



Universidad de Valladolid

CURSO 2020-2021

Facultad de Filosofía y Letras
Grado en Periodismo

**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**

Alumno(a): Luis Colom Rosety

Tutor(a): María Monjas Eleta

**Departamento: HISTORIA MODERNA,
CONTEMPORÁNEA Y DE AMÉRICA, PERIODISMO Y
COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y PUBLICIDAD**

Convocatoria: 1^a

Índice

1.- Resumen	3
2.- Introducción	4
2.1.- Justificación	5
2.2.- Preguntas de investigación, hipótesis y objetivos	5
<i>Preguntas de investigación.</i>	5
<i>Hipótesis</i>	6
<i>Objetivos</i>	6
2.3.- Metodología	6
3.- Marco teórico	8
3.1.- El Carnaval de Cádiz.....	8
3.2.- El Periodismo, la media naranja del Carnaval	8
3.2.1.- Primeras apariciones periodísticas	9
3.2.2.- Las crónicas negras	12
3.2.3.- Carnaval y prensa escrita en el siglo XX.....	13
3.2.4.- Época de cambios: prensa gaditana y carnaval en la Transición	15
3.2.5.- La radio y la televisión: Una alternativa más viva y propia de esta magia	16
3.3.- Onda Cádiz TV	20
3.4.- Censura y el lápiz rojo	21
3.5.- El Carnaval como industria cultural: redes sociales, interactividad y engagement	22
4.- Análisis	24
4.1.- Análisis de los programas	24
4.2.- Análisis de Twitter Onda Cádiz TV	34
5.- Conclusiones.....	49
6.- Bibliografía	50
7.- Anexo	52

1.- Resumen

El Carnaval de Cádiz es una fiesta única dentro de las fiestas populares españolas y este trabajo trata de analizar su tratamiento en los medios de comunicación locales y su repercusión en las redes sociales. A través del epígrafe del marco teórico se vislumbra que la relación entre periodismo y carnaval se remonta al siglo XVIII, coincidiendo con los primeros diarios gaditanos. La investigación de este TFG se centra en el análisis del programa *El Palco del Falla*, solución que la cadena local de televisión Onda Cádiz TV ha ofrecido para cubrir la falta de concurso debido a la pandemia de la COVID-19. Así mismo se estudian los comentarios en la red social Twitter donde el programa ha empleado *hashtags* en sus 14 programas para generar interacción entre sus espectadores y los contenidos que se emitían en directo. Los resultados obtenidos permiten concluir que muchos de esos mensajes tienen un sentir nostálgico y a su vez de admiración y agradecimiento por el autor o la copla que se está emitiendo. Incluso estos usuarios se comunican entre ellos creando así una pequeña comunidad.

Palabras claves: Carnaval de Cádiz, Cultura popular, Televisión local, Twitter, YouTube, Facebook.

Abstract

The Cádiz Carnival is a unique festival within the popular Spanish festivals and this work tries to analyze its treatment in the local media and its repercussion on social networks. Through the epigraph of the theoretical framework, it is glimpsed that the relationship between journalism and carnival dates back to the 18th century, coinciding with the first newspapers in Cádiz. The investigation of this TFG focuses on the analysis of the El Palco del Falla program, a solution that the local television network Onda Cádiz TV has offered to cover the lack of competition due to the COVID-19 pandemic. Likewise, the comments on the social network Twitter are studied where the program has used hashtags in its 14 programs to generate interaction between its viewers and the content that was broadcast live. The results obtained allow us to conclude that many of these messages have a nostalgic feeling and at the same time of admiration and gratitude for the author or the song that is being broadcast. Even these users communicate with each other thus creating a small community.

Key words: Cádiz Carnival, Popular culture, Local television, Twitter, YouTube, Facebook.

2.- Introducción

Desde sus más remotos orígenes, el Carnaval de Cádiz ha influido de manera profunda en la sociedad. La fiesta por, para y de los gaditanos se ha visto tanto desde dentro como desde fuera con una mirada influyente. Quizás sea por la guasa gaditana que a tantos enamora. O quizás sea por la envidia que genera el efecto de evasión cuando las calles de la ciudad de Cádiz se disfrazan con motivo de su fiesta mayor acompañado de las máscaras y el sonido de los pitos de cañas. Una fiesta que gracias al compás del 3x4 marcó el ritmo de una capital de provincia desde hace más de tres siglos.

Prueba de esa influencia del Carnaval en la sociedad ha quedado en los diarios conservados en la Biblioteca y Archivo Municipal, que ya introducían en sus columnas esta festividad. Un ejercicio más sencillo sería comprobar los numerosos estudios que historiadores y periodistas gaditanos han hecho sobre esta relación que data de 1763 hasta nuestros días.

La comprobación llevará a entender que el periodismo ha logrado ser ese cartero que no se deja las cartas por entregar en el fondo de su cartera; el objetivo de que el Carnaval no se quede entre los entendidos y que dé la oportunidad a un público más masivo de elegir si quiere o no consumir esta fiesta. Y, obviamente, el hecho de que muchos periodistas también fuesen a su vez propulsores de los carnavales o incluso participasen activamente en los concursos ayudó a que entrará en las líneas de los periódicos con un cómodo calzador.

A medida que las tecnologías permitían mejorar y ampliar los medios de comunicación, el tratamiento del Carnaval fue aumentando. Desde las primeras comparsas emitidas en radio hasta ver en diferido alguna agrupación a través de Internet y YouTube. El problema es que el tiempo, además de traer nuevos avances, trajo consigo numerosas contrariedades. Sobre todo dentro de una parte de la opinión pública que veían esta fiesta como una banalidad desmesurada que se tenía que cortar de raíz. Durante el franquismo, las líneas rojas de la censura pintaban las partituras de las agrupaciones por ser peligrosas para el pueblo español y la patria. Una tortura que Ramón Colom en el programa de *Informe Semanal* de marzo de 1973 calificó como “unas fiestas salidas de una cuaresma de cuarenta años y que preceden a otra cuaresma: la litúrgica.”

Con la llegada de la democracia tras el periodo de Transición, la censura derivó en las quejas judiciales de algunos criticados en los pasodobles. Como la de Andrea Janeiro, hija de Belén Esteban, en 2018 cuando quiso denunciar por calumnias a la chirigota *Una corrida en tu cara*. Algo que quedó impune al ser retirado con sarcasmo y sátira por la agrupación sevillana en un nuevo pasodoble. Aunque este cambio en contra de la libertad y la celebración aún se sigue escapando del poder de las coplas carnavaleras.

El Carnaval de Cádiz, como tantas otras fiestas populares y actividades culturales, también se ha visto afectado por la pandemia de la COVID-19. Pese a que sí pudo celebrarse la edición de 2020, en agosto del pasado año se dictaminó que no se celebrarían los carnavales de 2021, dejando así a los gaditanos sin su mayor fiesta desde hace más de 40 años.

2.1.- Justificación

La decisión de suspender el carnaval de 2021 también afectó a los medios de comunicación locales que en los días de retransmisión de las diferentes agrupaciones y festejos callejeros consiguen sus picos de audiencia más altos.

El esfuerzo por brindar una alternativa ante la falta de Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas (COAC) ha sido enorme. La solución que los medios de comunicación locales han ofrecido a la audiencia ha sido la producción y emisión de programas de diversos tipos relacionados con ediciones anteriores a este mismo concurso y la fiesta tradicional que también se celebra en las calles de la ciudad de Cádiz.

La mayoría de los programas se han basado en el análisis de agrupaciones carnavalescas de ediciones anteriores, entrevistas a celebridades y expertos de esta festividad y actuaciones en directo. Además, se han incluido algunas informaciones sobre las futuras agrupaciones que pasarán por el telón del Gran Teatro Falla, complementando aún más la realización de los programas. Para estar conectados con la audiencia y generar así un *feedback* mediático, las cadenas han utilizado un *hashtag* en Twitter para estar al tanto de la opinión de los espectadores u oyentes.

Naturalmente y como no podía ser de otra forma, las cadenas locales han escogido el Gran Teatro Falla como escenario principal de sus programas. Desde Onda Cádiz TV hasta las emisoras de radio y Canal Sur.

Este trabajo centrará su análisis mediático en el programa *El Palco del Falla*, dirigido por Miriam Peralta y Enrique Miranda. Además se estudiará el impacto que ha habido en las redes sociales debido al interés del programa en conectar con su público antes, durante y después de la emisión.

2.2.- Preguntas de investigación, hipótesis y objetivos

Este Trabajo Fin de Grado parte de las siguientes preguntas:

Preguntas de investigación.

- ¿Cómo han afrontado los medios locales, en concreto una televisión local como Onda Cádiz, la falta de contenidos actuales derivada de las restricciones de la pandemia?
- ¿Cuáles han sido las alternativas que Onda Cádiz ha ofrecido a su audiencia ante la falta de COAC?
- ¿Cómo ha sido de frecuente la interacción de los medios o presentadores con la audiencia a través de los hashtags ofrecidos en los programas?
- ¿Qué importancia se le ha dado a cada contenido: entrevistas, actuaciones, información de actualidad...?
- ¿Qué tipo de respuestas ha emitido la audiencia durante la transmisión de los programas?

Hipótesis

El presente trabajo pretende verificar o refutar las siguientes hipótesis.

1. La mayor parte del tiempo del programa de Onda Cádiz, *El Palco del Falla*, se dedica a actuaciones de concursos del carnaval de ediciones anteriores.
2. La función de los invitados y de los presentadores permite ofrecer una visión más detallada de la temática o agrupaciones que se vislumbran en los programas.
3. Los comentarios en Twitter se centran en la nostalgia y valoran muy positivamente los carnavales más antiguos.

Objetivos

1. Mostrar que la relación entre el periodismo y el Carnaval de Cádiz sigue vigente y fuerte.
2. Estudiar la interacción de los espectadores a través de Twitter.
3. Estudiar la función de los presentadores y los invitados en los programas analizados.

2.3.- Metodología

La metodología seleccionada para esta investigación es el análisis de contenido entendido como un procedimiento interpretativo de un producto comunicativo que permite obtener datos cuantitativos o estadísticos, pero también cualitativos mediante la combinación de categorías (Piñuel, 2002)*.

En este trabajo se analizan tanto los programas de *El Palco del Falla* de Onda Cádiz TV como los comentarios en Twitter generados a raíz de la emisión de dichos programas. Concretamente se analizan 10 de los 14 programas emitidos de *El Palco del Falla*, así como los comentarios en Twitter. Se ha decidido escoger un número reducido porque son los programas con más interacción en la red analizada, con una media de 3.400 comentarios cada programa a diferencia de los 2600 obtenidos en los restantes.

Para la metodología de los programas analizados en este trabajo se han empleado dos fichas de análisis. La primera tabla tiene un valor cuantitativo y pretende explicar el funcionamiento de cada programa de *El Palco del Falla*. La segunda tabla analiza las respuestas e interacciones que hay en los *hashtags* de cada programa. Se ha decidido escoger la red social Twitter debido a que el programa ha empleado este medio como soporte de las interacciones mediáticas.

La primera ficha de análisis (Tabla 1), centrada en el programa de Onda Cádiz estudia aspectos como el tema central del programa, el tiempo dedicado a actuaciones de archivo o en directo así como el que ocupan las entrevistas y quiénes son los entrevistados.

A continuación se ofrecerá un modelo de las fichas de análisis de este trabajo utilizadas:

Tabla 1. Ficha de análisis programa *El Palco del Falla*

Datos generales	Nombre	
	Nº programa	
	Fecha de emisión	
	Tema central	
	Hashtag	
Duración		
	Tiempo actuaciones de Archivo	
	Tiempo actuaciones	
	Tiempo entrevistas	
Personas entrevistadas		

Fuente: Elaboración propia.

