.

La primera referencia en Cádiz a “cuadrillas” o “quadrillas” de gaditanos y gaditanos en Carnaval ataviados con un mismo disfraz y bajo supervisión de un “director” o “cabeza de grupo” (como se les denominaba según indican los investigadores José Ignacio Buhigas y Tily Santiago (1983)) llega, según Ramón Solís, el segundo periódico gaditano del que se tiene constancia, *La pensadora gaditana* (Solís, 1971). Según recogen Cuadrado y Barbosa (1999: 79) el 19 de febrero de 1764 se publica una carta titulada *Carta de una dama* que firma Petronila Babieca. En ella se recoge que “todos los Carnavales me vestía de máscara, y salía en cuadrilla con unas amigas, en todo mis semejantes, y con los caballeros más decentes de este pueblo”⁵.

No es hasta el siglo XIX cuando el Carnaval se asienta como una fiesta y una expresión popular propia de Cádiz. Así aparece en un artículo de Fermín Salvochea Terry (padre del que fue en 1873 alcalde de Cádiz, Fermín Salvochea y Álvarez, y presidente del Cantón de Cádiz) publicado en la revista literaria *Álbum de Cádiz* bajo el título *El Carnaval* y que recoge Javier Osuna (2009: 65). Salvochea Terry habla en dicho artículo de los bailes de máscaras durante el Carnaval, que ya tenía un concepto muy similar al que se entiende hoy en día y que se refleja una de las frases que componen el texto: “La mujer virtuosa puede reír libremente en el baile de máscaras, porque en él la hipocresía se considera como un yugo, y el Carnaval no quiere yugos” (Osuna, 2009).

Es también en este siglo cuando toman especial protagonismo estas agrupaciones de Carnaval, sobre todo murgas y coros, la formación autóctona y más original del Carnaval de Cádiz. En el último tercio de esta centuria ya existen documentos gráficos y sonoros de la existencia y proliferación de estas agrupaciones.

Primeras Agrupaciones

Ya en el siglo XIX parece extenderse la práctica de que las citadas cuadrillas se acompañen de instrumentos musicales e interpreten canciones. Así, el término cuadrilla se le aplica, inicialmente, a cualquier tipo de agrupación del Carnaval de Cádiz y se le completa con el nombre del disfraz que empleaban. De este modo, la primera agrupación de la que se tiene constancia es la denominada “cuadrilla de gallegos”, de la se tienen referencias en el periódico madrileño *Miscelánea de Comercio, Política y Literatura*. Así, en su edición del 16 de marzo de 1821, en la página 2 inicia la sección “Noticias del reino” y la primera de ella está datada en Cádiz y se inicia “El Carnaval de este año ha

⁵ Se respeta la ortografía original.

sido quizás el mas alegre y divertido que hemos tenido en esta ciudad”⁶. Tal como se puede consultar en los archivos de la mismísima Biblioteca Nacional de España⁷, el artículo señala⁸: “Entre otras llamo la atencion una cuadrilla de gallegos, que llevaban un óvalo adornado de flores, en cuyo centro se leia: *Constitucion política de la monarquía española*, á la que celebraban tocando la gaita” (Biblioteca Nacional de España, n.d.).

A finales de siglo, las agrupaciones ya eran uno de los principales reclamos del Carnaval de Cádiz, a la luz de que los medios locales se hacían eco de sus nombres. Así, el decano de la prensa gaditana, *Diario de Cádiz*, publicaba en 1885 los permisos concedidos para que “salgan en el presente Carnaval las estudiantinas y comparsas con los siguientes títulos: *Jóvenes Gaditanas*, *Coro del Gato*, *Viejas Enamoradas*, [...] *Coro de las Viejas Ricas*, *Obreros de Cádiz*...” (Cuadrado y Barbosa, 1999: 94). Precisamente, el coro de *Las Viejas Ricas* está considerado como el precursor de lo que hoy se entiende como agrupación de Carnaval y sus composiciones, que paseó durante varios años por España, se siguen cantando en la actualidad.

El Concurso

El primer concurso de agrupaciones del Carnaval de Cádiz del que se tiene constancia, - como en el citado tuit de la Biblioteca Nacional de España se señala-, se considera el de 1887, cuando el Ayuntamiento ofrece “un premio en metálico para la agrupación que se considere de mayor calidad”. A partir de ahí, el concurso, o los concursos, se convierten en una parte fundamental de la fiesta, pero no en la principal. La conversión en el eje central del Carnaval de Cádiz se produce con el regreso de la fiesta tras la Guerra Civil y la prohibición “en absoluto” de las fiestas de Carnaval en todo el territorio nacional (Boletín Oficial del Estado, 1937). A la conclusión del conflicto, el régimen golpista de Franco mantuvo esta prohibición por una Orden Ministerial de Serrano Suñer en 1940, que indicaba que “suspendidas en años anteriores las llamadas fiestas de Carnaval, y no existiendo razones que aconsejen rectificar dicha resolución...” (Boletín Nacional del Estado, 1940).

Tras algunas intentonas más o menos, el Carnaval vuelve a Cádiz con el disfraz de “Fiesta de Coros”, que posteriormente pasaría a llamarse Fiestas Folclóricas Típicas Gaditanas y posteriormente Fiestas Típicas Gaditanas (con cambios de fechas para huir en lo posible de lo que todo Cádiz consideraba Carnaval), para recuperar, en 1977, el nombre y la fecha de Carnaval. Para entonces, el Concurso era el centro de la fiesta. La

⁶ Se respeta la ortografía original.

⁷ Destacar el hilo en Twitter de la cuenta de la Biblioteca Nacional en el que habla del Carnaval de Cádiz: Biblioteca Nacional de España (2018): Estos días se está celebrando en el Gran Teatro Falla de Cádiz el tradicional Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval(COAC). Una buena excusa para recordar los orígenes y referentes de las agrupaciones Carnavalescas gaditanas #COAC201822

[Twitter post] 30 de enero. Disponible en:

https://twitter.com/bne_biblioteca/status/958302493519343616 [Consulta: 3 de noviembre de 2022].

⁸ Se respeta la ortografía original.

cobertura de la prensa escrita (*Diario de Cádiz*) y las retransmisiones de radio (Radio Nacional de España, Radio Cádiz -SER- y Radio Juventud) le habían otorgado una omnipresencia y un gran calado, especialmente entre las clases media y baja. El concurso se realiza inicialmente en dos modalidades: coros y chirigotas. En 1960 se oficializa la modalidad de comparsas como parte del concurso, cuya existencia ya venía siendo un hecho, y en 1973 se hace lo propio con los cuartetos, que venían participando “fuera de concurso”. Es en esa década de los años 70 del siglo XX cuando el concurso vive un crecimiento ya era imparable y en los 80 se asentó como un fenómeno socio-cultural. Una evolución y un fenómeno que se confirmaron con un crecimiento exponencial con la llegada de Canal Sur en 1990.

En 2022, -tras un año 2021 en el que se suspendió tanto el concurso como el Carnaval por la pandemia del COVID19-, el Ayuntamiento optó por retrasar el certamen y el Carnaval oficial al mes de junio en previsión de que con un mejor clima la incidencia del virus sería menor y sería posible celebrar el concurso, que se inicia algo más de un mes antes de las fechas del Carnaval. Desde diferentes sectores se reconoció que, con la llegada de la variante ómicron a final de año, el acierto del Consistorio y a los responsables de organizar la fiesta y el concurso, ya que en enero hubiera sido inviable la celebración del COAC⁹. Eso sí, el Carnaval callejero, más anárquico y autoorganizado, mantuvo las agrupaciones en febrero.

El concurso se saldó con el menor número de inscritos de los últimos años, 80¹⁰, pero las crónicas periodísticas destacan que se mantuvo la calidad¹¹. Para el concurso de 2023, que regresa a sus fechas habituales, a dos días del cierre de la inscripción (que finalizaba el 13 de noviembre) había inscritas 122 agrupaciones¹² cuando en 2020, el último certamen *normal* celebrado justo antes de la llegada de la pandemia, el número total de agrupaciones inscritas ascendió a 158¹³.

⁹ Barea, D. (2021): “La sexta ola coge fuerza y da la razón al retraso del Carnaval de Cádiz”. *Viva Cádiz*, 20 de diciembre. Disponible en: <https://vivacadiz.es/cadiz/1016587/la-sexta-ola-coge-fuerza-y-da-la-razon-al-retraso-del-Carnaval-de-cadiz/> [Consulta: 12 de noviembre 2022]

¹⁰ Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz (2022): El plazo de inscripción de agrupaciones para participar en el COAC 2022 cierra con 80 grupos registrados. Disponible en: <https://transparencia.cadiz.es/el-plazo-de-inscripcion-de-agrupaciones-para-participar-en-el-coac-2022-cierra-con-80-grupos-registrados/> [Consulta 12 de noviembre 2022]

¹¹ Bungal, R. (2022): “El balance del Concurso del Falla 2022: Un COAC incompleto, pero de nuevo vivo”. *Diario de Cádiz*, 12 de junio. Disponible en:

https://www.diariodecadiz.es/diario_del_Carnaval/balance-Concurso-Falla-2022-COAC-incompleto-pero-vivo_0_1691831668.html [Consulta: 12 de noviembre de 2022]

¹² Bungal, R. (2022): “24 nuevas inscripciones elevan a 122 el total de agrupaciones en el COAC 2023 hasta este viernes”. *Diario de Cádiz*. 11 de noviembre. Disponible en:

https://www.diariodecadiz.es/diario_del_Carnaval/24-nuevas-inscripciones-122-agrupaciones-COAC-2023-viernes_0_1737728186.html [Consulta: 12 de noviembre 2022]

¹³ Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz (2020): El plazo de inscripción en el COAC 2020 finaliza con 158 agrupaciones registradas. Disponible en: <https://transparencia.cadiz.es/el-plazo-de-inscripcion-en-el-coac-2020-finaliza-con-158-agrupaciones-registradas/> [Consulta: 12 de noviembre 2022]

Carnaval: industria cultural y turística

El Carnaval de Cádiz ya no es solo un producto cultural o folklórico de primera índole cualitativa, se ha convertido en un producto mediático masivo sin parangón. Es una de las referencias turísticas y promocionales más importantes de una ciudad que, cada año, recibe en el primer fin de semana de los dos que dura el Carnaval a cientos de miles de visitantes. Con su consiguiente impacto económico. En 2020, la patronal de la hostelería cifró en 400.000 los visitantes y entre 5 y 10 millones su impacto económico¹⁴. Y eso que el COVID ya empezaba a dejarse notar por el continente europeo. El propio presidente de la patronal de Hostelería de Cádiz reconoce que, además del propio impacto económico está la promoción de la ciudad, “La gente que viene al Carnaval, la que viene la primera vez, es susceptible de que vuelva en vacaciones; y no solo ellos, también sus conocidos, porque esas personas queden impresionadas por la ciudad, porque es una ciudad muy bella. Eso conseguiría una fidelización de ese posible cliente futuro” (De María, 2022).

En los últimos años, cada vez llegan más y más visitantes de zonas no habituales de consumo de Carnaval de Cádiz. Lo mismo ocurre con las actuaciones de agrupaciones del COAC, que han llegado a actuar en lugares como el Liceo de Barcelona¹⁵ o en Erreterria¹⁶. La llegada del periodismo digital, y su buen hacer en la gran mayoría de los casos, ha llevado al Carnaval gaditano a lugares donde no tenían conocimiento ni tan siquiera de que existiera, mucho menos de la forma en la que se expresa.

Se tratará posteriormente de relacionar esta mayor y mejor cobertura fuera de Cádiz y de Andalucía y, sobre todo, por la irrupción de las nuevas formas, formatos y contenidos del periodismo digital con un mayor alcance del Concurso de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz en estas zonas.

El Concurso actual en datos

Con toda esta historia, el Carnaval de Cádiz es hoy en día no solo una muestra fundamental de cultura popular y folklore (ha presentado su candidatura a convertirse en Patrimonio Inmaterial de la Humanidad¹⁷) sino que, además, supone una industria cultural

¹⁴ Marqués, J. (2020): “El Carnaval trajo a Cádiz a unas 400.000 personas y dejó entre 5 y 10 millones de euros”. *Diario de Cádiz*. 2 de marzo. Disponible en:

https://www.diariodecadiz.es/cadiz/Carnaval-Cadiz-trajo-personas-millones-euros_0_1442556016.html [Consulta: 11 de noviembre de 2022]

¹⁵ Andacat (n.d.): III Carnaval de Cádiz en el Liceu de Barcelona. Disponible en:

<https://andacat.org/evento/andacat-presenta-iii-Carnaval-de-cadiz-en-el-liceu-de-barcelona/> [Consulta: 12 de noviembre de 2022].

¹⁶ Castaño, I. (2022): “El Festival del Carnaval de Cádiz traerá lo mejor de cada casa”. *El Diario Vasco*, 29 de julio. Disponible en: <https://www.diariovasco.com/oarsoaldea/erreterria/festival-Carnaval-cadiz-20220729201000-nt.html> [Consulta: 12 de noviembre de 2022]

¹⁷ Sánchez Reyes, J. M. (2022): “El Carnaval de Cádiz exhibe fortaleza en Madrid con un ojo puesto en la Unesco”. *Diario de Cádiz*, 7 de noviembre. Disponible en:

de primera índole. La propia celebración del Carnaval es uno de los motores económicos de la ciudad, con estudios que hablan de un impacto de hasta 20 millones de euros en los 10 días que dura la fiesta. Estudios que no contemplan su expresión más exportable y, más mediática: el Concurso Oficial de Agrupaciones de Carnaval, el COAC.

El concurso dura entre 30 y 35 días, según el número de participantes, y en su última edición antes de la llegada de la pandemia del COVID¹⁸, en la edición del 2020, registró cifras de alcance que demuestran su impacto. Enumero algunas cifras alcanzadas por la retransmisión del COAC:

- En 2020 la Radio Televisión Municipal, Onda Cádiz, que se hizo con los derechos de emisión, superó los 24 millones de visionados en plataformas digitales¹⁹.
- En 2021, sin concurso ni Carnaval, los programas especiales Onda Cádiz y Canal Sur superaron el millón de espectadores²⁰.
- En 2022, con un concurso más corto (con prácticamente la mitad de participantes) y fuera de la fecha habitual por la pandemia, la retransmisión de Onda Cádiz fue seguida por 11 millones de personas solo en TDT²¹.
- El récord de audiencia de la retransmisión de la Final del COAC en Canal Sur TV es de 2019, cuando registró 642.000 espectadores, un 27,1%, de cuota de pantalla²².
- La Final del concurso del año 2018 fue el segundo evento más tuiteado en el Estado ese año después de la final de *Operación Triunfo*. La final del COAC sumó 113 millones de impresiones potenciales, por las 119 millones de la final del *talent show* (Blanco, 2022).

https://www.diariodecadiz.es/diario_del_Carnaval/Carnaval-Madrid_0_1736527521.html [Consulta: 8 de noviembre de 2022]

¹⁸ En el año 2021 no se celebró el Carnaval por la pandemia y en el año 2022 el concurso y el Carnaval oficial se celebraron fuera de la fecha de febrero y se registraron una especie de dos ediciones: una en febrero no oficial y otra en junio con el concurso y la programación oficial del Ayuntamiento.

¹⁹ Redacción (2020): "Las retransmisiones del COAC 2020 por Onda Cádiz superan los 24 millones de reproducciones a través de internet" *Diario de Cádiz*, 9 de marzo de 2020. Disponible en: https://www.diariodecadiz.es/diario_del_Carnaval/retransmisiones-COAC-2020-Onda-Cadiz-reproducciones_0_1444656005.html [Consulta: 1 de noviembre de 2022].

²⁰ Redacción (2021): "El Carnaval de Cádiz no pierde tirón pese a la ausencia de Concurso: "extraordinarios" datos de audiencias para Onda Cádiz y Canal Sur". *Diario Bahía de Cádiz*, 16 de febrero. Disponible en: <https://www.diariobahiadecadiz.com/cadiz/el-Carnaval-de-cadiz-no-pierde-tiron-pese-a-la-ausencia-de-concurso-extraordinarios-datos-de-audiencias-para-onda-cadiz-y-canal-sur/> [Consultado 27 de octubre de 2022].

²¹ Agencias (2022): "Más de once millones de personas han seguido el COAC 2022 a través de Onda Cádiz por la TDT". *La Vanguardia*, 18 de junio. Disponible en: <https://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20220618/8349454/mas-once-millones-personas-han-seguido-coac-2022-traves-onda-cadiz-tdt.html> [Consulta: 27 de octubre 2022].

²² Gallardo, F. A. (2022): "La audiencia de la final del Carnaval de Cádiz en Canal Sur baja a la mitad", *Diario de Sevilla*, 4 de junio. Disponible en: https://www.diariodesevilla.es/television/audiencia-final-Carnaval-Cadiz-mitad_0_1689731641.html [Consulta el 31 de octubre de 2022].

La atención social y mediática no solo se reflejan en estos datos de audiencia. El seguimiento en directo y el interés que despierta entre las personas que lo siguen, no sólo de Cádiz, se demuestra con numerosos ejemplos. Hasta el año 2019, las entradas disponibles para la Final del COAC (en torno a las 800 de las 1.124 localidades de las que dispone el Gran Teatro Falla, ya que las destinadas a autores, protocolo y acreditaciones de prensa reducía en unas 300 las disponibles respecto al aforo total del coliseo gaditano) se sorteaban. Pues bien, ese año, el último que se sortó como indicamos, se presentaron 41.089 solicitudes²³. Es decir, de las 41.000 personas que querían entradas para la final, en torno a 800 lo consiguieron, una probabilidad de algo más del 1,95 por ciento. Una cifra que, si la ponemos en contexto, sabiendo que la probabilidad de que toque cualquier premio en el sorteo de la Lotería de Navidad (principales y pedrea) es de un 5 por ciento deja claro que, conseguir una entrada para la Final del COAC era más fácil a que tocara un premio de Lotería de Navidad²⁴.

No son las únicas cifras espectaculares. Por ejemplo, las aproximadamente 18.000 entradas puestas a la venta para la fase clasificatoria del COAC del año 2020 se agotaron en menos de un día²⁵. Tal es la expectación que levanta, que el Ayuntamiento, desde hace algunos años, ha optado por anunciar cuándo y dónde se pondrán a la venta las entradas de cada fase (además de por el canal de venta en internet del que disponga el Consistorio en ese momento) tan solo unas horas antes de poner la venta en marcha²⁶.

Este atractivo produce una casi insostenible presión mediática para ser acreditados. Y es que, en el Gran Teatro Falla, donde se celebran las sesiones del concurso, hay acreditados para todas las funciones cerca de 130 periodistas, técnicos, reporteros gráficos, etcétera. Para hacernos una idea, en proporción del aforo, es como si para todos los partidos de Liga y Copa del FC Barcelona en el Camp Nou hubieran acreditados 12.600 periodistas, técnicos y reporteros gráficos. O 10.300 en el Bernabéu para los partidos del Real Madrid. Y para todos los partidos, insistimos. Son cifras de unos Juegos Olímpicos o un Mundial de Fútbol, que se celebran cada cuatro años. Las del concurso del Carnaval, cada año. Sin contabilizar las que no se conceden por cuestión de espacio y aforo. Además, cada acreditación que se concede es una entrada menos disponible para su venta a personas interesadas.

²³ Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz (2019): “Finaliza el plazo para participar en el sorteo de la venta de entradas para la final del COAC con más de 41.000 inscritos”. *Transparencia Cádiz*, 7 de febrero. Disponible en: <https://transparencia.cadiz.es/finaliza-el-plazo-para-participar-en-el-sorteo-de-la-venta-de-entradas-para-la-final-del-coac-con-mas-de-41-000-inscritos/> [Consulta: 28 de octubre de 2022].

²⁴ Redacción (2021): “¿Cuál es la probabilidad de que nos toque un premio de la Lotería de Navidad?”. *Onda Cero*, 21 de diciembre. Disponible en: https://www.ondacero.es/loteria-navidad/loteria-navidad-probabilidad-ganar-premios_2021122161c1cbafea16b8000198983d.html#:~:text=La%20probabilidad%20de%20que%20nos%20toque%20'El%20Gordo'%20de%20la,decir%2C%20una%20entre%20cien%20mil. [Consulta el 1 del noviembre de 2022]

²⁵ Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz (2020): “Agotadas todas las entradas puestas a la venta por internet para la fase clasificatoria del COAC 2020”. *Transparencia Cádiz*, 15 de enero. Disponible en: <https://transparencia.cadiz.es/agotadas-todas-las-entradas-puestas-a-la-venta-por-internet-para-la-fase-clasificatoria-del-coac-2020/> [Consultada el 28 de octubre de 2022]

²⁶ Agencias (2020): “Las entradas para los cuartos de final del COAC 2020 salen a la venta desde las 10.00 horas en el ECCO”. *Europa Press*, 28 de enero a las 8:45 horas. Disponible en: <https://www.europapress.es/andalucia/cadiz-00351/noticia-entradas-cuartos-final-coac-2020-salen-venta-1000-horas-ecco-20200128084546.html> [Consulta el 1 de noviembre de 2022].

Dos revoluciones periodísticas en 30 años

El concurso de coplas del Carnaval gaditano ha vivido dos revoluciones periodísticas en los últimos 30 años que han condicionado su alcance, su impacto y su penetración. La primera, la difusión a nivel nacional del mismo a través de Canal Sur y sus plataformas. Desde la década de los años 80 del pasado siglo, la Final del COAC era retransmitida en televisión. Una desconexión en Andalucía (el conocido posteriormente como Telesur) de la programación nacional llegó a quitar de pantalla al mítico programa *La Clave* para emitir las coplas de la noche grande del Carnaval gaditano. Pero la retransmisión de la Final no era íntegra y comenzaba tarde. En 1990, llegó al concurso y a su retransmisión Canal Sur y comenzó a emitir la final de manera íntegra para toda Andalucía. A mediados de la década, las cadenas que pertenecían a la FORTA conectaban con la retransmisión cuando acaba sus emisiones normales. Esto amplió el público objetivo y la penetración del certamen del Carnaval gaditano y, por ende, del propio Carnaval.

La segunda gran revolución mediática llegó a comienzos de la década de los años 10 del siglo XXI. Fue la ampliación al periodismo digital, que trajo consigo la globalización de este producto cultural y folklórico local. Ahora, la retransmisión por YouTube es seguida en países como Chile, Alemania, EEUU o México, por citar algunos ejemplos. y los medios digitales, con sus contenidos propios, acercan aspectos de la fiesta y del concurso desconocidos para muchas personas de zonas en las que están descubriendo esta expresión de la cultura popular gaditana. En esta época de prosumidores, se ha extendido la fórmula de cómo una persona no acostumbrada a ver Carnaval reacciona al ver por primera vez una agrupación gaditana^{27 y 28}.

²⁷ Hora del Coto (2021): *Mexicano Reacciona Por Primera Vez A Juan Carlos Aragón | Los Mafiosos Pasadoble A Las Madres* [vídeo online]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=fWQR6o7e8iA> [Consultado el 29 de octubre de 2022]

²⁸ Ofelia, A. (2022): *Mexicano reacciona comparsa Los Peregrinos. Credo. Juan Carlos Aragón* [video online]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=Ttrm8QtImm0> [Consultado el 29 de octubre de 2022]

El primer medio digital comenzó a cubrir el Concurso del Carnaval de Cádiz en la edición de 1998. Fue la empresa *InfoCádiz* con el desaparecido dominio *Carnavaldecadiz.com*. Inicialmente, era una base de datos y consulta con las agrupaciones participantes, fotos, su puntuación y clasificación en el concurso, para ampliar posteriormente su cobertura a crónicas online (las primeras que se publicaron) y fotos subidas prácticamente al momento. Con el paso de los años, la web se topó con la adquisición de los derechos de emisión por cadenas públicas que le impedían poder ampliar sus servicios y, posteriormente, con la imposibilidad de cumplir los requisitos para poder disponer de una acreditación. Eso le llevó finalmente a su desaparición, que inició dejando de actualizar contenidos y desapareciendo el dominio propiamente dicho (y todos los datos, fotos y letras que tenía) en 2019.

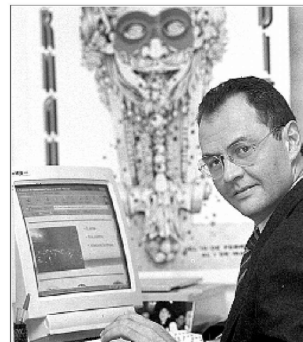
En los concursos de 2020, que fue el último con la normalidad pre-pandemia, y el de 2022, que ha sido el último en celebrarse, todos los medios tradicionales tienen una versión digital para retransmitir online de alguna forma el certamen o para ofrecer contenido extra en el mismo. En total son cada año en torno a una quincena de medios de comunicación entre los de televisión, los de radio, prensa escrita y medios de comunicación digitales los que cubren a diario los más de 30 días que dura el COAC. Nos referimos únicamente a medios de comunicación digitales, porque, -como abordaremos en el epígrafe del Marco Teórico-, en el año 2018 el Ayuntamiento de Cádiz se vio abocado a reducir el número de acreditados que cubrían el concurso y empleó una resolución del Colegio de Periodistas de Andalucía para diferenciar medios digitales periodísticos o de información de otros soportes, y desde entonces solo acredita a los primeros.

EL CARNAVAL DE CÁDIZ ENTRA DE LLENO EN LOS TIEMPOS MODERNOS Y YA TIENE SU PAGINA PROPIA EN INTERNET

Ha recibido 14.000 consultas y se pide información desde todo el planeta

«Me llamo Miguel Ángel Montañez y soy un andaluz que en estos momentos se encuentra en Islandia por motivos de estudio. Soy un fan incondicional del concurso de agrupaciones del Carnaval gaditano y mi pregunta es si podrá seguir la final por internet. Gracias por su colaboración». Esta es sólo una de las 600 consultas recibidas a través del correo electrónico desde que la empresa Propaganda Sur S.L. creó una página en internet sobre el Carnaval de Cádiz, y entrara a formar parte de la aldea global de la comunicación y del mundo multimedia.

Esta firma tenía la información sobre el Carnaval durante los años anteriores en la guía *Intercádiz* pero, como asegura Modesto Sánchez, «nos dimos cuenta que lo que más consultaba la gente era el apartado dedicado a la fiesta gaditana». De esta forma, hicieron el proyecto y pidieron el permiso a Intermus en Estados Unidos, que es la que regula los registros. Desde que se pusieron en marcha a principios de enero se han recibido hasta 14.000 consultas. Los tres padres de la idea, Modesto Sánchez y los hermanos Pedro y José Carlos Mandado Sorantes, decidieron dotar de un contenido importante las páginas. Así, se puede encontrar una explicación para los menos iniciados en el Carnaval sobre el concurso de agrupaciones, que es, cuáles son sus modalidades y una información sobre los anteriores concursos desde el año 95. Otro de los apartados está dedicado al Carnaval en la calle con las fiestas gastronómicas, los disfraces, las agrupaciones legales, el carnaval de coros y la cabalgata. Pero la gran apuesta se ha dado con el seguimiento del Concurso del '98 en el Teatro Falla. Así, cada agrupación ha contado con una página con sus actuaciones en el Concurso, que estaban ya metidas en internet media hora después de haber concluido la sesión, con fotografía y los temas del repertorio. Además, se puede encontrar un menú sobre el jurado, las niñas y la Diosa y el orden de actuación de la gran final, que posteriormente irá apoyada por lo que de sí cuando se celebre. Por otra parte, en los siguientes días también se meterá el resto de acontecimientos. La dirección es <http://www.carnavaldecadiz.com> y también se puede solicitar detalles sobre hospedaje y todo aquello que necesite aquel que quiera venir al Carnaval. Así, aparte de la carta de Islandia han llegado otros de Brasil, Uruguay, el Tíbet en Irlanda del Norte, Austria e Inglaterra entre otros, interesados por muchos temas. El del



Modesto Sánchez es uno de los padres de la idea y asegura que se están viendo elevados por el número de consultas. (Foto: JÚLIO GONZÁLEZ)

Brasil de Flavio Lima Batista dice textualmente: «Hola, soy de Brasil y me gustó mucho visitar esta página sobre el Carnaval en España. Me parece muy divertido y me gustaría ir». Modesto Sánchez asegura que «la experiencia nos ha desbordado, ya que no solo consiste en recoger la información del Teatro Falla, sino que los usuarios piden todo tipo de cosas y se las tiene que contestar». Entre las anécdotas destaca que uno de los apartados que más mira la gente es el de las niñas, ya que el que no conoce el Carnaval no sabe de qué se trata y le gusta jugar con lo que cree que está prohibido. Además han establecido una amistad a través de la red con una japonesa llamada Miyako Kashi, que pidió información sobre las fiestas de la fiesta del erizo. MELCHOR MATEO

Ilustración 2: Página que se publicó en 'Diario de Cádiz' de la puesta en marcha de 'Carnavaldecadiz.com'. Fuente: Diario de Cádiz.

Estos dos fenómenos citados (la difusión de Canal Sur y la aparición de los medios digitales) trajeron consigo más atención fuera de Cádiz y de Andalucía, lo que hizo aumentar la llegada de visitantes al Carnaval y las salidas de agrupaciones del Carnaval de Cádiz para actuar fuera de la provincia gaditana y de la región. Aunque hay constancia de giras de agrupaciones del Carnaval de Cádiz desde finales del siglo XIX con las *Viejas Ricas*, o los años 60 del pasado siglo, con por ejemplo *Los Beatles de Cádiz* (1965), ambas revoluciones han supuesto la proliferación de estas actuaciones de los grupos de Carnaval fuera de la ciudad, de la promoción de la fiesta y de la ciudad fuera de Cádiz de Andalucía, e incluso fuera de España. Con ello, y en buena medida gracias a esta revolución del periodismo digital, llega la candidatura para que el Carnaval de Cádiz pueda ser catalogado como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Como lo es ya el flamenco.



Ilustración 3: Portada de uno de los EP de 'Los Beatles de Cádiz', que alcanzaron fama nacional en los años 60 del siglo XX. Fuente: Archivo del autor.

La explosión del periodismo digital

Existen pocos enmarcados teóricos o prácticos que vengan a diferenciar lo que es un medio de comunicación informativo digital de lo que son otro tipo de publicaciones más o menos informativas en soporte o plataforma digital (blogs, páginas webs, perfiles en redes sociales... etcétera). Aunque, como veremos más adelante, existe algún apunte teórico, lo cierto es que, de manera genérica y también académica, se toma prácticamente como sinónimo medio de comunicación digital y medio de comunicación social. Incluso, llevando al extremo esta generalización, se llega decir que internet es "el medio de medios" (Castell, 1997). El propio sociólogo, profesor universitario y ex ministro de Universidades Manuel Castell en alguna entrevista dice que los grandes medios de comunicación "o se alían con internet y el periodismo ciudadano o se convertirán en marginales" (Gonzalo, n.d.). Un fenómeno, el del periodismo ciudadano, que desgraciadamente se va viendo cada vez más ligado a las *fake news*, al igual que supuestos medios de comunicación que operan en internet y que parecen más medios de *descomunicación*, o de desinformación.

No se han encontrado un trabajo académico que diferencie exactamente y al detalle qué es un "medio de comunicación informativo" (cibermedio periodístico, que apunta Nicolás Salaverría (2017)). Un matiz importante para tener en cuenta en un momento en el que cada vez avanza más ese fenómeno de la desinformación y de las *fake news*, cuya

práctica ha sido recientemente condenada por primera vez en España²⁹. En ese matiz, en esa delgada línea roja, es donde se encuentra el núcleo del marco teórico para este TFG: la cobertura que realizan en el Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz los medios de comunicación informativos, las empresas de comunicación o los cibermedios periodísticos, como se les quiera denominar. El océano de páginas webs, perfiles de redes sociales, blogs y demás soportes digitales es inabarcable y en muchas ocasiones exentos de rigor, profesionalidad, calidad o incluso de éticas: emplear fotografías *robadas* a medios de comunicación informativos, profesionales de la imagen o a otros usuarios de redes sociales sin su consentimiento (ni tan siquiera la comunicación) hasta *reventar* las sorpresas de los estrenos de obras artísticas, que es un elemento performativo esencial para las agrupaciones del Carnaval de Cádiz que se presentan a este certamen.

En los trabajos académicos consultados, no se tiene en cuenta ni se pone en valor, el componente periodístico de estas publicaciones. Inicialmente, se dispone de un documento del Colegio de Periodista de Andalucía que establecía unos argumentos y ofrecía una herramienta para poder diferenciar unos y otros. Teniendo en cuenta que, en el caso que nos ocupa. Un concurso de agrupaciones de Carnaval, el matiz no es menor y creemos, como se verá más adelante, también lo tuvieron en cuenta los organizadores del Concurso Oficial de Agrupaciones de Carnaval de Cádiz y quienes les asesoraban en cuestiones de relaciones con los medios. El primer elemento a tener en cuenta a la hora de analizar una posible evolución y revolución en la cobertura del mismo: el componente periodístico y de profesionalidad de estos medios de comunicación. Un requisito de profesionalidad que no solo se enmarca dentro del apartado de la generación de ingresos publicitarios, sino en el respeto a los códigos deontológicos, los componentes de compromiso social que todo medio de comunicación informativo, o toda empresa de información o de comunicación, asumen al respetar según que reglas del juego y adherirse a ellas, como se verá al final de este apartado relativo al enmarcado teórico del presente estudio.

Diferenciación de medios digitales

Adentrándonos en el campo de la diferenciación de medios digitales, existen algunas calificaciones atendiendo a su naturaleza, su periodicidad, su soporte, etcétera. Hemos tenido, especialmente, en cuenta la que presentó el catedrático de Periodismo y profesor de la Universidad de Navarra Ramón Salaverría (2017) en la cual toma como referencia nueve criterios para “aportar fundamentos teóricos sólidos sobre los que construir una clasificación homogénea de los medios digitales” o, como lo denomina en su artículo, “cibermedios”. Aunque lejos de querer elaborar esa clasificación en sí, el profesor de la Universidad de Navarra lo que busca con su artículo *Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación* es “aportar fundamentos teóricos para esa labor” ya que considera que “cualquier propuesta clasificatoria, ya sea de seres vivos

²⁹ García Bueno, J. (2022): Primera condena en España por difundir ‘fake news’ sobre los menores migrantes. *El País*, 8 de noviembre. Disponible en: <https://elpais.com/espana/catalunya/2022-11-08/primera-condena-en-espana-por-difundir-fake-news-sobre-los-menores-migrantes.html> [Consultado el 8 de noviembre de 2022].

o de medios periodísticos, debe construirse deductivamente desde la teoría hacia los casos concretos”.

Inicialmente, Salaverría señala que los dos principales criterios para diferenciar los cibermedios entre sí son los mismos que para diferenciar a los tipos de medios tradicionales entre sí: soporte y periodicidad. El autor indica en este artículo publicado en la *Revista Mediterránea de Comunicación* que “nos parece incorrecto reseñar los rasgos de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad para distinguir a los cibermedios de los demás tipos de medios. En mayor o menor medida, todos los medios atesoran esas mismas características” (Salaverría, 2017). Por ello, el actual coordinador de la línea Sociedad y comunicación digital de la Universidad de Navarra añade el siguiente cuadro que viene a demostrar esa afirmación inicial que realiza en su trabajo:

Distinción de medios de comunicación según su soporte y periodicidad		
Medio	Soporte	Periodicidad
Prensa	Papel	Periódico
Radio	Sonoro	Continuo
Televisión	Audiovisual	Continuo
Cibermedio	Digital	Policrónico

Tabla 1: Distinción de medios de comunicación según su soporte y periodicidad. Fuente: Ramón Salaverría, *Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación*.

Los criterios que presenta el catedrático de la Universidad de Navarra en su artículo *Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación* (Salaverría, 2017) para esta clasificación de cibermedios y su diferenciación entre sí serían:

1. Plataforma.

- 1.1. Solo para web.
- 1.2. Solo para tabletas.
- 1.3. Solo para móviles.
- 1.4. Multiplataforma, aquellos medios que publican al menos para dos de las tres anteriores.

2. Temporalidad.

- 2.1. Los periódicos: los que respetan un intervalo temporal fijo entre sus ediciones.
- 2.2. Los de actualización continua: ciclo de publicación dictado por nuevas informaciones o, en última instancia, por el ritmo de la actualidad informativa.
- 2.3. Los policrónicos o multitemporales: los que mezclan características de los dos anteriores

3. **Tema.**
 - 3.1. De información general.
 - 3.2. De información especializada.
4. **Alcance**
 - 4.1. Internacionales o globales.
 - 4.2. Nacionales.
 - 4.3. Locales (que se pueden dividir en de alcance regional, insular, provincial,
 - 4.4. comarcal y/o municipal)
 - 4.5. De barrio o distrito, también conocidos como “hiperlocales” (García Avilés y González Esteban, 2013).
5. **Titularidad.**
 - 5.1. De titularidad pública.
 - 5.2. De titularidad privada.
6. **Autoría.**
 - 6.1. De autoría individual.
 - 6.2. De autoría colectiva.
7. **Enfoque.**
 - 7.1. Cibermedios periodísticos
 - 7.2. Cibermedios no periodísticos.
8. **Finalidad económica.**
 - 8.1. Sin ánimo de lucro.
 - 8.2. Con ánimo de lucro
9. **Dinamismo.**
 - 9.1. Estáticos (poco o nulo uso de recursos hipertextuales, interactivos y multimedia).
 - 9.2. Dinámicos.

En el caso que nos ocupa de periodismo digital en la cobertura del COAC, algunos de estos criterios o no son aplicables o no se tendrán en cuenta. Por ejemplo, en el caso de la temporalidad, todas las actualizaciones o publicaciones de las noticias en el formato digital se realizan en el mismo lapso de tiempo aproximado y durante el mismo periodo. Es decir, todas se publican como previa de una sesión del concurso, en la cobertura *online* de cada función, o en la *post sesión*, periodo este último que se puede dar por concluido con el inicio de la siguiente función. Y así, un día tras otro, durante el mes que, aproximadamente, dura el certamen. La *resaca* posterior con la publicación de los puntos, las reacciones a los mismos y a las posiciones obtenidas por cada agrupación se enmarca más dentro de un periodismo y una cobertura del evento más tradicionales, por lo que difícilmente se le puede aplicar el paraguas con el que se proyecta esta investigación: revolución del periodismo digital en la cobertura del COAC.

Otro de estos criterios, por el contrario, es la base para seleccionar unos medios de otros, como por ejemplo el del enfoque. Centremos el campo de estudio en los cibermedios periodísticos. La definición sucinta de lo que es un cibermedio periodístico que hace Salaverría (“son aquellos que observan en su actuación los modos y principios propios de la actividad periodística” (Salaverría, 2017)) será ampliada en este TFG atendiendo a los criterios y bases que analizaremos en el siguiente punto: el Registro Oficial de Medios Digitales de Andalucía (ROMDA) que puso en marcha el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía y que sirvió como herramienta para la concesión de las acreditaciones a los medios de comunicación para poder acceder al Gran Teatro Falla

durante el desarrollo del Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz de Cádiz.

Medios de comunicación informativo, el caso andaluz y el ROMDA

El Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía no encontró un soporte teórico y académico amplio y concreto para diferenciar lo que es medio de comunicación de lo que es medio de comunicación informativo (lo que Salaverría apuntaba como cibermedios periodísticos y cibermedios no periodísticos). Así lo señala la delegada en Cádiz del Colegio de Periodistas de Andalucía, Lorena Mejías, en la entrevista realizada por el autor y que figuran en el Anexo I.

Mejías indica que no lo han encontrado, pero tiene claro que lo que no existe es “otro documento emanado de una corporación pública, que tenga carácter oficial ante las administraciones públicas y que resulte de utilidad desde un punto de vista técnico en el ámbito de la administración” que no sea el que impulsó el propio Colegio en 2018: el Registro Oficial de Medios Digitales de Andalucía (ROMDA) (Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía, n. d.). Un hecho y un documento que tienen especial relevancia a la hora de plantear y enmarcar este estudio, ya que sirve para acotar el campo de estudio e investigación del mismo a aquellas publicaciones en el marco de internet o plataforma que lo usan que cumplan los requisitos que recoge el ROMDA, y que son empleados por el propio Ayuntamiento de Cádiz (organizador del Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz) para estudiar la petición de acreditaciones y posteriormente concederlas.

Así, desde comienzos de siglo, sobre todo desde comienzos de la década de 2010, la influencia del periodismo digital se ha dejado notar en la cobertura y el alcance del COAC. Con toda esta evolución -y revolución-, se fue incrementando el número de acreditaciones, las solicitadas y las concedidas, y en el porcentaje en las mismas de los medios o las ediciones digitales. Hasta que, como recuerda Mejías, “en 2014 ante la avalancha de peticiones de acreditación para cubrir el concurso y la imposibilidad de argumentar con criterios técnicos qué era un medio de comunicación informativo y qué no, la entidad organizadora decidió excluir todas las solicitudes procedentes de páginas webs”. “Fue entonces cuando el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía (...) se propuso facilitar a las administraciones una herramienta que les resultara útil en su actividad comunicativa”. Comenzó, entonces, la elaboración del citado ROMDA que cristalizó en 2018.

Sin embargo, antes, por cuestiones de seguridad de aforo y por el hecho de no poder seguir asumiendo el incremento de solicitudes y de las propias acreditaciones en un espacio como es un teatro, el Ayuntamiento de Cádiz se tuvo que plantear delimitar lo que era medio de comunicación digital de lo que era una publicación digital sin que tuviera carácter informativo. Los datos que ofrecíamos en el apartado anterior -una vez extrapolados lo que supondría el volumen de acreditaciones para el COAC en función del aforo del Gran Teatro Falla a las acreditaciones para los partidos del FC Barcelona o

Real Madrid en el Camp Nou o Santiago Bernabéu- no dejaban lugar a la duda sobre esta necesidad, casi obligación.