La segunda ficha establece las variables para el análisis de los comentarios en las redes sociales, como el número de “ReTweets” y “Me Gustas” totales, quiénes comentan los mensajes, la temática de estos y los recursos audiovisuales utilizados por los usuarios, entre otras cosas.

Tabla 2. Ficha de análisis de los comentarios en Twitter

		Número	Porcentaje total sobre la muestra
Tipología Tweets	Tweets		
	Retweets		
	Me gustas		
	Con comentarios		
Autoría	Usuario corriente		
	Medio/Marca		
	Autor de carnaval		
Tema	Nostalgia		
	Propuesta		
	Agradecimientos		
	Otros		
Recursos	Enlaces		
	Meme		
	Foto		

	Vídeo		
--	-------	--	--

Fuente: Elaboración propia.

Así mismo, se realizó un muestreo previo que permitió definir más específicamente las variables de la ficha de análisis, como por ejemplo la inclusión de una variable de mensaje de admiración hacia un autor o copla.

3.- Marco teórico

Este epígrafe aborda en primer lugar la historia del Carnaval de Cádiz a través de su relación con la prensa y los medios de comunicación de la ciudad desde sus orígenes hasta la actualidad. Esta visión general se concreta con la referencia al tratamiento del carnaval en la cadena de televisión local analizada, Onda Cádiz TV. A continuación, se destaca la relación entre televisión y redes sociales, objeto del análisis de este trabajo, principalmente con los conceptos de interactividad y engagement.

3.1.- El Carnaval de Cádiz

Los orígenes del carnaval están en la raíz de la cultura mediterránea. Los carnavales comenzaron siendo festejos bacanales (dios Baco), saturnales (dios Saturno) y luperciales (dios Pan) tanto en la antigua Grecia como en la Roma clásica. Muchos especialistas en este campo coinciden en que “el Carnaval, nuestro Carnaval, quiérase o no, es un hijo, aunque sea pródigo, del cristianismo; mejor dicho, sin la idea de la Cuaresma no existiría en la forma en que ha existido desde fechas oscuras de la Edad Media” (Caro Baroja, 1965, p. 22). De hecho esto tendría el más sentido de todos ya que las celebraciones anuales coinciden con el tiempo cuaresmal.

Aunque es cierto que esta fiesta sigue conservando un estilo romano. Todo debido a la influencia genovesa del siglo XV y XVI que encontraban en Cádiz un punto estratégico para sus intereses comerciales. De hecho, esa influencia sigue intacta en algunos rincones de la ciudad en forma de edificios, plazas o esculturas.

3.2.- El Periodismo, la media naranja del Carnaval

El periodismo gaditano no se puede entender sin el Carnaval de Cádiz y viceversa. Muchos expertos y catedráticos especializados en la historia y trasfondo del Carnaval de Cádiz coinciden en que, al igual que el periodismo, esta fiesta ha vivido diversas etapas. Según Ignacio Sacaluga, “el Carnaval de Cádiz se encuentra inmerso en su cuarta revolución, la digital. La primera vino marcada hace siglos por la prensa; la segunda, hace décadas, por la radio y, más tarde, la tercera por la televisión” (2017, p. 14).

Esta relación hace que algunos periodistas gaditanos denominen al Carnaval de Cádiz como “periodismo cantado” (Llompert, año desconocido). De hecho, según los historiadores, el interés de la prensa sobre el carnaval ha ido en aumento con el paso del tiempo. Hasta tal punto en que hay serias discusiones entre cadenas de televisiones locales por retransmitir

las fases finales del COAC. Y es que, lo que empezó con una tímida mención escondida en columnas de textos sin importancia, ha llegado a tal punto en que cada mes de febrero y marzo hay algún programa de televisión o radio que emite programas de hasta 12 horas ininterrumpidas sobre el carnaval.

3.2.1.- *Primeras apariciones periodísticas*

Las primeras referencias periodísticas sobre la fiesta se remontan al 4 de febrero de 1763 cuando se publicó el primer número de la *Gaceta de Cádiz*. El periódico de Gerónimo Silvesio recogía la primera noticia sobre el carnaval gaditano:

El día 26 del pasado se celebró Asamblea General de las Madamas de esta Ciudad, con el motivo de el [sic] presente tiempo de Carnaval, a fin de formar los Planos de las diversiones que en él se permiten. Hubo variedad de dictámenes. Unas, votaron la suspensión de Bayles y Máscaras, sustituyendo en su lugar las óperas, recreación menos costosa y más cómodas en las horas. Otra proponían el partido de las Máscaras, como diversión peculiar de la Estación. Últimamente, unidos los Bellos Pareceres, se acordó no se pudiese criticar las Señ que correspondiese al Festejo o Cobite de un Bayle, con el de Parqueto de Opera, quedando decidido de conformidad, que en caso de permitirse las Máscaras, sólo se admitiesen las de Personas mui conocidas, precaviendo de este modo las osadías, que suele inspirar la mala crianza.

Por aquel entonces, parte de la sociedad gaditana estaba enfrentada respecto a la celebración del carnaval. Sobre todo la clase alta que veía peligroso el uso de máscaras en la celebración de esta festividad.

Ese mismo año nace uno de los periódicos vanguardistas de la primera época del periodismo español: *La Pensadora Gaditana*. Beatriz Cienfuegos, directora y autora de muchas piezas informativas de este periódico, también hacía alusión a los festejos carnavalescos en sus páginas, como los celos de su marido que le impedía celebrar el carnaval en las calles y salones de la ciudad:

Todos los carnavales me vestía de máscara, y salía en cuadrilla con una amigas en todo mi semejantes y con los caballeros más decentes de este pueblo; con este antecedente y con haber oído decir que Vm. no se ha acordado de las máscaras en toda su maldita obra, me lisonjeé con que en esta diversión no pondría reparo mi Diego, pues nada había escrito contra ella [...]

(*La Pensadora Gaditana*, Beatriz Cienfuegos, 1786)

El Conciso y el *Diario Mercantil de Cádiz* son otros periódicos importantes en los primeros años de los carnavales. El primero lo fue durante la Cádiz de las Cortes, arrancando su andadura el 24 de agosto de 1811 y desapareciendo en el absolutismo de 1814. Su fama se debe a la influencia política que generaba con sus publicaciones, más en una época tan convulsa como las dos primeras décadas del siglo XIX. En plena invasión napoleónica, donde las tropas francesas se encontraban en las fronteras gaditanas tratando de superar los bastiones de resistencia, los teatros abrieron sus puertas en Cádiz.

Esto, obviamente, no pasó desapercibido por los autores de este medio y expresaron la siguiente nota en sus páginas:

Al fin se pone ya hoy 20 en práctica la máxima política de abrir el teatro de Cádiz à pesar de la oposición de muchos que demasiado cortos de vista ni aun quieren valerse de anteojos para ver claro. ¡A los 22 meses de sitio abre Cádiz el teatro!... Esta sola reflexión puede influir mucho en el continente, y desengañará à los alucinados por el tirano, quien cada 15 días les publica y habla de los adelantamientos de sus trabajos de sitio (que son defensivos, pues están los franceses casi tan sitiados como Cádiz,) de los apuros de la guarnición y habitantes de esta plaza (que tienen el mar libre y embarcan harinas y otros comestibles para otros países), y de la próxima rendición de ella, (y sólo piensa en ver como sitia à los sitiadores).

Es necesario resaltar la influencia social que ejercían muchos periódicos como este en la celebración de los carnavales. Y es que, atendiendo a este fragmento de *El Conciso*, el periódico respondió que si era necesario que los teatros abriesen sus puertas al público para mantener la moral de la población (debido a la guerra) en cada acto se alzasen cantos patrióticos.

Sin embargo, *El Conciso* presenta una novedad en los periódicos de esta época. Tres días antes de la proclamación de La Pepa, el diario informó en sus páginas de un cántico popular que corría las calles de la ciudad de Cádiz:

“Para que Soult inserte en sus gacetas de Sevilla, y su amo Corso en las de París los estragos producidos por sus nuevos bombarderos, le remite el Conciso la siguiente seguidilla que se canta en las calles de Cádiz”

*De las veinte granadas
que Soult envía
se quedan diez y nueve
en la bahía;
Y la que llega,
Rompe vidrios y espanta
Perros y viejas.*

(El Conciso, 16 de marzo de 1812)

De esta manera, este diario inserta por primera vez cánticos populares que, aprovechando las fechas tan señaladas en los teatros, derivarían en las letras futuras de los autores

pioneros de carnaval. Eso sí, sin descubrir siquiera qué patrón musical siguen estas rimas callejeras.

El resto de los periódicos o seguían el ejemplo de *El Conciso* o dedicaban páginas a informar sobre la realización de bailes y actuaciones teatrales, advertencias sobre como vestir y comportarse durante los festejos e ilustraciones pintorescas.

Para finalizar este apartado, se debe de mencionar con honor uno de los primeros artículos de opinión sobre el carnaval de Cádiz. El texto carnavalesco más antiguo encontrado por los historiadores de este campo. Se encuentra en el número 3857 del Diario Mercantil de Cádiz y su autor anónimo reflejaba por primera vez una visión artística y pasional sobre la festividad, narrando las tradiciones que se celebraban cada año, además del uso y significado que tenían las máscaras. Un texto que queda como la fuente más relevante para conocer el funcionamiento de los primeros carnavales gaditanos y que refuerza la importante relación de la prensa con esta fiesta.

Décadas más tarde, el tratamiento periodístico no varía en especial. Durante el gobierno de Espartero, los diarios enfilaban sus letras hacía el gobernante por su gestión de la nación, además de las sinfines restricciones para la celebración del carnaval. Algo que no pasaron desapercibidos los medios madrileños, ya que en 1856 *El Comercio* publicó las siguientes coplas en honor a la reina y al dirigente.

<i>Que viva Espartero</i>	<i>Que viva Espartero</i>
<i>Que viva Isabel,</i>	<i>Que viva Isabel, etc.</i>
<i>Que suba la pita,</i>	<i>Hasta las papas</i>
<i>Que baje el café.</i>	<i>Van para arriba</i>
<i>Los paquetitos</i>	<i>Ya á cuatro cuartos</i>
<i>Van por la calle</i>	<i>Venden la libra</i>
<i>Tirilla tiesa</i>	<i>Que viva Espartero</i>
<i>Muertos de hambre.</i>	<i>Que viva Isabel, etc.</i>
<i>Que viva Espartero</i>	<i>Buena carpanta</i>
<i>Que viva Isabel, etc.</i>	<i>Habrá este invierno</i>
<i>Los montañeses</i>	<i>Como el alcalde</i>
<i>Con su agonía</i>	<i>No ande ligero</i>
<i>Suben la azúcar</i>	<i>Que viva Espartero</i>
<i>Todos los días</i>	<i>Que viva Isabel, etc.</i>

3.2.2.- Las crónicas negras

Una de las novedades que comenzaron a incorporar los periódicos del siglo XIX fueron las crónicas. Las primeras eran sobre los bailes públicos que se celebraban en los teatros, como las de *El Comercio* sobre los eventos realizados en el Liceo. Estos diarios también introducían estas noticias en apartados llamados “Gacetilla”.

El baile de máscaras que se verificó en el Liceo Gaditano la noche del Viernes último, estuvo muy animado. El salón principal y galerías laterales presentaban un aspecto deslumbrador; neuz multiplicadas las infinitas luces de sus arañas y las de los nuevos y elegantes brazos del gas por un considerable número de espejos, esparcidos profusamente entre liadísimas gasas, grandes ramos de flores en forma de festones unos y colocados en Liborse otros, y realzado el todo por la nueva alfombra, entapizado y limpio de sus delicados estucos, formaba un hermoso cuadro.

La concurrencia que ascendió a más de 1200 personas, lucía caprichosos disfraces y ricos adornos.