De este modo, el Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz (con el autor de este trabajo como responsable máximo en el puesto de Jefe de Prensa y Comunicación) fue pionero en la aplicación de criterios objetivos para establecer y diferenciar qué era un medio de comunicación informativo. Con ello, se pretendía poder reglar y normalizar la concesión de acreditaciones al interior del Teatro, que ya se había convertido, hacía tiempo, en inasumible por seguridad, de aforo y también, por razones operativas para la organización y desarrollo del concurso en sí y del propio trabajo de los profesionales de los medios de comunicación acreditados en el interior del Gran Teatro.

Como el citado Gabinete de Prensa, inicialmente, no encontró ninguna normativa, recomendación, publicación, base teórica o legal para poder argumentar o sustentar objetivamente algo que subjetivamente parecía claro (la diferencia entre medios de comunicación y blogs, páginas webs o perfiles en redes sociales personales) pidió en 2017 asesoramiento a la Asociación de la Prensa de Cádiz para que estableciera estos criterios. Criterios con los que el colectivo, por medio del Colegio de Periodistas de Andalucía, ya trabajaba, pero que no se habían llegado a plasmar en un documento ni a aplicar. De este modo, se establecieron criterios como la existencia de una empresa periodística sustentando la publicación, la presencia de, al menos, un licenciado o licenciado en Periodismo o Comunicación en el organigrama del medio, la periodicidad y el ámbito de las publicaciones y el respecto al Código Deontológico del Colegio de Periodistas de Andalucía. En los casos de medios que ya habían cubierto el COAC en la edición anterior, los responsables del Gabinete de Prensa concedieron la acreditación condicionándola a que al año siguiente cumpliera estos requisitos o los que estableciera el ROMDA, con su reglamentación entonces en elaboración.

Para el Carnaval 2018, el Ayuntamiento, con el ROMDA, ya elaborado pero no aplicado, acordó, con el apoyo y asesoramiento del Colegio de Periodistas de Andalucía y con la Asociación de la Prensa de Cádiz, aplicar estos mismos requisitos que se recogían para pertenecer al citado registro como filtro para optar a esas acreditaciones. El cumplimiento de las condiciones a cumplir para ser acreditados en el concurso de 2017 de prácticamente todos los que posteriormente se incluirían en el ROMDA y la inclusión de estos en los requisitos de la acreditación para el COAC de 2018 redujo las peticiones en casi un 25 por ciento, según recoge el informe del Gabinete de Prensa, base para la concesión de esas acreditaciones (En el Anexo II se incluyen los informes de los años 2020 y 2022).

El enmarcado, teórico -y si se quiere práctico-, lo encontramos por tanto en los criterios para acceder al ya citado ROMDA y cuyas bases fueron aprobadas definitivamente por la Asamblea del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía celebrada en Vejer de la Frontera (Cádiz) el 23 de marzo de 2019 (Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía, n. d.). El documento establece requisitos en cuatro campos: Periodísticos, profesionales, legales y éticos.

- **Periodísticos**

- Debe haber un trabajo de selección, jerarquización y redacción de contenidos de forma periodística.
- Actualización periódica.
- Elaborar contenidos propios.

- Cubrir información de interés general o especializada.
- Sobre Andalucía, territorios, provincias, municipios...
- Mínimo de antigüedad.
- **Profesionales**
 - Estar constituido como empresa periodística / ser autónomo/a.
 - Estar al corriente en las obligaciones con Hacienda, Seguridad Social, etc.
 - La labor de selección de selección, jerarquización y redacción de contenidos debe ser realizada por personas licenciadas en Periodismo o Comunicación Audiovisual con contrato por cuenta propia o ajena.
- **Legales**
 - Ley 34/2002 de 11 de julio de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico
 - Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales
 - Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad.
- **Éticos**
 - Cumplimiento de los códigos éticos y deontológicos.
 - Sometimiento expreso a la Comisión de Deontología y Garantías del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía.

Esta filosofía se traduce en un documento legal con las bases del ROMDA que presenta, formalmente, los siguientes requisitos (Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía, n. d.):

1. El medio debe estar constituido como empresa periodística, en cualquiera de sus figuras, o bien su autor/a es/as dados de alta como autónomo/a
2. La empresa o titular del medio debe estar al corriente de sus obligaciones con Hacienda y la Seguridad Social.
3. En la plantilla u organización empresarial debe haber, al menos, una persona licenciada o graduada en Periodismo o Comunicación Audiovisual, o colegiada en el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía, que sea quien realice labores de redacción, selección y jerarquización de los contenidos de forma profesional. Los servicios profesionales periodísticos podrán ser desarrollados por cuenta propia o ajena. En caso de que pretenda acreditarse la condición profesional periodística del medio mediante contratos mercantiles con personas autoempleadas ajenas a la titularidad de la empresa, sociedad, cooperativa, etcétera, deberá acreditarse la situación de persona autónoma dependiente respecto a la empresa.
4. Debe ser un medio que se desarrolle principalmente en el entorno digital (medios nativos). Podrán ser incluidas las cabeceras digitales de los medios tradicionales, siempre y cuando produzcan contenidos diferentes y cumplan el apartado (c) anterior. No podrán obtener el sello ni formar parte del ROMDA las versiones web de medios, cuya producción periodística en el entorno digital consista solo en volcar o reproducir contenidos del medio clásico.
5. Los medios inscritos en el ROMDA deben cubrir información de interés general sobre la comunidad autónoma, alguno de sus municipios o sus territorios o bien información especializada sobre alguno de sus aspectos (fiestas, deporte, turismo, gastronomía...) mediante la producción propia de contenidos. Esa producción propia será la que determine la cobertura o ámbito de especialización del medio: local, provincial, regional, deportivo...

6. El medio debe ser actualizado de forma periódica: diaria, semanal, quincenal, mensual... en forma y modo similar al de los medios de comunicación convencionales.
7. Para obtener el sello del CPPA y su inclusión en el ROMDA el medio digital deberá tener, al menos, 6 (seis) meses de trayectoria demostrable. En caso de anuarios, esta experiencia se amplía a 3 (tres) años.
8. Como medio periodístico digital, el medio deberá respetar las normas éticas y deontológicas que rigen la profesión periodística. La Comisión Deontológica del CPPA podrá actuar de acuerdo a sus funciones.
9. Se valorará de forma positiva que la publicación digital hay sido registrada legalmente y cuente con número ISSN, aunque no será requisito indispensable, de acuerdo a lo dispuesto en la normativa actual.
10. El portal deberá cumplir la normativa relacionada con los Servicios de la Sociedad de la información, Publicidad, Protección de Datos, así como el resto de abundante normativa relacionadas con el ejercicio periodístico.

Tres años y medio después de la puesta en marcha de este Registro, la provincia de Cádiz -en cuya capital fue el primer lugar donde se emplearon los requisitos para el ROMDA- es la que más medios de comunicación tiene inscritos en el mismo (Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía, n. d.) con un total de 13. De ellos, solo dos han cubierto el COAC en sus dos últimas ediciones, de los cuatro medios digitales nativos que han demostrado que cumplen los requisitos establecidos para poder acceder las acreditaciones que dan acceso a las funciones del certamen.

Respaldo judicial al ROMDA

Durante los primeros años de aplicación de estos criterios, la polémica rodeó a la concesión de estas acreditaciones, sin las cuales varios medios de comunicación que habían cubierto la edición de 2017 no pudieron acceder al Gran Teatro Falla como medios de comunicación informativos y, por ende, obtener las citadas acreditaciones. Cuatro medios acreditados el concurso anterior y otras dos solicitudes nuevas se quedaron fuera de este reparto. Uno de ellos, llevó el caso a los tribunales, al igual que en 2019. En 2018 logró una medida cautelarísima para disponer de una acreditación solo para la Gran Final del concurso, aunque en 2019 la jueza ni siquiera concedió la medida cautelar solicitada para ser acreditado que solicitó. Dicho medio perdió las dos demandas y no ha vuelto a solicitar siquiera ser acreditado, según consta en los informes del Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz de los años 2020 y 2022. Ambas sentencias han alcanzado la condición de firmes (se incluyen en el Anexo III del documento final del TFG).

De este modo, el marco teórico ha acabado siendo también marco legal, ya que existen dos sentencias que corroboran lo acertado del uso de los requisitos que se exigen para pertenecer al ROMDA a la hora de que una administración pública conceda acreditaciones a medios de comunicación digital, diferenciando para ello qué es un medio de comunicación informativo en internet y qué no.

Con este respaldo jurídico y la firmeza de las sentencias, el marco teórico ha adquirido también un respaldo judicial que permite abordar el análisis de la cobertura y su impacto centrándonos exclusivamente en aquellos medios que cumplen los requisitos establecidos por el Ayuntamiento de Cádiz tras el asesoramiento del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía y de la Asociación de la Prensa de Cádiz y que se corresponden con los que están recogidos en las bases del ROMDA.

De otra forma, tratar de abarcar, como ya apuntamos anteriormente en este documento, el listado de perfiles en redes sociales, canales de YouTube, blogs, páginas webs y un etcétera tan largo y cambiante como permite la tecnología de la comunicación actualmente se antojaba del todo inasumible para poder afrontar una investigación que pudiera ayudar a clarificar esa revolución en la cobertura del concurso de agrupaciones del Carnaval gaditano y su posible correspondencia del mismo en los propios repertorios y puestas en escena de las agrupaciones participantes.

Apropiación de contenidos

Además, en la mayoría de los casos, estos ejemplos de los que muchos autores denominan “periodismo ciudadano” se nutren de publicaciones de medios de comunicación informativos (tradicionales o digitales) y, sin citar su origen, las publican de manera gratuita y atribuyéndose el contenido para lograr esas visitas que, en el fondo, hace tanto daño a los medios de comunicación que viven de la producción de esas informaciones y dañando, por supuesto, a los propios periodistas.

No se trata ya, como dice el doctor José Alberto García-Avilés (2016) que “medios y usuarios se comunican en un flujo constante, y el mensaje se configura en torno a los individuos” (García Avilés, 2017). Es decir, como indica el propio autor, no es solo que “los profesionales comparten la esfera comunicativa con blogueros, usuarios de las redes sociales y creadores multimedia en un entorno líquido, donde los medios de comunicación han perdido el monopolio de la producción y distribución de contenidos”, que estos últimos, han perdido el monopolio y distribución de esos contenidos, y han perdido también para aquellos por los que hacen una importante inversión económica, material y de personal, como es en el caso del COAC.

Así, pues, nos encontramos con que “el periodismo post periodismo” (Azocar, 2016) apuesta por un cambio cada vez y más pronunciado en las formas y en los propios contenidos periodísticos; algo que resulta aún más revelador y evidente en el caso que nos ocupa, la cobertura del COAC por parte de los medios de comunicación informativos tanto los nativos digitales como las ediciones en digital de los medios tradicionales.

En esta evolución en las formas, los fondos y los formatos es donde, a juicio del autor de este TFG, se basa gran parte de esa revolución que el periodismo digital ha supuesto para el COAC. Contenidos que, como señalábamos en la introducción, cada vez llegan a más lugares del mundo gracias a ese soporte digital y, también, a la apropiación o distribución de los mismos a través de esos otros soportes comunicativos, esos medios de comunicación que estamos calificando como no informativos, que extienden el propio contenido y el mensaje por ese “medio de medios” como calificaba Castells a internet.

He ahí un nuevo paradigma, el que los medios y los profesionales de estos, han logrado adaptarse y sacar nuevos réditos periodísticos en forma de nuevos contenidos en lo que definíamos antes como el océano casi infinito de páginas y perfiles en redes sociales (De Lara et al., 2015). Esto origina una doble consecuencia. Por un lado, aumentar la llegada a nivel global de estos contenidos propiamente Carnavalescos y de su propio medio de comunicación informativo (desde las ediciones digitales de los medios convencionales). Por otro lado, no poder rentabilizar en exclusiva esta situación al tener que compartirlos, en muchos casos, con infinidad de *otros soportes* que acaban apropiándoseles pese a no recibir en la mayoría de las ocasiones ni una mera solicitud para usar imágenes, vídeos o cualquier tipo de pieza informativa, y en muchos casos sin ni siquiera citar la procedencia.

Metodología

La investigación realizada para la elaboración de este TFG ha empleado dos elementos para conseguir los datos que confirman y que demuestran los objetivos que persigue. Por un lado, entrevistas personales a periodistas, responsables de ediciones digitales, de medios tradicionales y directores de ambos; responsables de asociaciones de periodistas; historiadores e investigadores o al presidente de la patronal de la hostelería de Cádiz (HORECA). Por el otro, realizar el listado de los medios acreditados para cubrir el concurso en los últimos años y el análisis de los requisitos establecidos por la organización, el Ayuntamiento de Cádiz, para conceder dichas acreditaciones a unos medios digitales y rechazar las peticiones realizadas por otros.

Entrevistas en diferentes ámbitos

En cuanto a las entrevistas para recopilar esa información, el autor ha realizado una docena de ellas a periodistas o responsables de medios, a historiadores, investigadores y al representante de los hosteleros gaditanos para lograr otras fuentes de información que aparecen en el presente trabajo. Todas las entrevistas en su integridad figuran en el Anexo I de este TFG.

El bloque más importante en cuanto a entrevistas es el de las realizadas a personas relacionadas con medios de comunicación de Cádiz que cubren el Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz (COAC) en el Gran Teatro Falla, en concreto responsables de los medios y/o de la cobertura que estos realizan del certamen. La intención es conocer de primera mano la evolución que han tenido estos medios en relación a sus ediciones digitales, ya sean medios nativos digitales o no, y saber qué opinan, desde un lugar privilegiado como el que ocupan, de influencia que el periodismo digital y sus plataformas tienen en el concurso y en sus letras. Así como de la propia cobertura del concurso en formatos, contenidos y alcance.

En cuanto a responsables de medios de comunicación, el autor ha recopilado las opiniones de:

- **Jesús Lebrero Infante, director del periódico digital *Cádiz Directo*.** Entrevista presencial realizada en una cafetería de Cádiz el 2 de noviembre de 2022.
- **Juan Manuel Blanco Poley, director de Canal Sur Media.** Debido a que vive en otra ciudad y a las dificultades para cuadrar las agendas, la entrevista se le realizó mediante un cuestionario enviado por mensajería instantánea y respondido el 3 de noviembre de 2022.
- **Daniel Rodway, director del periódico digital *Diario Bahía de Cádiz*.** Entrevista realizada por teléfono el 7 de noviembre de 2022.

- **Francisco Sánchez Múgica, director de *Lavozdelsur.es*.** Entrevista realizada mediante el envío del cuestionario por mensajería instantánea y respondido el 18 de noviembre de 2022.
- **Juan Antonio Quiñones, director del periódico digital *Cádiz Noticias*.** Entrevista realizada por teléfono el 25 de noviembre de 2022.
- **Carmen Fernández Morillo, directora de Onda Cádiz RTV.** Entrevista realizada mediante envío de cuestionario por correo electrónico y respondido el 17 de enero de 2023.

De igual manera, en cuanto a responsables de la cobertura del COAC o de otros contenidos relacionados con esta celebración en diferentes medios de comunicación de Cádiz, el autor ha recopilado las opiniones de:

- **José Antonio Rivas, responsable de Carnaval de Onda Cero Cádiz y de la cobertura del COAC en la radio y en su edición digital.** Entrevista realizada mediante el envío de un cuestionario por correo electrónico y respondido el 2 de noviembre de 2022.
- **Diego Marchán, redactor y responsable edición digital y de su cobertura en el COAC de *Diario de Cádiz*.** Entrevista presencial realizada en el Ayuntamiento de Cádiz el 3 de noviembre de 2022.
- **José María Aguilera, redactor de *La Voz de Cádiz* y responsable de Carnaval en la edición impresa y digital del medio.** Entrevista realizada con un cuestionario enviado por correo electrónico y respondido el 4 de noviembre de 2022.
- **Rubén López, responsable de Carnaval de COPE Cádiz y de la cobertura del COAC en la radio y en su edición digital.** Entrevista realizada mediante el envío de un cuestionario por correo electrónico que fue respondido el 8 de noviembre de 2022.
- **Álvaro Geneiro, responsable edición digital y responsable de Carnaval de *Viva Cádiz*.** Entrevista realizada vía telefónica el 29 de noviembre.
- **Pedro Espinosa, jefe de Informativos de Radio Cádiz SER, responsable de la edición digital del medio y autor de podcast con base Carnavalescas como *La Ciudad Cantada*.** Entrevista realizada por teléfono el 6 de diciembre de 2022.

Con estas entrevistas, se ha logrado tener una foto amplia del fenómeno del periodismo digital, del alcance de estos medios de comunicación periodísticos más allá del público al que llegan tradicionalmente como medios de comunicación locales, y de la labor que hacen en sus respectivas ediciones digitales, como parte de la cobertura del Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz.

También se ha entrevistado a responsables de colectivos y asociaciones de periodistas para ahondar en la diferenciación entre medio de comunicación y medio de comunicación periodístico o informativo, como se ha visto en el Marco Teórico. Estas entrevistas buscaban analizar la necesidad de clasificar los medios de comunicación digitales por su finalidad informativa o periodística y de diferenciar los unos de los otros en cuestiones deontológicas, de originalidad de los contenidos y de seguridad de quiénes los implementan. Estas entrevistas son:

- **Diego Calvo, presidente de la Asociación de la Prensa de Cádiz (APC).** Entrevista presencial realizada en una cafetería de Cádiz el 5 de octubre de 2022.
- **Lorena Mejías Castaño, Vicedecana del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía. Presidenta en Cádiz del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía.** Entrevista presencial realizada en una cafetería de Cádiz el 3 de octubre de 2022.

Se ha entrevistado también a autores, componentes y director de agrupaciones con diferentes objetivos. El primero, para conocer la percepción que desde las propias agrupaciones se tiene de esta evolución periodística y del alcance y la inmediatez que han logrado las informaciones del COAC gracias al periodismo digital. Y, sobre todo, se buscaba pulsar la percepción que tienen los protagonistas sobre el posible fenómeno de la globalización en las letras, puestas en escena y temas a tratar. Estas entrevistas son:

- **José Luis García Cossío, Selu, autor de chirigotas y componente de chirigotas y comparsas.** Entrevista telefónica realizada el día 12 de enero de 2023.
- **José Antonio Vera Luque, autor y componente de chirigotas, comparsas y cuartetos.** Entrevista presencial realizada en el local de ensaño de su agrupación el día 16 de enero de 2023.
- **Ángel Gago Cubero, director de cuartetos.** Entrevista presencial realizada en una cafetería de Cádiz el 17 de enero de 2023.
- **Antonio Martínez Ares, autor y componente de comparsas.** Entrevista realizada mediante entrega de un cuestionario contestado con nota de voz de mensajería instantánea el día 17 de enero de 2023.

El cuarto bloque de entrevistas se ha centrado en el plano de la investigación histórica sobre el Carnaval. En el plano de historiografía, para abordar la historia del Carnaval y su evolución hasta el fenómeno mediático que es hoy en día se realizaron otras dos entrevistas para ampliar o corroborar las posibles fuentes bibliográficas que se han empleado también en el Marco Teórico de este TFG. Así, el autor entrevistó a:

- **Javier Osuna, investigador de Flamenco y Carnaval y productor de Canal Sur.** Entrevista telefónica realizada el 18 de noviembre de 2022.
- **Santiago Moreno Tello, doctor en historia por la Universidad de Cádiz (UCA), investigador y escritor.** Entrevista realizada por el envío de un cuestionario por correo electrónico y respondido el 19 de noviembre de 2022.

Por último, aunque no temporalmente por su realización, se realizó también una entrevista a un representante de los hosteleros de Cádiz para afrontar la importancia del COAC desde el punto de vista económico:

- **Antonio de María, presidente de HORECA (patronal de la hostelería de Cádiz).** Entrevista telefónica realizada el 29 de septiembre de 2022.

Acreditaciones y requisitos

Para afrontar la investigación, su análisis posterior y el estudio de caso era necesario reducir el campo de investigación inicial. El mundo de lo digital y el de los medios de comunicación digitales es demasiado amplio para poder afrontarlo en su integridad. Por ello, para poder avanzar en este terreno, el autor siguió la línea, que inició el Ayuntamiento de Cádiz a través de su Gabinete de Prensa, de ceñir, por motivos de seguridad y de espacio, la concesión de acreditaciones a los medios de comunicación. Como ya se ha indicado anteriormente, el Consistorio empleó la herramienta puesta a disposición de las administraciones por el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía: el ROMDA.

Así, la investigación y los análisis a realizar en este trabajo se centrarían en los medios de comunicación que disponían de esta acreditación y que realizaban la cobertura desde el interior del Teatro Falla y con contenidos y medios propios, evitando apropiaciones de contenidos y fuentes de otros medios como hemos visto en el apartado Apropiación de contenidos que formaba parte del Marco Teórico ya expuesto.

El autor ha tenido acceso a los listados de medios acreditados en los concursos celebrados entre los años 2016 y 2022, de los informes del Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz y que justifican la concesión, o no, de acreditaciones (que se vieron refrendados incluso por dos sentencias judiciales que se aportan en el Anexo III). Toda vez que el estudio de caso y los análisis de contenidos que se recogen en este trabajo corresponden a las dos últimas ediciones celebradas del COAC (años 2020 y 2022), se usarán los informes y el listado de acreditaciones de estos años para centrar estos puntos de esta investigación. Estos informes del Ayuntamiento de Cádiz se incluyen en el Anexo II de este documento.

Elección de los casos a estudiar

Con esta información se afrontará la consecución de los objetivos generales y específicos planteados para este TFG. Así, de las diferentes entrevistas a responsables de los diferentes medios de comunicación de Cádiz que cubren presencialmente el desarrollo en el Gran Teatro Falla de las funciones del Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz (COAC) parten las conclusiones sobre la evolución de dicha cobertura, la importancia y la transcendencia de la llegada del periodismo digital, sus prácticas, nuevos contenidos y la relación entre la calidad y variedad de los contenidos de los medios digitales con la extensión del seguimiento y el conocimiento del Carnaval gaditano, sus agrupaciones y la propia ciudad, a lugares donde anteriormente o no se tenía conocimiento o se tenía un conocimiento impreciso del Carnaval de Cádiz.

En paralelo, con los informes del proceso de concesión de acreditaciones y los datos de las acreditaciones realizados y concedidas, en ambos casos, por parte del Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz, se conseguirá uno de los objetivos secundarios. Esta

información servirá para hacer un listado de todos los medios de comunicación digitales (tanto los digitales nativos como las ediciones digitales de los medios de comunicación en soporte tradicional) que han cubierto el certamen de agrupaciones del Carnaval de Cádiz desde el año 2016, tal y como se indicaba en el apartado Objetivos generales y específicos de este TFG. Con estas conclusiones, se afrontarán el análisis de cómo ha afectado a ese número de medios que realizan la cobertura del certamen desde el interior del Teatro Falla en el que se desarrolla las medidas adoptadas por la organización del evento (especialmente el Ayuntamiento) para controlar el número de acreditaciones por la falta de aforo, algo que también se planteaba en el correspondiente apartado como uno de los objetivos secundarios que persigue el presente trabajo.

Con estos datos y con la radiografía de la cobertura anual de los medios, se ahondará en el estudio de algunos casos concretos. Se realizará esta investigación de un medio por plataforma, siguiendo diferentes criterios. Inicialmente se descarta el estudio de las ediciones digitales y los soportes en diferentes plataformas digitales de las televisiones que realizan cobertura, ya que se limitan a volcar el contenido de los vídeos o programas que emiten en sus cadenas. En el mejor de los casos, las televisiones con derechos de emisión, principalmente Onda Cádiz Televisión y Canal Sur, realizan vídeos personalizados de cada actuación de todas las agrupaciones para colgarlos en sus respectivos canales de YouTube. Vídeos que tienen un importante seguimiento, ya que es la forma de seguir las actuaciones en formato audiovisual.

De este modo, se analizarán los casos concretos de un medio digital informativo, de la edición digital de un periódico impreso y de la edición digital de una radio: *Diario Bahía de Cádiz*, *Diario de Cádiz* y *Radio Cádiz-Cadena SER*. Se da la circunstancia que, en los tres casos, fueron los primeros medios en tener edición digital. En el caso de *Diario Bahía de Cádiz* fue el primer medio digital de comunicación en cubrir el COAC y es el que más ediciones lleva haciéndolo de manera ininterrumpida: 17 (Rodway, 2022).

En el caso de *Diario de Cádiz* se da una doble circunstancia. Por un lado, fue el primer periódico impreso que apostó por potenciar su edición digital con contenidos propios. Además, es la edición digital que más piezas realizó en el último concurso celebrado, el de la primavera de 2022.

La antigüedad es uno de los hechos que impulsan el estudio en profundidad de Radio Cádiz de la Cadena SER, ya que fue la primera radio con edición digital con contenidos propios más allá de lo que se emitía en antena. Pero no es el único. Radio Cádiz utiliza diferentes formatos y soportes, que confluyen en su edición digital, pero que también son piezas informativas autónomas (podcast, reportajes en vídeo... etcétera). Además, es la edición digital que más formatos diferentes y contenidos novedosos aporta cada año.

Estudio de caso

Para asomarse al universo del periodismo digital en la cobertura del fenómeno mediático y social que es hoy en día el Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz es necesario conocer el espacio y la importancia que ocupaban estos medios digitales en este campo del certamen de coplas gaditano. Como ya se ha citado, en 1998 apareció el primer medio digital que cubría las sesiones del COAC: *Carnavaldecádiz.com*. Hasta tal punto era su importancia en sus primeros años, por su condición de único medio digital, que incluso ejercía caso de web oficial del concurso, pese a que se trataba de una página perteneciente a una empresa privada (InfoCádiz).

De ese escenario casi de monopolio se ha pasado al actual, con cuatro medios de comunicación nativos digitales y otra decena de medios que realizan una edición digital sea cual sea su soporte matriz (desde radios a teles pasando por las más habituales ediciones digitales de periódicos de prensa en papel). Todos estos medios con su diversidad de contenidos *online*, desde crónicas y galerías multimedia, a directos con entrevistas en sus páginas web o ediciones digitales y/o perfiles en redes sociales hasta vídeos con contenidos exclusivos como preparativos en locales de ensayos, en camerinos o las coplas interpretadas con pocos componentes para apreciar la melodía original del tenor³⁰. Esto supone una gran concentración de profesionales en espacios muy reducidos, como los camerinos y la zona de salida de los grupos del escenario.

A este número de medios de comunicación hay que añadir los medios digitales no informativos o periodísticos que no consiguen la acreditación que les de acceso al Teatro Falla para cubrir in situ las sesiones y lo que las rodea y que realizan otro tipo de cobertura que pasan por diversificar contenidos y ofrecer nuevas hasta la apropiación de contenidos de otros medios, ya sean informativo o no, como ya hemos indicado en el apartado del Marco Teórico.

El primer punto de inflexión en la evolución hacia la revolución del periodismo digital en la cobertura del COAC que busca confirmar este TFG se produce con la llegada de los medios digitales nativos a la oferta periodística en torno al concurso al inicio de la década de los 2010. Hasta ese momento, el monopolio de *Carnavaldecádiz.com* le había permitido mantener su status sin alardes periodísticos, realizando una cobertura online con crónica, galería multimedia, entrevistas y algún audio de las agrupaciones. En paralelo, la oferta en internet la tenían las ediciones digitales de los medios convencionales, sobre todo los periódicos, que se limitaban prácticamente a volcar sus ediciones en papel a las pocas horas de su publicación.

Pero con este desembarco de los medios digitales nativos llega un incremento en la competencia, y con él la aparición de nuevos contenidos y una apuesta por la inmediatez. La carrera por la audiencia en los digitales en esos primeros años se centra en esa inmediatez, en ser el primero en subir la crónica o las fotos, ya que, aunque existía la

³⁰ Las agrupaciones del Carnaval de Cádiz cantan al menos en las voces de tenor, segunda y octavilla, pudiendo tener contralto y en el caso de los coros bajos.

retransmisión televisiva del concurso íntegro, ésta solo se podía seguir en Cádiz y no estaba tan asentada. Este hecho provocó la aparición de cada vez más medios digitales, con cuestionable rigor periodístico, desde blogs y perfiles en redes a páginas creadas casi en exclusiva para cubrir el concurso y, por ende, lograr el acceso al Teatro Falla, un bien tan preciado para los aficionados como vimos anteriormente.

Ante esta situación y debido a la cada vez mayor dificultad para poder encontrar un espacio físico para los medios, el Ayuntamiento de Cádiz optó en 2014 por no conceder la acreditación a ningún medio de comunicación nativo y puro digital. Esto originó las lógicas protestas y críticas de los medios afectados, de sus profesionales y la solidaridad de la Asociación de la Prensa de Cádiz y el Colegio de Periodistas de Andalucía. Tanto fue así, que la APC concedió su premio anual a la crítica destinada a medios o periodistas (Paco Navarro) en el año 2014 a los cuatro medios digitales a los que se les denegó esa autorización. Según su presidente, Diego Calvo, “una discriminación para los medios digitales nativos” (Calvo, 2022). Este fue, según el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía, el toque de atención para que se pusieran manos a la obra para “facilitar a las administraciones una herramienta que les resultara útil en su actividad comunicativa” (Mejías, 2022).

Tres años después de este conflicto, y con el cambio de Gobierno en el Ayuntamiento de Cádiz en la primavera de 2015, éste, ante el incremento cada vez mayor de solicitudes que había comprobado en 2016 y la incapacidad para albergar en el Teatro Falla a los periodistas que las solicitan con unas mínimas condiciones para que pudieran desarrollar su labor y el peligro para la seguridad que podía suponer, empezó a modificar los criterios. En 2016 ya había reducido el número de acreditaciones concedidas a periodistas (que no a los medios) y en 2017 se vio obligado a buscar la forma de estipular unos criterios técnicos para los medios. Así, el Consistorio “argumentó que no tenía capacidad para dar respuesta a todas las demandas de acreditaciones de medios de comunicación y pidió a los colectivos de periodistas, CPPA y APC, que les distinguiera quiénes realmente trabajaban para medios de comunicación profesionales y quiénes escribían para blogs, u otros espacios que no lo son. Con anterioridad el criterio había sido que las publicaciones digitales no eran acreditadas” (Calvo, 2022). Los criterios establecidos frenaron el número de solicitudes, pero se mantuvieron prácticamente intactas las que ya se venían otorgando en ediciones anteriores. En 2018, el Ayuntamiento, con la colaboración de la APC y del CPPA, dio un paso más y decidió otorgar acreditaciones en el caso de los medios digitales a los que cumplieran los requisitos para ser clasificados como medios de comunicación informativo o periodístico. Es decir, los criterios del ROMDA que hemos visto con anterioridad.

Esto redujo el número de medios digitales acreditados y en paralelo supuso un nuevo punto de inflexión en esta revolución del periodismo digital en el COAC. Los medios digitales que cumplieron los requisitos y lograron la acreditación y las ediciones digitales de los medios de comunicación aprovecharon su presencia en el interior del Teatro Falla en cada sesión del certamen para ampliar cuantitativa y cualitativamente los contenidos. El público objetivo era el mismo o mayor y los medios menos. La apuesta de los medios fue la de mejorar la calidad y la cantidad de lo que ofrecían en sus soportes digitales. La diversificación supuso una de las revoluciones del periodismo digital de la que se hablaba en el apartado de Objetivos de generales y específicos del TFG: los medios mejoran y aumentan la calidad, variedad y originalidad de sus contenidos en sus soportes digitales, como también lo hacen con la inmediatez con la que los publican. Incluso, en muchos

casos, los medios digitales nativos de Cádiz y las ediciones de medios tradicionales de la ciudad hacen prácticamente de laboratorios de contenidos digitales que luego se exportan a otros campos que incluso no tienen nada que ver con el cultural o folklórico.

Evolución de las acreditaciones

Estos datos ponen en contexto la realidad que ha vivido la cobertura del COAC en la evolución del número de acreditaciones a medios y a periodistas en los últimos años:

	2016	
Medio	Soporte	Acreditaciones
Cadena COPE	Radio/Digital	6
Cadena SER	Radio/Digital	6
Onda Cero	Radio/Digital	6
Canal Sur Ra.	Radio/Digital	15
RTVE	Tele/Radio	2
Radio Marca	Radio/Digital	2
<i>Diario de Cádiz</i>	Prensa/Digital	9
<i>La voz de Cádiz</i>	Prensa/Digital	9
<i>Viva Cádiz</i>	Prensa/Digital	5
Onda Cádiz	Tele/Radio/Dig.	40
Ondaluz	Tele/Digital	2
8 TV	Tele/Digital	1
Canal Sur TV	Tele/Digital	50
El Mundo	Prensa	2
Europa Press	Agencia	1
AP	Agencia	1
El País	Prensa	1
Fotos Kiki	Documentación	1
Línea 6	Revista/Dig.	1
Asoc. Autores	Página Web	1
Aula Cultura	Página Web	2
<i>Diario Bahía de Cádiz</i>	Medio Digital	1
<i>Cádiz Directo</i>	Medio Digital	2
<i>Carnaval de Cádiz.com</i>	Medio Digital	2
<i>Cádiz Noticias</i>	Medio Digital	1
<i>Carnaval y punto</i>	Medio Digital	1
<i>Portal de Cádiz</i>	Medio Digital	2
TOTAL		172

Tabla 3: Acreditaciones prensa COAC 2016. Fuente: Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz.

	2017	
Medio	Soporte	Acreditaciones
Cadena COPE	Radio/Digital	6
Cadena SER	Radio/Digital	6
Onda Cero	Radio/Digital	6
Canal Sur Ra.	Radio/Digital	15
RTVE	Tele/Radio	2
<i>Diario de Cádiz</i>	Prensa/Digital	9
<i>La Voz de Cádiz</i>	Prensa/Digital	7
<i>Viva Cádiz</i>	Prensa/Digital	5
Onda Cádiz	Tele/Radio/Dig.	40
Ondaluz	Tele/Digital	2
8 TV	Tele/Digital	1
Canal Sur TV*	Tele/Digital	50
Línea 6	Revista/Dig.	2
<i>Diario Bahía de Cádiz</i>	Medio Digital	1
<i>Carnaval de Cádiz.com</i>	Medio Digital	2
<i>Cádiz noticias</i>	Medio Digital	1
<i>Carnaval y punto</i>	Medio Digital	1
<i>Portal de Cádiz</i>	Medio Digital	2
TOTAL		158

*: Onda Cádiz y Canal Sur alternaban la cobertura.

Tabla 2: Acreditaciones prensa COAC 2017. Fuente: Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz.

2018		
Medio	Soporte	Acreditaciones
Cadena COPE	Radio/Digital	6
Cadena SER	Radio/Digital	6
Onda Cero	Radio/Digital	6
Canal Sur Ra.	Radio/Digital	15
RTVE	Tele/Radio	2
<i>Diario de Cádiz</i>	Prensa/Digital	9
<i>La voz de Cádiz</i>	Prensa/Digital	7
<i>Viva Cádiz</i>	Prensa/Digital	5
Onda Cádiz**	Televisión/Ra.	40
Ondaluz	Tele/Digital	2
8 TV	Tele/Digital	1
Canal Sur TV**	Tele/Digital	50
Línea 6	Revista/Dig.	2
<i>Diario Bahía de Cádiz</i>	Medio Digital	1
<i>La Voz del Sur</i>	Medio Digital	1
TOTAL		153

** : Onda Cádiz y Canal Sur alternaban la cobertura

Tabla 4: Acreditaciones prensa COAC 2018. Fuente: Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz.

2019		
Medio	Soporte	Acreditaciones
Cadena COPE	Radio/Digital	6
Cadena SER	Radio/Digital	6
Onda Cero	Radio/Digital	6
Canal Sur Ra.	Radio/Digital	15
RTVE	Tele/Radio	2
<i>Diario de Cádiz</i>	Prensa/Digital	9
<i>La voz de Cádiz</i>	Prensa/Digital	7
<i>Viva Cádiz</i>	Prensa/Digital	5
Onda Cádiz***	Televisión/Ra.	40
Ondaluz	Tele/Digital	2
8 TV	Tele/Digital	1
Canal Sur TV***	Tele/Digital	50
Línea 6	Revista/Dig.	2
<i>Diario Bahía de Cádiz</i>	Medio Digital	1
<i>Cádiz Directo</i>	Medio Digital	1
<i>La Voz del Sur</i>	Medio Digital	1
TOTAL		154

*** : Onda Cádiz y Canal Sur alternaban la cobertura

Tabla 5: Acreditaciones prensa COAC 2019. Fuente: Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz.

2020		
Medio	Soporte	Acreditaciones
Cadena COPE	Radio/Digital	6
Cadena SER	Radio/Digital	6
Onda Cero	Radio/Digital	6
<i>Diario de Cádiz</i>	Prensa/Digital	9
<i>La voz de Cádiz</i>	Prensa/Digital	7
<i>Viva Cádiz</i>	Prensa/Digital	5
Emisoras con Derechos de Retransmisión	Tele/Radio/D.	70
7TV	Tele/Digital	2
8 TV	Tele/Digital	1
Línea 6	Revista/Dig.	2
<i>Diario Bahía de Cádiz</i>	Medio Digital	1
<i>Cádiz Directo</i>	Medio Digital	1
<i>La Voz del Sur</i>	Medio Digital	1
TOTAL		119

Se unifican las acreditaciones de: Onda Cádiz Radio-Televisión-Digital; Canal Sur Radio-Televisión; y RTVE.

Tabla 6: Acreditaciones prensa COAC 2020. Fuente: Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz.

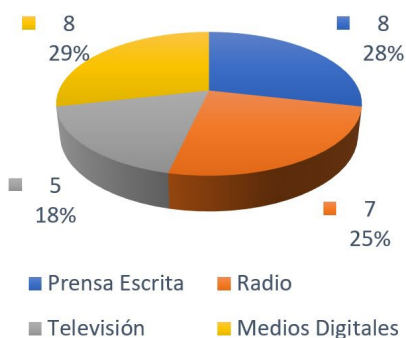
2022		
Medio	Soporte	Acreditaciones
Cadena COPE	Radio/Digital	6
Cadena SER	Radio/Digital	6
Onda Cero	Radio/Digital	6
<i>Diario de Cádiz</i>	Prensa/Digital	10
<i>La voz de Cádiz</i>	Prensa/Digital	7
<i>Viva Cádiz</i>	Prensa/Digital	6
Emisoras con Derechos de Retransmisión	Tele/Radio/D.	70
8 TV	Tele/Digital	1
Línea 6	Revista/Dig.	2
<i>Diario Bahía de Cádiz</i>	Medio Digital	1
<i>Cádiz Directo</i>	Medio Digital	1
<i>La Voz del Sur</i>	Medio Digital	1
<i>Cádiz Noticias</i>	Medio Digital	1
TOTAL		120

Se unifican las acreditaciones de: Onda Cádiz Radio-TV-Digital; Canal Sur Radio-Televisión; RTVE y 7TV.

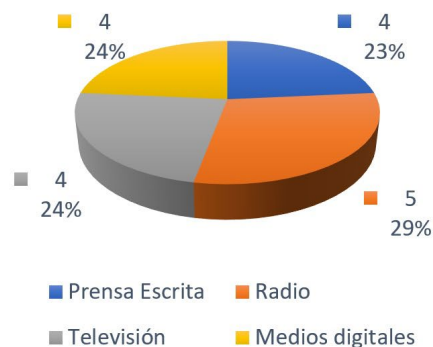
Tabla 7: Acreditaciones prensa COAC 2022. Fuente: Gabinete de Prensa Ayuntamiento de Cádiz.

De estos datos de acreditaciones se pueden sacar algunas comparativas destacables.

Medios acreditados COAC 2016



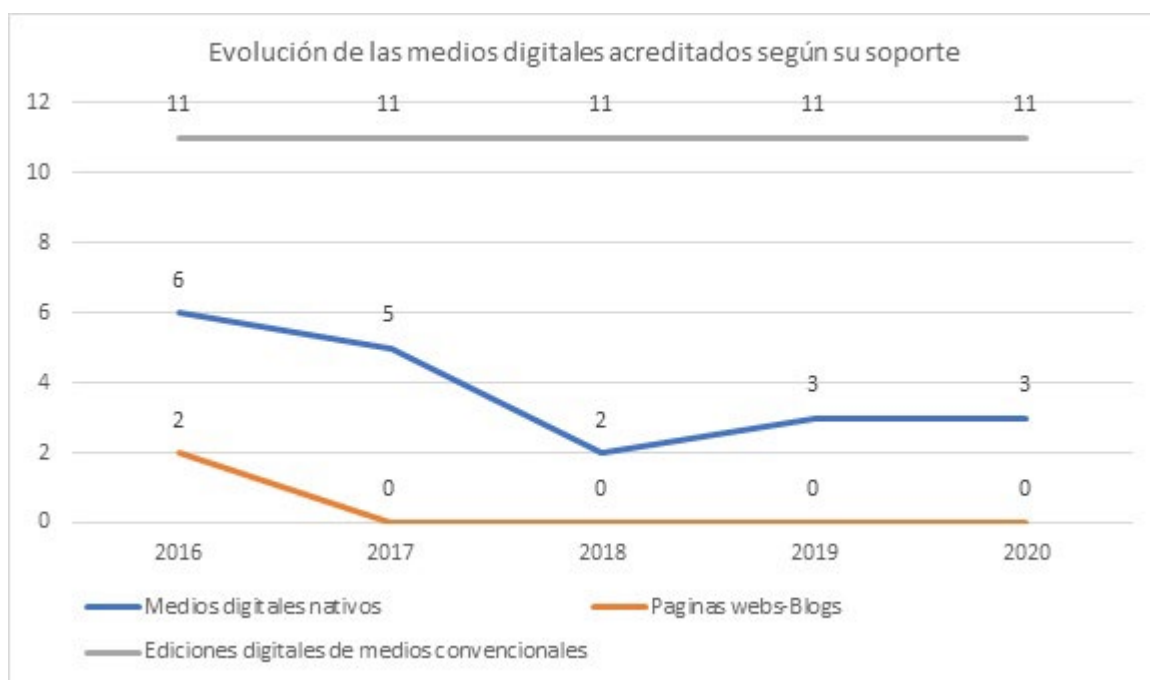
Medios Acreditados COAC 2022



Gráfica 1: Medios acreditados para el COAC 2016 según su soporte. Fuente: Elaboración propia con datos del Ayuntamiento de Cádiz.