(Fragmento de una crónica de *El Comercio*, 7 de febrero 1858)

Dentro de las crónicas, resalta la aparición de las crónicas negras en los periódicos de Cádiz relacionados con el carnaval. Estos textos narraban actos de vandalismo o tragedias peores durante los festejos del carnaval. Gracias al trabajo de los historiadores gaditanos se conservan muchas de estas piezas informativas, incluyendo la primera de todas, el *Robo en Domingo de Piñata* de 1848. *El Nacional* narra el robo que sufrió una señora en su casa mientras ella disfrutaba del último día de carnaval con la quema habitual de piñatas.

Bien es cierto que la periodicidad de estas crónicas era esporádica, aunque se recuerdan algunas fechas muy singulares como 1870, la década de los 90 del Siglo XIX o los años de la Transición española. También se recoge el fallecimiento de un autor de carnaval importante en la época de la II República, Paco ‘Coca’ debido a una caída fortuita en uno de los antiguos fosos de piedra de Puerta Tierra.

Estas crónicas servían de excusa para los dirigentes políticos en su afán por prohibir estas celebraciones al considerarse provocativas para el orden público.

Pedro Roldán Delgado ‘Perico el de las Viejas Ricas’ ingresó conducido por los serenos en la Casa de Socorro con una herida incisa de 8 centímetros en la nuca, con dos heridos más. Fueron asistidos por el doctor Gómez Plana.

La pendencia fue en Puerto Chico. Roldán y otro cuestionaban cuando intervino un tercero, que recibió una bofetada. El abofeteado sacó un cuchillo con el que hirió en la nuca a Roldán.

Desde el sitio de la concurrencia hasta la Casa de Socorro fueron acompañados los heridos por numeroso público que estuvo largo rato esperando en la puerta de la Casa de Socorro.

(“Perico El de las Viejas Ricas, herido”, *La Fe Católica*, 1903)

3.2.3.- Carnaval y prensa escrita en el siglo XX

Con la llegada del siglo XX, el periodismo español emprende un viaje hacia la modernización. No obstante, hay diversos hechos que complican mucho este trayecto. En este orden, en nuestro país surge la crisis producida por la pérdida de las últimas colonias, la dictadura de Primo de Rivera, la II República y la dictadura de Francisco Franco. Sucesos históricos que afectan al periodismo desde la base: la libertad de expresión.

Los primeros periódicos de este nuevo siglo tienen un sentido obrero debido a la situación social vivida en España, con importantes revueltas industriales en algunos puntos del país. Entre ellos destacan *El Trabajo*, *La Razón Obrera* y *Comercio Y Sindicación*. Todos ellos periódicos gaditanos con un enorme sentir socialista.

La conexión entre el oficio y la fiesta empieza a ser más intensa en este periodo. De hecho, comienza incluso una estrecha relación con los propios periodistas y las coplas.

El Trabajo fue de los pioneros en reivindicar la figura de la mujer obrera con su escrito “Carnaval perpetuo”, donde también se hacía mención a la lucha contra la sociedad burguesa, muy arraigada en la Cádiz de la época. Precisamente, este periódico organizó el 24 de mayo de 1900 una función en el Teatro Circo Gaditano en honor a un periodista gaditano. En dicha función cantarían la agrupación de la prestigiosa comparsa Los Luceros, de ‘El Tío de la Tiza’.

Imagen 1. ‘El Tío de la Tiza’ (izq.) y Paco Alba (der.)



Fuente: Carnavalpedia y Diario de Cádiz, respectiv.

El espectáculo fue todo un éxito, enamorando a toda la ciudad por las increíbles y artísticas actuaciones, entre ellos la de Los Luceros y los tangos del autor carnalero Antonio Rodríguez. Así lo relata una de las crónicas del periódico anteriormente mencionado: “La función, en todos los conceptos, ha sido un éxito, por lo que felicitamos al periodista a cuyo beneficio se efectuaba”.

Este fervoroso éxito comenzaría a atraer a otras organizaciones que celebrarían diversos eventos sobre el carnaval, como el concurso del periódico *El Liberal* quien premiaba a la mejor crónica carnavalesca con un premio en metálico. Por lo tanto, podemos estar ante los primeros antecedentes de lo que hoy en día conocemos como el Concurso Oficial de Agrupaciones Carnavalescas (COAC).

En estos años es precisamente cuando se funda la Asociación de la Prensa de Cádiz (APA), que sigue ofreciendo eventos sobre el carnaval, como la reciente ponencia entre tres autores carnavalescos importantes celebrada en la Universidad de Cádiz.

Ocho años antes de la fundación de la APA, surge otro antecedente sobre la relación entre la prensa y el carnaval. En los carnavales de 1901 surge la agrupación *Los Periodistas Desconocidos*, un tributo a los profesionales de este ámbito que nos permite saber incluso que sus indumentarias habituales se basaban en trajes de gabardina con una notita en los sombreros para apuntar cualquier detalle del hecho que estaban presenciando.

Al contrario de esto último fue el ejemplo del periódico quincenal *Titirimundi*, el cual gracias a la labor de uno de sus periodistas, Joaquín Navarro, se narra la organización de una agrupación a principios de siglo.

La prensa y por ende el periodismo empezaron a tener un papel importante en Cádiz, pero sin cruzar la línea divisoria que llevaba este oficio con el resto de los países. Es decir, en la primera década del siglo pasado la prensa gaditana se limitó a ser un simple avisador de las normas que se tenían que cumplir durante los festejos del carnaval, el horario y precio de los trenes desde ciudades como Jerez, San Fernando o el Puerto de Santa María y la publicación de las actas finales de los diferentes concursos carnavalescos. En 1909 el *Diario de Cádiz* en manos de la familia Joly, recibieron el agradecimiento del alcalde gaditano por la función de este medio en relación con lo anteriormente explicado.

El paso de los años trajo consigo nuevos periódicos orientados en los devenires políticos de la época, aunque muchos eran defensas de tradiciones españolas como el catolicismo, además de la fundación de *El Correo de Cádiz*. Esto afectó también en gran parte al carnaval, donde vio reducido su tratamiento, aunque más efusivo que otros años puesto que los periódicos no renunciaban a cubrir esta tradición. Un ejemplo claro es el artículo del diario *Cádiz por Dentro* titulado “Nostalgia de la fiesta” en la que se narra un deseo nostálgico de celebrar estas fiestas como mandan los cánones.

Está claro que el reflejo que se aprecia en estos periódicos indican una época dura para el carnaval. Más aún con la muerte de “El Tío de la Tiza” en 1912 lejos de su Cádiz natal. Sin embargo, se siguen manteniendo los avisos de bailes y festejos en algunos salones y plazas de la ciudad. Con lo cual podemos afirmar que el tratamiento mediático de esta prensa moderna no varía.

Para acabar este apartado, se ha de dar un salto temporal mayúsculo ya que la prensa quedó sometida duramente en las dictaduras de Primo de Rivera y Francisco Franco. Durante la II República volvió a surgir un enorme fervor por la creación de periódicos y el tratamiento con el carnaval creció, pero este movimiento fue efímero debido a la Guerra Civil.

3.2.4.- Época de cambios: prensa gaditana y carnaval en la Transición

La atención hacia el carnaval comenzó a aumentar con el COAC en la década de los 80, la más recordada con ilusión debido a las presiones anteriormente nombradas.

En esta nueva época, el *Diario de Cádiz* era el único diario que dominaba en las tiradas de la ciudad. A partir de 1980 se comenzó a editar dos suplementos dominicales que hoy en día se siguen publicando cada febrero. Durante aquellos años, las crónicas carnavalescas tenían nombre y apellido: Agustín Merello. Él mismo fue quien instauró un nuevo estilo de crónica que las hacía prácticamente interminables por el elevado número de detalles y fotografías que arrojaba al papel.

A Merello le siguieron otros periodistas carnavaleros de renombre como Carmen Morillo, Paco Perea, Ana María Rodríguez-Tenorio o Emilio López. Una escuela de grandes periodistas que cambiaron la forma del tratamiento de esta fiesta y llegando a la crítica y opinión de los propios autores. Como estas líneas de Francisco Gutiérrez, director de la comparsa roteña Lusitanos el cual se quejó de una crónica del propio Merello:

...mucho daño me causaste con lo que tú publicaste querido Agustín Merello puede que aquel maquillaje este año a usted le haga falta si es que llegamos a vernos. No quiero mi buen señor igual que uste compararme por eso pido perdón si he llegado a molestarle.

(Fragmento de la comparsa “Lusitanos”, 1984)

Con estos cambios, la prensa gaditana mejoró su elaboración de artículos y añadió más elementos como entrevistas o perfiles, además de numerosos premios que llevaban los nombres de estos famosos periodistas. Así hasta la actualidad, en la que los suplementos llenan los periódicos de la ciudad y convierten sus hojas en objeto de colección.

3.2.5.- La radio y la televisión: Una alternativa más viva y propia de esta magia

A partir del siglo pasado la forma de comunicar el carnaval cambiaría por completo gracias al nacimiento de la radio y la televisión, como detalla Javier Osuna en su obra *El periodismo en tiempos de Carnaval*.

La primera lo hizo en 1924 tras la llegada del marino italiano Guillermo Marconi al puerto de Cádiz tras inventar la telegrafía sin hilos. Este descubrimiento puso a la ciudad como escaparate principal de este invento y al barrio de Puntales como la zona 0 de la radio gaditana. De hecho, años más tarde incluso se emitieron por primera vez los cánticos de una agrupación carnavalesca. En este caso los pioneros fueron Los Abanicos cuando en 1897 sonaron en las ondas:

En la época presente
no hay nada tan floreciente
como la electricidad.
El teléfono, el micrófono,
el tan sin rival fonógrafo,
el pampirulim tintófono
y el nuevo cinematógrafo,
el majalacatrunchincófono,
el chin catapún-chincógrafo
y la asaura (hecho con arroz)...

(“Los Abanicos”, 1897)

No obstante, las primeras transmisiones periódicas no se darían hasta 1925 promovidas por Francisco de la Viesca, nombrado padre de la radio gaditana. De la Viesca impulsó

la promoción de este novedoso aparato en los periódicos de la época, logrando introducir la radiotelefonía. Este movimiento comercial caló muchísimo en Cádiz logrando excelentes números de ventas con respecto al resto del país.

Obviamente, para las agrupaciones carnavales no pasaría desapercibido este fenómeno y comenzarían a citar a la radio en sus cánticos:

Como la telefonía se a [sic]
puesto tan a la moda
no hay en Cádiz una señora
que no se ponga a escuchar,
para las suegras a [sic] sido un alivio
y no se duerme como es natural
mientras los novios ellos se aprovechan
del radioescucha y el conectar.

(“Los Tíos de la Tiza o los Canzonistas del Disparate”, 1926)

Los aparatos y sus ondas comenzaron a mejorar notablemente hasta el punto de establecerse numerosas estaciones de radiofonía. En Cádiz era la EAJ-3, aunque unos años más tarde surgiría la EFJ-5. De esta manera, se entiende que el papel de la radio en su tratamiento con el carnaval era de simple soporte sonoro. Se pueden mencionar momentos históricos propios puntuales como la guerra que se mantuvo entre las emisoras de Carranza y Sevilla por la adquisición de la I Vuelta Ciclista de Andalucía, muy criticado por las agrupaciones de 1958 que alimentaron ese cierto pique entre sevillanos y gaditanos que hoy en día persiste de manera muy escueta.

Comenta Sevilla con ira por Radio
la primera Vuelta de la Andalucía
y son sus razones lamentos insultantes
a nuestra Tacita, celosa *perdía*.