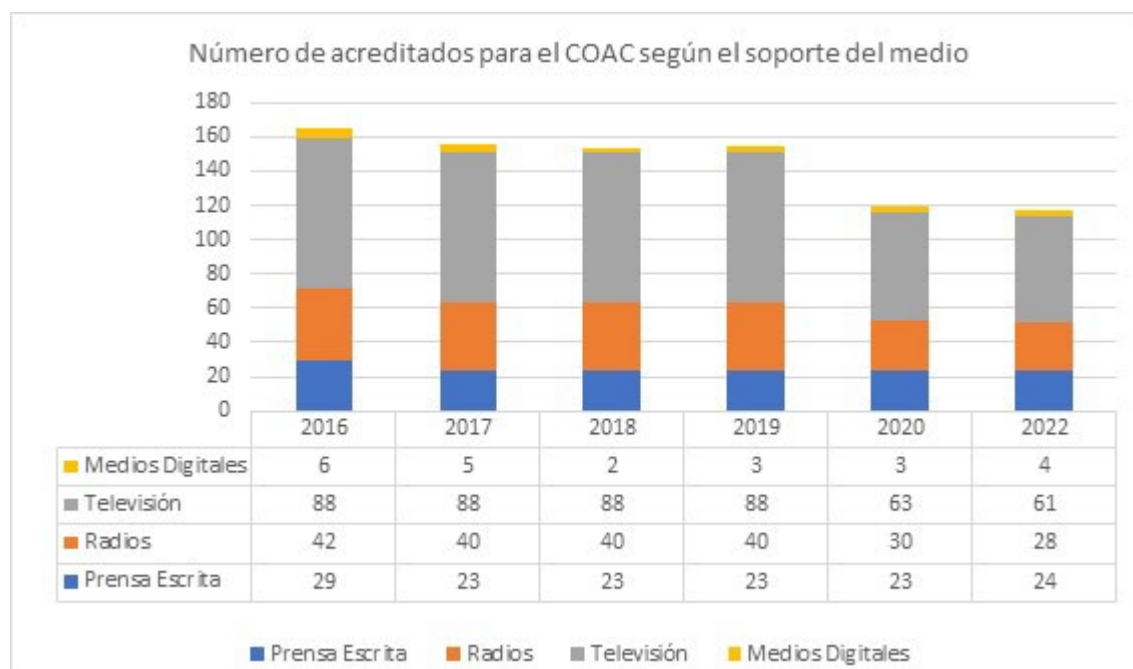
Gráfica 2: Medios acreditados para el COAC 2022 según su soporte. Fuente: Elaboración propia con datos del Ayuntamiento de Cádiz.

Observando los datos y atendiendo a lo que aparece en la *Gráfica 1* y la *Gráfica 2*, se sacan algunas evidencias. En primer lugar, la elevado porcentaje de medios digitales antes de la reordenación de 2018 por motivos de aforo y seguridad y que limitó la presencia física a los ya citados medios que cumplieran con el ROMDA. De igual manera, la presencia como acreditados de agencias y corresponsalías de medios nacionales disparaba el número de medios de prensa escrita acreditados. En ambos casos, en la edición de 2022 se había reducido el número a la mitad. Destacar que se haya reducido el número de emisoras de radio que cubrían el concurso, principalmente por no cumplir otros de los requisitos establecidos. Y señalar cómo en el COAC 2022 el reparto entre los cuatro soportes de prensa estaba repartido casi a partes iguales.



Gráfica 3: Evolución del número de medios acreditados según su soporte. Fuente: Elaboración propia con datos del Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz.

El primer elemento a destacar de los que aporta al análisis la *Gráfica 3* es el hecho de que ya está asentada la presencia de ediciones digitales de los medios de comunicación en soporte tradicional (prensa escrita, radio y televisión). En la cobertura del COAC este proceso que inició *Diario de Cádiz* en 2008 reforzando y dotando de contenido propio a su edición digital (Marchán, 2022) se culminó en pocos años y todos los medios de la ciudad tienen esta edición digital que, como veremos posteriormente, dispara sus visitas en el periodo del concurso.



Gráfica 4: Evolución del número de acreditados por el soporte de los medios. Fuente: Elaboración propia con datos del Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz.

Un aspecto que se puede comprobar tanto en la *Gráfica 3* como en la *Gráfica 4* es que la criba que se realizó desde el Ayuntamiento de Cádiz de acuerdo con el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía y con la Asociación de la Prensa de Cádiz que se analizó ampliamente en el apartado de *Marco Teórico* tuvo un importante impacto el primer año (2018) porque muchos medios no cumplían los requisitos pese a que tuvieron dos años para adaptarse a los requisitos, pero después parece que ha logrado los objetivos que buscaban de “regular y dignificar” a los profesionales que trabajan la cobertura del COAC (Mejías, 2022 y Calvo, 2022). En la última edición, el número de medios periodísticos de comunicación digital (es decir, los que cumplen el ROMDA) era prácticamente el mismo que el que había anteriormente a aplicar este criterio. Y entonces se encontraban blogs, páginas webs o dominios y perfiles de Facebook o YouTube.

Una quincena de medios habituales

Como puede apreciarse en estas tablas y gráficas la mayoría de los medios de comunicación son los mismos cada año. Es en la relación de medios de comunicación digitales donde se producen los principales cambios, además del agrupamiento de

acreditaciones a los medios que comparten derechos de emisión como un todo. Así pues, desde la regulación de los criterios para la concesión de las acreditaciones a los medios digitales solo un medio repite presencia cada año. Las necesidades de producción, otras prioridades informativas o el hecho de no cumplir estos criterios han sacado (y en ocasiones vuelto a meter) en estos listados a algunos medios. Solo *Diario Bahía de Cádiz* se ha mantenido cada año en el Teatro Falla cubriendo el COAC. Lo cierto es que lo viene haciendo desde 2005, como ya se ha señalado, siendo entonces el primer medio digital periodístico o informativo en estar presente en el certamen. 17 ediciones que merecen un estudio más detallado del caso que se realizará más adelante.

En cualquier caso, la evolución del mercado, la situación de los propios medios y las condiciones para la concesión de las acreditaciones han llevado a que en el año 2020 se concedieran acreditaciones a 15 medios y en 2022 a 16. Aunque todos ellos tienen soporte en una edición digital (ya sea pura o a través de canales de YouTube), para realizar un primer acercamiento a las características generales de estos medios, los dividiremos según su soporte original.



Ilustración 4: La mayoría de los periodistas acreditados, junto al jurado oficial, la tramoya y el personal de limpieza al término de la Final del COAC 2018. Fuente: Gabinete de Prensa. Ayuntamiento de Cádiz.

En el caso de los medios de comunicación nativos digitales realizaremos una clasificación atendiendo a los criterios que expuso el catedrático de Periodismo de la Universidad de Navarra Ramón Salaverría en la *Revista Mediterránea de Comunicación* bajo el título Tipología de los cybermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación (Salaverría, 2017) teniendo solo en cuenta los cybermedios periodísticos, ya que como hemos visto los que no lo son, no tienen acceso a la acreditación para acceder al Teatro Fallo y su cobertura es menor o aprovechando y revisando contenidos de otros medios. En el resto de medios de comunicación, presentaremos las otras ediciones o soportes en los que publica contenidos.

Medios digitales nativos

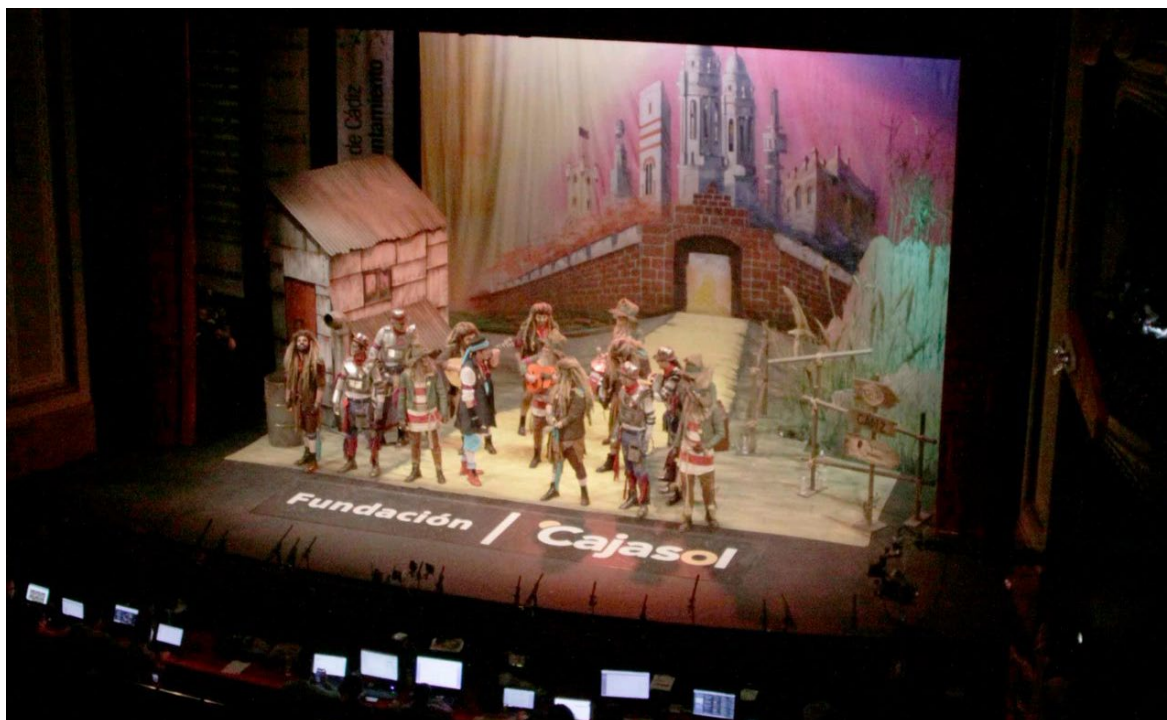


Ilustración 5: Monitores de los medios escritos y digitales en el foso mientras actúa una agrupación. Fuente: Viva Cádiz.

Diario Bahía de Cádiz	
Descripción	Primer medio digital informativo en acceder a la cobertura in situ del COAC. Acumula 17 concursos. Basa su cobertura en las crónicas de las funciones, en las piezas por agrupación y en las galerías de fotos.
Responsable	Daniel Rodway
Nº Acreditaciones	1
Clasificación	Multiplataforma, policrónicos, de información general, locales, de titularidad privada, de autoría individual.

Tabla 8: Información y clasificación del medio digital 'Diario Bahía de Cádiz'. Fuente: Elaboración propia.

Cádiz Directo	
Descripción	Medio digital informativo que ha alternado cobertura presencial con la realizada fuera del teatro. En los últimos años centra su cobertura en las crónicas de las funciones casi exclusivamente.
Responsable	Jesús Lebrero Infante
Nº Acreditaciones	1
Clasificación	Multiplataforma, policrónicos, de información general, locales, de titularidad privada, de autoría colectiva.

Tabla 9: Información y clasificación del medio digital Cádiz Directo. Fuente: Elaboración propia.

Lavozdelsur.es	
Descripción	El último medio digital informativo en llegar al COAC. Alterna crónicas con entrevistas y reportajes de las sesiones.
Responsable	Francisco Sánchez Mújica
Nº Acreditaciones	1
Clasificación	Multiplataforma, policrónicos, de información general, locales, de titularidad privada, de autoría colectiva.

Tabla 10: Información y clasificación del medio digital LaVozdelSur.es. Fuente: Elaboración propia.

Cádiz Noticias	
Descripción	Regresó en la última edición del certamen tras conseguir cumplir los requisitos establecidos. Centra su cobertura en las crónicas y en galerías de imágenes tomadas a los dos lados del escenario.
Responsable	Juan Antonio Quiñones
Nº Acreditaciones	1
Clasificación	Multiplataforma, policrónicos, de información general, locales, de titularidad privada, de autoría individual.

Tabla 11: Información y clasificación del medio digital Cádiz Noticias. Fuente: Elaboración propia.

Prensa Escrita



Ilustración 6: Imagen del Teatro Falla durante una Final del COAC. A la derecha, el foso donde se ubican los medios de comunicación escritos y los digitales. Fuente: Álvaro Geneiro-'Viva Cádiz'.

Diario de Cádiz	
Descripción	Fue el primer periódico impreso que apostó por una versión digital con contenidos propios. Ha innovado con nuevos formatos y contenidos y ha logrado premios por ello. Es el medio con más profesionales y eso se nota en la producción que genera en sus dos ediciones. En su edición en papel publica durante todo el Carnaval un suplemente de 32 páginas denominado Diario del Carnaval.
Responsable	Director: David Fernández. Responsable Carnaval: Pedro M. Espinosa.
Nº Acreditaciones	9
Ediciones	Edición en papel, digital, canal de YouTube y perfiles en Facebook y Twitter.

Tabla 12: Información sobre las ediciones digital del periódico 'Diario de Cádiz'. Fuente: Elaboración propia.

La Voz de Cádiz	
Descripción	Probablemente fue el primero en ver la potencialidad de la edición digital. Alterna contenidos propios con contenidos de la edición impresa, pero busca formatos y contenidos propios sobre todo con soporte audiovisual, como vídeos de las entrevistas y los reportajes que realiza.
Responsable	Director: Ignacio Moreno Bustamante. Responsable Carnaval: José María Aguilera.
Nº Acreditaciones	7
Ediciones	Edición en papel, digital y perfiles en Facebook y Twitter.

Tabla 13: Información sobre las ediciones impresa y digital del periódico La Voz de Cádiz. Fuente: Elaboración propia.

Viva Cádiz	
Descripción	La edición digital aporta más piezas y contenido que su edición en papel, que está muy limitada en espacio. Así, apuesta por galerías de fotos y reportajes que no solo reflejen lo que ocurre en el escenario, sino que le otorga también gran protagonismo al público asistente a cada sesión.
Responsable	Director: Daniel Barea. Responsable Carnaval: Álvaro Geneiro.
Nº Acreditaciones	6
Ediciones	Edición en papel, digital, canal de YouTube y perfiles en Facebook y Twitter.

Tabla 14: Información sobre las ediciones impresa y digital del periódico Viva Cádiz. Fuente: Elaboración propia.

El Popurrí	
Descripción	Revista que hace un repaso todos los grupos, componentes y demás protagonistas del COAC y de la fiesta y que se edita antes de la conclusión del certamen. Acumula 29 certámenes. En la edición digital reproduce la revista.
Responsable	Director: Carlos Medina Lapieza.
Nº Acreditaciones	2
Ediciones	Edición en papel y digital.

Tabla 15: Información sobre las ediciones impresa y digital de la revista El Popurrí. Fuente: Elaboración propia.

Radios



Ilustración 7: El autor Antonio Pedro Serrano atiende a Fernando Pérez en el palco de Canal Sur durante una de las sesiones del pasado COAC 2022. Fuente: Viva Cádiz.

Radio Cádiz-SER	
Descripción	Responsable
Responsable	Directora: Lourdes Acosta. Responsable Carnaval: Ignacio de la Varga.
Nº Acreditaciones	6
Soportes	Emisión en antena, edición digital, canal de YouTube, podcasts en las diferentes plataformas de audio y perfiles en Facebook y Twitter.

Tabla 16: Información sobre Radio Cádiz-SER y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.

COPE Cádiz	
Descripción	Responsable
Responsable	Director: José Luis Mendoza. Responsable Carnaval: Rubén López.
Nº Acreditaciones	6
Soportes	Emisión en antena, edición digital y perfiles en Facebook y Twitter.

Tabla 17: Información sobre COPE Cádiz y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.

Onda Cero Cádiz	
Descripción	Responsable
Responsable	Director: Eduardo García Mozo. Responsable Carnaval: José Antonio Rivas.
Nº Acreditaciones	6
Soportes	Emisión en antena, edición digital y perfiles en Facebook y Twitter.

Tabla 18: Información sobre Onda Cero Cádiz y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.

Canal Sur Radio-Cádiz	
Descripción	Responsable
Responsable	Director: Javier Benítez. Responsable Carnaval: Juan Manzorro (hasta 2022) y Fernando Pérez.
Nº Acreditaciones	6
Soportes	Emisión en antena, edición digital y perfiles en Facebook y Twitter.

Tabla 19: Información sobre Canal Sur Radio y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.

Onda Cádiz Radio	
Descripción	Responsable
Responsable	Directora: Carmen Fernández Morillo. Responsable Carnaval: Juan Muñoz.
Nº Acreditaciones	6
Soportes	Emisión en antena, edición digital y perfiles en Facebook y Twitter.

Tabla 20: Información sobre Onda Cádiz Radio y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.

Radio Nacional de España-Cádiz	
Descripción	Emite en directo únicamente la final a través de Radio 5. Curiosamente, en el equipo de esta cobertura de la final del concurso del Carnaval de Cádiz no había ninguna persona de Cádiz. En la página web se podía encontrar el enlace para seguirla. El resto del concurso realizaban crónicas periódicas sobre las funciones.
Responsable	Director Delegación: Rafael Morro. Responsable Carnaval: Salvador Fernández Miró.
Nº Acreditaciones	2
Soportes	Emisión en antena y edición digital.

Tabla 21: Información sobre Radio Nacional de España. Fuente: Elaboración propia.

Televisiones



Ilustración 8: Dos presentadores de 7TV en el palco que ocupaba la televisión durante la retransmisión del COAC 2022. Fuente: Viva Cádiz.

Onda Cádiz Televisión	
Descripción	Televisión Municipal que ha tenido los derechos de retransmisión íntegros en las tres últimas ediciones hasta 2022. Realiza y emite todas las funciones del concurso y, en las últimas ediciones, ofrece la señal a otras cadenas con los que ha alcanzado acuerdos de emisión, como Canal Sur y 7TV. En digital sube los vídeos de las actuaciones a su canal de YouTube y retransmite en <i>streaming</i> su señal.
Responsable	Directora: Carmen Fernández Morillo. Responsable Carnaval: Miriam Peralta.
Nº Acreditaciones	40
Soportes	Emisión en antena y TDT, edición digital, canal de YouTube y perfiles en Facebook y Twitter.

Tabla 22: Información sobre Onda Cádiz Televisión y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.

Canal Sur Televisión	
Descripción	Hasta el año 2019 tenía en exclusiva o compartido con Onda Cádiz los derechos de emisión del certamen. En las ediciones de 2020 y 2022 logró acuerdos para emitir la fase de semifinal y final, con la señal de escenario que ofrecía Onda Cádiz y una señal personalizada de presentadores y camerinos para reportajes propios. En digital sube los vídeos de las actuaciones a su canal de YouTube y retransmite en <i>streaming</i> su señal.
Responsable	Director: Juan de Dios Mellado. Responsable Carnaval: Manuel Casal.
Nº Acreditaciones	20
Soportes	Emisión en antena, plataformas y TDT, edición digital, canal de YouTube y perfiles en Facebook y Twitter.

Tabla 23: Información sobre Canal Sur Televisión y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.

7TV	
Descripción	En las ediciones de 2020 y 2022 logró acuerdos para emitir en sus emisoras de Andalucía la fase de preliminares, con la señal de escenario que ofrecía Onda Cádiz y una señal personalizada de presentadores y camarinos para reportajes.
Responsable	Director: Juan de Dios Mellado. Responsable Carnaval: Iván Cano Rueda.
Nº Acreditaciones	8
Soportes	Emisión en antena y TDT, edición digital, canal de YouTube y perfiles en Facebook y Twitter.

Tabla 24: Información sobre 7TV y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.

8TV	
Descripción	Su presencia en el certamen de 2022 fue bastante testimonial, la crisis del sector prácticamente la ha dejado sin producción propia. Su principal cobertura era en los informativos, con una breve reseña de cada sesión.
Responsable	Director: José Antonio Medina.
Nº Acreditaciones	1
Soportes	Emisión en antena y TDT, edición digital y perfiles en Facebook y Twitter.

Tabla 25: Información sobre 8TV y su edición digital. Fuente: Elaboración propia.

‘Diario Bahía de Cádiz’, pionero digital

Como ya se ha recogido anteriormente, *Diario Bahía de Cádiz* inició su andadura en la cobertura del COAC en 2005 y desde entonces acumula 17 ediciones. Un bagaje que lo convierten en el decano, ya no solo de los medios de comunicación nativos digitales sino, también, de las páginas web y de las ediciones digitales de los medios tradicionales que cubren el certamen tras la desaparición en 2019 de *CarnavaldeCádiz.com*.



Ilustración 9: El director de 'Diario Bahía de Cádiz', Daniel Rodway, cubriendo un acto de la Universidad de Cádiz. Fuente: Cedida: Eulogio García.

Desde este medio de comunicación digital periodístico se estima que las visitas a su dominio se multiplican por “ocho en tiempos de cobertura del COAC” (Rodway, 2022). En el Teatro Falla dispone solo de una acreditación (salvo en 2012 que lograron una segunda para un fotógrafo) por lo que toda la labor recae en su director, Daniel Rodway, quien señala tres elementos como claves en su propuesta informativa para la cobertura del COAC. Estos serían la realización de una crónica-crítica diaria de cada función del certamen “con toque propio y particular y sin prisas por ser los primeros en colgarla” (Rodway, 2022) buscando así mayor calidad frente a la inmediatez excesiva; la inclusión de una galería de fotos propias y “no recurrir a las redes sociales para ir contando en directo” las coplas (Rodway, 2022).

<i>Diario Bahía de Cádiz</i>			
COAC 2005		COAC 2022	
Número de trabajadores	Secciones	Número de trabajadores	Secciones
1	Crónica-Crítica ³¹	1	Crónica-Crítica
	Galería de Fotos		Galería de Fotos
	Actualidad		Actualidad
	Pases de fases		Pases de fases
	Jurado No Oficial		Jurado No Oficial
			Información de grupos ³²

Tabla 26: Comparativa de la evolución cobertura de *Diario Bahía de Cádiz*. Fuente: Elaboración propia.

En el último COAC, el celebrado en la primavera de 2022 *Diario Bahía de Cádiz* publicó 113 entradas referentes al certamen en las fechas de su celebración: entre el 16 de mayo y el 3 de junio. Una cifra nada desdeñable, ya que fue un concurso más corto de lo habitual (con una fase menos de lo normal y tan solo 22 funciones -de las que 16 fueron de adultos- por las a en torno a 35 habituales -en 2020 fueron 36 y en 2023 serán 32-), fuera de la fecha habitual y, además, que se trata de un medio en el que tan solo escribe un periodista quien, durante la celebración del certamen, no abandona la cobertura del resto de información en la comarca de la Bahía de Cádiz.

Este medio centra su cobertura en lo que ocurre en el escenario, en las agrupaciones y en las coplas. Las grandes protagonistas del tradicionalmente del concurso lo son también para *Diario Bahía de Cádiz*. De este modo, realizó una cobertura basada en las crónicas de lo que ocurría en cada función, en las agrupaciones y en las imágenes.

Así, de su producción total, 61 piezas fueron de las agrupaciones, unificando en ellas todas las crónicas de sus diferentes pases por el escenario del Falla; otras 16 fueron directamente las crónicas de las sesiones de este concurso 2022; cuatro de los fallos del jurado (incluido uno unificando los de las categorías de infantil y juvenil) y 4 galerías de fotos, publicadas al final de cada fase y una a modo de resumen a la conclusión del concurso.

³¹ Ejemplo de Crónica de ‘Diario Bahía de Cádiz’ en 2005:

https://www.diariobahiadecadiz.com/version1_0/noticias/coac2005semifinales1.htm

³² Ejemplo de información de una agrupación de ‘Diario Bahía de Cádiz’ en 2022:

<https://www.diariobahiadecadiz.com/Carnaval366dias-criticas-coac-2022/cronica-sexta-sesion-clasificatoria-del-falla-aqui-esta-la-cancion-que-tanto-me-pedias-cantar/>

El resto de la producción de *Diario Bahía de Cádiz* en torno al COAC 2022 fueron 8 piezas con el "jurado no oficial" del medio (una por modalidad al final de las dos primeras fases) y las 20 noticias sobre la actualidad del concurso (venta de entradas, penalizaciones, descalificaciones... etcétera).



Ilustración 10: El jurado del COAC 2022 anuncia una de sus decisiones sobre el escenario del Teatro Falla. Fuente: Gabinete de Prensa. Ayuntamiento de Cádiz.

Con este planteamiento tan aséptico y funcional, el elemento diferencial del planteamiento que realiza está en los titulares. Y ahí sigue dándole todo protagonismo a las coplas y a las agrupaciones; o a las agrupaciones y a las coplas, como se prefiera señalar. De entrada, las piezas exclusivas de cada agrupación se titulan igual que cada una de ellas. Modalidad y nombre.



Ilustración 11: Captura de pantalla de un ejemplo de una pieza dedicada a una agrupación en 'Diario Bahía de Cádiz'. Fuente: Diario Bahía de Cádiz.

Las agrupaciones comparten protagonismo con las propias coplas que cantan en el formato de las crónicas de cada sesión. Así, todos los titulares de las 16 crónicas de las funciones que compusieron el último certamen es un entrecomillado con una frase de la copla que el autor considera más destacada de la noche. Y una foto de esa agrupación. El formato en la portada del periódico era el titular pisando la foto de la agrupación, perfectamente legible, y ya al ampliarla un diseño más tradicional con titular abriendo y fotografía debajo de este ilustrando la noticia que tiene imágenes de todas las agrupaciones que actuaran en esa función.

Así abordó las dos piezas con los hechos probablemente más mediáticos del COAC 2022. El primero, la irrupción con un tercer premio final de la primera comparsa de la historia del concurso escrita y formada únicamente por mujeres: *We can do... Carnaval*. Su frase al inicio de todos los cuplés³³ era la utilizada como titular en la crónica de la segunda sesión de la fase de preliminares en la que impactó la comparsa: “Me voy a cagar en los muertos del patriarcado”.



Ilustración 12: Captura de pantalla de la portada de la información sobre el COAC 2022 que permanece en 'Diario Bahía de Cádiz'. Fuente: 'Diario Bahía de Cádiz'.

El segundo, un pasodoble de un reconocidísimo y muy premiado comparsista, Antonio Martínez Ares, contra el alcalde de la ciudad, José María González, *Kichi*, que convirtió al político en *trendic topic* en Twitter esa noche. “Me importa un carajo que te enfades, enfadao está medio Cádiz y te importa un carajo a ti..., lo siento, no eres ni queriendo mi Salvochea” era un extracto de lo que cantó la comparsa y fue el titular de una pieza que, como todas las relacionadas con esa copla, coleó durante varios días. Tanto, que un medio nacional en la noticia de análisis tras el anuncio de González de que no se

³³ Los repertorios de las agrupaciones del Carnaval de Cádiz están compuestos de presentación, o tangos (en el caso solo de los coros) o pasodobles (lo cantan únicamente chirigotas y comparsas) o parodias (lo interpretan solo los cuartetos), cuplés y popurrís.

presentaría a las elecciones³⁴ tituló usando una de las frases de esta letra de la comparsa *Los sumisos*³⁵.



Ilustración 13: Captura de pantalla de la pieza de 'Diario Bahía de Cádiz' sobre una de las actuaciones con mayor repercusión del COAC 2022, la de la comparsa 'Los sumisos' en la fase semifinal. Fuente: 'Diario Bahía de Cádiz'.

'Diario de Cádiz', el decano va a la red

Diario de Cádiz "y su Departamento fundado en 1867" como recoge su centenario cabecera es el decano de la prensa andaluza y el cuarto más antiguo de España detrás de *El Faro de Vigo*, *El Norte de Castilla* y *Las Provincias*³⁶. Desde 2001 tenía edición digital, que era una suerte de réplica de la edición impresa, algo que sucedía también con la cobertura del COAC. En el concurso de 2007, este medio realizó un especial en digital

³⁴ Hidalgo, J. A. (2022): "Kichi confirma que no se presentará a la reelección como alcalde de Cádiz en 2023". *Diario de Cádiz*, 23 de noviembre. Disponible en: https://www.diariodecadiz.es/cadiz/Kichi-no-presentara-elecciones-municipales-alcalde-Cadiz_0_1741326322.html [Consulta: 3 de noviembre].

³⁵ Garófano, L. (2022): "Los 8 años que cambiaron la vida de Kichi, el alcalde que deja la política "gordo de poder y prepotencia". *El Español*, 3 de diciembre. Disponible en: https://www.elespanol.com/reportajes/20221203/cambiaron-kichi-alcalde-politica-gordo-poder-prepotencia/722677909_0.html [Consulta: 3 de diciembre de 2022].

³⁶ Herrera, M: (2009): "¿Cuáles son los periódicos más antiguos de España?" *65 y más* 13 de octubre. Disponible en: https://amp-65ymas-com.cdn.ampproject.org/v/s/amp.65ymas.com/consejos/cual/periodicos-mas-antiguos-espana_9157_102_amp.html?amp_gsa=1&_js_v=a9&usqp=mq331AQKKAFQArABIICAw%3D%3D#amp_tf=De%20%251%24s&aoh=16705429875381&referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com&share=https%3A%2F%2Fwww.65ymas.com%2Fconsejos%2Fqual%2Fperiodicos-mas-antiguos-espana_9157_102.html [Consulta: 7 de diciembre de 2022].

sobre el Carnaval, pero sin llegar a cubrir diariamente las funciones; algo que se comenzó a hacer desde 2008³⁷.

El que fue hasta 2020 el responsable de la cobertura de la edición digital de *Diario de Cádiz*, Diego Marchán, no puede precisar en cuánto aumentan las visitas por el COAC, pero sí afirma que la pieza con más visitas en la historia de la edición digital de *Diario de Cádiz* es una relacionada con el Carnaval (aunque no se trate directamente del concurso) que fue la noticia muerte del autor Juan Carlos Aragón, que acumuló prácticamente dos millones de visitas. Poniendo en contexto este dato: los datos de la *OJD Interactiva* recogen que en el mes de octubre de 2022 *Diario de Cádiz* acumuló 221.716 visitas³⁸.



Ilustración 14: Seis de los siete redactores que cubrían el COAC 2019 para 'Diario de Cádiz'. Fuente: Archivo Diego Marchán.

Desde *Diario de Cádiz*, de la mano de Marchán, se ha contribuido a esa revolución de contenidos del periodismo digital que aborda este TFG, logrando el citado periodista en 2020 el Premio Paco Navarro que concede la Asociación de la Prensa de Cádiz por “la creatividad e innovación en su trabajo diario en la cuenta de Twitter de *Diario de Cádiz*”³⁹.

³⁷ Cobertura online de una Final del COAC en la edición digital de ‘Diario de Cádiz’: https://www.diariodecadiz.es/diario_del_Carnaval/final-coac-2020-directo-concurso-falla-video_0_1439556034.html

³⁸ OJD Interactiva (n. d.): Evolución Audiencia ‘Diario de Cádiz’. Disponible en: <https://www.ojdinteractiva.es/medios-digitales/diario-de-c%C3%A1diz-evolucion-audiencia/promedios-diarios/todos/61/trafico-global/#> [Consulta: 8 de diciembre de 2022].

³⁹ Asociación de la Prensa de Cádiz (2020). “La APC reconoce la creatividad e innovación de Diego Marchán con el premio Paco Navarro”, *Prensa Cádiz*, 13 de marzo. Disponible en: <https://www.prensacadiz.org/la-apc-reconoce-la-creatividad-e-innovacion-diego-marchan-premio-paco-navarro/> [Consulta: 6 de diciembre de 2022].

En esta línea, el profesional de la comunicación señala que “los últimos años se han buscado más contenidos tipo SEO para atraer visitas aprovechando el tirón del Carnaval, ya sean virales (la copla de la noche, por ejemplo), como información de servicio (¿quién canta hoy?⁴⁰)” (Marchán, 2022). *Diario de Cádiz* ha sabido mantener, en su edición digital, algunos de los elementos que tuvieron más éxito en la edición en papel y son una marca de la casa. O como el *Jurado Diario*, jurado no oficial, pionero en puntuar por una serie de expertos con los mismos baremos que el jurado oficial y en publicarlo diariamente. Ese Jurado Diario lo han trasladado a la edición digital⁴¹.

Por el contrario, uno de los aspectos más novedosos que ha realizado *Diario de Cádiz* en los últimos años en sus versiones en digital ha sido *El tercer tiempo*, una tertulia entre los periodistas que cubren cada sesión del COAC (siempre con el cronista de la versión en papel del periódico y con el responsable de la cobertura del COAC en la versión en digital) realizada en el mismo foso del Teatro Falla donde trabajan y emitida en directo que ha tenido un gran seguimiento en la página del *Diario de Cádiz*⁴² y en sus redes sociales⁴³. De hecho, la totalidad de los directos del canal de YouTube del *Diario del Carnaval* (el perfil de la cobertura de Carnaval de *Diario de Cádiz* tanto en la propia edición digital como en las redes sociales) son esta tertulia⁴⁴.

<i>Diario de Cádiz</i>			
COAC 2008		COAC 2022	
Número de trabajadores	Secciones	Número de trabajadores	Secciones
2	Crónica de la sesión	2+7 versión papel	Crónica de la sesión
	Actualidad		Actualidad
	Pases de fases		Pases de fases
	Fichas de cada grupo		Fichas de cada grupo
			Orden actuación
			Jurado no oficial
			Galería de Fotos
			Entrevistas en el teatro
			Ambiente del Teatro
			Preparativos de grupos
			La copla del día
			'El tercer tiempo'
			Contenidos versión papel

Tabla 27: Comparativa de la evolución cobertura de la edición digital de *Diario de Cádiz*. Fuente: Elaboración propia.

Con esta base, la edición digital de *Diario de Cádiz* en la sección *Diario del Carnaval* de su página web destinada al Carnaval publicó durante el COAC 2022 un total de 411 piezas. Una de las principales novedades que viene realizando este medio en las últimas ediciones y que acrecentó en la de 2022 es incluir elementos audiovisuales como apoyo o como base de muchas de sus piezas. Así, incluye vídeos propios de análisis de las

⁴⁰ Ejemplo de previa de una sesión del COAC en *Diario de Cádiz* digital:

https://www.diariodecadiz.es/diario_del_Carnaval/quien-canta-sabado-25-enero-concurso-falla_0_1429657394.html

⁴¹ Ejemplo de pieza con puntuaciones no oficiales del COAC en ‘*Diario de Cádiz*’ con su Jurado Diario: https://www.diariodecadiz.es/diario_del_Carnaval/puntuaciones-jurado-diario-decimoseptima-sesion-coac-2020_0_1435056483.html

⁴² Entrada sobre ‘El tercer Tiempo’ en ‘*DiariodeCadiz.es*’:

https://www.diariodecadiz.es/diario_del_Carnaval/tercer-tiempo-sesion-clasificatoria_0_1212179513.html

⁴³ Un ejemplo de una tertulia ‘El Tercer Tiempo’ en YouTube:

https://www.youtube.com/watch?v=QKM-4j_8s8E

⁴⁴ Tertulias ‘El Tercer Tiempo’ en el YouTube de ‘*Diario del Carnaval*’.

sesiones o de las fases, entrevistas y reportajes propios y pensados para la edición digital. Parece, por tanto, que la inclusión de elementos audiovisuales es la gran apuesta de *Diario de Cádiz* para conferir a su *Diario del Carnaval* (el nombre de su cobertura Carnavalesca y durante el concurso del COAC) un elemento diferencial.

Las agrupaciones que concursan, los autores y los componentes, las sesiones y las coplas que se interpretan son las grandes protagonistas son las grandes protagonistas por volumen de producción y por actualizaciones, velocidad en las actualizaciones y presencia en los titulares. Como no podía ser de otra forma en un medio informativo. Y es que la pieza individual de cada agrupación (en el concurso de 2022 fueron 61), una pieza de previa de las 16 funciones que tuvo el certamen en su última edición (más una de la fase preliminar y otra de la fase semifinal), otras 16 piezas de la 'retransmisión' en directo de cada una de las sesiones y las 16 crónicas de las sesiones elevan hasta 109 las piezas solo del seguimiento propiamente dicho de lo que ocurría directamente en las tablas. 112 si se le suman los tres anuncios del jurado oficial con los pases y los premios finales (que se realizan también sobre las tablas). Más de la cuarta parte de la producción de *Diario de Cádiz* se centró en el desarrollo del concurso propiamente dicho. Si a esta cifra le añadimos 37 entrevistas a autores o componentes relacionadas directamente con su actuación o su clasificación en el COAC resulta que más de un tercio de la edición digital de *Diario de Carnaval* (un 36 por ciento) se destina a este aspecto, el principal realmente del desarrollo del COAC.

Ese protagonismo lo adereza con noticias y reportajes en torno a las agrupaciones, a sus protagonistas y a la actualidad del concurso. El COAC 2022 tuvo algunos hechos, protagonistas o momentos destacados cuyo protagonismo se vio refrendando en cuanto a su presencia en los medios de comunicación. La basta producción de la edición digital de *Diario de Cádiz* le permitió tener una gran presencia en cuanto a número de piezas. Con este prisma de número de piezas (en *Diario de Cádiz* y en otros medios) y por la trascendencia que ha supuesto, el tema del COAC 2022 fue la igualdad y la presencia de la mujer como protagonista principal. El hecho de que por primera vez en la historia hubiera una agrupación (una comparsa en este caso, *We can do... Carnaval*) escrita y compuesta íntegramente por mujeres que después alcanzó la final⁴⁵ y logrando el cuarto premio del certamen intensificó un debate que se viene dando hace años. Así, sobre temas relacionados con la igualdad y la presencia femenina con un papel protagonista en el Falla durante el COAC, la edición digital de *Diario de Cádiz* publicó diez piezas.

⁴⁵ Pazos, C. (2022). "Una comparsa femenina se cuele por primera vez en la historia en la Gran Final del Carnaval de Cádiz", *Nius Diario*, 2 de junio. Disponible en: https://www.niusdiario.es/espana/andalucia/20220602/comparsa-femenina-cuela-entra-primera-vez-historia-gran-final-Carnaval-cadiz_18_06628497.html [Consulta: 6 de enero de 2023].

Cuatro piezas fueron directamente sobre *We can do... Carnaval*, entrevistas a su autora (Marta Ortiz) o a su directora (Beatriz González) o sobre el hecho de ser la primera agrupación de la historia escrita e interpretada únicamente por mujeres que, además, que alcanzaba una final⁴⁶. Una reivindicación y una lucha llevadas a la comparsa que, esta edición, se había visto refrendada por una gran presencia femenina en numerosas agrupaciones. Algunas de estas agrupaciones habían alcanzado la final, convirtiendo a esta gran noche de las coplas gaditanas en la ocasión en la que más agrupaciones con mujeres habían estado en la final, con presencia femenina, por primera vez, en las cuatro modalidades⁴⁷.



Ilustración 15: Captura de la pieza de 'Diario de Cádiz' digital sobre el paso a la final de la primera comparsa femenina de la historia. Fuente: 'Diario de Cádiz'.

En este campo de piezas relacionadas con la igualdad real en el concurso, *Diario de Cádiz* publicó en su edición digital un reportaje sobre otras mujeres que habían sido protagonistas en esta edición del COAC y que son “presente y futuro del Carnaval”⁴⁸. Otras piezas que completarían este apartado dedicado a la presencia de la mujer en el Carnaval serían una entrevista a una de las hijas de un componente histórico de agrupaciones de los años 60, 70, 80, 90 y 2000 que participó como integrante de una comparsa por primera vez en el 2022, o las reacciones de una comparsa femenina juvenil que pudo actuar como telonera en una sesión de la categoría de adultos, entre otras.

⁴⁶ Hasta ahora la presencia femenina había sido prácticamente simbólica en la autoría y la mayoría de los grupos en los que había mujeres también contaban con hombres.

⁴⁷ Agrafojo, N. (2022). “Una Final con nombre de mujer”. *La Voz Digital*, 4 de junio. Disponible en https://www.lavozdigital.es/Carnaval/lvdi-final-nombre-mujer-202206040849_noticia.html [Consulta: 6 de enero 2023].

⁴⁸ Redacción (2022). “Otras mujeres protagonistas en el COAC 2022 que son presente y futuro del Carnaval de Cádiz”, *Diario de Cádiz*, 3 de junio. Disponible en: https://www.diariodecadiz.es/diario_del_Carnaval/mujeres-protagonistas-COAC-presente-futuro-Carnaval-Cadiz-video_0_1689431546.html [Consulta 6 de enero de 2023].



Ilustración 17: Captura de la pieza de 'Diario de Cádiz' sobre mujeres protagonistas del COAC 2022. Fuente: 'Diario de Cádiz'.