(“Los Bichitos de Luz”, 1955)

Imagen 2. “Los Bichitos de Luz” en 1955 en una actuación en las calles de Cádiz



Fuente: Letras del Carnaval de Cádiz

Pronto se descubrió que las agrupaciones carnavalescas estaban enamoradas de este maravilloso invento que ya por los años 50 estaba más que instalada en los hogares no tan arruinados de España. Cuando surgieron las primeras radionovelas, no hubo chirigota o comparsa que escapase la oportunidad de nombrar algunas de las famosas novelas que enganchaban a los oyentes de la época.

La retransmisión de novelas
por medio de la radio
merece atención,
yo no digo que sea lo contrario.

En su casa usted
no lo dejan siquiera respirar
yo tengo una prima hermana
que escuchando sufre
una gran barbaridad.

Le tira pellizcos al novio
el pobre hasta llora de tanto aguantar.

(“Los Príncipes”, 1955)

La radio se había adueñado de las vidas de los gaditanos y necesitaban de las voces que guardaban aquellas cajitas con altavoz para sostenerse en una vida delicada por la pobreza de aquellos años. El Carnaval empezó a tener un tremendo protagonista invadiendo el horario de este medio. El flamenco, familiar de esta fiesta aquí en el Sur, acompañaba a

las agrupaciones entre descanso y aplausos. Este hecho provocó una ola de concursos musicales en la radio llegando a promocionar a futuros grandes artistas como Camarón de la Isla o Miguel Ríos. Las emisoras también crecerían para dar mayor espacio a sus programas y traer la tecnología más punta del momento.

Poco a poco comenzaron a surgir géneros radiofónicos nuevos y propios como la radiobeneficencia o la Radio Juventud siendo muy popular en Cádiz. Los locutores gaditanos también recibirían su aprecio desde todas partes del país siendo iconos de este medio Manolo Garaboa o Salvador Carrasco.

Hasta los años 80 y 90 en los que las tertulias y las retransmisiones sobre los concursos se hicieron primordiales en todas las radios de España que estaban interesadas en saber qué se contaría en las tablas del Teatro Falla. Hoy, algunas emisoras como Cadena SER (Radio Cádiz), COPE u Onda Cero heredan ese enorme trabajo que iniciaron hace 40 años y que, a pesar de la pandemia, han encontrado la manera de ofrecer el Carnaval.

La televisión, sin embargo, tuvo un camino diferente, aunque su final acabaría siendo parecido a la radio. En España, la televisión llegó muy tarde en los años 40 y en una situación delicada por la posguerra. En 1952 nació RTVE con las dudas del Generalísimo, aunque poco a poco convenció a sus detractores a la par que la situación económica mejoraba y crecía el número de hogares con televisión.

Al igual que con la radio, los carnavaleros de la época ya mencionaban a este nuevo invento añadiéndole el toque satírico tan peculiar:

Ya vinieron los televisores
para darnos aún más el tostón
pues lo tienen hasta los freidores
de esta bella población.
Lo tendremos dentro de la sopa
porque causa cierta sensación
mi cuñada lo ha puesto en el *wáter*
y allí hace muy bien la digestión.

(“Los Caballeros de Nueva Orleans”, 1962)

El tratamiento televisivo del Carnaval de Cádiz fue de forma ascendente. Con el paso de la dictadura a la democracia, los programas televisivos líderes viajaban cada año a Cádiz y alrededores para conocer más una fiesta que, aunque se tenía constancia en el resto del país, no se vislumbró con total plenitud. Antes no interesaba informar sobre esta fiesta tan popular y de su pueblo más que recordar las fechas en las que se encontraba la sociedad. Ahora se llenaban informativos sobre las celebraciones en el teatro y en las

calles. Como la edición de marzo de 1973 en el que Ramón Colom, director de *Informe Semanal* en aquel año, visitó la calle Ancha de la capital gaditana para mostrar la sátira de las agrupaciones ilegales:

Estas son las fiestas. Éste es su protagonista: el pueblo gaditano que participa y da vida, ya sea en los coros o chirigotas o como espectadores, a unas fiestas salidas de una cuaresma de cuarenta años y que preceden a otra cuaresma: la litúrgica. Son los Carnavales.

La llegada de las cadenas autonómicas catapultó las emisiones sobre las festividades carnavalescas de la ciudad. La creación de RTVA y Canal Sur fue clave a la hora de ofrecer al pueblo gaditano y español los acontecimientos que cada febrero y marzo disfrazarían Cádiz. Desde la creación del canal televisivo andaluz ya se mantuvo contactos con el ayuntamiento para retransmitir la Gran Final del COAC del año 1990. Tras unas largas negociaciones entre la alcaldía, RTVE y RTVA por primera vez el concurso se emitiría en directo tanto a nivel nacional como autonómico. Un acuerdo que no duró mucho ya que los siguientes años la cadena nacional abandonaría el interés y Canal Sur se convirtió en el único medio para ver las agrupaciones.

3.3.- Onda Cádiz TV

Onda Cádiz TV es sin duda una de las piezas comunicativas más importantes del Carnaval de Cádiz, además de ser objeto de análisis de este trabajo por la misma índole.

Nació en febrero de 2006 gracias al compromiso y deseo del Ayuntamiento de Cádiz por crear una propia cadena local de televisión y radio. Precisamente, su estreno se dio con la retransmisión en directo del COAC de aquel año.

Onda Cádiz no solo terminó de acercar el concurso a los gaditanos de toda la provincia, sino que también mostró la festividad de la Semana Santa y otros grandes eventos como la Gran Regata de 2006 o las celebraciones del histórico Bicentenario de las Cortes de Cádiz en 2012.

Regresando al carnaval, Onda Cádiz ha establecido su dominio retransmitiendo el concurso al completo, pasando por las fases de preliminares hasta las finales (eso sí, emitiendo la jornada final en diferido porque la mayoría de los años Canal Sur ha sido dueña de la licencia). Con el paso de los años han ido añadiendo diversos elementos a las retransmisiones como entrevistas a autores de carnaval, en el famoso “Gallinero” del teatro o pequeñas actuaciones de las agrupaciones que han pasado por las tablas.

A su vez, este asentamiento se ha producido de la mano de los presentadores Enrique Medina y Miriam Peralta, elementos comunicativos claves de esta cadena que han conseguido hacer amenas las largas retransmisiones.

Imagen 3. Logotipo de Onda Cádiz TV y una imagen de Miriam Peralta y Enrique Medina



Fuentes: Onda Cádiz TV y Twitter

3.4.- Censura y el lápiz rojo

El Carnaval de Cádiz solo se ha prohibido dos veces: la primera en 1919 debido a epidemia de gripe en Cádiz y por la crispación social que generaron una seria de huelgas generales, y la segunda, la que precisamente es objeto de este trabajo, debido a la pandemia de la COVID-19.

No obstante, el poder, que es a fin de cuentas quien ejerce la censura, nunca vio con buenos ojos esta fiesta. Se permitieron las celebraciones porque, dentro de la agitación social que se respiraba sobre todo durante el siglo XX, era la fiesta de un pueblo que es famoso por ensalzar sus rasgos de identidad. Bien es cierto que es a partir de 1900 cuando se comienza a tener constancia oficial de instrumentos que regulaban las expresiones orales y escritas. Pero las primeras prohibiciones en el Carnaval datan de siglos anteriores, los primeros objetos de censura fueron el uso de las máscaras y los bailes de salón, aunque este último fue permitido con tal de no restringir demasiado el festejo.

Con la aparición de las primeras Leyes de Prensa, la censura se convirtió en una herramienta muy común entre la política de los altos mandatarios. Muchos expertos incluso lo catalogan del efecto que ejercen las dictaduras: “La censura es un complejo mundo que define a las dictaduras y, de forma sutil, sin nominarla de igual manera, condiciona las democracias” (Ruíz Romero, 2003, p. 507-529). Y es que, como bien se explica en muchos estudios sobre la censura, “el poder, más que reprimir las ideas, tenderá a impedir la publicación de noticias que amenacen la estabilidad política de las instituciones” (Fernández Domínguez, 2017, p. 29).

Precisamente, con el objetivo de controlar las ideas revolucionarias que podrían expresarse en los tablones de los teatros, el Carnaval y el COAC tuvieron diferentes “niñeras”. La primera de ellas fue el Gobierno Civil, alto órgano de poder en la provincia de Cádiz que, según muchos expertos en este campo, “solían ser más estrictos que el propio Gobierno” (Fernández Domínguez, 2017, p. 45). Durante la primera veintena de años del pasado siglo, José Bono Gonzálbes dictó las pautas que deberían de acatar los

alcaldes gaditanos para la celebración de dicha fiesta. A partir de 1930, la fiesta fue atendida por el Comité de Iniciativas y Propaganda del Ayuntamiento el cual otorgaba los permisos para actuar. Este órgano trató de suprimir la fiesta con pequeñas medidas, empezando con la supresión del lunes y el martes de carnaval (lunes de resaca y martes de coros como se conoce en Cádiz). No obstante, el alcalde de la ciudad, Ramón de Carranza pidió al Consejo de Ministros que se recuperasen estos días perdidos al haber causados estragos en el comercio local.

La supresión más importante del Carnaval fue en 1937 debido a la Guerra Civil. Una supresión que parecía temporal, pero que perduró hasta pasado 40 años debido a su personalidad revolucionaria y republicana. Al igual que la prensa, esta fiesta estuvo bajo el yugo franquista, prohibiéndose incluso su propio nombre. En Cádiz se la conocía durante estos años como ‘aquellas famosas fiestas que tanto renombre dieron a la ciudad de nuestros amores’. De hecho, las celebraciones se mantuvieron en febrero hasta 1966 con el nombre de Fiestas Folclóricas. Después se trasladaron al mes de mayo donde perduraron hasta 1977 y bajo la denominación de Fiestas Típicas Gaditanas.

La llegada de la democracia en España supone una liberación de las ataduras del Carnaval, aunque sigue habiendo elementos prohibidos como las máscaras o el uso de disfraces que imiten a militares o agentes del orden. No es hasta la década de los 80 cuando estas prohibiciones dejan de ser efectivas y el Carnaval y su COAC se desarrollan con total normalidad, a pesar de que aun queden resquicios de intentos de censura en algunos pasodobles actuales.

3.5.- El Carnaval como industria cultural: redes sociales, interactividad y engagement

Actualmente, podemos hablar incluso de una aproximación a una era digital 2.0 debido al uso masivo de las redes sociales que generan un enorme *feedback* entre el autor de Carnaval y el aficionado. Es por esto que Sacaluga, en su obra *El Carnaval de Cádiz: De las coplas a la industria cultural*, incide en que Internet ha logrado redimensionar el escenario carnavalesco hasta el punto de convertirlo en una industria cultural. Esta teoría fue promulgada a mediados del siglo XX por los filósofos Theodor Adorno y Max Horkheimer en el que a través de su obra *La industrial cultural. Iluminismo como mistificación de masas* “evidenciaban con dicho término la capacidad de la economía capitalista de generar bienes de carácter cultural para un público masivo” (2017).

Unos años más tarde, la UNESCO* reconoció la labor de estos filósofos y su teoría sobre las industrias culturales afirmando lo siguiente:

Las Industrias Culturales son aquellas industrias que combinan la creación, la producción y la comercialización de contenidos creativos, los cuales son intangibles y de naturaleza cultural. Los contenidos se encuentran protegidos por derechos de autor y pueden tomar la forma de bienes o servicios. Dentro de las industrias culturales por lo general se incluyen industrias como la imprenta, la editorial y la multimedia, la audiovisual, la fonográfica, la [cinematográfica], así

como la artesanía y el diseño [...]. Las Industrias Creativas, por su parte, abarcan un conjunto más amplio de actividades las cuales contienen a las actividades propias de las industrias culturales más todas las producciones de carácter cultural o artístico [...]. En las industrias creativas, los productos o servicios contienen un elemento sustancial de valor artístico o de esfuerzo creativo, e incluyen actividades tales como la arquitectura y la publicidad. (2010)

De esta manera y atendiendo a la acotación conceptual de la UNESCO, el carnaval de Cádiz se convierte en un generador de contenidos culturales multimedia. Los chirigoteros, comparsistas y autores de coros y cuartetos, incluso los autores de agrupaciones ilegales producen cultura musical y literaria en efectos industrializados y dirigidos a un público masivo con un fuerte interés en consumirlos.

Internet y en consecuencia su público masivo ha impulsado precisamente estas industrias culturales hasta el punto de formarse un *feedback* que ocupa la base de sus éxitos. Antonio Martínez Ares afirmaba incluso en una entrevista en el programa de *El Palco del Falla* que la opinión del público influía muchas veces en sus agrupaciones: “Muchas veces me gusta conocer la opinión del aficionado para terminar de pulir las introducciones durante el concurso” (2021). Es por esto que la interacción indirecta con el aficionado carnavalesco a través de medios como Twitter o Facebook se convierte en una nueva herramienta de creación artística para el autor de agrupaciones.

Las televisiones realizan un ejercicio muy parecido al anteriormente nombrado. Durante las emisiones de sus programas, muchos de ellos emplean la conectividad con su público a través de las redes sociales, compartiendo los mensajes en directo y reaccionando ante ellos. Este fenómeno se denomina *engagement* y ha sido estudiado por numerosos expertos en comunicación que han desvelado su funcionamiento. Su origen principalmente se dio en las series de televisión, aunque algunos programas como las tertulias deportivas ya empleaban esta herramienta a través de SMS. El poder del *engagement* es tan importante que hasta los propios seguidores de los contenidos televisivos “prefieren participar en la red durante la espacio de tiempo más próximo a su proyección en televisión, reaccionando, sobre todo, ante aquellos contenidos de carácter audiovisual” (2015), según un estudio realizado en la Universidad de Valladolid sobre la participación del público de series como *El Príncipe* y *Galerías Velvet* a través de Facebook.

El resultado de este estudio y en consecuencia del objeto de análisis es la estrategia que siguen todos los programas de televisión o de radio actuales: aumentar la audiencia final. De hecho, la estrategia comienza a rodar mucho antes del inicio de estos mismos programas.

Las empresas audiovisuales comienzan a publicitar y promocionar las series, especialmente las de producción propia, meses antes de su emisión en la pequeña pantalla, mediante la apertura de perfiles propios de cada espacio en las redes sociales. Con ello crean expectación y motivan al público para visionar posteriormente la serie concreta. (López Vidales & Gómez Rubio, 2015, p. 21)

También esta estrategia utiliza ciertas características como la “crossmedia” o la “transmedia” para favorecer la actividad en la red de los espectadores y así compartir no solo opiniones o aspectos del programa, sino también contenido audiovisual como fotos o vídeos que tengan que ver con las historias con las que se parten desde la propia cuenta del programa, generando así un hilo.

De esta manera, se puede afirmar que “la participación de la audiencia en redes sociales se acrecienta cuando los contenidos que figuran en las webs son de carácter audiovisual, especialmente imágenes y vídeos” (López Vidales & Gómez Rubio, 2015, p. 21) llegando a cuotas muy altas cuando la trama navega por una interesante marea o aparece en escena algún personaje aclamado por el público.

Este estudio concluye con que “la construcción de la audiencia social representa aquí el primer paso para asegurarse el éxito de la serie en su emisión televisiva y a través de otros dispositivos” (López Vidales & Gómez Rubio, 2015, p. 22). Por lo tanto, es la base del *engagement*.

4.- Análisis

Este apartado contiene el resultado de los análisis realizados para comprender los objetivos de la investigación. Primero se analizan 10 programas de *El Palco del Falla* y después el análisis empleado en Twitter a través del *hashtag* ofrecido por la cadena para este programa.

El Palco del Falla es un programa de televisión de la cadena local Onda Cádiz TV. Estuvo en antena entre el 30 de enero y el 12 de febrero de 2021, justamente la misma fecha en la que duraría la edición de este año del habitual COAC. La cadena gaditana en aras de ofrecer una solución a la falta de concurso debido a la pandemia de la COVID-19 decidió lanzar un programa de 14 episodios con diferente temática en la que se recordaría a diferentes elementos del Carnaval y del propio concurso. Bajo la presentación de los periodistas Miriam Peralta y Enrique Miranda y la colaboración del cómico Pepe El Caja, el programa trajo como invitados a un sinfín de autores y representantes de esta festividad, realizando diversas entrevistas y con la puesta en escena de algunas actuaciones. Sin duda alguna el plato fuerte de este programa ha sido la muestra de agrupaciones de años anteriores, desde los primeros años tras el fin de la censura, hasta la edición del 2020, la última celebrada hasta ahora.

4.1.- Análisis de los programas

Durante todos los programas que se han analizado, la función de los presentadores y colaboradores ha sido importante. No solo por aportar información relacionada con la temática que se está poniendo en valor en el programa, sino por cómo conducen el contenido a través de las preguntas que realizan a sus invitados. Esto genera un enorme *feedback* entre el presentador y el invitado, sumado al ya generado por la propia cadena en las redes sociales y a la participación de los usuarios en Twitter.

De hecho, a medida que van realizándose las entrevistas, los mensajes de los espectadores se van mostrando en pantalla. Incluso los presentadores que también están viendo la imagen que se está emitiendo hacen hincapié en la participación. Miriam Peralta y Enrique Miranda intentan recordar a los aficionados que pueden hacerlo a través de los *hashtags* que crea el programa, posicionados a la izquierda de la pantalla. Normalmente, suelen hacerlo tras la vuelta de publicidad o cuando comienza la emisión. A continuación se presentan los principales resultados del análisis de los diez programas seleccionados como muestra por ser los que generaron mayor número de comentarios en Twitter. Las tablas con los datos del análisis se incluyen en el Anexo I.

Imagen 4. *El Palco del Falla*: 'Grandes finales', 2021



Fuente: Onda Cádiz TV

- **Programa 1. *El Palco del Falla*. Onda Cádiz. 30/01/2021.**

El primer programa tiene como tema central “Pelotazos del Carnaval”, las mejores agrupaciones de distintas modalidades de la historia del concurso. El episodio tiene una duración de 3:03:46, de los que la mayor parte una hora y 23 minutos son actuaciones de archivo, frente a una hora y 18 minutos de entrevistas y 7:40 minutos de actuaciones en directo.

El Palco del Falla abre con una introducción de lo que será su programa y presentan a uno de los trabajadores del Archivo Histórico Municipal que ha sido capaz de rescatar los archivos audiovisuales de las agrupaciones de la década de los 80 y 90, aparentemente perdidas ya que la autoría no pertenecía ni a Onda Cádiz TV ni al Ayuntamiento, sino a RTVE. Con esta intervención, los presentadores pretenden ofrecer una visión más profesional y a la vez artística de las agrupaciones que salen en pantalla u otras que no salen pero se comentan durante el programa. De hecho, este mismo trabajador ha sido a su vez autor de carnavales, con lo cual la aportación que puede ofrecer en este capítulo es importante.

-Enrique Miranda: “Comparsa *Los Piratas*. Jose, ¿os esperabais ese éxito? Porque fue tal pelotazo que pudo haber sido como un disco de Michael Jackson.

-Jose Fernández: “La verdad que cuando estás concursando no eres consciente de eso. Incluso llego a la final, la gente lo acoge muy bien más con los pasodobles que cantamos muy bien, pero te das cuenta de lo que es la agrupación cuando ya sales fuera. Diez mil personas en la Plaza San Francisco, que te escolte la Policía en Tarifa, del Pregón de Sanlúcar... Son cosas que uno no llega a imaginar ni termina por asimilar.

(*El Palco del Falla*: 'Pelotazos del Carnaval', Onda Cádiz TV, 2021)

Imagen 5. Agrupación “Los Piratas”



El programa muestra en directo agrupaciones de años anteriores, la mayoría acordes a lo que se está comentando en directo. / Fuente: Onda Cádiz TV

Más adelante, el episodio se centra en autores icónicos como ‘El Selu’, quien también es entrevistado por los presentadores y añade una valoración importante sobre el término carnavalero “pelotazo”:

Es muy gracioso, porque nunca se le llama “pelotazo” a ninguna agrupación en el momento. No ha habido un año que la prensa o el aficionado haya calificado a alguna agrupación de “pelotazo”. Lo dicen al tiempo. Nunca ha coincidido que haya pasado eso en el año que sale esa agrupación. Pero bueno, lo importante como yo digo siempre es que queden para la historia e incluso no se acuerden ni del premio que se llevó.

(*El Palco del Falla*: 'Pelotazos del Carnaval', Onda Cádiz TV, 2021)

Para finalizar, este capítulo visita también una famosa tienda de discos e instrumentos de Cádiz llamada “El Melli” donde un colaborador entrevista al mismo dueño sobre los CDs que más se vendieron en los múltiples COAC.

Imagen 6. Pepe El Caja entrevistando al duelo de “El Melli”



Fuente: Onda Cádiz TV

- **Programa 2 *El Palco del Falla*. Onda Cádiz. 31/01/2021.**

El segundo programa tiene como tema central “Carnaval en la sangre”, donde se repasa a las familias más icónicas del concurso. El episodio tiene una duración de 2:59:09, de los que la mayor parte una hora y 23 minutos son actuaciones de archivo, frente a una hora y 17 minutos de entrevistas y 8:53 minutos de actuaciones en directo.

Esta vez la temática es ‘El Carnaval en la sangre’. Un repaso a las mejores familias carnavalescas que han pasado por el Teatro Falla. Los primeros invitados son Ale Monzón y el ‘Piojo’ Guerrero, grandes autores que marcaron el devenir de la cantera infantil, que recalcan que cuando salieron en 1988 en la modalidad de chirigota juvenil no se esperaban llegar hasta donde han llegado:

Nosotros en el año 88 estábamos jugando. Jugábamos a ser aviadores con su aeroplano por derecho y con el cachondeo que llevábamos. Porque en esos tiempos estábamos jugando sin saber que íbamos a estar todavía aquí.

[...] En esa agrupación éramos unos chiquillos. Yo incluso tenía 5 años. Haría alguna trampilla para estar ahí con esa edad porque seguro que la normativa no me dejaría. Pero era mi primer año y se lo debo a la “Peña Nuestra Andalucía”.

(*El Palco del Falla*: ‘Carnaval en la sangre’, Onda Cádiz TV, 2021)

Los Brihuega son otra familia carnavalesca que apareció en el segundo episodio. Marisa y Edu Brihuega hablaron un rato sobre sus vivencias en los concursos y en las diferentes modalidades, además de ver agrupaciones suyas y de actuar en directo. De hecho, Marisa dejó una anécdota interesante sobre cómo trabajaban las mujeres como su madre en la Peña Nuestra Andalucía:

Mi madre era más carnavalesca que mi padre. Siempre se buscaba sus cositas para su costura relacionadas con el Carnaval. En la Peña Nuestra Andalucía creó una directiva de mujeres, lo cual se ve que era una mujer adelantada a sus tiempos. Ella decía que además de los hombres ellas debían tener su propio control. Y se

reunían, pagaban sus cuotas y con eso hacían sus disfraces después en las cabalgatas, en las calles, etc.

- **Programa 3. *El Palco del Falla Onda Cádiz*. 02/02/2021.**

El cuarto programa tiene como tema central “La mujer en el carnaval”, en el que se valoriza la función de la mujer carnalera, autora de grandes agrupaciones. El episodio tiene una duración de 3:01:13, de los que la mayor parte una hora y 19 minutos son actuaciones de archivo, frente a una hora y 17 minutos de entrevistas y 8:16 minutos de actuaciones en directo.