El otro gran tema del pasado concurso del que ya hemos hablado fue la letra que interpretó la comparsa *Los sumisos* contra la gestión del alcalde de Cádiz, José María González Santos⁴⁹, que se comentaba también en la cobertura de *Diario Bahía de Cádiz*. En el caso de la edición digital de *Diario de Cádiz*, la atención a esta letra y las reacciones a la misma fue mayor, como también mayor es la producción de este medio respecto al anterior medio. De este modo, en *Diario del Carnaval* aparecieron cuatro piezas relacionadas con este tema: la crónica de la sesión en la que se cantó este pasodoble, una analizando la letra en cuestión, otra del hecho que el alcalde fue *trendic topic* en Twitter a raíz de los comentarios surgidos en torno y a esta letra y una última del propio alcalde hablando sobre el pasodoble. O mejor dicho, no hablando, porque su declaración fue “un alcalde tiene que cerrar la boca cuando habla un poeta de Cádiz”.



Ilustración 16: Captura de la pieza de 'Diario de Cádiz' que analiza los dos pasodobles de la comparsa 'Los sumisos' en la fase semifinal. Fuente: 'Diario de Cádiz'.

⁴⁹ Brugal. R. (2022). “COAC 2022: Martínez Ares revienta el cierre de la segunda sesión de semifinales”. *Diario de Cádiz*, 29 de mayo. Disponible en: https://www.diariodecadiz.es/diario_del_Carnaval/COAC-2022-Martinez-Ares-revienta-cierre-segunda-sesion-semifinales_0_1687931228.html [Consulta: 7 de enero de 2023].

Otros temas destacados a los que *Diario del Carnaval* dedicó más de una piezas fueron las noticias y reacciones en torno a que participaría como invitada una chirigota formada por reclusos del Centro Penitenciario Puerto III y su posterior suspensión (4 informaciones), las piezas dedicada a la pregonera del Carnaval, India Martínez y sus visitas al COAC (3 piezas) o cómo se vivió la permanencia del Cádiz CF en la Primera División de fútbol en el interior del Teatro Falla en el transcurso de una sesión de la fase de preliminares (3 piezas), con letra de un cuarteto alusiva a la permanencia del equipo lograda diez minutos antes, mientras ya actuaba el propio cuarteto.



El momento en que el Falla se enteró que el Cádiz CF se quedaba en Primera

- Acababa de salir a escena el cuarteto ¡¡Esto está empetao!!
- Jugadores del Cádiz y aficionados celebran la permanencia en las Puertas de Tierra



R. D.

Ilustración 19: Captura de pantalla de la pieza de 'Diario de Cádiz' del momento exacto en el que el Cádiz logró la permanencia y cómo se vivió en el Teatro Falla. Fuente: 'Diario de Cádiz'.



Las imágenes de la celebración de la permanencia del Cádiz CF en el Teatro Falla

El Teatro Falla ha reaccionado a la permanencia del Cádiz nada más terminar el partido. El público ya venía preparado con sus bufandas y camisetas y el resultado no ha podido ser mejor. Seguimos en Primera y ha estallado la alegría.



2 May, 2022 22:38 1/9

Ilustración 18: Galería de imágenes de 'Diario de Cádiz' de la celebración en el Teatro Falla de la permanencia del Cádiz en Primera. Fuente: 'Diario de Cádiz'.

Además, la edición digital de *Diario de Cádiz* también recoge piezas publicadas inicialmente en su edición en papel y que tienen mucha repercusión en redes. Es el caso de los artículos de opinión de destacados Carnavaleros, de las entrevistas de la contraportada del suplemento en papel⁵⁰ (con fotomontaje temático a lo largo de cada edición) o de dos secciones que llevan años en la edición tradicional de Diario de Cádiz y que siguen consiguiendo numerosos comentarios y situar al periódico como eje en

⁵⁰ Un ejemplo de la publicación en la edición digital de las contraportadas de la edición en papel de *Diario del Carnaval* de *Diario de Cádiz*: Sánchez Reyes, J. M. (2022): "Carlos Mení: "Los tipos de Manolo Torres para el coro de La Viña deberían estar en un museo" *Diario de Cádiz*, 29 de mayo. Disponible en: https://www.diariodecadiz.es/diario_del_Carnaval/Carlos-Meni-Manolo-Torres-Vina-nudistas-artistas-coac-2022_0_1687632099.html [Consulta: 10 de enero de 2023].

cualquier tertulia relacionada con la fiesta o con la ciudad: Doña Cuaresma⁵¹ y el Jurado Diario⁵².SER Cádiz, revolución de contenidos.



Ilustración 20: Captura de pantalla de un ejemplo de la publicación en la edición digital de 'Diario de Carnaval' de 'Diario de Cádiz' de la contraportada de su suplemento en papel. Fuente: 'Diario de Cádiz'.

Radio Cádiz-SER, revolución de contenidos

La edición digital de Radio Cádiz SER durante el COAC es, probablemente, la que más ha contribuido a esa revolución de contenidos, por su constante innovación y búsquedas de nuevos formatos para aumentar su presencia y su seguimiento a todos los niveles. Pese a que llegó a esta carrera por hacerse con un hueco en el universo digital con cierto retraso, fue la primera radio de Cádiz que dejó de volcar contenidos de la emisora o a emitir por *streaming* la señal del concurso para buscar nuevas formas y contenidos con los que informar.

⁵¹ 'Doña Cuaresma' es un pseudónimo tras el que no se conoce fuera de la redacción del periódico quién se encuentra y que desde hace años personifica a una persona totalmente contraria al Carnaval y al COAC, que considera un "bajunerío". Un ejemplo este artículo llamado "Escucha, Kichi", publicado el 30 de mayo:

https://www.diariodecadiz.es/diario_del_Carnaval/opinion/Escucha-Kichi_0_1687932330.html

⁵² Fue el primer jurado paralelo en existir en el certamen y todos los grupos buscan su posición en el mismo para calibrar sus aspiraciones. Su impacto es tal que a lo largo de los años diferentes componentes y presidentes han sufrido amenazas, intentos de agresión e incluso ataques a sus vehículos o pintadas.

De este modo, Radio Cádiz ha sido la edición digital que más y mejor ha aprovechado las herramientas que los soportes digitales ofrece a los medios y que más herramientas ha empleado. Ya no solo los tradicionales vídeos de entrevistas, cambiándose la agrupación en el local de ensayo o calentando voces, también ha creado un propio lenguaje. Para ello, ha generado secciones de contenido novedosas, como vídeos con la melodía a tenor únicamente⁵³; o los directos de los previos de cada sesión con algunos de los protagonistas de la función que se desarrollará a continuación⁵⁴.



Ilustración 21: Uno de los periodistas de Radio Cádiz-Cadena SER, Edu Marín, durante un momento de la retransmisión de una de las sesiones del COAC 2022. Fuente: Archivo Esther Porquicho-Viva Cádiz.

Y también ha aprovechado herramientas como el podcast (publicó una serie de ficción bajo el nombre de *La Ciudad Cantada*⁵⁵ que repasaba la historia de Cádiz desde la segunda mitad del siglo XX en base a sus coplas de Carnaval). O incluso, “llegó a hacerse incluso una ficción audiovisual en el palco⁵⁶” (Espinosa, 2022) que se llamó

⁵³ Ejemplo del vídeo con la melodía del pasodoble de una agrupación de Carnaval cantado a tenor por algunos de sus integrantes: <https://cadenaser.com/andalucia/2022/05/23/pasodoble-a-tenor-coac-2022-comparsa-los-renacidos-radio-cadiz/>

⁵⁴ Previas en directo de Radio Cádiz-Cadena SER para su edición digital: https://www.youtube.com/watch?v=DoiTY_XQqzg

⁵⁵ Temporada completa de los episodios del podcast ‘La Ciudad Cantada’ de Radio Cádiz-Cadena SER en Spotify:

<https://open.spotify.com/show/0O9mjCn4GDO8JuGAtrFf3C?si=154e64c8fdb84c23>

⁵⁶ Primer episodio en Youtube de la ficción de Radio Cádiz sobre la cobertura del COAC llamada ‘Tornavoz número 3’:

<https://open.spotify.com/show/0O9mjCn4GDO8JuGAtrFf3C?si=154e64c8fdb84c23>

Tornavoz número 3⁵⁷. “Además de un concurso con el público llamado Doctorado Honoris Carnaval” (Espinoso, 2022).

Radio Cádiz-Cadena SER			
COAC 2015		COAC 2022	
Número de trabajadores	Secciones	Número de trabajadores	Secciones
1+5 de la radio	Retransmisión streaming	1+5 de la radio	Retransmisión streaming
	Crónica de la sesión		Crónica de la sesión
	Pases de fases		Pases de fases
	Seguimiento online redes		Seguimiento online redes
			Directo en locales grupos
			Entrevistas
			Anécdotas
			Ambiente
			Vídeos melodía a tenor

Tabla 28: Comparativa de la evolución cobertura de la edición digital de Radio Cádiz. Fuente: Elaboración propia.

De este modo, Radio Cádiz de la Cadena SER es el medio que cubre el COAC que más soportes plataforma digitales emplea y utiliza para sus contenidos. En la edición del certamen de 2022, realizó 105 Podcast, 113 piezas en la página web y 25 vídeos en YouTube. El apartado Podcast merece un primer análisis por sí mismo. Y es que Radio Cádiz no solo los aloja en su edición digital (que es la misma página web que la de toda la Cadena SER) o enlaza estos Podcast en piezas que realiza para la misma, sino que los aloja en una infinidad de reproductores y demás aplicaciones de Podcast⁵⁸. Tantas como Spotify, Apple Podcast, *SER Podcast*, *Ivoox*, *Google Podcast*, *Castbox*, *Pocket Cast*, *Overcast*, *Bulhorn*, *Castro*, *Player FM*, *Podcast Addict*, *Podbean*, *Podhero*, *Podcast Guru*, *Podcast Republic*, *Podfriend*, *Radio Public* y *Sonnet*. A ellas habría que añadir la propia plataforma Podium Podcast o la propia SER Podcast en su página web. Todo bajo el nombre *SERxCuatro*⁵⁹, que es el programa que durante casi todo el año repasa en la antena de Radio Cádiz la actualidad Carnavalesca y que también aporta a las citadas plataformas estos programas.

Este medio apuesta por ofrecer en este soporte podcast documentos sonoros relacionados con el concurso. Desde las entrevistas más destacadas hasta elementos curiosos, como la oración al Dios Momo que la presidenta del jurado del COAC 2022, Ana Barceló, rezaba con las diferentes agrupaciones. Todos estos aspectos eran también desglosados en piezas propias e independientes en la página web, que servían de apoyo y de fuente de reproducciones. Pero el grueso de los Podcasts que realiza Radio Cádiz durante el concurso (hasta 86 en total de los 105 realizados) correspondía a un elemento con más componente romántico que de visitas reales, como son las propias actuaciones en el Teatro Falla. Romántico porque lleva a la época en la que la radio era la única forma de escuchar o conocer los repertorios, pero cada vez más en desuso desde que se retransmite el concurso íntegro por televisión (la televisión municipal Onda Cádiz viene

⁵⁷ En el Gran Teatro Falla, desde mediados de los años 90 del pasado siglo, las emisoras de radio ocupan los tornavoces del coliseo para realizar sus retransmisiones. Anteriormente lo hacían desde las bambalinas del propio escenario, compartiendo espacio con los grupos que podían, incluso, escuchar sus comentarios.

⁵⁸ Cadena SER (n. d.). “Todo el Carnaval en un clic”. *Cadena SER*. Disponible en <https://linktr.ee/serxcuatro> [Consulta: 3 de enero de 2023].

⁵⁹ La terminología popular señala que el compás de las músicas de pasodobles de las agrupaciones del Carnaval de Cádiz es un ‘Tres por cuatro’, aunque diferentes musicólogos hablan de un

realizando en directo las semifinales desde hace años y en los años 2001 y 2002 lo inició en diferido Ondaluz TV) y más aún desde que en las últimas tres ediciones la televisión con los derechos de emisión (Onda Cádiz y Canal Sur en los últimos años) lo compartían en sus canales de YouTube. Con millones de reproducciones, por cierto.

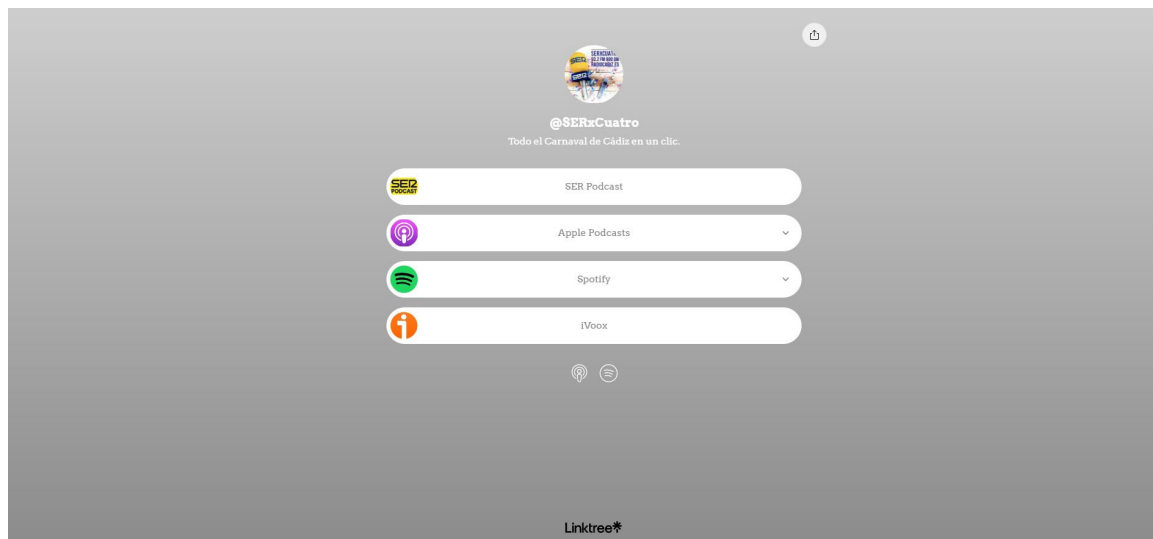


Ilustración 22: Captura de pantalla de la página web de Radio Cádiz en la que se puede acceder a sus podcasts desde diferentes plataformas. Fuente: Radio Cádiz-Cadena SER.

Ahí en su canal de YouTube es donde Radio Cádiz ha impulsado también una de las principales (y más seguidas por los aficionados al Carnaval) novedades en la cobertura que viene realizando en las últimas ediciones del Concurso. Con el apoyo de una pieza propia en la edición digital de la página de la Cadena SER nacional (aunque en la sección de Radio Cádiz), desde hace unos años viene grabando los ya citados vídeos de las melodías de los pasodobles de las agrupaciones únicamente a la voz de tenor. Más de la mitad de los vídeos subidos por la Radio Cádiz en su canal de YouTube de Carnaval (de nuevo *SerXCuatro*) corresponde a este novedoso contenido (13 de 24 vídeos) que ofrece la melodía a tenor limpia de los arreglos y adornos con los que se presenta en el escenario y que ha logrado convertirse en un gran generador de visitas (decenas de miles de ellas en algunos casos) con el apoyo de la página web⁶⁰.

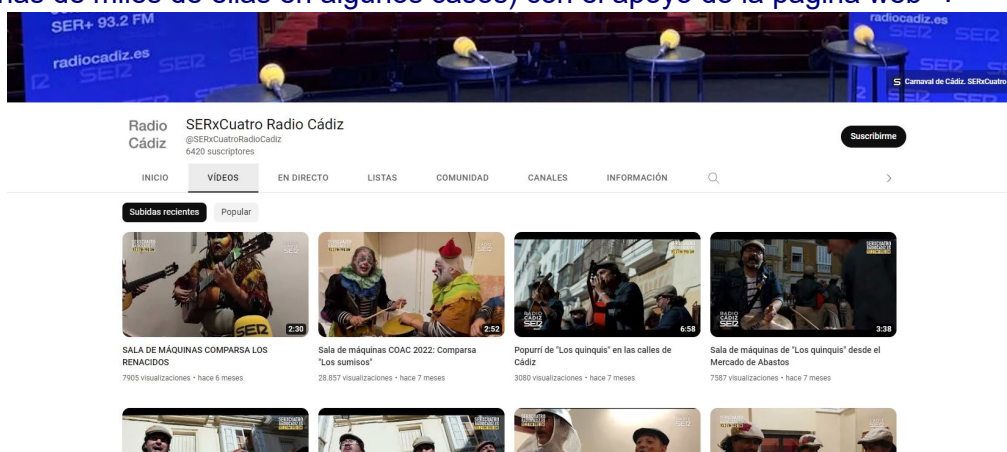


Ilustración 23: Página de los vídeos del perfil de los contenidos de Carnaval de la Radio Cádiz, llamada 'SERxCuatro Radio Cádiz'. Fuente: YouTube Radio Cádiz.

⁶⁰ Radio Cádiz. "Vídeos del Canal de YouTube" *SerxCuatro de Radio Cádiz*. Disponible en <https://www.youtube.com/@SERxCuatroRadioCadiz/videos> [Consulta: 2 de diciembre de 2023].

Desde la propia Radio Cádiz se tiene claro que este contenido es un elemento diferencial y una piedra angular en sus coberturas. Así, su jefe de Informativos, Pedro Espinosa, señala que “las piezas de pasodobles a tenor de las comparsas más reconocidas (grabadas en camerinos) superan ampliamente esas cifras de picos en algunas piezas de 200.000 y algunos de estos vídeos superan el millón de visualizaciones en redes sociales” (Espinosa, 2022).

Este formato de contenidos viene teniendo una réplica en los últimos concursos con la sección denominada *La sala de máquinas*, en la que se reproducen vídeos de la interpretación de esta parte del repertorio de las agrupaciones interpretada únicamente por la parte instrumental de los grupos (guitarras y la percusión de la agrupación, que la forman el bombo y la caja). Un contenido que alcanza, en algunos casos, la decena de miles de reproducciones en YouTube.



COAC 2022 en Radio Cádiz: Sala de Máquinas de la comparsa "Los Originales"

Radio SERxCuatro Radio Cádiz
Cádiz 6420 suscriptores

Suscribirse

28

Compartir

Descargar

Clip

Guardar

...

3050 visualizaciones hace 7 meses

Ilustración 24: Captura de pantalla de un vídeo de la sección 'Sala de Máquinas' de Radio Cádiz en YouTube. Fuente: YouTube-Radio Cádiz-Cadena SER.

Llama la atención que la edición digital de una radio local alcance el nivel de producción que tiene Radio Cádiz, 113 piezas, y lo haga con toda la variedad y de uso de los diferentes soportes que permite el periodismo digital. La edición digital de Radio Cádiz utiliza los soportes ya comentados de Podcast y vídeos de YouTube para dotar de contenidos o para enriquecer algunas de sus piezas. Piezas que, en algunos casos, se basan y nutren de lo que ofrecen esos soportes. Son los casos de las entrevistas (hasta 9 piezas de la web que cuentan con su correspondiente podcast en la que aparecen íntegras), por las interpretaciones a tenor, de *La sala de máquinas* ya citadas o los reportajes en los locales en los que se visten las agrupaciones que cuentan los detalles de cada una de ellas.

Otro de los contenidos es menos novedoso: seguimiento de los grupos mientras se preparan y visten en sus respectivos locales antes de acudir al Teatro Falla. Radio Cádiz,

bien es cierto, ha tratado de adaptar este contenido a un formato más adecuado a las plataformas digitales. Así, estos seguimientos y reportajes de preparación de cada grupo los hace añadiendo una entrevista con algún componente destacado del grupo o alguien de la autoría del mismo que explique los detalles del tipo. El producto final del reportaje audiovisual lo sube a su canal de YouTube para que sirva de soporte en la pieza independiente que realiza en la edición digital. Una docena de entradas con sus correspondientes vídeos fue lo que realizó este medio en la última edición del certamen de coplas del Carnaval gaditano.

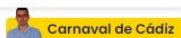
En la edición digital de Radio Cádiz-Cadena SER los grandes protagonistas son también las agrupaciones, los autores, las coplas y lo que ocurre en cada sesión del COAC. Prácticamente la mitad de las 113 piezas que publicó en la edición del certamen de 2022 se centraron directamente en lo que ocurría cada noche en el escenario del Gran Teatro Falla, dedicándolas a dar soporte de entrada en la web a la retransmisión que se hacía a través de la antena tradicional de la radio (16 de ellas), a la previa de cada función (otras 16), a las crónicas de cada una de las funciones (16 también, una de cada jornada) al orden de cada fase (dos piezas) y a los fallos del jurado oficial y los consiguientes premios (tres durante los días del COAC propiamente dichos). En este aspecto hay que destacar la apuesta que viene manteniendo Radio Cádiz por apoyar el concurso en las categorías de la cantera: infantil y juvenil. Es de las pocas emisoras de radio que retransmite el certamen de infantiles y juveniles íntegro (además de la emisora municipal) y este respaldo se ve reflejado también en su edición digital. Ahí, además de la propia emisión de cada función (6 piezas en total), realiza una previa de cada sesión, los fallos y puntuaciones del jurado y sube las actuaciones de todos los grupos de estas dos categorías. Exactamente igual que hace con la categoría de adultos, aunque en esta, como estamos viendo, realiza entrevistas y reportajes. Además, en infantil y juvenil instauró en el año 2020 el premio: *El Dedal Mágico* para los responsables del mejor tipo-disfraz de una de las agrupaciones de la cantera. A este premio le dedica dos entradas, una con los finalistas y otra con la entrega del premio.

También tuvieron cabida durante la cobertura del citado COAC 2022 las piezas sobre temas relacionados con la perspectiva de género o con la presencia femenina en el concurso, con la percha informativa de la ya citada irrupción de la primera comparsa en la historia del certamen de coplas gaditano escrita y compuesta exclusivamente por mujeres. Quizá no cuantitativamente (2 entradas y un titular y el enfoque en una crónica de una función del total de 113 que hemos citado), pero sí cualitativamente. La importancia de esas dos primeras entradas (un análisis de la primera actuación de *We can do... Carnaval*⁶¹ y una entrevista con su autora, Marta Ortiz⁶²) radica en el momento en el que se publicaron: justo después de la primera actuación del conjunto y cuando quedaba aún muy lejos el éxito en la clasificación del jurado oficial que lograron al final. Aunque Radio Cádiz y su edición digital ya se habían mostrado sensibles a estos temas relacionados con la igualdad real en el mundo del Carnaval gaditano en otras ediciones

⁶¹ Pazos, C. (2022). "Ellas "can do... Carnaval" y todo lo que se propongan". *Radio Cádiz-Cadena SER*, 18 de mayo. Disponible en: <https://cadenaser.com/andalucia/2022/05/17/ellas-can-do-Carnaval-y-todo-lo-que-se-propongan-radio-cadiz/> [Consulta: 28 de diciembre de 2022].

⁶² Pazos, C. (2022). "El Carnaval de Cádiz rompe con el "miedo a exponer" un sello femenino íntegro". *Radio Cádiz-Cadena SER*, 18 de mayo. Disponible en: <https://cadenaser.com/andalucia/2022/05/18/el-Carnaval-de-cadiz-rompe-con-el-miedo-a-exponer-un-sello-femenino-integro-radio-cadiz/> [Consulta: 28 de diciembre de 2022].

del concurso (como en 2016⁶³ y 2018⁶⁴), el posicionamiento en forma de piezas y su enfoque en el momento en el que lo hizo en este 2022 es significativo y destacable.



Música

El Carnaval de Cádiz rompe con el "miedo a exponer" un sello femenino íntegro

La comparsa de Marta Ortiz se convierte en una de las grandes sorpresas del COAC 2022



Marta Ortiz con el micrófono de Radio Cádiz tras su actuación de preliminares

0 comentarios



— Clara Pazos Radio Cádiz 18/05/2022 - 14:01 h CEST

Cádiz • La segunda sesión de preliminares del Concurso ha puesto en escena la que será, seguro, una de las grandes alegrías del Carnaval de Cádiz 2022. "We can do... carnaval" ha dado un golpe en la mesa para ensalzar a la "**mujer independiente**" con una agrupación íntegramente femenina. Lo nunca visto en la categoría de adultos, ha llegado, esperemos, para quedarse.

Ilustración 25: Captura de pantalla de la pieza de la entrevista a la autora de la comparsa 'We can do... Carnaval' en la edición digital de Radio Cádiz. Fuente: Radio Cádiz-Cadena SER.

Toda esta cobertura la ha completado con otras entrevistas y reportajes de hechos destacados del concurso: 9 entrevistas a protagonistas, otras tres entradas de reacciones de agrupaciones que no alcanzaron la final o reportajes sobre una celebrada letra contra la que fuera candidata de Vox a las últimas elecciones andaluzas⁶⁵, el estreno como

⁶³ Espinosa, P. (2016). "Ocho directoras, cuatro autoras". *Radio Cádiz-Cadena SER*, 27 de diciembre. Disponible en: https://cadenaser.com/emisora/2016/12/27/radio_cadiz/1482830869_079833.html [Consulta: 9 de enero de 2023].

⁶⁴ Espinosa, P. (2018). "La única comparsa escrita por una mujer". *Radio Cádiz-Cadena SER*, 16 de enero. Disponible en: https://cadenaser.com/emisora/2018/01/15/radio_cadiz/1516023215_679035.html [Consulta: 9 de enero de 2023].

⁶⁵ Pazos, C. (2022). "La reacción de Vera Luque tras su segundo pasodoble de semifinales del COAC 2022: " Nos tienen por tontos y no lo somos". *Radio Cádiz-Cadena SER*, 31 de mayo. Disponible en: <https://cadenaser.com/andalucia/2022/05/31/la-reaccion-de-vera-luque-tras-su-segundo-pasodoble-de-semifinales-del-coac-2022-nos-tienen-por-tontos-y-no-lo-somos-radio-cadiz/> [Consulta: 29 de diciembre de 2022].

participantes en el concurso de las hijas de dos históricos del Carnaval gaditano⁶⁶ o la presencia de un componente aún aquejado por las consecuencias de un COVID persistente⁶⁷. En esta edición del concurso, la web de Radio Cádiz publicó una noticia con la polémica ya comentada sobre la posible presencia en el concurso como invitada de una chirigota de reclusos de El Puerto III⁶⁸.



SER

Elige tu emisora



Carnaval de Cádiz

Música

La reacción de Vera Luque tras su segundo pasodoble de semifinales del COAC 2022: " Nos tienen por tontos y no lo somos"

El autor ha sido el primero del Carnaval de Cádiz en dedicar una letra al empadronamiento en Salobreña de Macarena Olona



Fernández-Prensa Ayto. Cádiz

Vera Luque durante la actuación de semifinales del COAC 2022 con Los Quinquis / MANUEL FERNANDEZ

PUBLICIDAD

PUBLICIDAD

Ilustración 26: Captura de pantalla de la pieza sobre la reacción de José Antonio Vera tras una de las actuaciones de su comparsa en la edición digital de Radio Cádiz. Fuente: Radio Cádiz-Cadena SER.

Mención propia merece la entrevista que realizaron en directo en la emisora de radio por sus canales tradicionales y que ese mismo se convirtió en pieza de la web y podcast al alcalde de Cádiz, José María González Santos, al inicio del primer día de la fase semifinal. La pieza en la edición digital de esta entrevista (entrada con el podcast con la

⁶⁶ Espinosa, P. (2022). "La emoción de la primera vez en el Falla", *Radio Cádiz-Cadena SER*, 21 de mayo. Disponible en: <https://cadenaser.com/andalucia/2022/05/21/la-emocion-de-la-primera-vez-en-el-falla-radio-cadiz/> [Consulta: 29 de diciembre de 2022].

⁶⁷ Pazos, C. (2022). "Miguel Ángel 'Puchi' en el COAC 2022: "No quiero ser ejemplo de nada ni nadie". *Radio Cádiz-Cadena SER*. 25 de mayo. Disponible en: <https://cadenaser.com/andalucia/2022/05/27/miguel-angel-puchi-en-el-coac-2022-no-quiero-ser-ejemplo-de-nada-ni-nadie-radio-cadiz/> [Consulta: 29 de diciembre de 2022].

⁶⁸ Espinosa, P. (2022). "Así se organizó la actuación frustrada de la pionera chirigota de internos de Puerto III en el Falla". *Radio Cádiz-Cadena SER*. 31 de mayo de 2022. Disponible en: <https://cadenaser.com/andalucia/2022/05/31/asi-se-organizo-la-actuacion-frustrada-de-la-pionera-chirigota-de-internos-de-puerto-iii-en-el-falla-radio-cadiz/> [Consulta: 29 de diciembre de 2022].

entrevista completa indexado) tenía como titular la frase “Ojalá queden pasodobles al alcalde, porque al poder hay que cantarle”⁶⁹. El día después, en la segunda sesión de la fase semifinal, se producía la interpretación del pasodoble crítica al alcalde por parte de la comparsa *Los sumisos* de Antonio Martínez Ares que ya se ha citado en este TFG.



Kichi en el COAC 2022 de Radio Cádiz: "Ojalá queden pasodobles al alcalde, porque al poder hay que cantarle"

28/05/2022 CLARA PAZOS Cádiz

Ilustración 27: Llamada en la portada de la sección de Carnaval de la edición digital de Radio Cádiz de la pieza sobre unas declaraciones del alcalde de Cádiz, José María González, 'Kichi'. Fuente: Radio Cádiz-Cadena SER.

Mayor alcance e impacto

La existencia de toda esta oferta en soporte digital y el mayor alcance que tienen en la actualidad las noticias por la existencia de los propios medios de comunicación digitales, de los medios digitales y de las redes sociales le confieren a todo lo que se publica en soporte digital y sus enlaces en las diferentes redes sociales un mayor alcance e impacto. Y el Carnaval de Cádiz y su concurso lo han notado sobremanera. En muy pocos años el COAC y sus agrupaciones han pasado de ser conocidos en Cádiz y en Andalucía, con un seguimiento menor en el resto de España, a tener seguidores y aficionados y aficionadas prácticamente por todo el mundo. Estados Unidos, Australia, Rumanía y prácticamente toda Latinoamérica son algunos de los lugares desde donde se siguen por los medios digitales de comunicación la actualidad de lo que ocurre en el Falla durante el mes largo del concurso (como puede comprobarse en las entrevistas a responsables de medios de comunicación que cubren el COAC que conforman el Anexo I de este TFG). Y en algunos casos generan nuevos contenidos, como ya hemos visto anteriormente.

Entre los propios medios de comunicación que realizan esta cobertura se tiene cierto consenso en que es mayor el alcance de las noticias relacionadas con el COAC, y por ende su impacto, por la propia dinámica de la existencia y cobertura en los medios de comunicación. Aunque para algunos responsables de medios de comunicación señalan que el concurso “interesa a los muy aficionados” (Blanco, 2022) o que el aumento de las visitas en los medios digitales periodísticos “no se puede afirmar que tenga un seguimiento significativo si lo miramos en su conjunto” (Lebrero, 2022).

⁶⁹ Pazos, C. (2022). “Kichi en el COAC 2022 de Radio Cádiz: "Ojalá queden pasodobles al alcalde, porque al poder hay que cantarle". *Radio Cádiz-Cadena SER*, 28 de mayo de 2022. Disponible en: <https://cadenaser.com/andalucia/2022/05/28/kichi-en-el-coac-2022-de-radio-cadiz-ojala-queden-pasodobles-al-alcalde-porque-al-poder-hay-que-cantarle-radio-cadiz/> [Consulta: 20 de diciembre de 2022].

Sin embargo, la gran mayoría de los representantes de los medios de comunicación que cubren el COAC entrevistados para la realización de este TFG, coinciden en señalar que el alcance y el impacto del certamen es mayor desde la proliferación de los medios digitales informativos. Para algunos de estos periodistas o comunicadores, “el acceso a internet ha hecho que todo sea más globalizado y que los oyentes se multipliquen, así como la capacidad de difusión de la fiesta” (López, 2022); y otros van más allá al afirmar que “las fronteras diluidas gracias a lo digital y las redes sociales expanden como nunca el Carnaval y el COAC. Su auge de un tiempo a esta parte se debe a que ya no queda reducido su impacto al pequeño núcleo de la vetusta y obsoleta prensa local, sino que gracias a medios nativos digitales y a las forzosas adaptaciones que ha tenido que hacer esa prensa histórica” (Sánchez, 2022). En resumen, “tanto las propias webs como las redes sociales de cada medio llevan el Carnaval de Cádiz a lugares en los que no sería conocido sólo por los medios de comunicación tradicionales; es mucho más fácil encontrar información a través de internet, aunque sea de forma casual, e interesarse por el Carnaval a partir de ahí a que ocurra lo mismo con una radio, televisión o periódico impreso” (Geneiro, 2022).

Uno de los ejemplos más clarificadores que se encuentran sería el de la emisora municipal Onda Cádiz Televisión, propietaria de los derechos de emisión del COAC en sus dos últimas ediciones. Este hecho supone para la televisión gaditana centrar todos sus esfuerzos y sus contenidos casi exclusivamente en lo que ocurre en torno al certamen, y “solo se realizan programas informativos en directo, suspendiéndose el resto de la programación. El concurso condiciona totalmente la parrilla de Onda Cádiz” (Morillo, 2023). Un esfuerzo de producción, de personal y económico que recupera en forma de televidentes a través de las plataformas televisivas tradicionales y en visitas en sus plataformas audiovisuales. Más de 11 millones de espectadores logró acumular la televisión municipal en el concurso de 2022 (más corto de lo habitual, como ya se ha señalado) a través de la TDT y de las plataformas de internet por las que ha retransmitido Onda Cádiz⁷⁰. Plataformas de internet en las que destaca el tremendo aumento de visitas que experimenta el canal de YouTube de la emisora municipal, con “un incremento del 3.000 por ciento respecto a la media habitual” (Morillo, 2023). En reproducciones, este hecho se traduce en cifras de 480.073 reproducciones el lunes 23 de mayo de 2022 (el día que más reproducciones se realizaron del canal de la televisión municipal gaditana) o las 461.569 reproducciones del vídeo más visto hasta el momento de la actuación en la Final del COAC de la comparsa *Los sumisos*⁷¹ (la cifra en el momento de entregar este trabajo se había elevado hasta el medio millón de reproducciones). Se tratan sin duda de unas cifras nada desdeñables para una capital de provincia con 113.000 habitantes como es Cádiz, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE)⁷².

⁷⁰ Redacción Diario de Cádiz (2022). “Audiencia: Más de once millones de personas han seguido el COAC 2022 a través de Onda Cádiz por la TDT”. *Diario de Cádiz*, 18 de junio. Disponible en: https://www.diariodecadiz.es/diario_del_carnaval/audiencia-COAC-2022-Onda-Cadiz_0_1693930930.html [Consulta: 17 de enero de 2023].

⁷¹ Onda Cádiz Televisión (2022): *Comparsa, Los Sumisos - Gran Final*. [Vídeo online]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=KrPhjeJ8L2M&t=651s> [Consulta: 22 de enero de 2023]

⁷² Instituto Nacional de Estadística (INE) (2022). Población por municipios y sexo. Disponible en: <https://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=2864&L=0> [Consulta: 17 de enero de 2023].

Dos buenos ejemplos de esta mayor llegada y a más lugares serían la procedencia de agrupaciones que participan en el Falla o los lugares donde actúan los grupos más destacados de cada edición. En el primer caso, “es algo que comprobamos cada año viendo las incorporaciones que llegan al Concurso desde diferentes puntos de Andalucía y de España. Se han inscrito agrupaciones de Barcelona, Santoña, Mérida, Murcia...” (Marchán, 2022). En el segundo, el hecho de que agrupaciones del Carnaval de Cádiz hayan llegado el Liceo de Barcelona en las tres ediciones de una gala que se ha extendido también a Zaragoza, o que actúen con asiduidad en Madrid, Santoña, Errenteria, Alcázar de San Juan (Ciudad Real). Estos hechos parecen confirmar esa mayor llegada del conocimiento sobre el Carnaval gaditano a zonas donde no llega la emisión televisiva o radiofónica o la prensa si no es a través de los canales digitales.



Ilustración 28: El cartel de la gala del Carnaval de Cádiz comparte espacio con el de la ópera 'Rigoletto' en el Liceo de Barcelona. Fuente: Archivo del autor.

Esta relación entre medios digitales y COAC es un matrimonio de conveniencia para ambas partes, ya que la audiencia que consiguen en estos días de certamen hace que “la presencia de los medios en internet es, de hecho, su principal fuente de supervivencia” (Geneiro, 2022). Todos los entrevistados por el autor para la realización de este trabajo reconocen que la cobertura del COAC supone un sensible incremento en las visitas, que va en algunos medios desde el 40 por ciento (Lebrero, 2022) hasta multiplicarlas por 10 (Blanco, 2022). Y en este incremento y este alcance de las noticias en torno al COAC tienen mucho que ver el uso que los propios medios hacen de las redes sociales, concretamente de sus perfiles en las mismas, ya que “más allá de la prensa digital, las redes sociales son un hervidero de comentarios y *trending topic* cada noche en Twitter” (Geneiro, 2022).

Los propios protagonistas de la fiesta reconocen y agradecen esta mayor difusión y alcance de la fiesta gracias al trabajo del periodismo digital, aunque se estén produciendo daños colaterales. En este sentido, el director de cuartetos Ángel Gago, señala que “todo

lo que es del COAC llega mucho más, es evidente. De cuando empecé a cómo está ahora no tiene nada que ver, lo que no sé es si eso es bueno o es malo” (Gago, 2023).

Mientras, el autor y componente de chirigotas, comparsas y cuartetos, José Antonio Vera Luque, destaca este mayor alcance de las noticias que genera el COAC. “Todo lo que abarca el COAC, el hecho de que lleguen vía periodismo digital, con el periodista presente en el teatro y vuelca la información casi al instante online, y las redes sociales te hace llevar el seguimiento del concurso es muy distinto. Prácticamente te mete en el Falla, te hace estar dentro del teatro, aunque estés en el ensayo de la agrupación o en tu casa, o en un cualquier lugar que no puedas ver nada de lo que ocurre. Te puedes enterar directamente si una agrupación ha gustado o no o cualquier incidencia que ocurra” (Vera Luque, 2023).

Redes sociales; el altavoz de Twitter

Este impacto de las redes viene por el uso que hacen los medios que cubren el certamen de ellas. El buen uso, en este caso, de las redes sociales por parte de los medios de comunicación gaditanos (sus versiones en digital o los nativos digitales) es un elemento clave en este fenómeno de la revolución que ha supuesto el periodismo digital en la cobertura del COAC, especialmente en el alcance que ha logrado. En este campo, hay desde retransmisiones *online* hasta anzuelos lanzados para generar visita en la página web del medio hasta contenido propio para la red que luego se emplea en la edición digital (incluso en la tradicional) de los medios de comunicación. Incluso, la propia red social o lo que ocurría en ella como noticia en sí. Es el caso de Twitter, que señalan como fundamental algunos comunicadores de medios gaditanos ya reseñados (Blanco, 2022 y Geneiro, 2022).

Y es que las referencias al concurso en Twitter, a través de etiquetas en las que se incluía el término COAC, la función de la fase que se desarrollara y el año, se han afianzado como *trendic topic* desde hace años cada día que se celebra el concurso. Más allá, ha llegado a ser tendencia a nivel mundial, como destaca el propio director de Canal Sur Media, Juan Manuel Blanco Poley en la entrevista realizada por el autor del presente TFG. Y todo con un hashtag creado por los propios medios locales y que ha sido asumido como oficial por el resto de medios, perfiles de la red del pajarito y aficionados y aficionadas. Una colección de TT diarios durante un mes al alcance de muy pocos eventos a nivel nacional y que dio el salto a esa categoría de tendencia mundial. Incluso en la noche de la final del COAC de 2019 se registraron “varios TT mundiales y por momento copamos todas las nacionales con etiquetas relacionadas con la final del Concurso” (Blanco, 2022).

Estos *trendic topic* casi constantes facilita que el COAC llegue a más lugares, lo que ha hecho que “gracias a las redes, el impacto del Carnaval se ha multiplicado en los últimos años” (Marchán, 2022). Pero no solo con Twitter, que parece el principal altavoz, sino también, como es lógico, por la presencia de las coplas en las plataformas de vídeo. Y aunque el principal público consumidor de estos vídeos o de las piezas sobre el COAC es de Cádiz o de Andalucía, “hay que reconocer que su principal tirón más allá de estas fronteras es la televisión y, desde hace ya unos años, YouTube” (Rodway, 2022).

Esta realidad ha llevado a una situación que genera pasiones y tensiones en el propio Carnaval y que este TFG quiere presentar en vista a los posicionamientos de sus actores y actrices principales, pero también de los medios de comunicación: ¿El mayor alcance e impacto de las noticias sobre el concurso genera una globalización de las letras e incluso de las puestas en escena que ya no son localistas como primera premisa? Para los responsables y profesionales de los medios de comunicación, la respuesta es clara, al menos a tenor de la mayoría de los posicionamientos de todos los medios que cubren el concurso que han sido entrevistados para este trabajo.

A la espera de Twitch

La irrupción o el empleo de la red social Twitch seguramente será el siguiente paso en el uso de nuevos soportes, plataformas, contenidos e incluso lenguaje en la comunicación y cobertura del COAC. Con las lógicas dificultades que conlleva hacer un directo audiovisual de un evento con derechos de retransmisión y sin luz en la sala y en los palcos de prensa durante las actuaciones o por la imposibilidad de fijar horas exactas para los inicios de estos directos (salvo el hipotético de antes del comienzo de cada sesión), pero es lógico que algún medio contemple la opción de hacer conexiones a través de una red social con mucho tráfico y gran presencia de usuarios y usuarias jóvenes.