Precisamente, ese sentir feminista que ya tenían los Brihuega en los 80 también se reivindicó en el programa ‘La mujer en el Carnaval’. Un programa dedicado a conocer la historia de las autoras de carnaval, maquilladoras, diseñadora de disfraces, etc. En ese programa, Onda Cádiz invitó a Adela Del Moral, pionera en el COAC que explicó las diferentes trabas que se encontraron durante sus primeras participaciones.

Nosotros notábamos que nos ponían muchas trabas. Yo soy tímida, pero para las cosas que me gustaban no y a mí el carnaval me encanta. Pero los primeros años te veías incómodo por el qué dirán, por la opinión del público, que si la voz femenina no vale para carnavales... También están los casos como la “putadilla” que nos hicieron en la final cuando en aquel coro nos abucheaban nuestros propios compañeros. Fue muy fuerte, algo que hoy en día no se ve en una final. Por suerte ya no se ven estas cosas, porque la sociedad ha cambiado. Pero ha costado mucho.

(*El Palco del Falla*: ‘La mujer en el carnaval’, Onda Cádiz TV, 2021)

Imagen 7. Adela Del Moral con su agrupación “Olé Gaditano” en 1984



Fuente: Kiki Fotógrafo

- **Programa 4. *El Palco del Falla*. 03/02/2021.**

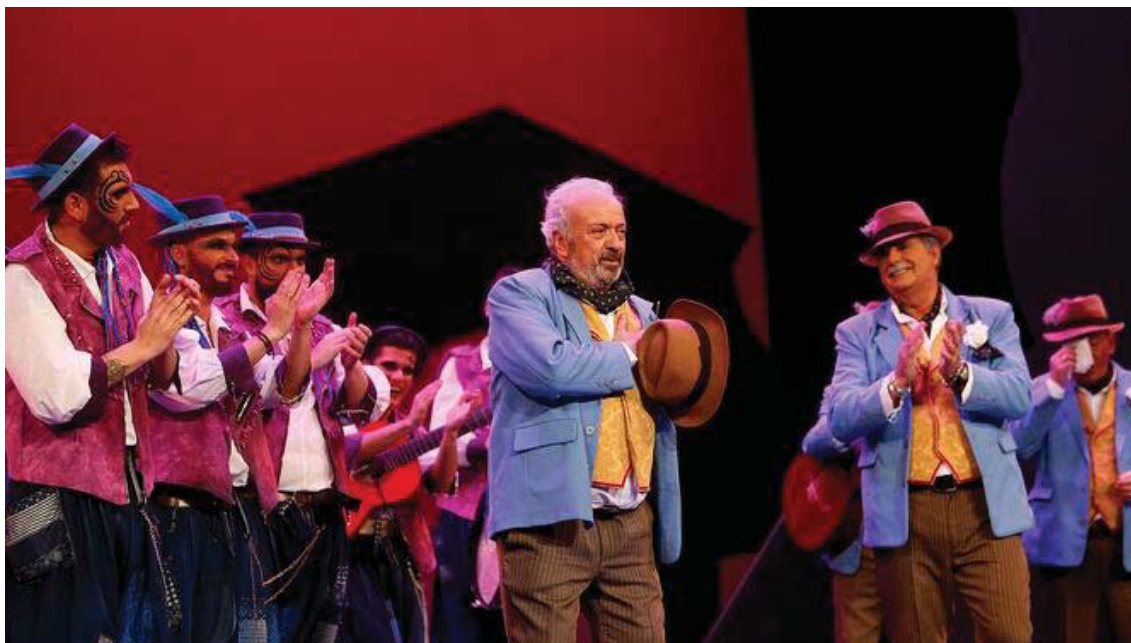
El quinto programa tiene como tema central “Martín”, un capítulo dedicado a la figura del gran autor Antonio Martín que recientemente se retiró del Carnaval. El episodio tiene una duración de 2:58:47, de los que la mayor parte una hora y 22 minutos son actuaciones de archivo, frente a una hora y 19 minutos de entrevistas y 11:24 minutos de actuaciones en directo.

El propio autor es que el asiste como invitado y cuenta algunas anécdotas interesantes sobre su trayectoria.

En mis primerísimos años de carrera, yo tuve la suerte de criarme con una gran escuela de autores, músicos, letristas, etc. Nosotros jugábamos a la pelota y cuando oíamos un pasodoble que sonaba por las calles parábamos y nos acercábamos a escuchar. Llega un momento en que a mí me da la vena de hacer un grupo y actuar también con el ‘Dandy’ y Pepe Mellado entre otros. Yo como es lógico quería salir a actuar, pero ellos no me dejaron ya que me otorgaron el papel de autor. Esto fue porque llegando los finales de cursos en los colegios se hacían concursos de carnavales y a mí siempre me pedían escribir las letrillas. De ahí que quisiesen que fuera el director del grupo. Y así hasta ahora.

(El Palco del Falla: ‘Martín’, Onda Cádiz TV, 2021)

Imagen 8. Antonio Martín homenajeado en su despedida en 2017



Fuente: Diario de Cádiz

- **Programa 5. *El Palco del Falla* 04/02/2021.**

Este sexto capítulo tuvo una duración de 3:02:25, con una hora y 24 minutos dedicados a actuaciones de archivo y una hora y 20 minutos de entrevista a los diferentes invitados, además de los 19:47 minutos de actuaciones en vivo.

En el programa dedicado a Manolo Santander y a Juan Carlos Aragón, los hijos del primero, autor de la agrupación conocida popularmente como el “Himno del Cádiz CF”, recordaban a su padre y sus vivencias durante las participaciones en el COAC, además de contar ciertas anécdotas de varias agrupaciones que salían en emisión. No obstante, hubo una declaración de Manolín Santander sobre la zona Paraíso del Teatro Falla, popularmente conocida como “Gallinero”, que dejó claro la situación del aficionado actual del carnaval.

El aficionado al carnaval que se coloca ahí no es el aficionado habitual. Yo lo llamo fanatismo. Es un club de fans que anima a una agrupación que no tiene calidad. Aprovechando que está ahora el Archivo Municipal, yo puse en mis redes que creo que hemos maleducado al aficionado. Y nosotros los primeros. Los que salimos hemos maleducado tratando de recibir ánimos durante las actuaciones. Aunque hayamos cantado una porquería. Todo valía por el efecto, cuando antes el efecto se ganaba con las coplas. Lo que se diga desde el gallinero debe de salir del corazón y eso ahora está adulterado. Yo por ejemplo le he gritado a mi padre, a mi tío Noly desde el gallinero, he hecho que el teatro cante. En fin son cosas que deben de volver.

(El Palco del Falla: ‘Santander y Aragón’, Onda Cádiz TV, 2021)

Imagen 9. Vista de la zona Paraíso, popularmente conocido como “Gallinero”



Gabinete Prensa Ayto. Cádiz-Manuel Fernández

Fuente: Ayuntamiento de Cádiz-Manuel Fernández

- **Programa 6. *El Palco del Falla*. 07/02/2021**

Tiene una duración de 3:01:36 minutos, en el que se dedica más tiempo a las actuaciones de archivo, con un una hora y 25 minutos, que a las entrevistas, una hora y 16 minutos. Además, la duración de las actuaciones totales oscila en los 8:20 minutos.

‘Cajonazos’ es otro programa que se ha analizado en este trabajo y en el que *El Palco del Falla* pretenda dar una visión más allá de esas agrupaciones o coplas que fueron un éxito repentino en su día. La intervención del autor Vicente Lázaro ‘Lali’ muestra una profunda visión sobre una de sus agrupaciones más exitosas como fue “Kai City”. Además, añade comentarios sobre la figura de Juan Carlos Aragón y el Carnaval de los 90.

En esa época no le teníamos miedo a nada. Juan Carlos Aragón no le tenía miedo a nada. Los cuplés, los popurrís tenían tela. Tenía una carga política potente. De hecho, es ese momento cuando Juan Carlos deja de hacer los popurrís graciosos y le muestra una declaración de intenciones al público de cómo quería ser él a partir de ahora. Los piropos que le lanzaba a Cádiz, las denuncias que él hace... Cambia por completo. Aunque en los “Ché Guevaras” él necesita salir en una chirigota y regresó por todo lo alto. Porque al final es algo que se lleva en el gen carnalero.

(*El Palco del Falla*: ‘Cajonazos’, Onda Cádiz TV, 2021)

- **Programa 7. *El Palco del Falla*. 08/02/2021**

Este programa tiene como temática principal ‘El Carnaval más allá de Cádiz’, con una duración de 3:03:48 minutos. Se han empleado una hora y 22 minutos en actuaciones de archivo, una hora y 17 minutos para entrevistas y 10:12 minutos de actuaciones en directo.

Y es que el Carnaval de Cádiz no solo es para los gaditanos, sino también para el mundo entero. Por ello dedican un programa para conocer las agrupaciones y autores de localidades como El Puerto de Santa María o Sevilla. De hecho, Juan Antonio ‘El Sopa’, entrevistado por Pepe El Caja, admite que ellos no han sentido un rechazo del público por no ser de Cádiz.

Siendo sinceros, yo nunca he notado que el público nos rechazase por ser de El Puerto. Porque una vez que el grupo se subía el escenario, tú no sabías si eran de Cádiz, de El Puerto o de Bilbao. Eso era el Falla bocabajo contigo. Es más, a nosotros Cádiz nos ha querido y nos quieren, porque eso se ve y se ha podido vivir en el ambiente. Nosotros en “Los Gitanos” transmitíamos lo que sentíamos y eso la gente lo sintió y seguro que lo sienten con otras que valgan la pena.

Imagen 10. La agrupación “Los Gitanos” en el concurso de 2011.



Fuente: Diario de Cádiz

- **Programa 8. *El Palco del Falla*. 09/02/2021**

Este octavo programa analizado tiene una duración estimada de 2:59:46, donde se ha empleado más tiempo a las actuaciones de archivo, con una hora y 24 minutos, que a entrevistar a los invitados, una hora y 16 minutos, además de los cinco minutos de actuaciones en vivo.

El undécimo programa trata sobre los diferentes mejores momentos que ha dejado la ronda de preliminares a los que muchos aficionados no siguen a no ser que actúen ese día una gran agrupación. El programa trata de enseñar que estas jornadas previas a las fases finales también tiene magia.

- **Programa 9. *El Palco del Falla*. 10/02/2021**

El duodécimo capítulo de *El Palco del Falla* tiene una duración total de 3:06:09, donde han empleado una hora y 25 minutos para las actuaciones de archivo, una hora y 18 minutos de entrevistas y 9:56 minutos de actuaciones en vivo.

En ‘Más allá del Carnaval’, el programa pretende ofrecer la visión artística del autor, uno de los invitados en este caso, para analizar más a fondo el porqué de una agrupación en concreto que surgirá en la discusión. También se tratan diferentes cuestiones como el deseo del autor por volver a componer cuando a este le ha producido un enorme dolor, ya sea por el estallido mediático producido por la fama, asuntos personales, etc. Antonio Martínez Ares, uno de los autores que sería interesante conocer un análisis a fondo sobre

el trasfondo de sus agrupaciones más célebres, comentaba en el programa su proceso de evolución como autor al que él lo llama “metamorfosis” y explicaba lo importante que era para él:

Mi metamorfosis todavía no ha acabado. Y espero que por mucho tiempo, porque el día que no pueda seguir con la metamorfosis es que ya no hay ilusión. Y yo necesito de esa ilusión para meterme en la historia porque me da igual que conlleve un riesgo o que incluso sepa que no voy a ganar. Pero quiero ser fiel a eso que siento. Y además va acorde con los ánimos de los seguidores. Uno no es capaz de llegar a un momento sin romper determinadas barreras. Y tú al intérprete le tienes que pedir también eso. Esto incluso puede pasar que deja de haber química entre unos y otros.

(*El Palco del Falla: 'Más allá del Carnaval'*, Onda Cádiz TV, 2021)

Imagen 11. Comparsa “La Chusma Selecta”.



Fuente: Manuel Fernández

- **Programa 10. *El Palco del Falla*. 12/02/2021**

Tiene una mayor duración que el resto de los programas con cuatro horas y 16 minutos en total. Se ha empleado una hora y 53 minutos de actuaciones de archivo, una hora y 30 minutos de entrevistas y 37 minutos de actuaciones.

El último programa de *El Palco del Falla* se celebró el mismo día que hubiera tenido lugar la final del COAC 2021. En este caso y bajo esta ocasión, el programa dedica más de cuatro horas de emisión a las grandes agrupaciones que pasaron por las tablas del Falla. De hecho, traen a los cuartetos ganadores del año pasado, “El Cuarteto del More...”,

los primeros autores de cuartetos para tratar sobre las finales de carnaval. De hecho, estos mismos hacen una reflexión de temas anteriormente explicados en otros programas como el paso de autores jovencísimos a ser considerados iconos del COAC dándole valor a algo que se tiene olvidado como es la cantera, la familia en el carnaval, etc. En resumen, este programa final, además de repasar momentos tronchantes e importantes de las finales el COAC sigue poniendo en valor el espíritu de esta fiesta y este concurso.

Imagen 12. Coro “Al sonar las doce”, gran sorpresa de la última final.



Fuente: Diario de Cádiz

4.2.- Análisis de Twitter Onda Cádiz TV

La cuenta de Twitter de Onda Cádiz es la que se encarga de crear los *hashtags* de cada programa. Aunque también ha realizado otra función que es la de generar debate y contenido a través de este soporte. Minutos antes de que empezara el programa, han solido lanzar encuestas, o propuestas de qué copla es la mejor del autor que está saliendo en pantalla o que se le está dedicando. Por ejemplo, durante el programa dedicado a Antonio Martín, la cuenta lanzó una encuesta para saber cuál era la mejor agrupación de este autor. También se ha encargado de enlazar las diferentes actuaciones que han pasado por el programa o recordar quiénes serán los invitados de hoy, además de alojar el directo a través del enlace en YouTube.

Imagen 13 y 14. Resultados de una encuesta y directo enlace.



Fuente: Onda Cádiz TV – Twitter

- **Programa 1**

En el primer episodio, la cadena ofrece al espectador una serie de agrupaciones que fueron un éxito nada más presentarse en sus respectivas ediciones del COAC. Este éxito inicial se conoce en Cádiz como “pelotazo” y es precisamente el título de este capítulo.

Tabla 3. Análisis Twitter Onda Cádiz. Primer programa “El Palco del Falla”. 30/01/2021.

		Número	Porcentaje total sobre la muestra
Tipología Tweets	Tweets	30	
	Retweets	45	
	Me gustas	481	
	Con comentarios	7	
Autoría	Usuario corriente	26	86,7%
	Medio/Marca	1	3,33%
	Autor de carnaval	3	10%
Tema	Nostalgia	15	50%
	Propuesta	1	3,33%
	Agradecimientos	7	23,3%
	Otros	7	23,3%
Recursos	Enlaces	1	3,33%

	Meme	-	-
	Foto	2	6,7%
	Vídeo	-	-

Fuente: Elaboración propia

En este primer programa, la participación media suele ser de usuarios aficionados al carnaval, siendo destacables la participación de tres autores que aportan tweets interesantes al análisis. Los 481 “Me Gustas” superan con creces a los 45 “ReTweets” y al menos hay dos tuits que aportan fotos y uno que enlace un vídeo de YouTube.

La nostalgia reina en la mayoría de los tweets debido a que es un programa con mucha carga nostálgica al presentarse agrupaciones icónicas. Suele haber algunos agradecimientos y el porcentaje de la categoría “Otros” representa a mensajes de admiración o situaciones cómicas que expresa los usuarios. También hay usuarios que responden a los tuits, aunque solo representa a un 23,3% de la muestra analizada.

- **Programa 2**

El siguiente episodio analizado representa al segundo emitido en Onda Cádiz TV. En este capítulo se habla sobre las familias más carnavaleras e importantes del concurso.

Tabla 4. Análisis Twitter Onda Cádiz. Segundo programa “El Palco del Falla”. 31/01/2021.

		Número	Porcentaje total sobre la muestra
Tipología Tweets	Tweets	30	
	Retweets	167	
	Me gustas	1980	
	Con comentarios	19	
Autoría	Usuario corriente	15	50%
	Medio/Marca	5	16,7%
	Autor de carnaval	10	33,3%
Tema	Nostalgia	12	40%
	Propuesta	5	16,7%
	Agradecimientos	7	23,3%
	Otros	6	20%
Recursos	Enlaces	1	3,3%
	Meme	2	6,7%
	Foto	6	20%
	Vídeo	3	10%

Fuente: Elaboración propia

La situación con respecto a la tabla anterior cambia bastante. La interacción de los usuarios ha aumentado hasta el punto en que 19 de los 30 tuits analizados tienen al menos un comentario, generando así un fuerte *feedback*. Los autores de carnaval aumentan considerablemente su presencia alabando entre otras cosas a las grandes familias carnavaleras que aparecen en el programa. Muchos tweets expresan un sentimiento nostálgico por agrupaciones anteriores, pero los agradecimientos logran encontrar un espacio entre las propuestas de otras familias también importantes y que no aparecieron en el programa, y diversos tweets que o bien son memes o bien son admiraciones a los propios autores.

Crece considerablemente el número de “Me Gustas” con respecto al de “ReTweets”. Y la interacción multimedia también crece con la presencia de varios vídeos, fotos y de nuevo un enlace a una actuación del propio programa.

- **Programa 3**

Este programa representa al cuarto episodio de *El Palco del Falla*. En este capítulo se explica la importancia de la mujer en el Carnaval, desde sus primeros inicios hasta la calidad de sus actuales autoras, pasando por figuras claves como maquilladoras, ninfas, decoradores, diseñadoras de tipos, etc.

El resultado obtenido en el análisis es el siguiente:

Tabla 5. Análisis Twitter Onda Cádiz. Cuarto programa “El Palco del Falla”. 02/02/2021.

		Número	Porcentaje total sobre la muestra
Tipología Tweets	Tweets	30	
	Retweets	104	
	Me gustas	528	
	Con comentarios	12	
Autoría	Usuario corriente	22	73,3%
	Medio/Marca	1	3,33%
	Autor de carnaval	7	23,3%
Tema	Nostalgia	10	33,3%
	Reivindicación	5	16,7%
	Agradecimientos	10	33,3%
	Otros	5	16,7%
Recursos	Enlaces	1	3.33%
	Meme	-	-

	Foto	2	6,7%
	Vídeo	1	3,33%

Fuente: Elaboración propia

Aunque esta tabla, por la temática del programa, tenga números distantes al anterior, son interesantes de explicar. Primero porque en esta ficha se añade una nueva categoría a la de temáticas: reivindicación. Durante el proceso de selección de tweets se han encontrado numerosos mensajes que reivindicaban los derechos de la mujer, la figura femenina en el Carnaval y demás asuntos relacionados con el feminismo. No obstante, dentro del porcentaje de “Agradecimientos” se encuentran también mensajes de este sentir. Por lo tanto, se puede afirmar que la mitad de los mensajes tienen que ver con este apartado. La nostalgia también invade las redes de los aficionados que extrañan esas voces femeninas en el Gran Teatro Falla.

Los autores de carnaval vuelven a tener buena presencia, aunque sigue reinando los mensajes de usuarios meramente aficionados. Eso sí, el *feedback* generado entre usuarios es notable debido a los 12 tweet con comentarios, alguno de ellos con más de tres respuestas.

En cuanto a la interactividad multimedia, esta vez es pobre con apenas dos tweets con fotos y un vídeo de la actuación de una de las artistas invitadas al programa.

- **Programa 4**

Este programa representa al análisis empleado en el quinto capítulo. Un programa dedicado a la figura del legendario y laureado autor de carnaval, Antonio Martín en el que él mismo fue invitado a narrar historias de sus viejas agrupaciones y coplas y a contar varios secretos y opiniones de su propio carnaval.

Tabla 6. Análisis Twitter Onda Cádiz. Quinto programa “El Palco del Falla”. 03/02/2021.

		Número	Porcentaje total sobre la muestra
Tipología Tweets	Tweets	30	
	Retweets	68	
	Me gustas	900	
	Con comentarios	11	
Autoría	Usuario corriente	19	63,3%
	Medio/Marca	2	6,7%
	Autor de carnaval	9	30%
Tema	Nostalgia	9	30%
	Propuesta	2	6,7%

	Agradecimientos	14	46,7%
	Otros	5	16,7%
Recursos	Enlaces	-	-
	Meme	1	3,33%
	Foto	3	10%
	Vídeo	1	3,33%

Fuente: Elaboración propia

En esta ficha se pueden observar números parecidos al segundo programa analizado. Aumenta el número de “Me gustas” ha aumentado considerablemente, a pesar de que volvemos a la dinámica de números pobres en los “ReTweets”. Vuelve a haber una importante participación de autores que generalmente han querido mostrar su admiración o agradecimiento al propio Antonio Martín, ya que muchos de ellos han participado con él en agrupaciones. De ahí que el elevado porcentaje de “Agradecimientos” con respecto a la nostalgia. El dato que representa la casilla “Otros” son entre otras cosas memes o mensajes que no se han podido categorizar en las propuestas para el análisis.

En cuanto al *feedback*, se vuelven a registrar buenos números con 11 tweets con comentarios, algunos respondiendo a las dos propuestas ofrecidas por diferentes usuarios.

Atendiendo al contenido multimedia, se observa de nuevo varias fotos y un vídeo, pero esta vez no se registra ningún enlace adjuntado en los tweets.

- **Programa 5**

Este programa pertenece al episodio número seis de *El Palco del Falla* en el que se le dedica a las figuras de Manolo Santander y Juan Carlos Aragón, dos autores importantísimos de la historia del COAC.

Tabla 7. Análisis Twitter Onda Cádiz. Sexto programa *El Palco del Falla*. 04/02/2021.

		Número	Porcentaje total sobre la muestra
Tipología Tweets	Tweets	30	
	Retweets	89	
	Me gustas	918	
	Con comentarios	9	
Autoría	Usuario corriente	26	86,7%
	Medio/Marca	2	6,7%
	Autor de carnaval	2	6,7%
Tema	Nostalgia	14	46,7%

	Propuesta	2	6,7%
	Agradecimientos	11	36,7%
	Otros	3	10
Recursos	Enlaces	1	3,33%
	Meme	-	-
	Foto	9	30%
	Vídeo	-	-

Fuente: Elaboración propia

Al estar ante un programa especial sobre todo para el aficionado del concurso, los números son bastante claros. Primero, el número total de “Me Gustas” es el segundo más alto de todos los análisis, volviendo a superar con creces a los “ReTweets”. Domina la presencia de usuarios corrientes con más de dos tercios del total. También se vislumbra una ausencia de autores de carnaval que dedican un mensaje al programa en este *hashtag*. Esto principalmente se podría deber a que la mayoría de los autores que twitteen durante los programas se encontraban en el propio programa o bien actuando o bien colaborando con los invitados.

La nostalgia y los agradecimientos a estos dos grandes autores se adueñan de los tweets, con dos propuestas que pertenecen a medios que han formulado algún cuestionario acerca de los autores.

La interacción entre usuarios vuelve a ser notable en este episodio con al menos 9 tweets con comentarios, alguno de ellos con más de 2 comentarios. Esto sumado a las propuestas planteadas por los medios anteriormente mencionados que han generado un *feedback* interesante.

En cuanto al contenido multimedia, se observa que hay una buena cantidad de fotos. Todas ellas pertenecen a momentos en los que los usuarios estuvieron con los autores a los que se les está realizando el homenaje en el programa. Nula presencia de vídeos y memes y solo un enlace a un vídeo de YouTube.