En pasadas ediciones, la cobertura del COAC no quedó exenta del boom de los directos con Periscope a través de los perfiles de Twitter, pero los medios apenas lo mantuvieron en una edición antes de abandonar este contenido para emitir en directo las entrevistas de protagonistas tras las actuaciones o para publicar los comentarios de los propios periodistas.

Sin embargo, la importancia que está alcanzando Twitch y los pasos que vienen dando algunos medios de comunicación para extender sus soportes, plataforma, formatos y contenidos (como ya hemos visto en el caso de la Radio Cádiz de la Cadena SER) hacen que en la evolución que viene teniendo la cobertura del COAC el siguiente paso pueda ser la llegada de piezas y producción en este formato o plataforma.

¿Globalización o localismo?

Uno de los debates abiertos en el mundo del Carnaval es si en los últimos años se ha producido una globalización de las letras, que han perdido parte de ese anclaje local que siempre las caracterizó. Un fenómeno y un debate que no son nuevos, pero que, sin duda, con la explosión de los medios digitales se ha incrementado. Sus análisis deben hacerse, al menos, desde dos puntos de vista: el de los medios de comunicación que siguen y escuchan todas y cada una de las agrupaciones desde hace años y el de los propios autores y autoras y componentes de las agrupaciones.

De los once profesionales de la comunicación entrevistados para este TFG, siete son tajantes al afirmar que la presencia de los medios de comunicación digitales (nativos o no) y su mayor alcance han supuesto una mayor globalización en los repertorios que se interpretan en el COAC. Dos le abren la puerta a un reconocimiento de este fenómeno (Con un “es posible” (Rivas, 2022), por ejemplo), otro no ve relación entre ambos fenómenos que se producen (López, 2022) y otro indica que se produce el fenómeno de la globalización y “el fenómeno contrario de “voluntad de aferrarse a lo gaditano como una reivindicación frente a otras opciones más globalizadoras tanto en letras como en música o tipos” (Espinosa, 2022)

Solo uno de ellos, Juan Antonio Blanco Poley, se muestra completamente contrario: “Hay veces que las letras son demasiado localistas y difícilmente accesibles para las personas que viven ajenos a Cádiz” (Blanco, 2022). Sin ánimo de caer en chovinismo ni en arcaica e ilógica argumentos localistas, curiosamente, la afirmación viene del único responsable de un medio que no vive en la provincia de Cádiz.

Los autores y componentes de agrupaciones del Carnaval de Cádiz coinciden, en general, en reconocer este fenómeno de la globalización de las letras, aunque no tienen tan claro que sea algo generado por el mayor alcance de las noticias del COAC gracias al periodismo digital. Para algunos, como el chirigotero *Selu* García Cossío, es un fenómeno innegable y evidente. “El hecho de abrir las letras nos ha permitido estar en todos los sitios. Para mí en concreto, ha sido un paso adelante, que te entiendan y te reconozcan en cualquier lado. Y que hablemos de política y no solo sea política local, sino nacional y mundial. Y todo esto es muy de agradecer” (García Cossío, 2023). El autor de chirigotas, comparsas y cuartetos, José Antonio Vera Luque, reconoce esta globalización en los temas, pero matiza que, aunque ahora se dan más ese tipo de letras, en el Carnaval de Cádiz “se le cantó a la llegada a la luna o al asesinato de Kennedy” (Vera Luque, 2023). Aunque reconoce que este fenómeno es mayor, en buena parte, por ese mayor presencia y alcance que genera todo lo que tiene que ver con el COAC por la difusión de los medios digitales. “Es más un abandono de los localismos que subirnos a abordar noticias de índole internacional” (Vera Luque, 2023).

Para otros, como el cuartetero Ángel Gago, el fenómeno es una realidad y no culpa de ello a los medios digitales, sino “a que se piensa muchas veces más en los contratos que pueda tener después una agrupación que en el que en el propio concurso” (Gago, 2023). De igual manera, cree que “deberíamos volver a cantar temas más locales” y señala que este alcance, inmediatez y estos nuevos formatos multimedia que llevan aparejados los medios digitales “ha perjudicado en algunos aspectos del Concurso. Como en la magia de las finales y demás, que nunca se había visto el tipo antes de estar en la calle y ahora ya se veía” (Gago, 2023).

El comparsista Antonio Martínez Ares reconoce que este proceso se está produciendo y se ha incrementado en los últimos años. Aunque a título personal, señala que lleva mucho tiempo cantando temas no exclusivamente gaditanos. “Esto es un universo cantado y es un aburrimiento cantar solo y exclusivamente a Cádiz y a su Carnaval. Que está muy bien cantarle a Cádiz y a su Carnaval, pero también está bien cantarle a las cosas que pasan en el mundo” (Martínez Ares, 2023).

Por su parte, Vera Luque, señala que aún el Carnaval de Cádiz está en un proceso de adaptación a los nuevos formatos y a las nuevas características y consecuencias que llevan consigo el mayor alcance y presencia de los medios digitales. “Estamos un poco

en la búsqueda de lo que el Carnaval de Cádiz quiere mostrar y cómo se quiere mostrar fuera de Cádiz” (Vera Luque, 2023). Aunque el autor tiene claro que los aspectos negativos “no puede con todo lo positivo que ha traído este hecho”.

En este sentido de los aspectos negativos, el autor Antonio Martínez Ares pone el acento en el alcance y llegada de cualquier actuación o noticia que genere una agrupación en cualquier punto. “Estás en una situación en la que estás cantando en cualquier parte y sabes que mañana van a poner una frase tuya sacada de contexto, porque te están grabando mil ojos” (Martínez Ares, 2023).

Conclusiones

A la luz de todos estos datos, declaraciones y análisis de piezas expuestas, se pueden realizar algunas conclusiones sobre los objetivos que perseguía en su realización esta investigación. En primer lugar, parece demostrado que la primera revolución del periodismo digital en la cobertura del Concurso Oficial de Agrupaciones del Carnaval (COAC) de Cádiz es la de haber repercutido favorablemente tanto cualitativa como cuantitativamente en la cobertura propiamente dicha. Tanto en la forma y en el fondo como en la calidad y la cantidad. Así, teniendo en cuenta los datos de los últimos seis concursos que se han presentado en el apartado de *Análisis de Caso* se comprueba que si bien el número de medios se ha estabilizado en torno a la quincena (después de alguna subida y baja), lo cierto es que estos medios, cuantitativamente, han incrementado su producción y, cualitativamente, han ganado en inmediatez y aumentado los formatos, plataformas y diversidad de contenidos de sus piezas.

Pero la gran revolución del periodismo digital en el COAC llega en el aspecto cualitativo. La cobertura del certamen gaditano ha sido pionera en la inclusión de nuevos contenidos, nuevos formatos o nuevas plataformas en las que se apoyan y con la que se retroalimentan las ediciones digitales de los medios. Como hemos visto, se ha generado contenido novedoso y original más allá del tradicional campo de acción de cada medio en sí mismo, es decir, periódicos y radios han apostado en sus ediciones digitales por contenidos multimedia o por soportes multimedia para apoyar el contenido de algunas de sus piezas. Los medios periodísticos de comunicación, nativos digitales o no, han asentado y ampliado un lenguaje comunicativo propio y original en la cobertura que han realizado a través de las ediciones digitales del COAC. Lenguaje que se basa en la diversidad de contenidos, soportes y plataformas que refuerzan y apoyan la propia edición digital. Aspectos que estos mismos medios han transportados a otros elementos u otros campos del trabajo periodístico en el campo digital. Incluso a la cobertura de hechos, acontecimientos o eventos en el plano nacional e internacional, donde se pueden ver contenidos (lógicamente adaptados a las situaciones de cada caso) que recuerdan mucho a los nacidos en la cobertura del COAC gaditano.

Esta retroalimentación de la que se hablaba anteriormente entre plataformas o soportes también se produce entre el propio medio, o su edición digital, y su público real y sus públicos potenciales. A tenor de los datos presentados y por la evolución en la producción y en la inmediatez y variedad de la misma, los medios periodísticos de comunicación han visto que, gracias a la mayor llegada de las ediciones digitales, aumentaba el número de visitantes, pero, a su vez, comprobaban que el número de visitantes potenciales era aún mayor. Por este motivo, los propios medios han apostado por incrementar las cualidades propias de los medios digitales para seguir aumentando sus visitas. Así, como se señalaba con anterioridad, se han mejorado aspectos como la inmediatez, la producción y el número de piezas, la variedad y complementariedad de los soportes empleados y el aumento de la diversidad y la originalidad de los propios contenidos.

Y este hecho, la ampliación de la audiencia potencial, ha empujado a los medios tradicionales a adentrarse en el mundo digital. Un fenómeno que no se debe exclusivamente a la cobertura del COAC, pero que ha tenido en Cádiz un importante

laboratorio de ensayo para los medios tradicionales. Así, se ha comprobado que prensa y radio, principalmente, comenzaron replicando en sus ediciones digitales los contenidos de sus soportes tradicionales. Y fue en la cobertura del COAC donde comenzaron a reforzar estas ediciones y generar contenidos propios para el mundo digital, como hemos visto en los casos de *Diario de Cádiz* y Radio Cádiz-SER. Usaban, así, nuevos soportes en los que apoyarse o sustentarse. Y ambos fueron pioneros en su ámbito en reforzar la edición digital para la cobertura del concurso de agrupaciones. El periódico en el año 2008 y la radio en 2015.

De igual manera, a través de las entrevistas realizadas y cuyos extractos de algunos apartados ya se han presentado, se ha comprobado el mayor alcance y llegada de la información relacionada con el concurso. Las visitas en las ediciones digitales desde Estados Unidos, Australia, Rumanía que se han citado (y otros muchos países que se especifican en las entrevistas del Anexo I) y de prácticamente toda España así lo demuestran. Y como se ha citado anteriormente, lo refrendan la llegada de agrupaciones de, por ejemplo, Barcelona, Santoña, Mérida, Murcia... O el hecho de que agrupaciones del Carnaval actúen asiduamente al otro lado de la Península Ibérica, como los expuestos de Barcelona (el Liceo), Zaragoza o Erreterria, entre otros.

Objetivos específicos

Para los objetivos específicos marcados en esta investigación también se han expuesto datos y análisis para alcanzar diferentes conclusiones. En primer lugar, se ha logrado detectar el número de medios de comunicación, tanto tradicionales como digitales periodísticos, que cubren cada año el COAC. Algo más de una quincena repite cada año y uno o dos medios se alternan. Estos últimos, como se ha comprobado, son medios digitales periodísticos que, por diferentes motivos, no han podido cubrir el certamen algún año. Sin embargo, la mayoría de los que no pudieron hacerlo en una edición han vuelto al Gran Teatro Falla a realizar esta cobertura *in situ*.

Y como se ha visto en la *Gráfica 2*, la evolución de los medios digitales lleva una tendencia de incremento en los últimos años. Esto responde a otro de los objetivos secundarios planteados: analizar las consecuencias y la evolución de las acreditaciones de este tipo de medios tras las limitaciones establecidas por la aplicación del ROMDA por parte del Ayuntamiento para regular el aforo en cuenta a periodistas. La citada gráfica demuestra que después de la bajada inicial, los medios digitales periodísticos se van incrementando cada año. Y si no se ha producido un incremento en la totalidad de los digitales acreditados es porque hay llegada de medios digitales periodísticos que ocupan el lugar de los medios digitales de otra naturaleza y enfoque (páginas web o blogs de entidades, por ejemplo).

Todos estos datos han permitido, empleando la definición de los medios que establecía Ramón Salaverría, calificar los medios que realizan la cobertura diaria del COAC en el Teatro Falla. Así, se ha diferenciado, como se ha señalado anteriormente, los medios de comunicación digitales periodísticos de los no periodísticos y, por añadidura, atendiendo a los criterios de soporte y periodicidad de actualización que establecía esta misma definición de Salaverría.

Por último, el objetivo de comprobar si este fenómeno del periodismo digital y su mayor alcance a nuevas zonas y penetración mediática ha llevado aparejada una globalización en las agrupaciones del Carnaval se ha visto que, para quienes narran el COAC y para sus protagonistas, es un hecho. Para los responsables de los medios, es un hecho general que las agrupaciones cada vez cantan menos temas locales (o muy locales habría que precisar). Algo que para los autores entrevistados es una evolución lógica y positiva de la fiesta y para el futuro de las agrupaciones, no así para el director y componente de agrupaciones al que se entrevistó.

Referencias bibliográficas y webgráficas

- Azócar, A. (2016). "El periodismo después del periodismo". Puro Periodismo. 5 diciembre. Disponible en: <http://www.puroperiodismo.cl/?p=27752> [Consultado el 8 de noviembre de 2022]
- Biblioteca Nacional de España (n.d.). Disponible en: <https://hemerotecadigital.bne.es/hd/viewer?oid=0003917291&page=2> [Consulta: 3 de noviembre 2022].
- Buhígas J. I, y Santiago, T (1983): Carnaval: Un siglo de Historias del Puerto (1836-1936). Cádiz. Ayuntamiento de El Puerto de Santa María en colaboración con la Diputación de Cádiz.
- Castells, M (1997). La Era de la información: Información, Sociedad y Cultura. La sociedad red (Vol. 1). Madrid, Alianza.
- Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía (n.d.). Bases del Registro de Medios Digitales en Andalucía gestionado por el Colegio de Periodistas de Andalucía, 23 de marzo 2019. Disponible en: <https://periodistasandalucia.es/wp-content/uploads/2019/07/DOCUMENTO-BASES-ROMDA.pdf> [Consulta: 4 de octubre de 2022]
- Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía (n.d.). El CPPA modifica las bases del ROMDA para incluir categorías de Sello según los empleos generados por los medios digitales, 2 de abril 2019. Disponible en: <https://periodistasandalucia.es/modificadas-bases-ROMDA/> [Consulta: 4 de octubre de 2022]
- Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía (n.d.). Registro Oficial de Medios Digitales de Andalucía. Disponible en: <https://periodistasandalucia.es/registro-medios-digitales-andalucia-ROMDA/> [Consulta: 4 de octubre de 2022]
- Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía (n.d.). ROMDA, Medios inscritos por provincia de cobertura. Disponible en: <https://periodistasandalucia.es/registro-medios-digitales-andalucia-ROMDA/medios-inscritos/> [Consulta: 4 de octubre de 2022]
- Cuadrado, U, y Barbosa, F (1999): El Carnaval de Cádiz. Orígenes y Evolución. Cádiz, Publicaciones del Sur.
- De Lara, A.; Arias, F.; Carvajal, M. y García-Avilés, J. A. (2015). Ranking de innovación periodística 2014 en España. Selección y análisis de 25 iniciativas. El profesional de la información, 24(3), 235-245. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.may.03> [Consultado el 10 de noviembre de 2022].
- García-Avilés, J. A. (2016). La información ya no es lo que era. Diez propuestas sobre el periodismo en la Sociedad Red. Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, Volumen 3 (5), pp. 1-8. Disponible en: <http://revistaaic.eu/index.php/raaic/article/view/114> [Consultado el 8 de noviembre 2022].
- García-Avilés, J. A. (2017). [Editorial] Periodismo digital en la Sociedad Red: innovar en un entorno competitivo. Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication, 8(1), 3-5. Disponible en: <https://www.mediterranea->

comunicacion.org/article/view/2017-v8-n1-periodismo-digital-en-la-sociedad-red-innovar-en-un-entorno-competitivo [Consultado el 8 de noviembre de 2022].

- García-Avilés, J. A., y González Esteban, J. L. (2021). Cibermedios nativos españoles: explorando modelos de rentabilidad. *Tripodos*, (30), 153-167. Disponible en: http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/50 [Consulta 12 de noviembre].
- Gonzalo, P.: Manuel Castells: “Los Grandes Medios O Se Alían Con Internet Y El Periodismo Ciudadano, O Se Convertirán En Marginales”. *Periodismo Ciudadano*. Disponible en: <https://www.periodismociudadano.com/manuel-castells-los-grandes-medios-o-se-alian-con-internet-y-el-periodismo-ciudadano-o-se-convertiran-en-marginales/> [Consultado el 5 de noviembre de 2022].
- Osuna, J. (2009). *El periodismo en tiempos de carnaval. 1763-2005*. Cádiz, Quorum Editores.
- Porquicho Moya, I. (1994): *Cádiz, población y sociedad, 1597-1650*. Cádiz, Diputación Provincial de Cádiz.
- Ramos Santana, A (2002): *El Carnaval Secuestrado o Historia del Carnaval*, Cádiz, Quorum Libros.
- Sacaluga Rodríguez, I (2014): *El Carnaval de Cádiz como generador de información, opinión y contrapoder: análisis crítico de su impacto en línea y fuera de línea*, Tesis Doctoral, Universidad Europea de Madrid, Facultad de Artes y Comunicación- Disponible en: <https://abacus.universidadeuropea.com/bitstream/handle/11268/2937/TesisISR.pdf?sequence=1> [Consulta: 4 de octubre 2022]
- Salaverría, R. (2017). Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación. *Revista Mediterránea de Comunicación*, [S.I.], v. 8, n. 1, p. 19-32, ene. 2017. ISSN 1989-872X. Disponible en: <https://www.mediterranea-comunicacion.org/article/view/2017-v8-n1-tipologia-de-los-cibermedios-periodisticos-bases-teoricas-para-su-clasificacion> [Consultado el 11 de noviembre de 2022].
- Solis, R. (1971): *Historia del Periodismo Gaditano 1800-1850*. Cádiz, Diputación Provincial de Cádiz.

Entrevistas

- Aguilera, J. M. (2022). Entrevista realizada por el autor mediante un cuestionario enviado por correo electrónico y respondido el 4 de noviembre de 2022.
- Blanco Poley, J. M. Entrevista realizada por el autor mediante cuestionario enviado por mensajería instantánea y respondido el 3 de noviembre de 2022.
- Calvo, D. (2022). Entrevista presencial realizada por el autor el 5 de octubre de 2022.
- De María, A. (2022). Entrevista telefónica realizada por el autor el 29 de septiembre de 2022.
- Espinosa, P. Entrevista telefónica realizada por el autor el 6 de diciembre de 2022.
- Fernández Morillo, C. (2023). Entrevista realizada por el autor mediante envío de cuestionario por correo electrónico y respondido el 17 de enero de 2023
- Gago Cubelo, A. (2023). Entrevista presencial realizada por el autor el 17 de enero.

- García Cossío, J. L. (2023). Entrevista telefónica realizada por el autor 12 de enero de 2023
- Geneiro, A. (2022). Entrevista realizada por el autor vía telefónica el 29 de noviembre.
- Lebrero, J. (2022). Entrevista presencial realizada por el autor el 2 de noviembre de 2022.
- López, R. Entrevista mediante cuestionario realizada por el autor y respondida el 8 de noviembre de 2022.
- Marchán, D. (2022). Entrevista presencial realizada por el autor el 3 de noviembre de 2022.
- Martínez Ares, A. (2023). Entrevista realizada por el autor mediante el envío de un cuestionario respondido por una nota de voz a través de mensajería instantánea el 17 de enero de 2023.
- Mejías, L. (2022). Entrevista personal realizada presencial por el autor el 3 de octubre de 2022.
- Moreno Tello, S. (2022). Entrevista realizada por el autor mediante el envío de un cuestionario por correo electrónico y respondido el 19 de noviembre de 2022.
- Osuna, J. (2009): El periodismo en tiempos de Carnaval. 1763-2005 (más linotípico n o lo hay). Cádiz, Quorum Editores.
- Quiñones, J. A. (2022), Entrevista realizada por el autor vía telefónica el 25 de noviembre de 2022.
- Rivas, J. A. (2022). Entrevista realizada por el autor mediante el envío de un cuestionario por correo electrónico y respondido el 2 de noviembre de 2022.
- Rodway, D. (2022). Entrevista telefónica realizada por el autor el 7 de noviembre de 2022.
- Sánchez Múgica, F. (2022). Entrevista mediante cuestionario realizada por el autor y respondida el 18 de noviembre de 2022.
- Vera Luque, J. A. (2023). Entrevista presencial realizada por el autor del 16 de enero.

Anexo I

Entrevistas Medios de Comunicación

Jesús Lebrero Infante. Director *Cádiz Directo*

(www.cadizdirecto.com)

Entrevista presencial realizada por el autor en una cafetería de Cádiz el día 2 de noviembre de 2022.

– **¿Desde cuándo existe su medio y desde cuándo hace cobertura específica del COAC?**

– Desde 2013 y el primer año que se cubrió el COAC fue en 2014, aunque el ayuntamiento nos impidió la entrada por ser un medio digital.

– **¿Nota un incremento en el tráfico de su medio con el concurso?**

– Si, bastante.

– **¿Cuál ha sido el número máximo de visitas en un día al medio durante el COAC? ¿Y en una pieza concreto? ¿Cuál fue? ¿Cuánto supone eso de incremento respecto a la media habitual?**

– Durante el COAC de 2016 se llegaron a alcanzar los 84000 visitantes únicos, que no es el récord de visitas en la web. Esto fue por el parecido de un integrante de una agrupación con un famoso futbolista.

En el ecosistema digital, muy vinculado a las redes sociales, sobre todo desde 2013 al 2017, ya que ahora todo funciona de manera diferente por las políticas de Facebook, hablar de media de visitas en una pieza concreta es muy relativo. Hay que mirar el conjunto que tratándose del COAC es una realidad que aumenta este entre un 40-50 %.

– **¿Cuántas personas trabajan en su medio durante el año y cuántas específicamente en la cobertura del concurso? ¿Hace su medio contrataciones específicas para la cobertura del COAC?**

– Actualmente dos personas, no haciendo una cobertura especial del COAC en cuanto a contratación de nuevo personal se refiere. En otros años el número era mayor, pero quitando el año 2017, en el que si se sumó un fotógrafo y un periodista especializado en la materia, no se hacen más incorporaciones al equipo. Hay que tener en cuenta que los medios digitales obtienen sus ingresos de la publicidad programática, que en casi todos los casos el proveedor primario es Google AdSense. Y digo primario porque en realidad todos los demás Ad Managers se terminan nutriendo del inventario esta compañía.

Comento esto porque al tratarse de un evento cuya demanda esta específicamente centrada en Andalucía, y más en concreto en Cádiz, los ingresos publicitarios son bajos. No hay que olvidar que las dos localizaciones mencionadas tienen los RPM y CPC entre los más bajos de toda España.

– **¿En qué consistió exactamente la cobertura el primer año y en qué ha consistido en 2020 y en 2022?**

- Antes de contestarte esta pregunta es necesario tener en cuenta que de 2013 a 2022 las coberturas digitales han sufrido muchas variaciones. Por ejemplo, nosotros siempre hemos sido fuertes en cuanto al contenido audiovisual, siendo pioneros en Cádiz en esa forma de hacer periodismo, pero en la actualidad y con la cantidad de móviles grabando cualquier suceso ha dejado de tener sentido esa forma de trabajar. Así que no se trabaja igual ahora que hace cerca de diez años.

Antes de grababa la preparación de las agrupaciones, se les acompañaba en su recorrido hacia el teatro y poníamos la guinda final con la reacción y el ambiente que se produce los días en donde se anuncian el pase a la siguiente fase o la final en los alrededores del teatro. Todo eso ha dejado de tener sentido en la actualidad.

En 2020 se hizo una cobertura modesta, centrándonos únicamente en las incidencias que pudieran haber ocurrido en las diversas funciones, en el caso de que se hubieran producido, las anécdotas, y todo aquello que quizás no cubre una retransmisión televisiva. Ya no estamos en aquellos concursos en los que la información que salía del teatro solamente era la que las radios transmitían, o te tenías que esperar en muchos casos a dos días después cuando lo publicaba un diario. Hoy todo es diferente y hay que intentar cubrir los huecos que te dejan.

– **¿Cree que con los medios digitales el Carnaval de Cádiz y el COAC tiene más alcance nacional o internacional?**

- No creo que el COAC tenga ningún alcance internacional, salvo la de aficionados que por diversos motivos se encuentren fuera de España y quieran seguir el concurso. Incluso, cuantitativamente no es relevante la difusión a nivel nacional. A nivel andaluz es otra cuestión, que se acentúa en provincias como Sevilla, Córdoba, Huelva y Málaga, y obviamente Cádiz, aunque también dentro de la provincia gaditana se podrían hacer una distinción por zonas de seguimiento. ¿Qué llegan más visitas durante el COAC a nivel nacional? Sí, pero no por ello se puede afirmar que tenga un seguimiento significativo si lo miramos en su conjunto.

– **¿Cree que este hecho ha supuesto una ‘globalización’ en las letras? ¿Piensa que los repertorios y las puestas en escena se hacen ahora pensando también en ese mayor seguimiento fuera de Cádiz y de Andalucía?**

- Totalmente. Las letras de hoy, sobre todo en las agrupaciones punteras, han dejado de lado lo local para centrarse en lo general, en lo entendible fuera de Cortadura. Respecto a la escenificación no creo que el seguimiento fuera de Cádiz sea el responsable de la modernización de este. En este sentido es más una cuestión de medios que de intención de proyectarse al exterior.

– **¿Desde dónde han llegado a seguir la información del COAC que publican en su medio?**

- Desde cualquier país del mundo han accedido a informaciones relacionada con el COAC, pero esto es algo que sucede con cualquier noticia. No se aprecia un

incremente significativo de visitas internacionales por el COAC. Lo mismo publicas un suceso y la visitas que provienen fuera de España también se interesan por ello.

José Antonio Rivas Cabeza. Responsable Carnaval Onda Cero Radio Cádiz

(<https://www.ondacero.es/emisoras/andalucia/cadiz/>)

Entrevista realizada por el autor mediante el envío de un cuestionario por correo electrónico y respondido el día 2 de noviembre de 2022.

- **¿Desde cuándo existe versión digital en su medio y desde cuándo hace cobertura específica de digital del COAC? (Me refiero a no únicamente volcar contenidos de la radio).**
- La web a nivel local se empezó a implantar en 2017/2018. El grueso del contenido son entrevistas emitidas en la radio, que se publican en versión web.
- **¿Nota un incremento en el tráfico de su medio con el concurso?**
- No tenemos datos concisos a nivel local del tráfico web, pero, sin duda, se nota un incremento importante en cuanto a interacciones en web y redes sociales.
- **¿Cuál ha sido el número máximo de visitas en un día al medio durante el COAC? ¿Y en una pieza concreto? ¿Cuál fue? ¿Cuánto supone eso de incremento respecto a la media habitual?**
- A falta de datos certeros, las estimaciones que se pueden barajar señalan que se multiplican exponencialmente las visitas y las reacciones a entrevistas, vídeos, audios y demás contenido.
- **¿Cuántas personas trabajan en su medio durante el año y cuántas específicamente en la cobertura del concurso? ¿Hace su medio contrataciones específicas para la cobertura del COAC? ¿Alguno únicamente para la edición digital?**
- Durante el año tres redactores. Durante el COAC, un redactor se vuelca en la retransmisión del COAC, los otros dos siguen con la programación habitual. Además, se incorporan 4/5 personas para la cobertura del concurso. Ninguna de forma específica para digital, aunque pueden participar en esa labor.
- **¿En qué consistió exactamente la cobertura en el digital el primer año y en qué ha consistido en 2020 y en 2022?**
- El primer año, la subida de los podcast con las sesiones del COAC. El año pasado, programas en formato podcast previos al COAC. Y durante el concurso, además de los audios de las sesiones y agrupaciones individuales, apuesta por las redes sociales, a través de vídeos de las entrevistas realizadas tras las actuaciones, contenido propio, vídeos de los invitados que acuden al tornavoz, etc.
- **¿Cree que con los medios digitales o las ediciones en digital de los medios el Carnaval de Cádiz y el COAC tiene más alcance nacional o internacional?**
- Puede servir de ayuda y de impulso a la difusión y al crecimiento, al igual que ocurre con la radio y la televisión. Pero el Carnaval crece y se difunde por sí mismo.
- **¿Cree que este hecho ha supuesto una ‘globalización’ en las letras?**

- Es posible que algunos autores tengan la tendencia de escribir sobre temas de índole menos local, pensando que pueden llegar a un mayor número de personas. Aunque este tipo de tendencias son cíclicas, por ejemplo, el pasado concurso vimos una línea generalizada de mayor localismo y vuelta a la esencia.
- **¿Piensa que los repertorios y las puestas en escena se hacen ahora pensando también en ese mayor seguimiento fuera de Cádiz y de Andalucía?**
- En general no creo que sea así, aunque puede que en algunos casos concretos se tenga en cuenta.
- **¿Desde dónde han llegado a seguir la información del COAC que publican en su medio?**
- Prácticamente desde cualquier lugar del mundo. Es cierto que Andalucía aglutina el mayor volumen de público, pero va creciendo en el resto de España, incluso en otros lugares como Sudamérica.

Diego Marchán. Responsable de la edición digital de 'Diario de Cádiz' hasta 2022.

(www.diariodecadiz.es)

Premio Paco Navarro de la Asociación de la Prensa de Cádiz (APC) en 2020 a la mejor labor periodística en el COAC.

Entrevista presencial realizada por el autor en el Ayuntamiento de Cádiz el día 3 de noviembre de 2022.

- **¿Desde cuándo existe versión digital en su medio y desde cuándo hace cobertura específica de digital del COAC? (Me refiero a no únicamente volcar contenidos del papel)**
- La edición digital de la web de *Diario de Cádiz* existe desde el año 2001, pero no fue hasta 2008 cuando se empezó a hacer un seguimiento específico del COAC. Ese año se incorporó un primer directo, con fichas de las agrupaciones que se actualizaban tras cada actuación, así como piezas específicas para la web (los pases, puntuaciones de las no clasificadas, el pregón ya en la semana de la calle...). En 2011 se comenzó a retransmitir el Concurso en directo utilizando las redes sociales.
- **¿Nota un incremento en el tráfico de su medio con el concurso? ¿Cuál ha sido el número máximo de visitas en un día al medio durante el COAC? ¿Y en una pieza concreto? ¿Cuál fue? ¿Cuánto supone eso de incremento respecto a la media habitual?**
- Sí, durante todo el Carnaval las visitas se disparan y las informaciones relativas al Concurso (especialmente las crónicas y el Jurado Diario) están entre las más vistas de cada jornada. También funcionan muy bien las entrevistas a personalidades de la fiesta, caso de Martínez Ares, Subiela, Tino Tovar...

Las noticias más relevantes del día suelen estar entre las 10.000 y las 30.000 visitas, algunas incluso superan ese límite. La media diaria puede alcanzar durante el Carnaval las 130.000/150.000 visitas. A lo largo de los años ha ido evolucionando, también en función de los contenidos. En los últimos años se han buscado más contenidos tipo SEO para atraer visitas aprovechando el tirón del Carnaval, ya sea virales (la copla de la noche, por ejemplo) como información de servicio (¿quién canta hoy?).

La crónica en directo de la final suele ser la pieza más vista cada año, sobre todo porque cuenta con mucho recorrido (tiene vigencia durante las 15 o 16 horas de final) y se actualiza y alimenta continuamente con todos los contenidos que se publican en la web. Fuera del tiempo de Carnaval, la noticia más vista de la historia del *Diario de Cádiz* (no sé si esto ya habrá cambiado, pero hasta que me fui lo era) fue la de la muerte de Juan Carlos Aragón, que se acercó a los dos millones de visitas.

- **¿Cuántas personas trabajan en su medio durante el año y cuántas específicamente en la cobertura del concurso? ¿Hace su medio contrataciones específicas para la cobertura del COAC?**

- El equipo de *Diario de Carnaval* para la cobertura del Concurso es de unas diez personas, incluyendo redactores y fotógrafos. De ellos, solo uno se dedicaba únicamente a la edición digital. Las nuevas contrataciones durante el Carnaval se han limitado a redactores gráficos, nunca periodistas. Siempre se ha nutrido la plantilla para el Concurso de la propia redacción del *Diario*.

- **¿En qué consistió exactamente la cobertura el primer año y en qué ha consistido en 2020?**

- En 2007 ya hicimos un especial de Carnaval, pero sin llegar a cubrir diariamente el COAC. En 2008 fue el primer año en que se cubrió el Concurso para digital, elaborando piezas específicas para la web y fichas con valoraciones de las agrupaciones justo al terminar cada sesión.

En 2020 la cobertura consistió en directos de cada sesión, a través de una pieza en constante actualización en la web y de las redes sociales; piezas diarias tipo SEO con el orden de actuación de la jornada y el *Jurado Diario*; galerías gráficas; informaciones complementarias durante la sesión (entrevistas, reacciones, ambiente); y también se volcaban en la web los reportajes y entrevistas que se preparaban para la edición de papel.

- **¿Cree que con los medios digitales el Carnaval de Cádiz y el COAC tiene más alcance nacional o internacional?**

- Sí, sin duda. Gracias a las redes sociales el alcance del Carnaval se ha multiplicado en los últimos años. Además, es algo que comprobamos cada año viendo las incorporaciones que llegan al Concurso desde diferentes puntos de Andalucía y de España. Se han inscrito agrupaciones de Barcelona, Santoña, Mérida, Murcia...

- **¿Cree que este hecho ha supuesto una ‘globalización’ en las letras? ¿Piensa que los repertorios y las puestas en escena se hacen ahora pensando también en ese mayor seguimiento fuera de Cádiz y de Andalucía?**

- Sí, hay autores que saben que es mucho más fácil recurrir al chiste sobre personajes conocidos de la televisión o la crítica genérica para calar en el público de fuera. Hay ciertos códigos localistas que sólo el gaditano conoce y apostar por ellos es un riesgo que no todos quieren correr ahora mismo. Además, siendo prácticos, es mucho más fácil conseguir contratos fuera de Cádiz si las letras son entendibles para el público general, ya sea de Cádiz, Sevilla o de Valladolid. Personalmente opino que el riesgo del que apuesta por el localismo, aun sabiendo que puede encontrarse con frialdad del público y que no le beneficia especialmente para llevarse contratos, debería tener reconocimiento en el Concurso. El cuarteto del Gago es el mejor ejemplo.

- **¿Desde dónde han llegado a seguir la información del COAC que publican en su medio?**

- Prácticamente desde cualquier parte del mundo. Es curiosa la cantidad de visitas que llegan desde Gran Bretaña, Francia, Estados Unidos, Rumanía... Probablemente de gaditanos que viven fuera. Y ya en territorio nacional, desde Sevilla llegan muchísimas visitas en Carnaval. También desde Málaga y Córdoba, especialmente cuando actúan agrupaciones de su tierra en el COAC.

José María Aguilera, Responsable Carnaval de La Voz de Cádiz y La Voz Digital.

(www.lavozdigital.es)

Entrevista realizada por el autor con un cuestionario enviado por correo electrónico y respondido el día 4 de noviembre de 2022.

- **¿Desde cuándo existe versión digital en su medio y desde cuándo hace cobertura específica de digital del COAC? (Me refiero a no únicamente volcar contenidos del papel)**
- Desde el nacimiento de LA VOZ, nuestro medio de comunicación ha contado siempre con soporte digital. Por tanto, en la primera cobertura del Carnaval ya se volcaban los contenidos en web.

Con respecto a la cobertura específica de digital, ha sido una transición, no lenta (pues en estos tiempos eso es imposible), pero sí escalonada. Poco a poco se empezaron a realizar contenidos más orientados a la página web (LA VOZ del Carnaval en particular y la voz en general, pues el cambio fue aparejado). De volcar los contenidos de papel se dio un pequeño paso a la elaboración de formularios, una fórmula un tanto rudimentaria a través de la cual los textos de noticias y reportajes llegaban a la sección Digital, que les daban forma para incluirlos en la web.

El paso definitivo se produce entre 2010-2012, cuando ya los contenidos se elaboran exclusivamente para la web, y los editores recuperan los más interesantes para la edición de papel del día siguiente. Poco, muy poco, se guarda de papel para luego web, sólo contenidos muy exclusivos que nos interesa que abran desde primera hora la web al día siguiente al igual que el periódico.

- **¿Nota un incremento en el tráfico de su medio con el concurso? ¿Cuál ha sido el número máximo de visitas en un día al medio durante el COAC? ¿Y en una pieza concreto? ¿Cuál fue? ¿Cuánto supone eso de incremento respecto a la media habitual?**
- Sí, el incremento es enorme. Es muy compleja la interpretación de las audiencias porque depende de muchísimos factores incontrolables y existen fluctuaciones demasiado agresivas. Hay días, años, que son muy polémicos y el Carnaval da el salto a la esfera nacional, cuando entonces se multiplican las visitas. Por poner dos ejemplos: la 'decapitación' de Puigdemont por la Familia Verdugo y el cuplé de la chirigota sevillana a la hija de Belén Esteban. Son noticias de un amplio alcance nacional, pero son muy puntuales. Hay años en los que no ocurre nada polémico y la audiencia se resiente, por lo que no se puede atribuir al Carnaval exclusivamente.

El número máximo fue el día de la Gran Final de 2019, cuando se rozaron los 500.000 navegadores únicos (unos 470.000). En esos tiempos, nuestra audiencia se situaba en unos 140.000 diarios, por lo que se multiplicó por tres o incluso cuatro. Pero como reflejo anteriormente, son más factores. Nuestros medidores de audiencia reflejan datos desde 00:00 a 23:59. Es la audiencia de toda una noche de Concurso (la final), horas en las que en condiciones normales apenas hay audiencia. Se le suman todas las visitas del sábado de Carnaval (especialmente información de servicio o sucesos puntuales, galerías de imágenes...), cuando la ciudad también multiplica el número de visitantes y por tanto se eleva la audiencia potencial. Y se suma también al enorme esfuerzo tanto de LA VOZ al contar con todos sus efectivos

y hasta colaboradores externos como de los propios trabajadores, en una jornada de trabajo de 24 horas. La pieza que más visitas dio fue: Estos son los ganadores de la Final del COAC 2019.

En cambio, 2020 fue más flojo. Notamos una bajada de audiencia. Concurso más plano, ausencia de Juan Carlos Aragón (uno de los más seguidos, obviamente), agrupaciones de menor calidad... En 2022, el cambio de fechas y la reducción a la mitad de grupos ha provocado un desplome importante (casi a la mitad) que confiamos en recuperar este 2023.

- **¿Cuántas personas trabajan en su medio durante el año y cuántas específicamente en la cobertura del concurso?**
- En LA VOZ contamos con alrededor de 25 trabajadores. En la cobertura del Concurso intentamos mantener libranzas, el 'planning diario', por lo que hay periodistas que cubren el Concurso específicamente pero otros compañeros que se van incorporando y reforzando. Específicamente, 6 (cinco redactores y un fotógrafo), pero siempre participan al menos dos de apoyo (un redactor y otro fotógrafo-videógrafo). Además, en esas semanas la producción local suele caer, ya que la capital es la gran suministradora de noticias y éstas se reducen por motivos obvios. Por lo que en general muchos recursos del periódico (redactores, fotógrafos, redes sociales, SEO... se invierten en el Carnaval).
- **¿Hace su medio contrataciones específicas para la cobertura del COAC?**
- Sí, LA VOZ destina una partida presupuestaria exclusiva para el Carnaval para contar con al menos con 3-4 efectivos. Son colaboraciones pagadas pues evitamos la colaboración gratuita, sólo por la credencial.

Juan Manuel Blanco Poley. Director de Canal Sur Media.

Debido a que vive en otra ciudad y a las dificultades para cuadrar las agendas, el autor realizó la entrevista mediante un cuestionario enviado por mensajería instantánea y respondido el día 3 de noviembre de 2022.

- **¿Desde cuándo existe versión digital en su medio y desde cuándo hace cobertura específica de digital del COAC? (Me refiero a no únicamente volcar contenidos de la radio o de la tele)**
- Finales de los 90.
- **¿Nota un incremento en el tráfico de su medio con el concurso?**
- Si. Habitualmente los pinchazos en directo se multiplican por dos o por tres en semis e incluso hasta por diez en alguna final.
- **¿Cuál ha sido el número máximo de visitas en un día al medio durante el COAC?**
- En algunas finales, hemos registrado en torno a 100.000 usuarios únicos.
- **¿Y en una pieza concreto? ¿Cuál fue? ¿Cuánto supone eso de incremento respecto a la media habitual?**
- A ver, más que en piezas en nuestra web donde hemos notado números espectaculares es en nuestras plataformas sociales: YouTube, Facebook o Twitter. Las coplas alcanzan una viralidad enorme en algunos casos con cientos de miles de reproducciones. Es importante resaltar el papel de Twitter durante el COAC.

Esta última edición, una de las más especiales por tener lugar fuera de su fecha habitual en febrero, el HT propio que movió Canal Sur durante la final, #32Finales, fue Trending Topic Nacional con más de diez millones de impresiones durante las 11 horas de retransmisión, alcanzado durante varias horas la tercera tendencia nacional justo por detrás del oficial del concurso #COAN2022Final, que fue TT mundial durante varias horas.

Curioso también fue lo sucedido en 2021 que no hubo concurso por la pandemia y en Canal Sur ofrecimos una selección de las mejores finales de los últimos años, el Concurso del Milenio. El hashtag que se dinamizó durante la emisión fue #ConcursoMilenioF y fue primera tendencia nacional desde los primeros compases del concurso hasta su término hacia las 07:00 a.m. por encima de las principales etiquetas de los programas nacionales (#eldesafio5, #GotTalent5). #ConcursoMilenioF alcanzó 38.8 millones de impresiones potenciales, generando más de 18.500 tweets y 5.900 usuarios activos. Cifras con las que fue Trending Topic nacional durante 10 horas y 45 minutos en España.

En 2020, además del HT oficial del concurso #COAC2020Final, que arrasó esa noche, lanzamos una pregunta en antena y dinamizamos la etiqueta #YaSon31Finales pidiendo a la audiencia que nos dijera desde donde nos seguía. La respuesta fue espectacular alcanzando TT nacional con dicha acción. Además, también nos convertimos en Tendencia con la otra etiqueta que habíamos estado moviendo estos días #YaSon31Carnavales. Entre ambas etiquetas alcanzamos más de 45 millones de impresiones.

En 2019 tuvimos una de las mejores audiencias televisivas del concurso alcanzando un 27,6 por ciento de Share, una cifra espectacular para una autonómica como la nuestra. La audiencia social también fue tremenda, varios TT mundiales y por momentos todas las tendencias nacionales copadas por etiquetas relacionadas con la Final del Carnaval.

Otro dato tremendo la Final del Carnaval de Cádiz de 2018 fue el segundo evento más tuiteado en España después de la Final de Operación Triunfo. Se obtuvieron casi 113 millones de impresiones potenciales, por los 119 millones que obtuvo la final de OT. Además, durante más de 4 horas fue cabeza de los TT a nivel mundial.

- **¿Cuántas personas trabajan en su medio durante el año y cuántas específicamente en la cobertura del concurso?**
- En Canal Sur Media en las distintas áreas somos en torno a 30 personas. Durante los días del concurso en torno a 12 personas pueden trabajar en contenidos en torno al Carnaval.
- **¿Hace su medio contrataciones específicas para la cobertura del COAC? ¿Algún únicamente para la edición digital?**
- No.
- **¿En qué consistió exactamente la cobertura en el digital el primer año y en qué ha consistido en 2020 y en 2022?**
- Obviamente las posibilidades que ofrecía la web a mediados de los 90 eran muy limitadas. Nos ceñíamos a una cobertura textual y con fotos y con videos de poco peso. A lo largo de los años las coberturas han ido ganando en elementos multimedia de mucha mayor calidad. Durante los últimos años, ofrecemos una cobertura prácticamente en tiempo real; no sólo el streaming en directo del concurso sino que vamos troceando y dinamizando cada actuación del Concurso, así como algunas coplas y momentos que ocurren en el Falla y que nos encargamos de dinamizar por web y Redes.
- **¿Cree que con los medios digitales o las ediciones en digital de los medios el Carnaval de Cádiz y el COAC tiene más alcance nacional o internacional?**
- Por cobertura la tienen. Pero creo, y es una opinión personal, que el Carnaval interesa a los muy aficionados.
- **¿Cree que este hecho ha supuesto una ‘globalización’ en las letras? ¿Piensa que los repertorios y las puestas en escena se hacen ahora pensando también en ese mayor seguimiento fuera de Cádiz y de Andalucía?**
- No creo que sea así. Hay veces que las letras son demasiado localistas y difícilmente accesibles para las personas que viven ajenos a Cádiz.
- **¿Desde dónde han llegado a seguir la información del COAC que publican en su medio?**
- Cada año nos mandan mensajes siguiendo la final desde todas las partes del mundo. Eso sí, la gran mayoría por no decir todos, son andaluces aficionados al Carnaval que viven en la diáspora.

Daniel Rodway, director 'Diario Bahía de Cádiz'

(www.diariobahiadecadiz.com).

Entrevista realizada por el autor vía telefónica el día 7 de noviembre de 2022.

- **¿Desde cuándo existe su medio y desde cuándo hace cobertura específica del COAC?**
- Fundamos *Diario Bahía de Cádiz* en verano de 2004 (concretamente, el 7 de julio), y desde sus primeros meses oferta el suplemento permanente Carnaval366Días (<https://www.diariobahiadecadiz.com/Carnaval366dias/>). Ya pudimos cubrir el COAC de 2005 (pese a las reticencias iniciales desde el Ayuntamiento de entonces). De hecho (sin temor a equivocarnos) fuimos el primer medio de comunicación exclusivamente digital en cubrir informativamente desde el mismo Teatro Falla el concurso (existía también una página web temática, pero no era un medio periodístico). Desde entonces sumamos 17 ediciones del COAC.
- **¿Nota un incremento en el tráfico de su medio con el concurso?**
- Sí, lo notamos. Desde el primer Falla cubierto en 2005, ya que fue el primer tirón de audiencia del periódico. Es verdad que en esos primeros años (hasta 2013-2014, más o menos), la subida de lectores/usuarios/visitas era mucho más notable y exponencial, con respecto al tráfico mensual 'normal' que hemos ido consolidando. Luego, con la eclosión de portales, web, micromedios y la extensión de las redes sociales, el impacto está siendo menor (entre tantos canales y 'competencia' saturando con la excusa del COAC).
- **¿Cuál ha sido el número máximo de visitas en un día al medio durante el COAC?**
- Alrededor de 80.000 visitas.
- **¿Y en una pieza concreto?**
- Cerca de 40.000 visitas.
- **¿Cuál ha sido el número máximo de visitas en un día al medio durante el COAC? ¿Y en una pieza concreto? ¿Cuál fue? ¿Cuánto supone eso de incremento respecto a la media habitual?**
- Contenido entre los años 2010-2012 con información sobre el pase de preliminares, sobre el pase a la final, sobre los ganadores tras la final, y alguna crónica de las preliminares coincidiendo con actuaciones de la comparsa de Juan Carlos Aragón. (Ahora mismo nos es imposible acordarnos y rescatar las piezas en concreto).
- **¿Cuánto supone eso de incremento respecto a la media habitual?**
- Mucho. Durante una de esas jornadas de antaño con picos de audiencia, las visitas podían multiplicarse por ocho.
- **¿Cuántas personas trabajan en su medio durante el año y cuántas específicamente en la cobertura del concurso?**

- Durante el Falla, un periodista, sólo se nos concede una credencial. Excepcionalmente en un concurso pasado pudimos contratar a otra persona (un fotógrafo), al contar con dos acreditaciones. Durante el año, en el periódico trabaja una persona y un fotógrafo, y diferentes colaboradores.
 - **¿Hace su medio contrataciones específicas para la cobertura del COAC?**
 - Salvo esa ocasión, en 2012, no.
 - **¿En qué consistió exactamente la cobertura el primer año y en qué ha consistido en 2020 y en 2022?**
 - Pensándolo bien, no hemos cambiado mucho nuestra cobertura (y filosofía) del Falla desde la primera vez que ‘entramos’ en el foso, salvo que en 2005 éramos unos novatos dentro del teatro. Nuestra cobertura anual desde los primeros años incluye como pilares la crónica-crítica diaria de la sesión (con toque propio y particular, y sin prisas por ser los primeros en ‘colgarla’), galería de fotos (propias), piezas con actualidad alrededor del COAC y nuestro jurado no-oficial diario. A ello hemos sumado en las últimas coberturas informaciones específicas por cada agrupación, recogiendo sus distintos pases a lo largo del concurso. Ni antes ni ahora recurrimos a las redes sociales para ir “contando en directo” las coplas.
 - **¿Cree que con los medios digitales el Carnaval de Cádiz y el COAC tiene más alcance nacional o internacional?**
 - Sí, aunque es verdad que la mayoría de las veces el que busca Carnaval desde fuera de Cádiz, de Andalucía o de España, es porque ya lo conoce y lo sigue. Aunque hay que reconocer que su principal tirón más allá de sus fronteras es la televisión (y desde hace ya años, YouTube, claro).
 - **¿Cree que este hecho ha supuesto una ‘globalización’ en las letras? ¿Piensa que los repertorios y las puestas en escena se hacen ahora pensando también en ese mayor seguimiento fuera de Cádiz y de Andalucía?**
 - Más o menos, pues al tener una mayor difusión gracias a los medios (y a internet) fuera de Cádiz, a esa ‘globalización’ de repertorios también se ha unido la posibilidad de los grupos de lograr contratos más allá de la ciudad/provincia. Aunque consideramos que fue una tendencia de unos años, ya que en los últimos concursos se está advirtiendo todo lo contrario, una re-gaditanización. Esta universalización en las letras ha sido más evidente en chirigotas (con un humor más estandarizado y entendible más allá de Despeñaperros, y referencias a personajes del famoseo televisivos), mientras en coplas de comparsas se ha tirado a temas más nacionales y demagógicos que locales.
- Respecto a las puestas en escena más o menos elaboradas, entendemos que tienen más que ver con la idea/presupuesto de cada grupo en particular, y no tanto con la potencial difusión de la obra en el momento de la actuación en el Falla.
- **¿Desde dónde han llegado a seguir la información del COAC que publican en su medio?**
 - No lo tenemos estudiado a fondo, pero hemos advertido usuarios desde países de Iberoamérica, desde EEUU, y desde rincones curiosos de Europa como Francia (alguna editorial nos llegó a comprar hasta fotos), Noruega o Dinamarca (ya se sabe,

los gaditanos por el mundo). Pero la gran mayoría son visitas de nacionales (sobresaliendo Sevilla y Madrid).

Rubén López. Responsable de Carnaval COPE Cádiz

(<https://www.cope.es/emisoras/andalucia/cadiz-provincia/cadiz>)

Entrevista realizada por el autor mediante el envío de un cuestionario por correo electrónico que fue respondido el día 8 de noviembre de 2022.

– **¿Desde cuándo existe versión digital en su medio y desde cuándo hace cobertura específica de digital del COAC?**

- Desde antes de 2010, la Cadena COPE emite en streaming por internet toda su programación. Con la llegada de las aplicaciones móviles la emisión por internet ha mejorado mucho pues permite que el usuario pueda elegir el contenido que desea, a la par que la emisora. De esta manera cualquier oyente puede escuchar el Carnaval de Cádiz en cualquier parte del mundo.

En el caso del Carnaval, COPE lleva años enfocando gran parte de su programación a lo digital. Desde 2017 el Carnaval tiene un podcast específico en COPE Cádiz que se hace desde el mes de octubre hasta la llegada del concurso.

– **¿Nota un incremento en el tráfico de su medio con el concurso? ¿Cuál ha sido el número máximo de visitas en un día al medio durante el COAC? ¿Y en una pieza concreto? ¿Cuál fue? ¿Cuánto supone eso de incremento respecto a la media habitual?**

- Las visitas y escuchas del Carnaval a través de la web sube de manera exponencial cuando llega el concurso. No tenemos datos concretos, pero si la certeza de que es así, viendo además la interacción de los oyentes. Si tenemos la cifra de más de un millón de reproducciones del vídeo de la despedida de Juan Carlos Aragón en las puertas del Teatro Falla. Aquel vídeo superó todas las expectativas y fue solicitado incluso por televisiones nacionales.

En los últimos años la empresa se está volcando mucho más con lo digital haciendo bastante hincapié en la imagen y lo audiovisual, teniendo en cuenta que la cobertura en web puede ser mucho más amplia que la antena tradicional, más limitada y coartada por los horarios y la parrilla.

– **¿Cuántas personas trabajan en su medio durante el año y cuántas específicamente en la cobertura del concurso? ¿Hace su medio contrataciones específicas para la cobertura del COAC? ¿Alguno únicamente para la edición digital?**

- En la emisora de Cádiz somos 3 redactores, además de otros compañeros de otras áreas administrativas y comerciales. Para la retransmisión del Carnaval se contratan a dos compañeros ajenos a la empresa, para completar una cobertura que realizan entre 5 y 6 compañeros en total. Una de las contrataciones está enfocada a todo lo audiovisual y redes sociales, sin descuidar nunca la edición digital pues ahí tiene cabida todos los contenidos que se generan.

– **¿En qué consistió exactamente la cobertura en el digital el primer año y en qué ha consistido en 2020 y en 2022?**

- El gran cambio entre 2020 y 2022 ha sido que la cobertura a través de internet ha sido mayor en el último año. Asimismo, en el COAC 2022, la Cadena COPE ha trasladado a su web nacional la propia retransmisión del Carnaval, así como en la aplicación de la emisora. De esta manera el acceso es mucho más rápido e intuitivo

para el oyente que tiene la posibilidad de elegir entre la emisión habitual o nacional, o el propio Carnaval.

- **¿Cree que con los medios digitales o las ediciones en digital de los medios el Carnaval de Cádiz y el COAC tiene más alcance nacional o internacional?**
 - Sin duda, el acceso a internet ha hecho que todo sea más globalizado y que los oyentes se multipliquen, así como la capacidad de difusión de la fiesta.
 - **¿Cree que este hecho ha supuesto una ‘globalización’ en las letras? ¿Piensa que los repertorios y las puestas en escena se hacen ahora pensando también en ese mayor seguimiento fuera de Cádiz y de Andalucía?**
 - No tiene por qué, quizás eso va más en función del tipo de agrupación y seguramente su procedencia. Hemos visto como en los últimos años agrupaciones han conseguido premios con tintes clásicos y sin perder la esencia del Carnaval. Quizás la aparición de la televisión si fomentó en parte que algunos repertorios tuvieran una visión más amplia de lo que es la propia ciudad de Cádiz.
- No obstante, queda claro que en muchas ocasiones una letra tiene una mayor repercusión si toca un tema general que uno más concreto y eso está claro que ayuda mucho la difusión a través de las redes del concurso.
- **¿Desde dónde han llegado a seguir la información del COAC que publican en su medio?**
 - Me consta que países como Estados Unidos o Australia han tenido un seguimiento del concurso a través de la web de COPE. Evidentemente de gaditanos o aficionados que residen en esos países, pero la facilidad con la que puede acceder hoy por hoy a cualquier agrupación o copla de Carnaval permite precisamente que su difusión sea prácticamente internacional.

Francisco Sánchez Múgica, director de lavozdelsur.es

Entrevista realizada por el autor mediante el envío del cuestionario por mensajería instantánea y respondido el día 18 de noviembre de 2022.

- **¿Desde cuándo existe su medio y desde cuándo hace cobertura específica del COAC?**
- 2014, desde 2016.
- **¿Nota un incremento en el tráfico de su medio con el concurso?**
- En principio, sí, en piezas en torno al COAC, más que en cuanto a crónicas en sí.
- **¿Cuál ha sido el número máximo de visitas en un día al medio durante el COAC? ¿Y en una pieza concreto? ¿Cuál fue? ¿Cuánto supone eso de incremento respecto a la media habitual?**
- Sin especificar
- **¿Cuántas personas trabajan en su medio durante el año y cuántas específicamente en la cobertura del concurso? ¿Hace su medio contrataciones específicas para la cobertura del COAC?**
- 10 periodistas y fotoperiodistas más 40-50 colaboradores. En principio, no solemos tener contrataciones específicas, pero sí lo estamos valorando
- **¿En qué consistió exactamente la cobertura el primer año y en qué ha consistido en 2020 y en 2022?**
- Actualidad diaria en torno al COAC
- **¿Cree que con los medios digitales el Carnaval de Cádiz y el COAC tiene más alcance nacional o internacional?**
- Por supuesto, las fronteras diluidas gracias a lo digital y las redes sociales expanden como nunca el Carnaval y el COAC, su auge de un tiempo a esta parte se debe a que ya no queda reducido su impacto al pequeño núcleo de la vetusta y obsoleta prensa local, sino que, gracias a los medios nativos digitales, y a las forzosas adaptaciones que ha tenido que hacer esa prensa histórica
- **¿Cree que este hecho ha supuesto una ‘globalización’ en las letras? ¿Piensa que los repertorios y las puestas en escena se hacen ahora pensando también en ese mayor seguimiento fuera de Cádiz y de Andalucía?**
- Entiendo que es consecuencia de, claro, al ser consciente de que tu audiencia es mayor tu perspectiva es más amplia. Aunque creo que también hay un componente importante de localización, las letras locales del COAC se transforman en globales precisamente por se ocupan de temas que a menudo nos conciernen a todas

- **¿Desde dónde han llegado a seguir la información del COAC que publican en su medio?**
- No podría decirte exactamente, porque las métricas de Analytics son complejas y hablamos de años atrás, pero en general nuestro medio es seguido por más de 50-60 países del mundo mensualmente, según los datos de Google Analytics.

Juan Antonio Quiñones, director Cádiz Noticias

(www.cadiznoticias.es).

Entrevista realizada por el autor por teléfono el día 25 de noviembre de 2022.

- **¿Desde cuándo existe su medio y desde cuándo hace cobertura específica del COAC?**
- *Cadiznoticias* se fundó en una primera época en 2005 y tras unos años en los que dejó de publicarse volvió a la actividad en 2016 hasta el día de hoy. Hemos cubierto la información relativa al COAC en 2006, 2007 y desde 2016 en adelante.
- **¿Nota un incremento en el tráfico de su medio con el concurso? ¿Cuál ha sido el número máximo de visitas en un día al medio durante el COAC? ¿Y en una pieza concreto? ¿Cuál fue? ¿Cuánto supone eso de incremento respecto a la media habitual?**
- Durante la celebración del COAC se nota un incremento de audiencia que además se sostiene durante la duración del COAC. Además, cada año se producen de tres o cuatro picos audiencia puntuales. El máximo número de visitas en un día durante el COAC ha sido el 20 de enero de 2017 con 10.886 visitas.

La pieza más visita relativa al COAC es la del “Jurado de *Cadiznoticias*” de 2017 con 56.527 visitas, aunque hay que decir que era una página dinámica que se actualizaba cada día. Si nos referimos a una página de información fija, la de mayor audiencia es “Las que pasan a semifinales del COAC de 2018”, con 7.535 visitas.

El COAC supone un incremento de audiencia de un 300% aproximadamente, si bien el día de mayor audiencia, el 20 de enero de 2017, supuso un incremento del 1.000%.

- **¿Cuántas personas trabajan en su medio durante el año y cuántas específicamente en la cobertura del concurso? ¿Hace su medio contrataciones específicas para la cobertura del COAC?**
- Actualmente *Cadiznoticias* cuenta con un trabajador y dos colaboradores. Durante el concurso hay una persona dedicada al COAC, pero no exclusivamente. No realizamos contrataciones para cubrir el evento.
- ¿En qué consistió exactamente la cobertura el primer año y en qué ha consistido en 2020 y en 2022?

No ha habido mucha diferencia con el paso de los años. Realizamos una crónica de cada agrupación y una galería de fotografías. Además de ofrecer información sobre el fallo del jurado, penalizaciones y acontecimientos puntuales que suceden en el teatro.

En los primeros años realizábamos un jurado paralelo al oficial conjuntamente con *Portal de Cádiz*. Intentamos recuperarlo en 2022 pero al celebrarse el COAC en unas fechas poco habituales tuvimos que dejar aparcada la idea hasta 2023.

- **¿Cree que con los medios digitales el Carnaval de Cádiz y el COAC tiene más alcance nacional o internacional?**
- En nuestra opinión el COAC tiene una dimensión fundamentalmente nacional, aunque es cierto que los medios digitales atraen una audiencia del exterior de España, pero fundamentalmente de andaluces emigrados.
- **¿Cree que este hecho ha supuesto una ‘globalización’ en las letras? ¿Piensa que los repertorios y las puestas en escena se hacen ahora pensando también en ese mayor seguimiento fuera de Cádiz y de Andalucía?**
- Indudablemente. Los autores del COAC siempre han tenido en cuenta la reacción del público a la hora de componer los repertorios. Antes de la televisión y los medios digitales y después. Y es evidente que una globalización de la audiencia gracias a los medios de comunicación ha supuesto que los repertorios también se globalicen. Los autores siempre han demostrado una gran capacidad de adaptación a la audiencia.
- **¿Desde dónde han llegado a seguir la información del COAC que publican en su medio?**
- Lo más lejos Argentina y Australia, aunque el grueso de la audiencia del COAC del exterior de España se encuentra, por este orden, en Suecia (9%), Estados Unidos (8%) y Alemania (5%). Curiosamente la audiencia en España durante el COAC desciende al 55% cuando lo habitual es que supere el 85%).

Álvaro Geneiro, responsable de la sección de Carnaval de Viva Cádiz y VivaCadiz.es

Entrevista realizada por el autor vía telefónica el día 29 de noviembre.

- **¿Desde cuándo existe versión digital en su medio y desde cuándo hace cobertura específica de digital del COAC? (Me refiero a no únicamente volcar contenidos del papel).**
- En la web de *Viva Cádiz* siempre se habían volcado los contenidos del papel, pero desde hace al menos 10 años se potencia la web en dos sentidos: contenido e inmediatez. Antes del auge de la prensa digital, el periódico en papel mandaba y la web era una especie de complemento que se actualizaba una vez se había cerrado el periódico. Ya no, ahora la actualización tanto en web como en redes sociales es constante y con contenidos que no tienen cabida en papel o no tendría sentido publicar ya al día siguiente.
- **¿Nota un incremento en el tráfico de su medio con el concurso? ¿Cuál ha sido el número máximo de visitas en un día al medio durante el COAC? ¿Y en una pieza concreto? ¿Cuál fue? ¿Cuánto supone eso de incremento respecto a la media habitual?**
- Sí, se nota muchísimo el incremento de tráfico, pero es prácticamente imposible cuantificar estos datos al disponer Publicaciones del Sur, S. A. de numerosas webs distintas que comparten artículos. No hablamos sólo de que en la web de *Viva Cádiz* aumenten las visitas, es que cada agrupación lleva en la web una crónica y una galería de fotos propia que se publica también en su ciudad correspondiente. Es decir, si actúa una comparsa de Córdoba se publicarán al instante crónica y galería de fotos tanto en *Viva Cádiz* como en *Viva Córdoba* y sus respectivas cuentas de Twitter y Facebook.

Hace unos años, como comentaba antes, únicamente se subía a la web una crónica general a *Viva Cádiz* al final de la noche y una previa de la siguiente función. Eso sí sería cuantificable al tratarse de dos artículos únicamente, pero ahora en una función lo habitual es subir una crónica general, una crónica con galería de fotos de cada una de las agrupaciones participantes, la previa del día siguiente una entrevista, una columna de opinión, noticias variadas que genera el concurso sobre la marcha. Todos estos artículos van de inmediato a las redes sociales del medio. Además, como decimos, cada crónica perteneciente a una agrupación que no sea de Cádiz capital se publica en la web de su provincia, lo que multiplica sus visitas, ya que hablamos de compartir el artículo en webs con amplio seguimiento como *Viva Sevilla*, *Viva Huelva*, *Viva Málaga*, *Viva Córdoba*, *Viva Jaén*, etc. y otras más locales: *Viva Jerez*, *Viva Campo de Gibraltar*, *Sanlúcar Información*, *San Fernando Información*, *Viva Chiclana*, *Viva Rota*, *Viva Barbate*, etc.

- **¿Cuántas personas trabajan en su medio durante el año y cuántas específicamente en la cobertura del concurso? ¿Hace su medio contrataciones específicas para la cobertura del COAC?**

- En la delegación de *Viva Cádiz* trabajan durante el año tres personas, aunque al disponer también de televisión (7TV Cádiz) habría que sumar a los dos cámaras/realizadores y a los presentadores de programas específicos, que también aportan contenido al periódico. Sí, se realizan contrataciones para cubrir tanto el COAC como el Carnaval de la calle. De otro modo sería imposible de cubrir bien, ya que las tres personas que trabajan durante el día para las noticias diarias no podrían estar también cada noche en el teatro.

Específicamente, para la cobertura del concurso, trabajan 6 personas entre cronista, redactores y fotógrafos. Hay que tener en cuenta que no se puede estar en dos lugares a la vez y para realizar entrevistas tras una actuación hay que estar detrás del escenario mientras, posiblemente, ya haya dado comienzo otra agrupación. Disponer desde hace cinco años de un pase más nos ha permitido aumentar la paginación y realizar entrevistas in situ, algo que en los años precedentes era imposible.

- **¿En qué consistió exactamente la cobertura el primer año y en qué ha consistido en 2020 y en 2022?**

- Para cubrir el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas hay temas que son imprescindibles y no cambian. Por ejemplo, una previa completa de cada sesión es algo vital para que los lectores sepan qué van a ver ese día y recuerden qué agrupación era cada una el año anterior. Las crónicas es otro tipo de publicación que no puede faltar, así como las galerías de ambiente, puesto que durante el COAC hay espectáculo en el escenario, pero también fuera de él. El Gran Teatro Falla vive un ambiente espectacular durante el concurso y eso conviene reflejarlo en los medios para trasladar ese ambiente a quienes no tienen la suerte de vivirlo en directo.

Reportajes varios, según surjan ideas, completan la información. En nuestro caso, esos puntos siempre los hemos hecho, pero en los últimos años, al sumar una acreditación más, hemos podido realizar entrevistas con valoraciones a quienes actúan cada noche. Estas entrevistas se publican tanto en papel, como en la web. Además, tras cada agrupación se graba un vídeo a algún componente valorando su paso por las tablas y lo publicamos directamente en las redes sociales del medio.

- **¿Cree que con los medios digitales el Carnaval de Cádiz y el COAC tiene más alcance nacional o internacional?**

- Por supuesto. La presencia de los medios en internet es, de hecho, su principal fuente de supervivencia. Tanto las propias webs como las redes sociales de cada medio llevan el Carnaval de Cádiz a lugares en los que no sería conocido sólo por los medios de comunicación tradicionales. Es mucho más fácil encontrar información a través de internet, aunque sea de forma casual, e interesarse por el Carnaval a partir de ahí a que ocurra lo mismo con una radio, televisión o periódico impreso. Más allá de la prensa digital, las redes sociales son un hervidero de comentarios cada noche y trending topic cada noche en Twitter.

- **¿Cree que este hecho ha supuesto una ‘globalización’ en las letras? ¿Piensa que los repertorios y las puestas en escena se hacen ahora pensando también en ese mayor seguimiento fuera de Cádiz y de Andalucía?**

- Sí, aunque personalmente no me guste en absoluto. El Carnaval es "de Cádiz" y muchas veces parece no serlo porque para que se entienda una letra fuera de la ciudad se recurre tópicos o a personajes de la prensa rosa. Donde hace unos años todo era local, ahora es "global" y si se hace un chiste con alguien, por ejemplo, con algo de sobrepeso, donde antes se hablaba 'del Pepón' o de Julio Pardo ahora se habla de Falete para que lo entienda cualquiera que escuche la letra.

Las puestas en escena han evolucionado mucho, pero no creo que sea tanto por esa globalización sino por la propia competitividad entre las agrupaciones, que cada año intentan sorprender y arañar puntitos a sus rivales con una puesta en escena y unos tipos espectaculares.

- **¿Desde dónde han llegado a seguir la información del COAC que publican en su medio?**
- Desde Estados Unidos hemos registrado conexiones, además de en todos los países de Europa y varios latinoamericanos. Puntualmente, llegamos a ver alguna conexión a la web desde Australia.

Pedro Espinosa. Jefe de Informativo de Radio Cádiz SER

Responsable de la edición digital de la radio (<https://cadenaser.com/radio-cadiz/>) y autor de podcast relacionados con Cádiz y el Carnaval. (La Ciudad Cantada).

Entrevista realizada por el autor vía telefónica el día 6 de diciembre de 2022.

- **¿Desde cuándo existe versión digital en su medio y desde cuándo hace cobertura específica de digital del COAC? (Me refiero a no únicamente volcar contenidos de la radio).**
- Aunque ya se colgaban las retransmisiones del Carnaval desde 2012, no se hizo un seguimiento en web diario del concurso hasta 2015. Entonces a la retransmisión habitual por radio, se sumó una crónica en web y un seguimiento en directo en redes sociales que continúa hoy.
- **¿Nota un incremento en el tráfico de su medio con el concurso? ¿Cuál ha sido el número máximo de visitas en un día al medio durante el COAC? ¿Y en una pieza concreto? ¿Cuál fue? ¿Cuánto supone eso de incremento respecto a la media habitual?**
- Sí. El concurso de Carnaval incrementa notablemente la audiencia de la web de Radio Cádiz y su número de seguidores. Aunque no tenemos la posibilidad de encontrar el máximo de visitas en un día en estos siete años, sí podemos decir que la visitas pueden llegar a las 50.000 en un día habitual de concurso, con picos en algunas piezas de 200.000. Las piezas de pasodobles a tenor de las comparsas más reconocidas (grabadas en camerinos) superan ampliamente esas cifras y algunos de estos vídeos superan el millón de visualizaciones en redes sociales. El consumo web durante el concurso llega a triplicar el habitual del resto del año.
- **¿Cuántas personas trabajan en su medio durante el año y cuántas específicamente en la cobertura del concurso? ¿Hace su medio contrataciones específicas para la cobertura del COAC? ¿Alguno únicamente para la edición digital?**
- En Radio Cádiz trabajan habitualmente siete redactores y un técnico, y en el Carnaval, incluida la cantera, hay ocho personas trabajando. La radio contrata colaboraciones específicas para el seguimiento del concurso. En los dos últimos años se ha contratado a una persona específicamente para el contenido digital.
- **¿En qué consistió exactamente la cobertura en el digital el primer año y en qué ha consistido en 2020 y en 2022?**
- El primer año se hacía una crónica diaria digital, un jurado diario y seguimiento en redes, además de un concurso con el público llamado *Doctorado Honoris Carnaval*. En 2022, salvo el concurso, se mantiene todo ampliado con reportajes en vídeo desde camerinos, grabación de pasodobles a tenor, contenido extra exclusivamente digital como entrevistas o anécdotas... Llegó a hacerse incluso una ficción audiovisual en el palco.

- **¿Cree que con los medios digitales o las ediciones en digital de los medios el Carnaval de Cádiz y el COAC tiene más alcance nacional o internacional?**
- El público del COAC es, sobre todo, nacional, aunque cada vez más tiene un alcance internacional en todos los continentes, aunque, sobre todo, en América Latina y algunos países europeos.
- **¿Cree que este hecho ha supuesto una ‘globalización’ en las letras? ¿Piensa que los repertorios y las puestas en escena se hacen ahora pensando también en ese mayor seguimiento fuera de Cádiz y de Andalucía?**
- Desde hace tiempo, sobre todo, desde la retransmisión televisiva hay un esfuerzo de algunas agrupaciones porque sus repertorios se entiendan en toda España. Y se abordan también temas nacionales que puedan llegar más lejos. Pero, en general, el repertorio de la mayoría de las agrupaciones suele mayoritariamente girar a temáticas gaditanas. En los últimos años se ha observado además esta voluntad de aferrarse a lo gaditano como una reivindicación frente a otras opciones más globalizadoras tanto en letras como en música o tipos.
- **¿Desde dónde han llegado a seguir la información del COAC que publican en su medio?**
- Desde todos los continentes. Nos han llegado mensajes de Uruguay, Brasil, Chile, Marruecos, Australia, Estados Unidos... El Carnaval de Cádiz es un fenómeno cultural que, desde lo local, ha superado todas las fronteras.

Carmen Fernández Morillo. Directora de Onda Cádiz RTV

(<https://ondacadiz.es/>)

Entrevista realizada por el autor mediante envío de cuestionario por correo electrónico y respondido el día 17 de enero de 2023.

- **¿Cuántas personas trabajan en su medio durante el año y cuántas específicamente en la cobertura del concurso?**
- 57 personas sin contar colaboraciones y en el COAC trabajan en torno a 40.
- **¿Hace su medio contrataciones específicas para la cobertura del COAC?**
- Sí.
- **¿Alguno únicamente para la edición digital?**
- A la edición digital se dedican tres personas, con recursos humanos propios. Hay que tener en cuenta que durante el COAC sólo se realizan programas informativos en directo suspendiéndose el resto de la programación. El concurso condiciona totalmente la parrilla de Onda Cádiz.
- **¿En qué consistió exactamente la cobertura en el digital el primer año y en qué ha consistido en 2020 y en 2022?**
- Inicialmente, se usaba internet para propiciar una mayor difusión de un contenido periodístico y audiovisual convencional. Hoy se usa todo el potencial de las redes sociales y plataformas para llegar a todo el mundo a través de dispositivos móviles con contenidos específicamente creados para su difusión digital.
- **¿Cree que con los medios digitales o las ediciones en digital de los medios el Carnaval de Cádiz y el COAC tiene más alcance nacional o internacional?**
- Totalmente. El COAC tiene una audiencia fiel en países como Inglaterra, Francia, Alemania, México, Uruguay, Estados Unidos... En 2022, en el apartado de músicas del mundo de Spotify fue lo más oído. Es tendencia nacional en Twitter...
- **¿Cree que este hecho ha supuesto una ‘globalización’ en las letras?**
- No necesariamente. Creo que sigue estando muy presente el contenido local. Los autores de Carnaval siempre se han interesado por problemas y contenidos universales, sin perder de vista su mirada a Cádiz.
- **¿Piensa que los repertorios y las puestas en escena se hacen ahora pensando también en ese mayor seguimiento fuera de Cádiz y de Andalucía?**
- Evidentemente. Hoy la escenografía tiene un peso importante en el concurso, lo que no sucedía antes de que llegase la televisión. Es un espectáculo visual también al igual que llega a la audiencia lo que sucede en el público, la relación de las agrupaciones con el patio de butacas y con el paraíso, por ejemplo. Es algo único en el mundo del espectáculo contemporáneo que recuerda al modelo teatral público de los siglos XVI y XVII.

- **¿Desde dónde han llegado a seguir la información del COAC que publican en su medio?**
- El país donde tiene muchos seguidores es Uruguay, por la similitud de ambos carnavales pero, como he dicho antes, hay una comunidad joven fiel al COAC en numerosos países que consume carnaval socializando además a través de las redes.
- **¿Desde cuándo existe versión digital en su medio y desde cuándo hace cobertura específica digital del COAC?**
- En junio de 2010 vio la luz el portal *CádizBook* que era entre otras cosas una versión digital de todos los contenidos de Onda Cádiz incluido el directo online y todos los contenidos del COAC, aunque ya desde un par de años antes (2008) se subían las sesiones del COAC a la web www.ondacádiz.es.
- **¿Nota un incremento en el tráfico de su medio en el concurso?**
- Sí, el incremento es continuo, pasando a mayores reproducciones en vídeo bajo demanda que en directo en los últimos años.
- **¿Cuál ha sido el número máximo de visitas en un día al medio durante el COAC? ¿En qué pieza en concreto?**
- En reproducciones, el máximo de visitas fue en el pasado COAC, el lunes 23 de mayo con 480.073 reproducciones. El vídeo más reproducido del pasado COAC hasta la fecha es Comparsa, Los Sumisos - Gran Final con 461.569 reproducciones.
- **¿Cuánto supone eso de incremento respecto a la media habitual?**
- Respecto a la media habitual del canal en YouTube supone aprox. un incremento de un 3.000 por ciento.

Entrevistas asociaciones de periodistas

Lorena Mejías Castaño. Vicedecana Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía

Presidenta en Cádiz del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía

Entrevista presencial realizada por el autor en una cafetería de Cádiz el día 3 de octubre de 2022.

- **¿Qué es exactamente el ROMDA y para qué sirve o debería servir?**
- El ROMDA es el Registro Oficial de Medios Digitales de Andalucía, creado por el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía, al objeto de facilitar una herramienta emanada por una entidad de derecho público que sirva para facilitar la diferenciación de los medios de comunicación periodísticos del resto de contenidos que existen en el entorno digital. También pretende resaltar la labor profesional periodística en Internet, promover la generación de contenidos periodísticos profesionales y velar por el derecho a la información de la ciudadanía en el entorno digital.
- **¿Cuándo y cómo surgió?**
- Surgió a raíz del Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas de 2014. Aquel año, ante la avalancha de solicitudes de acreditación para cubrir el concurso y la imposibilidad de argumentar con criterios técnicos claros qué era un medio de comunicación informativo y qué no, la entidad organizadora decidió excluir todas las solicitudes procedentes de páginas web. Fue entonces cuando el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía, atendiendo a sus fines de alcanzar la adecuada satisfacción de los intereses generales en relación con el ejercicio de la profesión de periodistas, ordenar y vigilar el ejercicio de la profesión dentro del marco que establecen las leyes y en el ámbito de su competencia, representar los intereses generales de la profesión en Andalucía especialmente en sus relaciones con las administraciones públicas de cualquier ámbito y garantizar la independencia y la libertad informativas en beneficio de una sociedad libre y democrática, entre otras, así como a las funciones estatutarias de ostentar la representación y defensa de la profesión ante las Administraciones Públicas e instituciones de todo tipo, intervenir activamente los problemas creados por el intrusismo profesional y la competencia desleal y auxiliar y asesorar a las autoridades y tribunales, emitiendo los informes profesionales solicitados (ORDEN de la Consejería de Justicia e Interior de 4 de julio de 2013, por la que se aprueban los Estatutos del Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía y se dispone su inscripción en el Registro de Colegios Profesionales de Andalucía), se propuso facilitar a las administraciones una herramienta que les resultara útil en su actividad comunicativa.

Las bases del ROMDA fueron elaboradas por el conjunto de la colegiatura, que aprobó el documento final en su asamblea regional de 2018. Tanto el documento como el Registro están disponibles para su uso público.

Además de la inscripción en el Registro, los medios inscritos reciben una imagen que les permite demostrar este punto ante su audiencia. Es significativo que los medios inscritos aceptan expresamente a someterse a los criterios de la Comisión Deontológica del Colegio de Periodistas. Son los únicos medios de España que aceptan ex profeso los criterios éticos que marcan la profesión y sus mecanismos de autorregulación.

- **¿Existe base o marco teórico que ayude a diferenciar medio de comunicación de digital de publicaciones no periodísticas en soporte digital?**
- Lo desconozco. En el Colegio no encontramos. Y aunque lo hubiera, no serviría para cumplir los objetivos del ROMDA. Sí tenemos claro que no existe ningún otro documento emanado de una corporación pública, que tenga carácter de oficial ante las administraciones públicas y que resulte de utilidad desde un punto de vista técnico en el ámbito de la administración.
- **¿Dónde se ha aplicado el ROMDA?**
- A nivel práctico, en el ámbito de la administración, el ROMDA y sus bases se están teniendo en cuenta, por ejemplo, en el Ayuntamiento de Cádiz para valorar las acreditaciones que se conceden a medios para cubrir el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas de Cádiz. En el Ayuntamiento de Granada, la inscripción en el ROMDA es requisito para acceder a la publicidad y campañas institucionales del Ayuntamiento. Sabemos que hay otras administraciones que alguna vez lo han usado de forma puntual como referencia, en especial, para tomar decisiones sobre cuestiones de publicidad o relaciones con los medios. Pero no podemos demostrar este punto.
- **En el COAC, el Ayuntamiento de Cádiz acordó con el Colegio de Periodistas y la APC la aplicación de unos criterios muy cercanos al ROMDA. ¿Es un primer paso? ¿Es suficiente?**
- De cara a las acreditaciones del COAC, probablemente no sólo es un primer paso, sino que es un gran paso. Respecto al resto, tanto para el Ayuntamiento de Cádiz como para las demás administraciones, desde el Colegio insistimos en que el ROMDA debe ser un documento de cabecera a la hora de elaborar los planes de medios. El objetivo final es que la inscripción en el ROMDA o al menos, los requisitos que se recogen en las bases sean condición sine qua non para acceder a las campañas publicitarias de las administraciones públicas.
- **Defina en pocas palabras medio de comunicación digital y diferéncielo de otras publicaciones de información en soporte digital.**
- En puridad, desde la teoría, medio de comunicación digital podría ser hasta el propio Internet. Desde el Colegio de Periodistas, consideramos que cuando nos hablamos de medios de comunicación digital nos referimos a los medios de comunicación social

en el entorno digital. Social, profesional, periodístico, ético y legal y que responden al interés público de emitir y recibir información.

Por eso, siguiendo las bases del ROMDA, podemos acercarnos a una definición: consideramos que son medios de comunicación digital aquellos medios de comunicación social en el entorno digital constituidos como empresas y que elaboran contenidos informativos de acuerdo a principios periodísticos, profesionales, éticos y legales. Lo que no es medio de comunicación digital según estos principios, para el Colegio de Periodistas son contenidos o páginas web.

– **¿Cree que se han alcanzado los objetivos marcados?**

- No, en absoluto. El ROMDA sigue siendo una herramienta poco conocida, tanto a nivel público, como entre las administraciones y los medios que podrían ser destinatarios. En buena parte, hay que reconocerlo, por la ineficacia de la acción comunicativa del Colegio en estos años. En otra buena parte, por la falta de voluntad de quienes dirigen las acciones de comunicación en las administraciones, que ven en el ROMDA una amenaza a sus propios intereses a la hora de administrar los presupuestos de campañas institucionales. Además, el ROMDA sigue siendo el único registro de estas características que existe en España. Lo que en un principio parecía motivo de orgullo, cuatro años después empieza a convertirse en un lastre. Necesitamos que la iniciativa se expanda y el resto de colegios lleven a cabo iniciativas similares. Sólo así, creemos, lograremos dar el valor y el plus de distinción que merece el trabajo periodístico en Internet.

– **¿Cree que era necesaria esta acción?**

- Sin duda. El COAC de 2014 fue algo así como la gota que colmó el vaso, pero ya de antes recibíamos quejas de compañeros y compañeras que, por un lado, en el ámbito de los gabinetes, tenían cada vez más peticiones para recibir publicidad institucional o acudir a actos destinados a medios. Del lado de los medios, nos llegaban quejas por el excesivo intrusismo que encontraban en las ruedas de prensa o la falta de espacio en eventos, al margen de la competencia (a nuestro entender) desleal que suponen páginas web sin corte profesional a la hora de acceder a presupuestos, ayudas, subvenciones...
- **A nivel europeo, también hemos expuesto esta iniciativa en algún foro (no recuerdo cuál), como práctica contra la desinformación.**
- Tenemos el convencimiento de que en un entorno cada vez más difícil como es Internet, herramientas como el ROMDA serán cada vez más necesarias para que la ciudadanía pueda disfrutar plenamente de su derecho a la información.

Diego Calvo, presidente de la Asociación de la Prensa de Cádiz (APC)

Entrevista presencial realizada por el autor en una cafetería de Cádiz el 5 de octubre de 2022.

- **¿Qué es exactamente el ROMDA y para qué sirve o debería servir?**
- El ROMDA es una herramienta que creó el CPPA para registrar aquellos sitios web que cumplen los criterios profesionales para ser considerados “medio de comunicación”. Mientras que, en los formatos clásicos, radio, prensa y televisión, el propio soporte definía de manera bastante clara lo que es un medio de comunicación, en el ámbito digital surgen una serie de productos con contenidos informativos, que no obstante en su elaboración no responden a criterios ni códigos periodísticos ni pueden considerarse empresas de comunicación. Delimitar qué portales web pueden considerarse medios de comunicación y distinguirla de los que no, es la utilidad de esta herramienta.
- **¿Cuándo y cómo surgió?**
- La primera vez que se planteó este asunto tuvo que ver con las limitaciones de aforo del Gran Teatro Falla. El Ayuntamiento de Cádiz, titular de este edificio, argumentó que no tenía capacidad para dar respuesta a todas las demandas de acreditaciones de medios de comunicación y pidió a los colectivos de periodistas, CPPA y APC, que les distinguiera quiénes realmente trabajaban para medios de comunicación profesionales y quiénes escribían para blogs, u otros espacios que no lo son. Con anterioridad el criterio había sido que las publicaciones digitales no eran acreditadas, lo que era una discriminación para medios digitales nativos.
- **¿Existe base o marco teórico que ayude a diferenciar medio de comunicación de digital de publicaciones no periodísticas en soporte digital?**
- Los códigos deontológicos, la búsqueda de fuentes, los protocolos de verificación de las informaciones, el contraste de opiniones, el estilo narrativo, los formatos periodísticos, la estructura de las informaciones, el compromiso con la veracidad.... Son la base de la profesión, con una amplia base bibliográfica). Y lo son independientemente del lugar en que se publique la información, se trataba de extrapolar estos conceptos (y el concepto de empresa frente al de escritor amateur) a cada caso de quienes aspiran a ser reconocidos como medio de comunicación.
- **¿Dónde se ha aplicado el ROMDA?**
- El ROMDA es un registro que ofrece unas garantías y es un aval oficial para cada medio que consigue ser reconocido con él, no es una política o una acción de gobierno a aplicar. Sirve por lo tanto para las administraciones, empresas o particulares, que quieran saber qué es un medio y qué no y sirve para que los medios mejoren su reputación y su credibilidad en tiempo de noticias falsas.

En el COAC, el Ayuntamiento de Cádiz acordó con el Colegio de Periodistas y la APC la aplicación de unos criterios muy cercanos al ROMDA. ¿Es un primer paso? ¿Es suficiente?

Se usaron estos criterios ya que el ROMDA aún estaba en período de puesta en marcha y era necesario resolver el asunto de las acreditaciones. Al no ser un registro obligatorio no se ha exigido la inscripción, pero las exigencias son prácticamente las mismas. Es un primer paso, y será suficiente si no aumenta la demanda de acreditaciones por la proliferación de medios.

- **Defina en pocas palabras medio de comunicación digital y diferéncielo de otras publicaciones de información en soporte digital.**
- Es aquel que ejerce el periodismo, usando sus códigos, criterios y deontología en formato virtual, con profesionales que acreditan la titulación necesaria para ello y bajo una estructura empresarial. No son medios los que no cumplen alguna de estas condiciones. Es decir, o no tienen una redacción periodística, ni una periodicidad de actualización, o lo que se publica no se corresponde con valores informativos y éticos, o quien se responsabiliza de ello no cuenta en su plantilla con una persona con la titulación correspondiente o no cuenta con una estructura legal y administrativa como trabajadora autónoma o como empresa.
- **¿Cree que se han alcanzado los objetivos marcados?**
- Los urgentes a corto plazo sí. A largo plazo dependerá del uso y apoyo que hagan las instituciones a este recurso.
- **¿Cree que era necesaria esta acción?**
- Muy necesaria. De hecho, otros colegios profesionales y el propio ámbito universitario se han interesado por los requisitos para implantarlo en otras regiones. Creemos que es un paso necesario, pero que el potencial de esta herramienta está aún por explotar.

Entrevistas historiadores e investigadores

Santiago Moreno Tello, doctor en Historia por la Universidad de Cádiz (UCA)

Investigador y escritor.

Autor de:

- La clase obrera gaditana (1949-1959): una Historia Social a través de las fuentes populares. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz. ISBN 978-84-9828-043-2
- 2008 - Periodistas represaliados en Cádiz. Asociación de la Prensa de Cádiz. ISBN 978-84-612-3834-7
- 2009 - Marginados, Disidentes y Olvidados en la Historia. (Coordinador junto a José Joaquín Rodríguez Moreno). Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz. ISBN 978-84-9828-253-5
- 2011 - Vejer recupera su Memoria. (Junto a Francisco Javier Hernández Navarro). Excma. Diputación Provincial de Cádiz. ISBN 978-84-92717-28-6
- 2012 - La destrucción de la Democracia. Vida y muerte de los alcaldes del Frente Popular en la provincia de Cádiz. (Coordinador). Dirección de Administración Local, Consejería de Gobernación y Justicia de la Junta de Andalucía. ISBN 978-84-695-1214-2
- 2016 - María Luisa Rendón Martell (1909-1981): Movimiento obrero y represión franquista en El Puerto de Santa María. (Junto a José Luis Gutiérrez Molina y Fernando Romero Romero). Ediciones El Boletín.

Entrevista realizada por el autor mediante el envío de un cuestionario por correo electrónico y respondido el día 19 de noviembre de 2022.

- **¿Desde cuándo hay vestigios o documentos de Carnaval cantado en la ciudad?**
- Intentar buscar el inicio del Carnaval cantado en Cádiz es, poco menos, un ejercicio de arqueología cultural. Principalmente debido a que este tipo de Carnaval lo hacían las clases populares, las cuales apenas han dejado rastro documental. En los siglos XVII, XVIII y hasta bien entrado el XIX, las fuentes documentales que debemos seguir para el estudio del Carnaval son las que emanan de los poderes establecidos. Por lo tanto, en raras ocasiones darán

testimonio de ese Carnaval del pueblo llano. Esto no quiere decir que algún día aparezca documentación desconocida que de nuevas pistas o datos.

Personalmente pienso que el Carnaval cantado es producto de una evolución histórica que va a tener su cénit en la segunda mitad del siglo XIX. No será un hecho que aparezca tal o cual año. No habría que obsesionarse por encontrar la primera agrupación cantada, porque seguramente no fue así, tiendo a pensar que esa forma de hacer Carnaval se fue construyendo poco a poco, debido a las influencias que el Carnaval en Cádiz fue recibiendo a lo largo de los siglos, décadas, años, con los hitos históricos que salpican o sufren esta ciudad y sus alrededores. A día de hoy, lo que queda claro, es que esta forma de hacer Carnaval existe ya entre la década de los 50 y 60 del siglo XIX. Es a partir de entonces cuando la burguesía -clase social en auge-, se empeñará más, no en acabar con el Carnaval, pero sí en poner cortapisas a los grupos de personas que salen por Carnaval.

- **¿Alguna publicación a la que acudir para citar?**
- A pesar de los años transcurridos el libro más completo sobre este tema -me refiero al caso de Cádiz-, sigue siendo 'El Carnaval secuestrado' de Alberto Ramos Santana, Quorum, 2002.
- **¿Coincide conmigo en que hay hitos históricos, no carnalescos propiamente dicho, que cambian conceptos o fórmulas carnalescas? Le cito lo que yo veo: la vuelta del Carnaval con un concurso ligado y controlado después de la guerra civil, los cambios de terminología, la vuelta a Carnaval y a febrero, la llegada de la televisión....**
- Totalmente. El Carnaval, desde que tenemos constancia documental, irá sobreviviendo a las distintas cortapisas del poder y a la propia evolución histórica.

Javier Osuna, investigador de Flamenco y Carnaval. y productor de Canal Sur Radio

Ha publicado, 13 libros. Además, es autor de *Los fardos de Pericón (1512)*, blog especializado en la historiografía del arte flamenco.

Entrevista telefónica realizada por el autor el día 18 de noviembre de 2022.

- **¿Desde cuándo hay vestigios o documentos de Carnaval cantado en la ciudad?**
- De Carnaval bailado desde el siglo XVIII. De Carnaval cantado, probablemente la cita más temprana la proporciona el *Diario Mercantil de Cádiz* del 9 de marzo de 1821: "El Carnaval de este año ha sido quizá el más alegre y divertido que hemos tenido en esta ciudad. No ha habido el menor desorden; pues ni en la cárcel pública ni en el vivaque ha entrado preso alguno, cosa que suele suceder comúnmente en los días de diversión. Esta se ha reducido a bailes de máscaras en el Teatro y casas particulares, y a muchas cuadrillas de hombres y *mugeres* (sic), que disfrazados de varios modos recorrían las calles entonando canciones del país y patrióticas".

Dicho texto lo descubre y cita por primera vez Alberto Ramos Santana en un trabajo colectivo: RAMOS SANTANA, Alberto, Aproximación a una historia del Carnaval gaditano, en VVAA, Carnaval en Cádiz, Cádiz: Ayuntamiento de Cádiz, Delegación de Información y Publicaciones, 1983 (Págs. 21 y 22).

En su opinión, cuando dice "canciones del país y patrióticas"; "las patrióticas se concretan fundamentalmente en los himnos de Riego y la libertad, pero quedan sin especificar qué se entendía por canciones del país". En mi opinión, 'canciones del país' o 'bailes del país' son los nombres más pretéritos que aparecen en la prensa para referirse al emergente cante flamenco que, todavía está en pleno proceso de formación. Tengamos en cuenta que, por esas fechas (1821) ya en los teatros del Balón y Principal se han interpretado los tangos de negros o tangos americanos. Es muy factible que esa agrupación de carácter mixta ('hombres y mugeres') ya esté entonando los tangos venidos de Cuba. Que luego se hicieran 'gaditanos' en su forma de interpretarse era cuestión de tiempo. De poco tiempo, además.

- **¿Alguna publicación a la que acudir para citar?**
- Sí, varias, aparte de la citada de Ramos Santana, el clásico de Ramón Solís *Coros y chirigotas*; o el trabajo mío (perdón por la autocita): *El periodismo en tiempos de Carnaval*, en donde aporté un bando de tres años antes, de 1818 que dice en su artículo VI se legislaba para perseguir a los que dicen o entonan "cantares torpes" o al que abusaba de "instrumentos ridículos", como pitos y matracas. Si se legisla contra los cantos es que se canta. Y si se legisla contra los toques es que se tocan instrumentos. Dicha información la obtuve del *Diario Mercantil de Cádiz*, 7 de febrero de 1818. Hay muchos más trabajos dignos de ser reseñados, ya tú me dices si necesitas citar más.
- **¿Coincide conmigo en que hay hitos históricos, no carnavalescos propiamente dicho, que cambian conceptos o fórmulas carnavalescas? Le cito lo que yo veo:**

la vuelta del Carnaval con un concurso ligado y controlado después de la guerra civil, los cambios de terminología, la vuelta a Carnaval y a febrero, la llegada de la televisión....

- Sí, coincido. Ahora bien, creo que todos los concursos en todas las épocas, han estado ejerciendo control o interés. Desde los concursos decimonónicos, tanto los particulares que respondían a intereses comerciales de tiendas gaditanas o de empresarios que explotaban los teatros, pasando por el control que en todas las épocas ha ejercido el poder a través de los concursos, en la Segunda República, en la Dictadura de Primo de Rivera y hasta en aquellos de los años 80 del siglo XIX. Pero es cierto que todo lo que tú nombras han supuesto hitos y cambios. Las Fiestas Típicas controló el festejo para la burguesía. La llegada de Carlos Díaz con Pepe Mena, se la devolvió al pueblo, al mismo tiempo que se la entregó al 'peñismo', que era caladero de votos. Los bailes de sociedad ya no eran exclusivos de la clase acomodada, ahora los trabajadores de aeronáutica, astilleros los grupos de empresa tenían cabida en ellos. Posteriormente el 'Teofilato' de 19 años se agarró a la era del asociacionismo que sustituyó al movimiento vecinal y peñístico.

Entrevistas autores y componentes de agrupaciones de Carnaval

José Luis García Cossío, 'Selu' autor de chirigotas y componente de chirigotas y comparsas.

En activo como componente desde 1980 y como autor desde 1989. Como autor y componente de chirigotas atesora cinco primeros premios, cinco segundos, ocho terceros y seis cuartos y un sexto. Como componente de comparsas logró tres segundos premios y tres terceros.

Entrevista telefónica realizada por el autor el día 12 de enero de 2023.

- **¿Nota como autor y componente que ahora, con el desarrollo del periodismo digital (en internet y las mensajerías) tiene más llegada y lo hace antes las informaciones relacionadas con todo lo que ocurre en el COAC y en torno a él?**
- Se nota que con el periodismo digital tiene más llegada, la gente está más al tanto. Esto ni en los mejores sueños en los años 80 o 90 nuestros podíamos soñar que llegásemos tan lejos. Y que tuviéramos toda la información al minuto. Y no solo eso, sino también foro de opinión y demás. Que hay gente que lo rehúye, porque eso es la selva, porque eso es la selva. Ahí hay opiniones de todas clases, tanto del público como de periodistas. Críticas que duelen, trabajos que no se valoran, críticas perversas de algunos periodistas porque tienen sus preferencias de toda la vida con alguna agrupación y la tratan mejor que la tuya... Que luego cuando pasa el tiempo no le das importancia, pero en el calor del concurso te duelen mucho, porque es un trabajo muy duro el que lleva detrás sacar un agrupación.
- **¿Cree que las dos últimas además de contribuir a una mayor difusión de la fiesta han llegado aparejada una deslocalización de las letras?**
- Lo de la deslocalización de las letras es muy cierto, porque lo que algunos llamaban o empezaban a decir que nos habíamos 'prostituido' a los medios y que hacíamos letras muy abiertas y estábamos olvidando Cádiz pienso que ha sido un paso adelante en realidad.
- **Y, ¿cree que, con el periodismo digital, sus nuevos formatos y soportes, los nuevos contenidos que aportar y su inmediatez o mayor rapidez se ha incrementado la llegada, alcance y penetración de la información del COAC?**
- Todo esto, con el periodismo digital, ha hecho que el Carnaval cobre una dimensión mucho más importante con este periodismo digital. Antes solo teníamos el Diario de Cádiz y las radios que retransmitían en directo y había que esperar, pero ahora la inmediatez y el maravilloso mundo que se cuecen en las redes ha propiciado un cambio que, ya digo, ni en los mejores sueños.

- **No piensa que ese hecho, el de la llegada de las noticias de Carnaval prácticamente a cualquier lugar del mundo, ha originado una globalización de los temas... Incluso una globalización de los mismos.**
- Desde que esto empezó con la tele, y ahora con el periodismo digital, vimos que estábamos a la altura de cualquier show humorístico nacional. Nosotros estado yendo como parte de un cartel con artísticas y como artísticas cuando el Carnaval de Cádiz no se consideraba como un espectáculo artístico. El hecho de abrir las letras, nos ha permitido estar en todos los sitios. Para mí en concreto, ha sido un paso adelante. Que te entienda y te reconozcan en cualquier lado. Y que hablemos de política y no solo sea política local, sino nacional y mundial. Y todo esto es muy de agradecer.
- **Como autor, ¿afrentaba de forma distinta la forma de componer o una agrupación o idear su puesta en escena, el tipo y demás, hace 15 años a como lo hace ahora que sabe que puede llegar más lejos?**
- Yo no creo que haya cambiado, porque tengo un concepto de interpretar el personaje y que la gente se lo crea. Por ejemplo, en *Las marujas* (tercer premio en 1996) no viera un hombre disfrazado de mujer, sino que viera una mujer. Era un todo, el repertorio, la puesta en escena, aunque no llevásemos *attrezzo*. Bueno, puede ser que a lo mejor en los tiempos que estamos le metería algo más en la puesta en escena o el *attrezzo*, pero poco, porque para mí lo más importante es el personaje, la puesta en escena y el tipo. Yo siempre he considerado que el tipo no se puede solo ceñir a un disfraz del que luego te olvidas en el repertorio, a mí me gusta que todo el repertorio esté supeditado a lo que dice y a cómo lo dice. Utilizar un lenguaje propio del personaje. Recuerdo que en *Los lacios* (primer premio de 1995) tenía que hacer crítica, porque habían cerrado Astilleros, y lo hice desde el punto de vista del lacio y utilizando su lenguaje y su forma de decirlo. Hacía la misma crítica, pero desde el personaje. O *Los ricos* (primer premio en 1993) que iban a cerrar Astilleros y decía que estaba bien que “así en vez de tantas humedades y tantos hierros habrá parques y jardines para hacer pipí mi perro” como así fue posteriormente.

José Antonio Vera Luque, autor y componente de chirigotas, comparsas y cuartetos.

En activo desde 1992 como autor y componente. Empezó en la modalidad de cuartetos, donde consiguió tres primeros premios, un tercero y un cuarto. Ha sido en la de chirigotas en la que ha logrado más éxitos: seis primeros premios, un segundo y un tercero. En la edición de 2022 hizo su primera comparsa con la que quedó en séptima posición.

Entrevista presencial realizada por el autor en el local de ensaño de su agrupación el día 16 de enero de 2023.

- **¿Nota como autor y componente que ahora, con el desarrollo del periodismo digital (en internet y las mensajerías) tiene más llegada y lo hace antes las informaciones relacionadas con todo lo que ocurre en el COAC y en torno a él?**
- Evidentemente. Todo lo que abarca el COAC, el hecho de que lleguen vía periodismo digital, con el periodista presente en el teatro y vuelca la información casi al instante online, y las redes sociales te hace llevar el seguimiento del concurso es muy distinto. Prácticamente te mete en el Falla, te hace estar dentro del teatro, aunque estés en el ensayo de la agrupación o en tu casa, o en un cualquier lugar que no puedas ver nada de lo que ocurre. Te puedes enterar directamente si una agrupación ha gustado o no o cualquier incidencia que ocurra. Antiguamente se usaba más el boca a boca y la información llegaba con más tardanza. A lo mejor la final de la sesión, que te encontrabas con alguien que hubiera estado, o al día siguiente por la prensa escrita. Ahora, con echar un vistazo al móvil tienes la información al momento de todo lo que está ocurriendo allí.
- **Como autor y aficionado, ¿cree que en la historia del concurso hay algunos momentos en los que los medios de comunicación han potenciado su promoción o su conocimiento? En mi opinión serían la aparición de cobertura en radio, su extensión en medios, la llegada de la tele, la llegada y apuesta de Canal Sur y la llegada, implementación y cambios conceptuales del periodismo digital. ¿Coincide conmigo?**
- Sí, más o menos coincido con usted. La aparición de distintos medios de comunicación marca épocas. De la aparición de la radio en el concurso no puedo dar una opinión muy fiel porque aún no había nacido, pero se crea un ritual del gaditano con su concurso escuchándolo por la radio. Digo el gaditano porque las ondas no llegaban muy lejos. No todo lo lejos que llegan ahora. Pero se crea una especie de rito, casi tradición y ya cuando llega la época de las radio-casete el grabarlo para uso personal. Y cada uno en su casa podía grabar aquello que le gustaba más. Eso en los años 50 o 60 nadie o casi nadie tenía acceso a esos medios para grabar el sonido del Falla. Ahí se genera una especie de revolución en la que el concurso no solo llega en la época del concurso, sino que llega durante todo el año porque tienes la capacidad de grabarlo y escucharlo en cinta durante el año entero.

El siguiente paso el de la llegada de la televisión es un salto enorme. No solo lo escuchamos, sino que además lo vemos. Y coincide con la llegada de los vídeos, y la gente graba por televisión, se mete dentro del teatro, se empieza a conocer más esa

forma de hacer las cosas en el teatro, de cómo se mueve, cómo se visten... Y empieza a llegar a más gente no solo de Cádiz, sino que empieza a abrirse a Andalucía, ya que primero fue Telesur y después Canal Sur. Empiezan a llegar más grupos de fuera, porque la gente se anima por lo que está viendo. Posteriormente Canal Sur, como televisión autonómica, hace una apuesta más fuerte por el Carnaval de Cádiz y se termina de abrir. Eso ocurre en los años 90, cuando hay un despegue. Empieza esta cultura del carnaval a introducirse por muchos sitios, incluidas muchas de fuera de Andalucía.

Y el salto con internet ya es definitivo. El COAC llega a cualquier parte del mundo, empezamos a descubrir otros carnavales del mundo, pero otras partes del mundo también nos descubren a nosotros. Además, desde cualquier parte del mundo se puede seguir una sesión del Falla en directo y esto ha llegado ya a un punto que en el que la difusión es casi total. Y eso lo notamos los que salimos, porque de pasar a estar en un ámbito más o menos cerrado, casi local, que te conocen la gente de tu entorno y poco más, pasamos a ser conocidos y reconocidos en muchos sitios, en lugares que jamás hubiéramos pensado llegar. Significa una expansión enorme del Carnaval.

En el lado negativo, cuando hay una tradición tan autóctona, cuando empieza a expandirse, es normal que se mezclen con otros tipos de pareceres, de opiniones y de forma de hacer. Creo que estamos ahora mismo en búsqueda del equilibrio, que está todo muy reciente, pero puede llevar a comerciar más de la cuenta con una tradición con tanta esencia y tanto arraigo. Llega un momento en que se empieza a primar la parte comercial, la parte de mercadotecnia y ponernos al día en ese tipo de cuestiones. E intentamos igualarnos a otro tipo de disciplinas musicales, cuando esto tiene su manera y su forma. Estamos un poco en la búsqueda de lo que el Carnaval de Cádiz quiere mostrar y cómo se quiere mostrar fuera de Cádiz. Pero esta parte negativa no puede con todo lo positivo que ha traído este hecho.

- **¿Cree que las dos últimas además de contribuir a una mayor difusión de la fiesta han llegado aparejada una deslocalización de las letras?**
- El hecho de que la noticia llegue de todos sitios y tengamos información de muchísimos sitios, más que la deslocalización de las letras es que se entienda en todos sitios. Porque el Carnaval siempre ha escrito a temas que les dejaban como la llegada a la luna, el asesinato de Kennedy.

Lo que se está dando es abandonar la temática local, por aquello de que la gente no lo va a entender fuera. Es más un abandono de los localismos que subimos a abordar noticias de índole internacional. Aunque muchas veces ocurre que la importancia que ha tomado el COAC y la cantidad de noticias que genera en el día a día, como decía en la primera pregunta, se está generando mucho *metacarnaval*. Que es un fenómeno de hacer coplas cantando mucho del concurso, del carnaval. Que es más una endogamia carnavalesca que localismo. A veces esa globalización parece que beneficia porque hay temas globales, universales, pero también está provocando que el concurso se cierre en sus propias incidencias y cosas que ocurren en el propio concurso. Se ha dado una especie de efecto rebote.

- **Y, ¿cree que, con el periodismo digital, sus nuevos formatos y soportes, los nuevos contenidos que aportar y su inmediatez o mayor rapidez se ha incrementado la llegada, alcance y penetración de la información del COAC?**
- Evidentemente, el concurso tiene una relevancia enorme. Se ha convertido en tendencia habitual en las redes, se convierte en un tema de primera necesidad durante su celebración. Acapara tanto los focos que se dejan de darle importancia a otro tipo de noticias más relevantes que van ocurriendo en el tiempo que se desarrolla en el certamen. Es más importante en ese tiempo que un famoso carnavalero haya escogido un disfraz poco acertado que una revolución en un país árabe. Y no valoraría ese fenómeno como algo especialmente positivo.
- **No piensa que ese hecho, el de la llegada de las noticias de Carnaval prácticamente a cualquier lugar del mundo, ha originado una globalización de los temas... Incluso una globalización de los mismos.**
- Los temas que se cantan en Carnaval globalizan también. Se daba la circunstancia, cuando no había tanta difusión del COAC, se decía que el Carnaval no lo entendían. Primero por la manera de cantar las coplas. Luego por la dicción. Muchos autores acomodaron las letras y el repertorio a que se pudiera entender fuera de Cádiz. Sin embargo, pienso, que ahora la gente que le gusta el Carnaval de Cádiz se preocupa por entender lo que dicen las agrupaciones y de lo que cantan. Incluso, sin haber estado nunca en Cádiz conocen los lugares, los sitios, las gentes... Y, por ejemplo, hay personas que son grandes seguidoras del Carnaval, grandes amantes y que nunca han pisado el Teatro Falla. En cierto modo, con los códigos del concurso, de las agrupaciones en cierto modo estamos vendiendo la ciudad. La estamos promocionando. Y creo que en eso tiene mucho que ver la televisión primero y ahora el periodismo digital.
- **Como autor, ¿afrentaba de forma distinta la forma de componer o una agrupación o idear su puesta en escena, el tipo y demás, hace 15 años a como lo hace ahora que sabe que puede llegar más lejos?**
- Quince años quizás nos quedamos corto. La perspectiva ha cambiado, por un lado, en lo visual. Antes no tenías la posibilidad de salir por la televisión hasta bien avanzado el concurso y ahora se emite íntegro, tanto por la televisión como por internet y los canales digitales. Retomando la época de los casete, entonces no era muy importante la estética. Lo era para las personas que estaban en el teatro y a lo sumo, al día siguiente se veía una foto. Ahora, desde las 20.30 que empieza la función es una especie de *Got Talent*. Las letras son las que te ponen más arriba o abajo, pero la estética también lo es. Todo el mundo intentamos sorprender en todos los aspectos. Hace esos 20 años más o menos, no había ese celo por un forillo o un decorado importante, esa perfección en los maquillajes, por ejemplo. Hay que cuidar cualquier detalle porque a las personas que están en su casa le van a llegar primeros planos de todo. Cosas que hace 20 años quizás pasaban desapercibidas.

En los repertorios, después de abandonar un poco los temas locales, nos hemos dado cuenta que nos estamos saliendo de la línea que te marca la fiesta y estamos volviendo un poco al punto de partida. Se ha pasado la filosofía de voy a cantar a, por ejemplo, el concejal de fiestas y que se preocupe quien escucha de saber quién es. Estamos en un movimiento pendular y estamos ahora en un momento de que, ya hay

mucha afición, vamos a cantar sin preocuparnos de si todo el mundo va a conocer de lo que se canta. Si lo entiende, bienvenido, y si no, que se preocupe de entenderlo. Incluso en los propios temas locales.

Ángel Gago, director de cuartetos y componentes de chirigotas.

Comenzó en el año 1995, con un cuarteto juvenil. Ha conseguido cinco primeros premios, once segundos y un tercero. De los 24 años que acumula en su trayectoria, 19 han sido como integrante de cuartetos, 16 de ellos como director.

Entrevista presencial realizada por el autor en una cafetería de Cádiz el día 17 de enero de 2023.

- **¿Nota como autor y componente que ahora, con el desarrollo del periodismo digital (en internet y las mensajerías) tiene más llegada y lo hace antes las informaciones relacionadas con todo lo que ocurre en el COAC y en torno a él?**
- Todo lo que es del COAC llega mucho más, es evidente. De cuando empecé a cómo está ahora no tiene nada que ver. Lo que no sé es si eso es bueno o es malo...
- **Como autor y aficionado, ¿cree que en la historia del concurso hay algunos momentos en los que los medios de comunicación han potenciado su promoción o su conocimiento? En mi opinión serían la aparición de cobertura en radio, su extensión en medios, la llegada de la tele, la llegada y apuesta de Canal Sur y la llegada, implementación y cambios conceptuales del periodismo digital. ¿Coincide conmigo?**
- Pero sobre todo cuando llega la televisión, más aún que ahora con los medios digitales y las redes sociales. Sinceramente creo que el Carnaval, o el COAC, cuando se hace verdaderamente conocido es cuando llegan las teles, sobre todo Canal Sur en los 90. Aunque creo que ha perjudicado en algunos aspectos del Concurso. Como en la magia de las finales y demás, que nunca se había visto el tipo antes de estar en la calle y ahora ya se veía.
- **¿Cree que las dos últimas además de contribuir a una mayor difusión de la fiesta han llegado aparejada una deslocalización de las letras?**
- Por supuestísimo, pero la culpa no es de ellos, sino de los autores que lo hacen. De hecho, creo que deberíamos volver a cantar temas más locales. Nosotros nos mantenemos en eso.
- **Y, ¿cree que, con el periodismo digital, sus nuevos formatos y soportes, los nuevos contenidos que aportar y su inmediatez o mayor rapidez se ha incrementado la llegada, alcance y penetración de la información del COAC?**
- En el mundo mundial sí, aunque creo que no es bueno. El COAC no necesitaba eso, ser tan conocido. No es lo mismo que llegue a más sitios... A ver, es bueno para tener un contrato en Murcia, pero no para el concurso en sí.
- **No piensa que ese hecho, el de la llegada de las noticias de Carnaval prácticamente a cualquier lugar del mundo, ha originado una globalización de los temas... Incluso una globalización de los mismos.**

- El problema no es el COAC, sino que se piensa muchas veces más en los contratos que pueda tener después una agrupación que en el que en el propio concurso.
- **Como autor, ¿afrentaba de forma distinta la forma de componer o una agrupación o idear su puesta en escena, el tipo y demás, hace 15 años a como lo hace ahora que sabe que puede llegar más lejos?**
- No, por nuestra parte no, seguimos cantándole a Cádiz, por y para Cádiz. Y el que no entienda lo que hablamos, que estudie... Yo, si tengo que ir a la Feria de Sevilla y no sé lo que es el *arcosano*, pues tendré que preguntarlo. Como la playa de La Malagueta, que se venden espetos. Es lo mismo. El Carnaval le empezó a gustar a la gente hablando de cosas de Cádiz, no hablando de la Pantoja. Y creemos que le va a gustar más hablando de la Pantoja. Y a lo mejor no.

Antonio Martínez, autor y componente de chirigotas, comparsas y coros.

En activo desde 1986, aunque con una pausa de 13 años en los que se centró en su carrera de cantautor y compositor para, entre otros, Raphael, Pastora Soler o Pasión Vega. Es considerado uno de los grandes revolucionarios de la modalidad de comparsas y uno de los grandes autores de la historia. Ocho primeros premios (incluido el último de 2022), seis segundos, dos terceros, cuatro cuartos y un sexto.

Entrevista realizada mediante entrega de un cuestionario contestado con nota de voz de mensajería instantánea el día 17 de enero de 2023.

- **¿Nota como autor y componente que ahora, con el desarrollo del periodismo digital (en internet y las mensajerías) tiene más llegada y lo hace antes las informaciones relacionadas con todo lo que ocurre en el COAC y en torno a él?**
- Por supuesto que sí. Todo tiene un carácter de inmediatez que tiene que ver con los tiempos. Todo va progresando a la medida que lo va haciendo la tecnología y que todo se va a haciendo como mucho más inmediato. El mundo digital ha hecho posible que tengamos la información en la palma de la mano en nada y no esperar a la primera plana del día siguiente. Eso se ve y es obvio. Es la carrera de la inmediatez, pero en muchas ocasiones por querer ser los primeros, cualquier frase vale como contenido para una noticia. Y en algunos momentos, es verdad que estás en una situación en la que estás cantando en cualquier parte y sabes que mañana te van a poner una frase tuya sacada de contexto, porque te están grabando mil ojos. Yo al menos lo he vivido así.
- **Como autor y aficionado, ¿cree que en la historia del concurso hay algunos momentos en los que los medios de comunicación han potenciado su promoción o su conocimiento? En mi opinión serían la aparición de cobertura en radio, su extensión en medios, la llegada de la tele, la llegada y apuesta de Canal Sur y la llegada, implementación y cambios conceptuales del periodismo digital. ¿Coincide conmigo?**
- Completamente. Ahí tenemos *El ritmo del tangai*⁷³, ahí tenemos la radio... Es que la tecnología y el concurso han ido de la mano. Aunque me reconozco niño de radio, la prensa escrita siempre ha sido el referente para el concurso para todo, no puedo dejar de entender que, en los años 60, 70 y 80 eran años de radio y de cintas de casete y llega *El Ritmo del tangai* y cambia las reglas del juego. Llega internet y lo cambia también. Y ahora, imagine... Con cada plataforma, con cada Twitch, por cada Instagram... todo está por venir.

⁷³ Serie de Canal Sur Televisión (presentada por Manuel Casal Y Modesto Barragán) que arrancó en 1996 formada por diferentes programas especiales con entrevistas, historias y otras curiosidades del Carnaval de Cádiz. Todos los episodios están disponibles en: <https://www.canalsurmas.es/videos/category/9279-el-ritmo-del-tangai>.

- **¿Cree que las dos últimas además de contribuir a una mayor difusión de la fiesta han llegado aparejada una deslocalización de las letras?**
- Es algo subjetivo. Si eres de los que piensas que hay que cantarle a Cádiz y a su carnaval como debe ser, pues sí, hay una deslocalización de las letras. Claro que sí. Aunque yo por el contrario pienso que esto es un universo cantado y que es un aburrimiento cantarle solo y exclusivamente a Cádiz y a su Carnaval. Que está muy bien cantarle a Cádiz y a su Carnaval, pero también cantarle a las cosas que pasan en el mundo. Yo corté el cordón umbilical hace mucho tiempo y somos la pelusilla dentro del ombligo. Sinceramente, pienso que cuantas más posibilidades y alternativas tengas de hacer cosas más multiplicas tus sentidos y te das que no solo debes cantarle a tu vecino, sino lo que pasa más allá de tus fronteras.
- **Y, ¿cree que, con el periodismo digital, sus nuevos formatos y soportes, los nuevos contenidos que aportar y su inmediatez o mayor rapidez se ha incrementado la llegada, alcance y penetración de la información del COAC?**
- Ahí no estoy tan de acuerdo. La información llega rápido, pero cómo llega es otra cosa. Ahí tengo que ser un poco la piedra en el zapato. Porque hay una carrera y, a veces, que *Pierre Nodoyuna* gana. Y se nota. Hay gente que quiere estar a la última con todos los continentes, pero el contenido se cae. No tiene chicha. Y cuando no tienes, hay veces que está mal.
- **No piensa que ese hecho, el de la llegada de las noticias de Carnaval prácticamente a cualquier lugar del mundo, ha originado una globalización de los temas... Incluso una globalización de los mismos.**
- La globalización ha sido toda la vida. El hombre ha llegado a la luna y ya lo escribieron nuestros antecesores. Hay cosas que tienen un sentido, pero no para tanto. Una cosa es que se le cante un pasodoble a las piedras de la Caleta y otra es que no se le cante un pasodoble al SIDA, porque no es de Cádiz. Pensar de ese modo contribuye a que la amígdala del que escribe sea cada vez más pequeña.
- **Como autor, ¿afrota de forma distinta la forma de componer o una agrupación o idear su puesta en escena, el tipo y demás, hace 15 años a como lo hace ahora que sabe que puede llegar más lejos?**
- Lo afronto igual. Sigo el mismo esquema, la misma rutina. La verdad es que no he cambiado eso. En absoluto. De hecho ya prácticamente no estoy ni en redes, imagine el sentimiento que tengo yo ahora mismo sobre eso en concreto.

Entrevistas patronal de hostelería

Antonio de María Ceballos, presidente de la patronal de hostelería de Cádiz (HORECA)

Entrevista telefónica realizada por el autor el día 29 de septiembre de 2022.

– **¿Qué impacto económico tiene el Carnaval de Cádiz?**

- El impacto económico del Carnaval en la ciudad no existe un estudio serio. Siempre cuando me pregunta un medio, respondo que hay una cosa muy fácil de trabajar: si entran 400.000 personas durante el Carnaval, nada más que a 10 euros son 4 millones de euros de impacto económico. Sin en vez de diez, el cálculo es de 20, el doble: 8 millones. Pero es que el impacto del Carnaval no solo es lo que vienen a gastar: hay quién se aloja en un hotel, las comidas, los recuerdos en el comercio... etcétera. Pero luego está todo lo que conlleva el mundo del Carnaval; decoradores, carrozas, maquillaje, disfraces. Si empezamos a mirar sería inabarcable. Sería interesante que hubiera un estudio serio de todo lo que mueve en la ciudad, para que se viera que verdaderamente es una locomotora económica en la ciudad. Y que pierda esa connotación de que el Carnaval es algo peyorativo o chabacano. Que hay alguno que lo denigra diciendo que estamos de Carnaval todo el año. Los beneficios son impresionantes.

Hay otro añadido. La gente que viene al Carnaval, la que viene la primera vez, son susceptible de que vuelvan en vacaciones. Y no solo ellos, sus conocidos, porque queden impresionado por la ciudad, porque es una ciudad muy bella. Y eso conseguiría una fidelización de ese posible cliente futuro.

– **¿Se ha notado una mayor asistencia desde la generalización de la retransmisión televisiva?**

- La retransmisión televisiva ha coincidido con el boom de la movilidad. Si hablamos de cuando empieza Canal Sur a retransmitir los concursos hay que añadirle que en esas fechas todo el mundo empieza a tener su coche y disponibilidad económica para los traslados. Lo que es verdad, es que el hecho de que se retransmitiera, incluso en el Canal Internacional, la televisión es un hecho muy frío. Cambia el verlo por la tele al vivirlo.

– **¿Y se nota lo mismo en la última década, cuando el periodismo digital ha extendido aún más esa penetración del Carnaval?**

- En internet se sigue sobre todo el concurso, pero eso no es el verdadero Carnaval. Es como contar un chiste en la tele a contarlo en vivo, no tiene nada que ver. El Carnaval, por el que vienen 400.000 personas a verlo no es el del concurso exclusivamente. Pero el periodismo digital, como la televisión antes, han influido en la misma medida que ha influido el nivel y la disponibilidad económica de la gente. Van de la mano.

Anexo II

Informe de Acreditaciones del Ayuntamiento de Cádiz para las ediciones del COAC de 2020 y 2022

Se incluyen los dos últimos informes realizados por el Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz con los criterios de concesión de las acreditaciones para el Concurso de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz (COAC).

Informe Acreditaciones y acreditaciones 2020



Ayuntamiento de Cádiz
Gabinete de Prensa

Propuesta acreditaciones prensa

COAC 2020



Cádiz, 13 de enero 2020

El Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz de acuerdo con el Colegio de Periodistas de Andalucía en Cádiz y la Asociación de la Prensa de Cádiz (APC) elaboró una serie de requisitos que deben cumplir tanto medios como informadores para poder ser acreditados en el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas (COAC) de Cádiz y que fueron aprobados por la Junta Ejecutiva del COAC del Patronato del Carnaval en su sesión del 23 de diciembre de 2019

Con esta media se ha vuelto a conseguir algo que ya venía ocurriendo en los últimos años: reducir el número de peticiones de acreditaciones, desapareciendo casi por completo los denominados blogs y páginas webs no profesionales. Eso sí, algunas de las peticiones no cumplen con los requisitos, tal y como se expone más adelante. Además, y tal y como se ha realizado los tres últimos concursos, se va a ajustar lo máximo posible el número de acreditaciones que se concederán para la edición de 2020 respecto a la de la última edición (Anexo I).

Esta falta de aforo hace que solo se puedan asumir las solicitudes de medios de comunicación generalistas o especializados en el Carnaval de Cádiz que cumplan los requisitos establecidos, pudiendo acceder el resto a pases diario en función de las peticiones de los medios que sí responden a estas condiciones citadas. El máximo de sesiones a las que podrán acceder con estos pases diarios será de TRES en toda la fase preliminar, DOS en para cuartos y UNO en semifinales (no hay disponible para la final) y no podrán disponer de dos por función.

La principal novedad radica en las acreditaciones para los medios de comunicación que realizarán retransmisión televisiva del COAC. Este año Onda Cádiz tiene los derechos en exclusiva de emisión del certamen y puede ceder a otras cadenas dichos derechos. Por ello, y a la espera de que se concreten las negociaciones para la cesión de estos derechos en las diferentes fases, se propone reservar tanto un segundo palco para set en las fases de cuartos, semifinal y final como acreditaciones de prensa. La propuesta de este Gabinete es, además del palco, reservar un máximo de 70 acreditaciones por fase para los medios que dispongan de estos derechos de emisión.

Por otro lado, este año Onda Cádiz ofrecerá la señal de radio para todas las emisoras que emitan el certamen, por lo que necesitará disponer de un técnico de sonido exclusivamente para esa labor. Es decir, que su trabajo no es directamente para la retransmisión de Onda Cádiz, sino que realiza un servicio al resto de emisoras. Por ello, creemos que lo lógico es que a esta persona se le conceda una acreditación de Servicio, no de prensa. La misma situación ocurre con el cámara de Onda Cádiz que realiza la grabación del servicio de archivo municipal, que ofrece un servicio y no trabaja para las emisiones de Onda Cádiz, sino para este archivo. Por ello, la propuesta es que sea también de servicio. También en el apartado de Servicio se han incluido otros años las dos acreditaciones que se le conceden a Kiki para su labor de documentación de los tipos de Carnaval.

En el apartado de las emisoras de radio hay algunas novedades este año. La primera, es la solicitud de COPE de poder emitir la final para toda

Andalucía en una retransmisión independiente de la de COPE Cádiz. Necesitaría tres acreditaciones para la final y un espacio para realizar esta labor. Las acreditaciones se incluirían dentro de los pases diarios de la final y el espacio físico no puede ser otro que el foso, debido a que el resto de palcos para radios o están ya compartidos por dos emisoras distintas de Onda Cádiz o son demasiados pequeños para que se puedan compartir. Pero es una solicitud asumible y que ayuda a ampliar la difusión.

También en esta línea de la difusión viene la otra novedad en cuanto las emisoras de radio. Algunas de las que vienen cubriendo el concurso se adaptaban a la limitación de 6 acreditaciones a duras penas. Pero ahora, con la importancia de las páginas webs de los medios nacionales, necesitarían una acreditación más para potenciar la cobertura por estos medios. En este caso, solo una emisora, Ser, ha pedido una acreditación más para su digital. La propuesta es, este año que se reducen las acreditaciones por los cambios producidos con la adquisición de los derechos de emisión, permitir este incremento en una credencial, pero sujeta a la disponibilidad del aforo. Es decir, que si alguna lo necesita se le pudiera conceder este pase extra si el aforo lo permite.

En el resto de medios de comunicación se ha ido reduciendo el número de acreditaciones durante estos años para ajustarlas a las necesidades de aforo y seguridad del Gran Teatro Falla. De este modo, es imposible reducir aún más el número de acreditaciones que se conceden a algunos medios (por ejemplo, algunos medios digitales disponían solo de uno).

Para ayudar a los medios en lo posible ante el esfuerzo que hacen reduciendo sus acreditaciones, este Gabinete puso en marcha en con muy buen resultado que las radios y televisiones que emitan en las sesiones dispongan de pases diarios para poder contar con colaboraciones puntuales, que sigue siendo necesario para los medios.

Mantenemos la propuesta la televisión o televisiones que emitan el concurso dispongan de un máximo de tres pases diarios por día y ampliamos las de las emisoras de radio (tras aumentar el pasado concurso las sesiones de cuartos y semifinales) para que dispongan de CUATRO pases diarios para repartir en toda la fase preliminar, TRES en para cuartos y DOS en semifinales (a distribuir como estimen oportuno, pudiendo disponer de más de una algún día en función de las peticiones diarias).

También se puso en marcha con éxito un sistema de pases para la zona trasera de escenario y camerinos, que tanto facilitaron la labor de muchos medios y descargaron la zona de sala del Falla de profesionales de los medios. Así, estos medios realizan cobertura en esta zona del teatro y los profesionales que hacen esta labor no necesitan acceder al patio de butacas u otras zonas del Teatro. Se hará acreditación con un formato y color diferente para facilitar la labor de los porteros. De este modo, la presencia de estos profesionales no afectaría al aforo del coliseo, por lo que no debe haber problemas para que realicen su labor en camerinos y así compensar el esfuerzo que realizan los medios al reducir parte de sus acreditaciones, no viéndose afectada la calidad de la cobertura que se realiza del concurso.

De nuevo, desde este Gabinete se ha llegado a acuerdos con los corresponsales en Cádiz de medios nacionales (como en los últimos cuatro años), que tradicionalmente tenían una o dos acreditaciones. Ellos rechazan esa acreditación diaria, pero piden que los dos o tres días que necesiten ir a hacer fotos o reportaje al Falla se les facilite el pase de día.

Por otro lado, el año pasado ya se aprobó conceder pases diarios a medios de comunicación extranjeros, debido al gran atractivo del certamen gaditano. Este año, la presencia de una agrupación de Uruguay, mantendremos esta opción de acreditar a medios de fuera del Estado en los mismos términos de la pasada edición: o en la sesión o sesiones que actúe esta agrupación o facilitar la cobertura de medios extranjeros en una fase concreta, siempre en función de las posibilidades que permita el respeto al aforo y la seguridad en el Falla.

Para las acreditaciones diarias de medios nacionales o de medios locales que acompañen a una agrupación que actúe ese día en el Falla, la propuesta que hace el Gabinete de Prensa es la misma que los últimos años: disponer de un máximo de 15 acreditaciones diarias que se concederán en orden de solicitud y atendiendo en su número a la disponibilidad de las mismas.

Y de nuevo como, como en los últimos años, para reducir la presencia de informadores en el foso se volverán a otorgar un máximo de acreditaciones para esa zona por medio. De igual manera, se ha reducido el número de fotógrafos al ofrecer desde el gabinete el servicio de fotografía. A cambio

de este sacrificio, de nuevo se habilitará una segunda zona para prensa en la primera planta de los camerinos y mantiene la zona mixta.

Por todo ello, y para hacer cumplir unas ‘normas de trabajo’ (ya se establecieron en las últimas ediciones) se propone un sistema de amonestaciones a los informadores y periodistas, para que el que no las cumpla recibirá un aviso en la primera ocasión, se le apercibirá de la retirada de la acreditación en la segunda y se le retirará en la tercera. Se informaría a la Junta del COAC que será la que adopte finalmente esa decisión de la retirada de la acreditación. Se adjuntan normas de trabajo.

José Luis Porquicho
Jefe de Prensa
Ayuntamiento de Cádiz

ACREDITACIONES 2020

NOMBRE	NÚMERO	TRASERA	FASE	PASES DIARIOS
CADENA COPE	6			3, 2, 1
CADENA SER	6			3, 2, 1
ONDA CERO	6			3, 2, 1
RTVE	2			4, 2, 1 y 3 final
DIARIO DE CADIZ	9	1		
LA VOZ DE CADIZ	7			
PUBLICACIONES DEL SUR	5	1		
7TV	2	2		
8 TV	1	3		
FOTOS KIKI	0	0	COMO SERVICIO: 2	
LINEA 6	2			
DIARIO BAHÍA DE CÁDIZ	1			
CADIZ DIRECTO	0			Cambia Credencial por pases
DERECHOS EMISIÓN	70			
EL MUNDO	0			PASES DIARIOS (FINAL Y ALGÚN DÍA)
EUROPA PRESS	0			PASES DIARIOS (FINAL Y ALGÚN DÍA)
AP	0			PASES DIARIOS (FINAL Y ALGÚN DÍA)
EI PAÍS	0			PASES DIARIOS (FINAL Y ALGÚN DÍA)
LA VANGUARDIA	0			PASES DIARIOS (FINAL Y ALGÚN DÍA)
EFE	0			PASES DIARIOS (FINAL Y ALGÚN DÍA)

TOTAL 117

ACREDITACIONES 2019 154 REDUCCIÓN 2019-2020: 24%

REDUCCIÓN 2015-2016: 17%

REDUCCIÓN 2016-2017: 13,95%

REDUCCION 2017-2018: 3%

REDUCCION 2018-2019: -0,6%

REDUCCION 2019-2020: 24%

Peticiones y propuestas para tratar de agilizar y normalizar el trabajo durante el COAC 2020

Saludos, compañero o compañera. El COAC 2018 viene con algunos cambios que pueden afectar al trabajo de los medios y otras iniciativas que ya se pusieron en marcha el pasado concurso. Por ello, de acuerdo con el Patronato del Carnaval y con la Asociación de la Prensa, os mandamos algunas peticiones y propuestas para tratar de agilizar y normalizar el trabajo de todos y todas en el Teatro Falla durante los días de concurso.

Accesos

- La prensa tendrá acceso al Teatro por la puerta lateral situada frente al Bar Falla. Para entrar en el Falla habrá que estar en posesión de una de las credenciales que hemos entregado desde el Gabinete de Prensa y figurar en la lista de acreditados que han entregado los medios.
- Una vez dentro del Falla y tras pasar por el control de los códigos a cada persona acreditada se le colocará una pulsera. De este modo no tendrá que volver a enseñar la acreditación en esa jornada y con ello debería ser más fácil el movimiento en el interior del teatro. Las entradas y salidas entre la zona de sala y la parte de camerinos se podrán realizar SOLO por la puerta de corte de ese mismo lado del teatro (el más alejado de la Facultad de Medicina). Sé que para muchos es un poco incómodo, pero la Policía Autonómica obliga a cerrar el otro acceso, por lo que permanecerá cerrado todo el concurso. El año pasado ya tuvimos problemas y no nos permiten volver a abrirla.
- No se podrá acceder a la sala ni a los palcos con comida, por lo que para cenar tendréis que hacerlo en las zonas habilitadas para ello: el ambigú y las zonas de prensa en la trasera del teatro.

Sala de Prensa-Camerinos

- Este año dispondremos de dos salas de prensa en la parte de camerinos, una la habitual junto al Camerino 7 (el de la zona más alejada de la Facultad de Medicina) y otra en el lado contrario del teatro. El paso de un lado a otro de la zona de camerinos deberá hacerse por la planta baja. Estas salas estarán equipadas con acceso a internet, red eléctrica, televisión... para que podáis realizar vuestra labor lo mejor posible dentro de las limitaciones que nos vienen impuestas por el aforo del Falla.
- Esta zona se podrá utilizar de zona de descanso, siempre respetando y sin entorpecer la labor de los compañeros y compañeras que estén trabajando allí, algo que, os agradecemos desde aquí, conseguisteis el pasado concurso.

Escenario-bambalinas-inalámbricos

- Este año, repetimos el espacio que los compañeros de la tramoya habilitan de manera especial para que los medios, con preferencia para radio y televisión, que así lo deseen puedan realizar sus entrevistas posteriores al pase de la agrupación. Será una especie de zona mixta en la parte trasera del escenario junto al pasillo por el que saldrán todas las agrupaciones. Podéis ver esa zona en el plano que os mando. La cercanía al escenario lo establece el siguiente orden: televisiones que estén en directo, radio que estén en directo, otras teles, resto de medios.
- Para tratar de mejorar las condiciones y el dinamismo a la hora de iniciar las entrevistas y que las televisiones podáis tener planos de las celebraciones de las agrupaciones, el

photocall que se ha instalado es de metacrilato, permitiendo ver y captar lo que ocurre detrás. De igual manera, el espacio reservado para esta zona mixta se ha duplicado respecto al año pasado, pasando de 10,12 metros cuadrados a 22,21 metros cuadrados (ver plano)

- Los operadores de cámara que trabajen en el escenario deberán vestir preferentemente de negro. Es una solicitud que se cumple en la mayoría de los casos, pero que nos recalcan desde los colectivos de agrupaciones que hagamos de manera explícita.
- Como todo en el COAC estas ubicaciones no son inamovibles y será el regidor de Escena, Miguel Ángel Fuertes, el que os indicará si hay que realizar alguna modificación o si podéis ocupar otras zonas también.

Foso de prensa-ordenador

- El foso de prensa tendrá una red de internet, tanto wifi como por cable, para los casos de emergencia cuando alguien medio no tenga conexión. Os pedimos que no compartáis las claves, ya que eso lo que hará será ralentizar la conexión.
- Este año la capacidad del foso es de 25 personas. De nuevo, no se trata de una decisión nuestra, sino de una orden de Protección Civil. El primer día repartiremos una credencial diferente para que, en función de los acreditados, los medios puedan tener un número de trabajadores en esa zona.
- Además, algunos puestos 'extra' de trabajo serán ocupados en el caso que no lo necesiten compañeros o compañeras acreditados con los pases de día, que normalmente vienen acompañando a agrupaciones de fuera de Cádiz.
- Los colectivos de agrupaciones nos piden que hagamos especial hincapié en dos cuestiones. La primera, el 'respeto' a los 'oscuros'. Es decir, que cuando una agrupación arranque a oscuras tratemos de respetar y mantener esa oscuridad todo lo que el trabajo lo permita.
- No está permitido comer ni beber en el foso. Evidentemente durante tantas horas agua y algún tipo de tentempié os tendréis que tomar, pero, como venís haciendo en los últimos años, dentro de la normalidad.

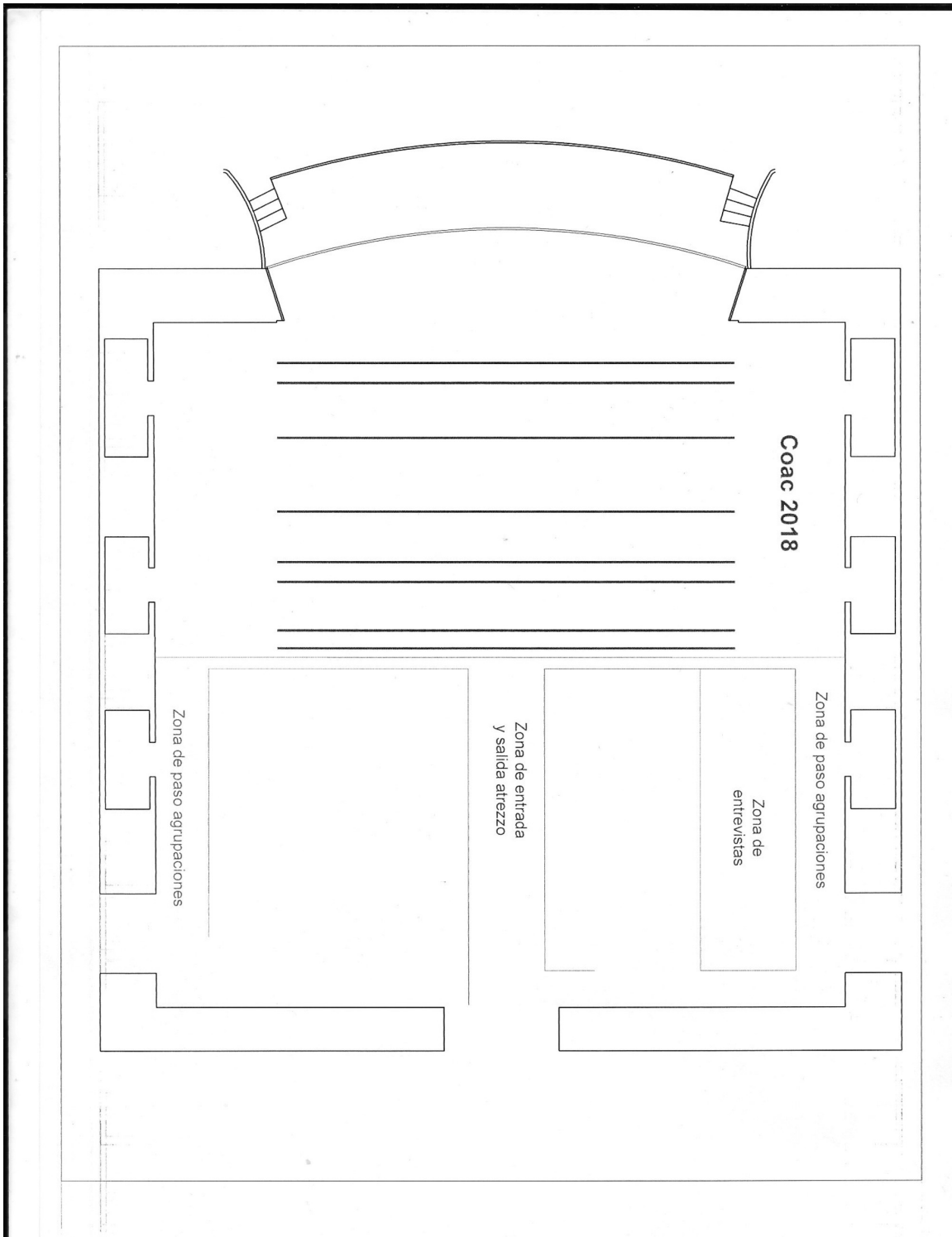
Palcos-Tornavoces

- La capacidad máxima de los palcos es de seis personas, justo el número de acreditaciones de las que dispone cada radio.
- No está permitido comer ni beber en los palcos. Como en el caso del foso, durante tantas horas, agua y algún tipo de tentempié os tendréis que tomar, pero, como venís haciendo en los últimos años, dentro de la normalidad. Este año hay una normativa nueva que prohíbe de manera explícita comer en los palcos aunque estén ocupados por prensa.

Os adjunto también la distribución del foso para este inicio de concurso.

El incumplimiento reiterado de estas normas puede suponer la retirada de la acreditación, previa autorización por parte de la Junta Ejecutiva del COAC.

Gracias por vuestra comprensión y colaboración. Feliz Concurso y mejor Carnaval 2018.



Distribución del foso 2020

/

Ayto de Cádiz	Diario de Cádiz	Diario de Cádiz	Diario de Cádiz	Pase de Día	Viva Cádiz	Viva Cádiz	OC Digital	Bahía de Cádiz	Pase de Día	Pase de Día	La Voz de Cádiz	La Voz de Cádiz	RNE

- 1) En las mesas con dos puestos cuando el tercero no esté ocupado podrá ocupar algunos de los medios que están en ese lugar.
- 2) El Puesto de RNE se suele ocupar únicamente al finalizar la sesión para realizar la grabación de la crónica.

Informe acreditaciones y acreditaciones 2022



Ayuntamiento de Cádiz
Gabinete de Prensa

Propuesta acreditaciones prensa

COAC 2022



Cádiz, 3 de mayo 2022

El Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz de acuerdo con la delegación del Colegio de Periodistas de Andalucía en Cádiz y la Asociación de la Prensa de Cádiz (APC) elaboró en 2018 una serie de requisitos que deben cumplir tanto medios como informadores para poder ser acreditados en el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas (COAC) de Cádiz. Estos requisitos del COAC tratan de dignificar y mejorar las condiciones de las personas que realizan labores en los medios de comunicación durante el certamen.

Estos requisitos son los siguientes:

- Podrán acreditarse medios en soporte tradicional (prensa en papel, radio por ondas herzianas, televisiones con licencia TDT) y medios digitales. Para que un medio digital pueda ser acreditado como tal debe cumplir el nuevo protocolo y requisitos que establecen el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía para regular los medios digitales. Este documento (denominado ROMDA y que está disponible en <http://periodistasandalucia.es/documento-bases-romda/>) ya está aprobado.
- Todos los medios para ser acreditados han de contar con profesionales del periodismo que sean reconocidos por las organizaciones oficiales.

- Probar una relación contractual con el trabajador al que acredite o que éste trabaje como autónomo en un medio de televisión, radio, o publicación impresa y estar al día de sus seguros obligatorios.
- Se dividirán las acreditaciones en tres categorías: A./- Periodistas y colaboradores, B:/ fotógrafos- técnicos- cámaras y C./- Comentaristas-animador.
- Se creará la acreditación de ‘Comentarista/colaborador’ (sin que ello suponga un incremento en el número de acreditaciones por medio) para que, sobre todo radios y televisiones, puedan llevar invitados a sus retransmisiones para comentar las sesiones sin que tengan que estar dadas de altas.
- Al menos el 50 por ciento de los acreditados en el primer apartado (periodistas y colaboradores) deberán presentar carnet de la FAPE, carnet de colegiado en un colegio oficial de periodistas o título o en su defecto resguardo del grado o licenciatura en periodismo o comunicación audiovisual en las universidades que cuenten con títulos homologados en nuestro país. Serán acreditados bajo el epígrafe de “periodista o prensa”.
- Se podrán acreditar los medios de comunicación generalistas locales que cumplan estos requisitos. Los medios de otras localidades podrán acreditarse para los días que actúen las agrupaciones de su municipio.

- El Ayuntamiento ofrecerá un servicio de fotografía gratuito con imágenes de todas las actuaciones y que está disponible desde que finalice la función. Eso no implica que los medios acreditados puedan disponer de sus propios fotógrafos.
- Las acreditaciones serán nominales y con fotografía y podrán ser retiradas en caso de incumplimientos de las normas que se establecerán más adelante, como el uso de la zona mixta, presencia en el foso o salas de prensa.

En las últimas ediciones dos medios de comunicación tenían un convenio con el extinto Patronato del Carnaval para la retransmisión del COAC en el que se recogían las condiciones o el número de acreditaciones que tendrían. Estos medios son Onda Cádiz y Canal Sur, tanto en radio y televisión ambas. Al no existir el Patronato y solo existir en la actualidad una encomienda para la retransmisión del concurso a Onda Cádiz, por lo que se otorgará un número total de acreditaciones de 70 acreditaciones a distribuir entre la televisión o las televisiones que tengan estos derechos de retransmisión, ya que en la actualidad se desconoce si será una o más de una.

En el resto de medios de comunicación se ha ido reduciendo el número de acreditaciones durante estos años para ajustarlas a las necesidades de aforo y seguridad del Gran Teatro Falla a un número que para el propio ejercicio de los medios no se puede reducir más. Por ello, se mantendrán el número de acreditaciones por medio del último concurso (2020) y en el caso de

que se acreditara algún medio por primera vez se le concedería el número de acreditaciones como al resto de los medios similares.

Se mantendrá que la televisión o televisiones que emitan el concurso dispongan de un máximo de tres pases diarios por día y ampliamos las de las emisoras de radio para que dispongan de CUATRO pases diarios para repartir en toda la fase preliminar, TRES en para semifinales y DOS para la final (a distribuir como estimen oportuno, pudiendo disponer de más de una algún día en función de las peticiones diarias).

Por contra, este año por el plan de actuación con motivo de la pandemia del Covid 19, no se podrán disponer de pases de la trasera del Teatro, ya que esta zona como la propia zona de escenario se reservan para los trabajadores del Falla, artesanos y las agrupaciones. Además, los medios deberán adaptarse al plan de actuación que esté vigente en ese momento y que será elaborado por la Delegación Municipal de Salud y el servicio de Prevención de Riesgos Laborales. Eso sí, se establecerá una zona mixta en la única salida del teatro para las agrupaciones, donde los profesionales de los medios podrán entrevistar a las personas que forman parte de las agrupaciones o de su autoría.

Para las acreditaciones diarias de medios nacionales o de medios locales de otros municipios que acompañen a una agrupación que actúe ese día en el Falla se dispondrá de un máximo de 10 acreditaciones diarias que se concederán en orden de solicitud y atendiendo en su número a la disponibilidad de las mismas.

Por todo ello, se establecerán unas ‘normas de trabajo’ (ya se establecieron en la edición de 2019 y se adaptarán a la situación de este 2022) cuyo incumplimiento podrá llevar a la retirada de la credencial.

José Luis Porquicho
Jefe de Prensa
Ayuntamiento de Cádiz

Anexo III

Sentencias judiciales sobre los criterios de acreditaciones del COAC

Se incluyen a continuación dos sentencias de Tribunales de Justicia de Cádiz que fallan a favor de la decisión del Ayuntamiento de Cádiz de aplicar el ROMDA para establecer los criterios de concesión de las acreditaciones para el Concurso de Agrupaciones del Carnaval de Cádiz (COAC).

Sentencia Procedimiento 50/2018



JUZGADO DE LO CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO Nº 4 DE CÁDIZ PROCEDIMIENTO ORDINARIO Nº 58/18

SENTENCIA

En Cádiz, a 20 de abril de 2020.

Vistas por Dña.MILAGROS VILLOSLADA PARRA, Magistrada-Juez del Juzgado Contencioso-Administrativo nº 4 de los de Cádiz, las presentes actuaciones de Procedimiento Ordinario, seguidas con el número 58/18, e iniciadas en virtud de demanda deducida por la entidad TREKANT MEDIA S.L., representada por la Procuradora Dña. María del Carmen Marquina Romero y asistida por el Letrado D. Alvaro Illesca Frontado, contra el Ayuntamiento de Cádiz, representado y asistido por la Letrada del Ayuntamiento de Cádiz, dicta la presente con fundamento en los siguientes

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO.- En las presentes actuaciones que se sustancian por las reglas del Procedimiento Ordinario con el número 58/18, la representación procesal de la entidad TREKANT MEDIA S.L. interpuso recurso contencioso-administrativo contra la resolución del Ayuntamiento de Cádiz de fecha 8 de enero de 2018 por la que se decreta que la entidad TREKANT MEDIA S.L. no satisface los requisitos para la acreditación de los medios de comunicación de cara al COAC 2018.

Admitido el recurso interpuesto, se reclamó de la Administración demandada el expediente administrativo, con notificación a cuantos aparecieran como interesados en él, emplazándoles para que pudieran personarse como demandados en el recurso.

SEGUNDO.- Tras recibirse el expediente administrativo, se emplazó a la parte actora para formalizar la demanda en el plazo de 20 días.

Mediante escrito se formalizó la correspondiente demanda en la que, tras alegar los hechos y fundamentos de derecho correspondientes, se interesó en el suplico de la demanda se dictase Sentencia por la que declare la nulidad de la resolución dictada por vulneración de derechos constitucionales y por una absoluta falta de motivación del acto administrativo dictado.

TERCERO.- Dado traslado a la administración demandada, por la misma se presentó escrito de contestación a la demanda.

Por Decreto se fijó la cuantía del recurso en indeterminada
Practicada la prueba propuesta y admitida con el resultado obrante en autos, se presentaron los correspondientes escritos de conclusiones, declarándose los autos conclusos para dictar Sentencia mediante Providencia de fecha 2 de septiembre de 2019.

CUARTO.- En la tramitación de este procedimiento se han observado las



<p>Código Seguro de verificación:ZC2fVLoSrpjp/SyTExem9A==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws121.juntadeandalucia.es/verifirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.</p>			
FIRMADO POR	MILAGROS VILLOSLADA PARRA 20/04/2020 11:08:45	FECHA	20/04/2020
	RAQUEL MARIA LOPEZ GAVIÑO 20/04/2020 11:54:50		
ID. FIRMA	ws051.juntadeandalucia.es	ZC2fVLoSrpjp/SyTExem9A==	PÁGINA 1/3
ZC2fVLoSrpjp/SyTExem9A==			



prescripciones legales, a excepción del plazo para dictar Sentencia, habida cuenta la gran carga de trabajo existente en este Juzgado.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO.- Es objeto del presente recurso contencioso-administrativo la resolución del Ayuntamiento de Cádiz de fecha 8 de enero de 2018 por la que se decreta que la entidad TREKANT MEDIA S.L. no satisface los requisitos para la acreditación de los medios de comunicación de cara al COAC 2018.

En lo que respecta a la alegación realizada por la letrada del Ayuntamiento de Cádiz y consistente en la pérdida sobrevenida del objeto del procedimiento a la vista de la medida cautelarísima acordada en el Auto de fecha 8 de febrero de 2018, considera quien suscribe que no ha lugar a estimarse dicha alegación habida cuenta que el referido Auto se limitó a acordar la suspensión de la ejecución de la resolución objeto del presente recurso contencioso-administrativo en referencia a un día concreto (el de la Final de Adultos) y por apreciarse la concurrencia de circunstancias de especial urgencia, considerándose por tanto procedente pronunciarse sobre el fondo del asunto litigioso.

SEGUNDO.- Examinados conjuntamente el expediente administrativo y la prueba obrante en autos, deben desestimarse las alegaciones realizadas por la entidad recurrente en virtud del siguiente razonamiento:

Los criterios y/o requisitos para la asignación de las credenciales de prensa para el COAC 2018 fueron elaborados por el Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz de acuerdo con la Asociación de la Prensa de Cádiz (folios 9 y siguientes del expediente) con la finalidad de *“dignificar y mejorar las condiciones de las personas que realizan labores en los medios de comunicación durante el concurso”*, reduciendo la presencia de informadores en sala y permitiendo el buen desarrollo de la labor informativa y de la cobertura que los medios realizan del COAC.

Dichos requisitos fueron aprobados por la Junta Ejecutiva del COAC de fecha 28 de diciembre de 2017 (página 29 del expediente, apartado de *“Credenciales de prensa”*), siendo posible limitar lícitamente el acceso gratuito de los periodistas a determinadas zonas del recinto (Sentencia de la Sala de lo Civil del Tribunal Supremo de 27 de julio de 2010).

La resolución recurrida sí expresó los motivos por los que no cabía conceder la acreditación a la entidad recurrente, cuales era no haber cumplido con dichos requisitos, especificando cuales eran los requisitos que no cumplía (folios 6 y 7) y reconociéndose por entidad recurrente no haber cumplido con el requisito consistente en que *“Todos los medios para ser acreditados han de contar con profesionales del periodismo que sean reconocidos por las organizaciones oficiales”*, a lo cual se suma la circunstancia de que del examen de la documental aportada por la recurrente no resulta acreditada su inscripción en el Registro de Medios Digitales de Andalucía.

En consecuencia, y en virtud de lo expuesto, debe desestimarse la demanda.

TERCERO.- En materia de costas procesales, de conformidad a lo dispuesto en



Código Seguro de verificación: ZC2fVL0Srjpp/SyTExem9A==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws121.juntadeandalucia.es/verfirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	MILAGROS VILLOSLADA PARRA 20/04/2020 11:08:45	FECHA	20/04/2020
	RAQUEL MARIA LOPEZ GAVIÑO 20/04/2020 11:54:50		
ID. FIRMA	ws051.juntadeandalucia.es	ZC2fVL0Srjpp/SyTExem9A==	PÁGINA 2/3
 ZC2fVL0Srjpp/SyTExem9A==			



ADMINISTRACIÓN
DE
JUSTICIA

el art.139.1 y 139.3 LJCA, y habida cuenta la cuantía y complejidad del presente pleito, se condena a la entidad recurrente al abono de las costas procesales con el límite máximo total de 300 €.

Vistos los preceptos citados y demás de pertinente aplicación.

FALLO

Que debo desestimar y desestimo el recurso interpuesto por la representación procesal de la entidad TREKANT MEDIA S.L. contra la resolución referida en el Fundamento de Derecho Primero de la presente Sentencia, por ser la misma ajustada a derecho.

Se condena a la entidad TREKANT MEDIA S.L. al abono de las costas procesales con el límite máximo total de 300 €.


Notifíquese con la indicación de que esta sentencia no es firme pudiendo interponerse contra la misma recurso de apelación en este Juzgado en el plazo de quince días para ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del TSJA.

Así por esta mi sentencia, de la que se llevará certificación a los autos principales, lo pronuncio, mando y firmo.

DILIGENCIA DE PUBLICACIÓN.- Publicada ha sido la presente resolución, doy fe.



Código Seguro de verificación:ZC2fVLoSrpjp/SyTExem9A==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://ws121.juntadeandalucia.es/verfirmav2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	MILAGROS VILLOSLADA PARRA 20/04/2020 11:08:45	FECHA	20/04/2020
	RAQUEL MARIA LOPEZ GAVIÑO 20/04/2020 11:54:50		
ID. FIRMA	ws051.juntadeandalucia.es	ZC2fVLoSrpjp/SyTExem9A==	PÁGINA 3/3
 ZC2fVLoSrpjp/SyTExem9A==			

Sentencia Procedimiento 85/2019



JUZGADO DE LO CONTENCIOSO-ADMINISTRATIVO Nº 4 DE CÁDIZ PROCEDIMIENTO ORDINARIO Nº 85/2019

SENTENCIA

En Cádiz, a 12 de Junio de 2020.

Vistas por Dña. MILAGROS VILLOSLADA PARRA, Magistrada-Juez del Juzgado Contencioso-Administrativo nº 4 de los de Cádiz, las presentes actuaciones de Procedimiento Ordinario, seguidas con el número 85/2019, e iniciadas en virtud de demanda deducida por la entidad TREKANT MEDIA S.L., representada por la Procuradora Dña. María del Carmen Marquina Romero y asistida por el Letrado D. Alvaro Illesca Frontado, contra el Ayuntamiento de Cádiz, representado y asistido por la Letrada del Ayuntamiento de Cádiz, dicta la presente con fundamento en los siguientes

ANTECEDENTES DE HECHO

PRIMERO.- En las presentes actuaciones que se sustancian por las reglas del Procedimiento Ordinario con el número 85/2019, la representación procesal de la entidad TREKANT MEDIA S.L. interpuso recurso contencioso-administrativo contra la Resolución del Ayuntamiento de Cádiz de fecha 17 de enero de 2019 por la que se decreta que la entidad TREKANT MEDIA S.L. no satisface los requisitos para la acreditación de los medios de comunicación de cara al COAC 2019.

Admitido el recurso interpuesto, se reclamó de la Administración demandada el expediente administrativo, con notificación a cuantos aparecieran como interesados en él, emplazándoles para que pudieran personarse como demandados en el recurso.

SEGUNDO.- Tras recibirse el expediente administrativo, se emplazó a la parte actora para formalizar la demanda en el plazo de 20 días.

Mediante escrito se formalizó la correspondiente demanda en la que, tras alegar los hechos y fundamentos de derecho correspondientes, se interesó en el suplico de la demanda se dictase Sentencia por la que declare la nulidad de la resolución dictada por vulneración de derechos constitucionales por una absoluta falta de motivación y publicidad del acto administrativo dictado.

TERCERO.- Dado traslado a la administración demandada, por la misma se presentó escrito de contestación a la demanda.

Por Decreto se fijó la cuantía del recurso en indeterminada

Practicada la prueba propuesta y admitida con el resultado obrante en autos, se presentaron los correspondientes escritos de conclusiones, declarándose los autos conclusos para dictar Sentencia mediante Providencia de fecha 8 de enero de 2020.

CUARTO.- En la tramitación de este procedimiento se han observado las



<p>Código Seguro de verificación:LmmeyWVNny+HsCNjbgLVKq==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws121.juntadeandalucia.es/verifirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.</p>			
FIRMADO POR	MILAGROS VILLOSLADA PARRA 12/06/2020 12:54:08	FECHA	12/06/2020
	RAQUEL MARIA LOPEZ GAVIÑO 12/06/2020 13:10:47		
ID. FIRMA	ws051.juntadeandalucia.es	LmmeyWVNny+HsCNjbgLVKq==	PÁGINA 1/4
<p>LmmeyWVNny+HsCNjbgLVKq==</p>			



ADMINISTRACIÓN
DE
JUSTICIA

prescripciones legales, a excepción del plazo para dictar Sentencia, habida cuenta la gran carga de trabajo existente en este Juzgado.

FUNDAMENTOS DE DERECHO

PRIMERO.- Es objeto del presente recurso contencioso-administrativo la resolución del Ayuntamiento de Cádiz de fecha 17 de enero de 2019 por la que se decreta que la entidad TREKANT MEDIA S.L. no satisface los requisitos para la acreditación de los medios de comunicación de cara al COAC 2019.

SEGUNDO.- Cuestión jurídica idéntica a la que aquí nos ocupa (relativa a la falta de satisfacción por la entidad recurrente de los requisitos para la acreditación de los medios de comunicación de cara al COAC 2018) ha sido ya resuelta por este Juzgado en Sentencia de fecha 20 de abril de 2020 (Procedimiento Ordinario 58/18), teniendo su Fundamento de Derecho Segundo el tenor literal que sigue:

“SEGUNDO.- Examinados conjuntamente el expediente administrativo y la prueba obrante en autos, deben desestimarse las alegaciones realizadas por la entidad recurrente en virtud del siguiente razonamiento:

Los criterios y/o requisitos para la asignación de las credenciales de prensa para el COAC 2018 fueron elaborados por el Gabinete de Prensa del Ayuntamiento de Cádiz de acuerdo con la Asociación de la Prensa de Cádiz (folios 9 y siguientes del expediente) con la finalidad de “dignificar y mejorar las condiciones de las personas que realizan labores en los medios de comunicación durante el concurso”, reduciendo la presencia de informadores en sala y permitiendo el buen desarrollo de la labor informativa y de la cobertura que los medios realizan del COAC.

Dichos requisitos fueron aprobados por la Junta Ejecutiva del COAC de fecha 28 de diciembre de 2017 (página 29 del expediente, apartado de “Credenciales de prensa”), siendo posible limitar lícitamente el acceso gratuito de los periodistas a determinadas zonas del recinto (Sentencia de la Sala de lo Civil del Tribunal Supremo de 27 de julio de 2010).


La resolución recurrida sí expresó los motivos por los que no cabía conceder la acreditación a la entidad recurrente, cuales era no haber cumplido con dichos requisitos, especificando cuales eran los requisitos que no cumplía (folios 6 y 7) y reconociéndose por entidad recurrente no haber cumplido con el requisito consistente en que “Todos los medios para ser acreditados han de contar con profesionales del periodismo que sean reconocidos por las organizaciones oficiales”, a lo cual se suma la circunstancia de que del examen de la documental aportada por la recurrente no resulta acreditada su inscripción en el Registro de Medios Digitales de Andalucía.

En consecuencia, y en virtud de lo expuesto, debe desestimarse la demanda.”

De igual forma, en el caso que no ocupa los criterios y/o requisitos para la asignación de las credenciales de prensa para el COAC 2019 fueron aprobados por la Junta Ejecutiva del COAC de fecha 27 de diciembre de 2018 en el Punto 3º apartado 3.2, siendo los mismos (en lo que atañe al presente caso) del año 2018 (páginas 5 y siguientes del expediente), y expresándose en la resolución recurrida (folio 42 del expediente)



Código Seguro de verificación:LmmeYwVnNy+HsCNjbgLVKq==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: <https://ws121.juntadeandalucia.es/verfirmav2/>
Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.

FIRMADO POR	MILAGROS VILLOSLADA PARRA 12/06/2020 12:54:08	FECHA	12/06/2020
	RAQUEL MARIA LOPEZ GAVIÑO 12/06/2020 13:10:47		
ID. FIRMA	ws051.juntadeandalucia.es	PÁGINA	2/4
 LmmeYwVnNy+HsCNjbgLVKq==			



ADMINISTRACIÓN
DE
JUSTICIA

cuales eran los requisitos que no cumplía la entidad recurrente.

Por otro lado, en la pieza separada de medidas cautelares del presente procedimiento ha sido dictado Auto firme de fecha 14 de febrero de 2019 en cuyos Razonamientos Jurídicos se pone de manifiesto lo que sigue:

“PRIMERO.- El presente recurso se interpone contra la Resolución del Ayuntamiento de Cádiz de fecha 17 de enero de 2019 por la que se decreta que la entidad TREKANT MEDIA S.L. no satisface los requisitos para la acreditación de los medios de comunicación de cara al COAC 2019, siendo los requisitos no satisfechos los consistentes en “estar inscrito en el Registro de Medios Digitales de Andalucía (<https://periodistasandalucia.es/romda-medios-inscritos/>) o al menos, cumplir los requisitos establecidos por el CPPA para avalar a una web como medio de comunicación digital con valores periodísticos (https://periodistasandalucia.es/registro-medios-digitales-romda/#ac_5447_collapse1).

SEGUNDO.- (..) del examen de la documental aportada por la recurrente no resulta acreditada su inscripción en el Registro de Medios Digitales de Andalucía, figurando entre los requisitos establecidos por el CPPA para avalar a una web como medio de comunicación digital con valores periodísticos los consistentes en “2. Presencia en la plantilla de personas licenciadas en Periodismo, Comunicación Audiovisual o colegiadas que realicen labores de redacción, selección, jerarquización de contenidos, de forma profesional, por cuenta propia o ajena.”, y figurando como documentos a aportarse para solicitar la inscripción en el Registro de Medios Digitales de Andalucía (aquí debe precisarse que basta con consultar el enlace facilitado a la recurrente (https://periodistasandalucia.es/registro-medios-digitales-romda/#ac_5447_collapse1) para saber cuales son dichos documentos) “en cualquier caso lo siguiente:


1. Fecha de alta del hosting.
2. El documento de constitución de la sociedad inscrito en su caso, o el alta como trabajador autónomo titular del medio.
3. Contrato laboral o contrato mercantil que demuestre la relación con la persona que realiza las labores periodísticas.
4. Copia del título de licenciatura o grado en Periodismo o Comunicación Audiovisual. En caso de personas colegiadas en el CPPA, adjuntar carné del CPPA. (en caso de no tenerlo especifique en su solicitud si es colegiado o no)
5. Documento bancario acreditativo del abono de la cantidad económica establecida.”(..), siguiendo sin resultar acreditado el cumplimiento de dichos requisitos por parte de la recurrente en los autos principales.

En consecuencia, y en virtud de lo expuesto, debe desestimarse la demanda.

TERCERO.- En materia de costas procesales, de conformidad a lo dispuesto en el art.139.1 y 139.3 LJCA, y habida cuenta la cuantía y complejidad del presente pleito, se condena a la entidad recurrente al abono de las costas procesales con el límite máximo total de 300 €.

Vistos los preceptos citados y demás de pertinente aplicación.



Código Seguro de verificación:LmmeyWVNny+HsCNjbgLVKg==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws121.juntadeandalucia.es/verifirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.			
FIRMADO POR	MILAGROS VILLOSLADA PARRA 12/06/2020 12:54:08	FECHA	12/06/2020
	RAQUEL MARIA LOPEZ GAVIÑO 12/06/2020 13:10:47		
ID. FIRMA	ws051.juntadeandalucia.es	LmmeyWVNny+HsCNjbgLVKg==	PÁGINA 3/4
 LmmeyWVNny+HsCNjbgLVKg==			



ADMINISTRACIÓN
DE
JUSTICIA

FALLO

Que debo desestimar y desestimo el recurso interpuesto por la representación procesal de la entidad TREKANT MEDIA S.L. contra la resolución referida en el Fundamento de Derecho Primero de la presente Sentencia, por ser la misma ajustada a derecho.

Se condena a la entidad TREKANT MEDIA S.L. al abono de las costas procesales con el límite máximo total de 300 €.

Notifíquese con la indicación de que esta sentencia no es firme pudiendo interponerse contra la misma recurso de apelación en este Juzgado en el plazo de quince días para ante la Sala de lo Contencioso-Administrativo del TSJA.

Así por esta mi sentencia, de la que se llevará certificación a los autos principales, lo pronuncio, mando y firmo.

DILIGENCIA DE PUBLICACIÓN.- Publicada ha sido la presente resolución, doy fe.



<p>Código Seguro de verificación:LmmeyWVNny+HsCNjbgLVKg==. Permite la verificación de la integridad de una copia de este documento electrónico en la dirección: https://ws121.juntadeandalucia.es/verifirmav2/ Este documento incorpora firma electrónica reconocida de acuerdo a la Ley 59/2003, de 19 de diciembre, de firma electrónica.</p>			
FIRMADO POR	MILAGROS VILLOSLADA PARRA 12/06/2020 12:54:08	FECHA	12/06/2020
	RAQUEL MARIA LOPEZ GAVIÑO 12/06/2020 13:10:47		
ID. FIRMA	ws051.juntadeandalucia.es	LmmeyWVNny+HsCNjbgLVKg==	PÁGINA 4/4
<p>LmmeyWVNny+HsCNjbgLVKg==</p>			