- **Programa 6**

Damos un salto importante con el análisis del noveno programa de *El Palco del Falla*, con la temática ‘Cajonazos’.

Tabla 8. Análisis Twitter Onda Cádiz. Noveno programa *El Palco del Falla*. 07/02/2021.

		Número	Porcentaje total sobre la muestra
Tipología Tweets	Tweets	30	
	Retweets	86	
	Me gustas	933	

	Con comentarios	18	
Autoría	Usuario corriente	23	76,7%
	Medio/Marca	-	-
	Autor de carnaval	7	23,3%
Tema	Nostalgia	12	40%
	Propuesta	4	13,3%
	Agradecimientos	11	36,7%
	Otros	3	10%
Recursos	Enlaces	-	-
	Meme	2	6,7%
	Foto	1	3,33%
	Vídeo	-	-

Fuente: Elaboración propia

Los resultados obtenidos en este análisis son muy parecidos al anterior. El número de “Me Gustas” y “ReTweets” no varía en especial. Los usuarios corrientes vuelven a ser los dominantes en la red, aunque se vuelve a registrar buenos números de autores que tuitean durante la emisión. Esta vez ningún medio ni marca interactúa en el *hashtag*. Y al igual que en el sexto programa de *El Palco del Falla*, la nostalgia y los agradecimientos al programa o a los autores que aparecen en pantalla dominan en cuanto a la temática. Sigue habiendo propuestas interesantes sobre otros “cajonazos” que, según algunos usuarios, deberían de haber salido y surgen más memes.

No obstante, se debe de recalcar positivamente el enorme *feedback* que se produce en los tweets, con 18 mensajes con comentarios. Algo que enriquece más aún la discusión generada en la red de Twitter y en el propio *hashtag*.

- **Programa 7**

Este análisis se ha realizado tras observar el programa número 10 de *El Palco del Falla*, en el que se ha tratado a las agrupaciones y autores de carnaval que no son de la ciudad de Cádiz, como pueden ser El Puerto de Santa María, Sevilla o Córdoba.

Tabla 9. Análisis Twitter Onda Cádiz. Décimo programa *El Palco del Falla*. 08/02/2021.

		Número	Porcentaje total sobre la muestra
Tipología Tweets	Tweets	30	
	Retweets	90	
	Me gustas	964	

	Con comentarios	19	
Autoría	Usuario corriente	23	76,7%
	Medio/Marca	-	-
	Autor de carnaval	7	23,3%
Tema	Nostalgia	9	30%
	Propuesta	4	13,3%
	Agradecimientos	5	16,7%
	Admiración	10	33,3%
	Otros	2	6,7%
Recursos	Enlaces	-	-
	Meme	2	6,7%
	Foto	1	3,33%
	Vídeo	-	-

Fuente: Elaboración propia

De nuevo, el resultado del análisis muestra números parecidos a los del programa anteriormente examinado. Con la novedad de que debido al incremento sustancial de admiraciones por parte de todos los usuarios se ha añadido esta nueva categoría a la tabla. De hecho, es la dominante en el apartado de temáticas, sin que la nostalgia deje de tener un porcentaje amplio. Los agradecimientos y propuestas siguen su estela habitual y se colocan como tercera categoría. Los análisis siguen registrando buenos números de autores que participan en el *hashtag*, pero aún muy detrás del usuario corriente.

No obstante, nos encontramos con unos increíbles números que resaltan el *feedback* producido en este programa. Con al menos 19 tweets con comentarios, aquel día los usuarios mantuvieron la mejor cuota de interacción con respecto a los otros programas y tweets.

- **Programa 8**

Este octavo análisis pertenece al undécimo capítulo de este programa en el que se dedica casi tres horas a las mejores agrupaciones, autores y momentos que han pasado por los preliminares.

Tabla 10. Análisis Twitter Onda Cádiz. Undécimo programa *El Palco del Falla*. 09/02/2021.

		Número	Porcentaje total sobre la muestra
Tipología Tweets	Tweets	30	
	Retweets	30	

	Me gustas	415	
	Con comentarios	15	
Autoría	Usuario corriente	18	60%
	Medio/Marca	3	10%
	Autor de carnaval	9	30%
Tema	Nostalgia	11	36,7%
	Propuesta	7	23,3%
	Agradecimientos	3	10%
	Admiración	9	30%
Recursos	Enlaces	-	-
	Meme	-	-
	Foto	1	3,33%
	Vídeo	-	-

Fuente: Elaboración propia

Sin duda es de los análisis con una interacción muy pobre con respecto al resto. Primero por el bajo número de “Me Gustas” y “ReTweets”, segundo por el contenido multimedia el cual solo resalta una única foto y tercero por el estilo de los mensajes donde ha predominado las reacciones a la entrevista de uno de los invitados, siendo un mensaje complicado de analizar bajo los objetivos de este trabajo.

No obstante, se vuelven a vislumbrar grandes números en cuanto a la interacción entre usuarios con el 50% de los tuits con al menos un comentario. Los autores vuelven a resaltar con una habitual aparición y las marcas o medios mejoran no sustancialmente los números. En cuanto a la temática que más ha predominado, la nostalgia y la admiración reinan con fuerza debido a los invitados que aparecen por el palco del teatro, aunque han aumentado las propuestas. Cabe recordar que las propuestas no se basan únicamente en agrupaciones o coplas que proponen los usuarios en las redes, sino también a informaciones u opiniones que pueden servir para el *feedback* general. Como por ejemplo este tuit del usuario *lalibandolero* que dice: “Ole largo picha, Antifaz para los Escapachini YA #ElPalcodeFalla11” (2021), el cual propone a Paco Scapachini que le premien con el Antifaz de Oro que reparte anualmente la organización del COAC.

- **Programa 9**

Este análisis pertenece al episodio número 12 de *El Palco del Falla*, el cual la temática tiene que ver con saber más sobre el contexto de algunas icónicas agrupaciones o los pensamientos de los autores con respecto a sus obras carnavales.

Tabla 11. Análisis Twitter Onda Cádiz. Duodécimo programa *El Palco del Falla*. 10/02/2021.

		Número	Porcentaje total sobre la muestra
Tipología Tweets	Tweets	30	
	Retweets	65	
	Me gustas	694	
	Con comentarios	14	
Autoría	Usuario corriente	22	73,3%
	Medio/Marca	-	-
	Autor de carnaval	8	26,7%
Tema	Nostalgia	5	16,7%
	Propuesta	5	16,7%
	Agradecimientos	6	20%
	Admiración	9	30%
	Otros	5	16,7%
Recursos	Enlaces	2	6,7%
	Meme	2	6,7%
	Foto	3	10%
	Vídeo	-	-

Fuente: Elaboración propia

Los resultados del análisis muestran unos mejores números respecto al anterior programa. Aunque la mejoría no es lo más importante, sino lo interesante que se muestran los resultados obtenidos en las temáticas. No se puede afirmar que hay un claro dominador, aunque el porcentaje de “Admiración” sea el más alto, porque el resto de las categorías están bastante parejas. Incluso en “Otros”, donde no suele superar los dos tuits aquí iguala a la nostalgia y a las propuestas. Los autores siguen con su estela habitual y no se vislumbra ninguna marca o medio que interactúe.

El contenido multimedia sin embargo mejora con creces. A pesar de la inexistencia de vídeos, hay bastantes fotos, memes y enlaces que redirigen a las actuaciones de los invitados. El número de tweets con comentarios también aumenta y termina por mejorar el resultado global.

- **Programa 10**

El último programa de este análisis representa también al último de *El Palco del Falla*, siendo un capítulo especial dedicado a las grandes finales del concurso.

Tabla 10. Análisis Twitter Onda Cádiz. Decimocuarto programa *El Palco del Falla*. 12/02/2021.

		Número	Porcentaje total sobre la muestra
Tipología Tweets	Tweets	30	
	Retweets	89	
	Me gustas	797	
	Con comentarios	12	
Autoría	Usuario corriente	28	93,3%
	Medio/Marca	1	3,33%
	Autor de carnaval	1	3,33%
Tema	Nostalgia	11	36,7%
	Propuesta	-	-
	Agradecimientos	7	23,3%
	Admiración	4	13,3%
	Otros	7	23,3%
Recursos	Enlaces	-	-
	Meme	4	13,3%
	Foto	10	33,3%
	Vídeo	2	6,7%

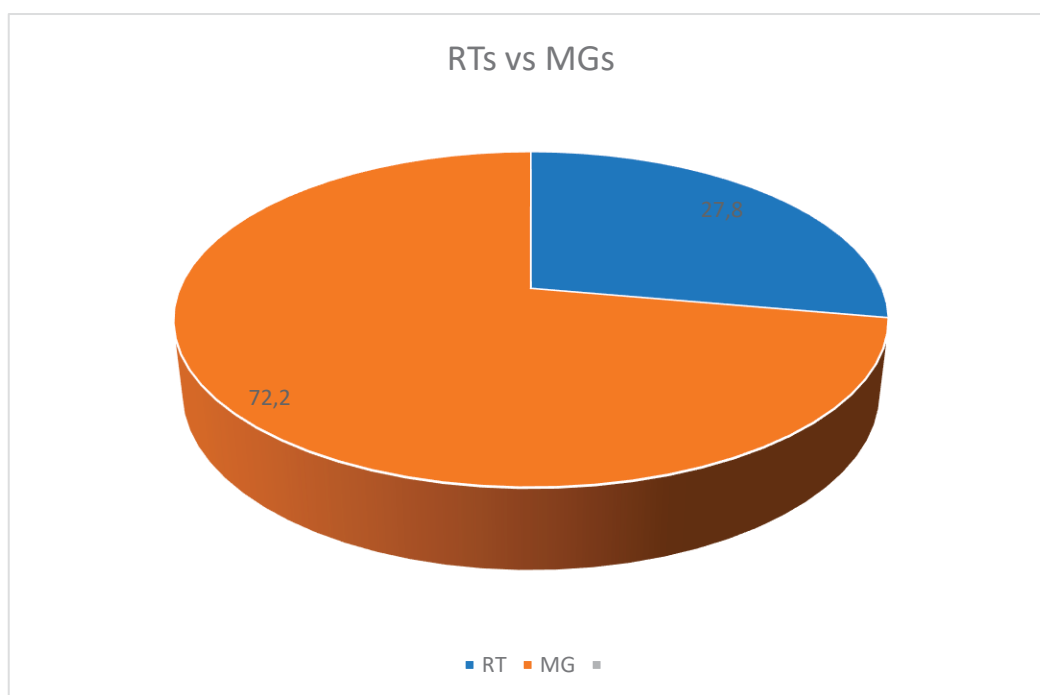
Fuente: Elaboración propia

Los números obtenidos en el análisis no podrían no estar a la altura de la temática del programa, a pesar de que no son los mejores obtenidos. El incremento de los “Me Gustas” y “ReTweets” destacan sobre la escasez de autores que tuitearon durante la emisión. Aunque esto podría tener una fácil explicación y es que la mayoría de los autores que suelen participar en los tweets se encontraban en el propio teatro actuando o como invitados en el programa. La nostalgia vuelve a reinar sobre el resto de las temáticas, aunque aumentan los agradecimientos, muchos de ellos dirigidos al programa, a los presentadores y a la propia cadena. Muchos usuarios también han compartido sus propios memes sobre actuaciones pasadas, lo cual representa el porcentaje indicado en “Otros”.

Los registros de contenido multimedia son sin duda los mejores, ya que desde el programa se pidió a los espectadores que además de participar en las redes sociales con su *hashtag* compartiesen sus disfraces para hacer honor a las grandes finales vividas hasta ahora.

A modo de resumen, se van a mostrar los siguientes resultados en forma de gráficos:

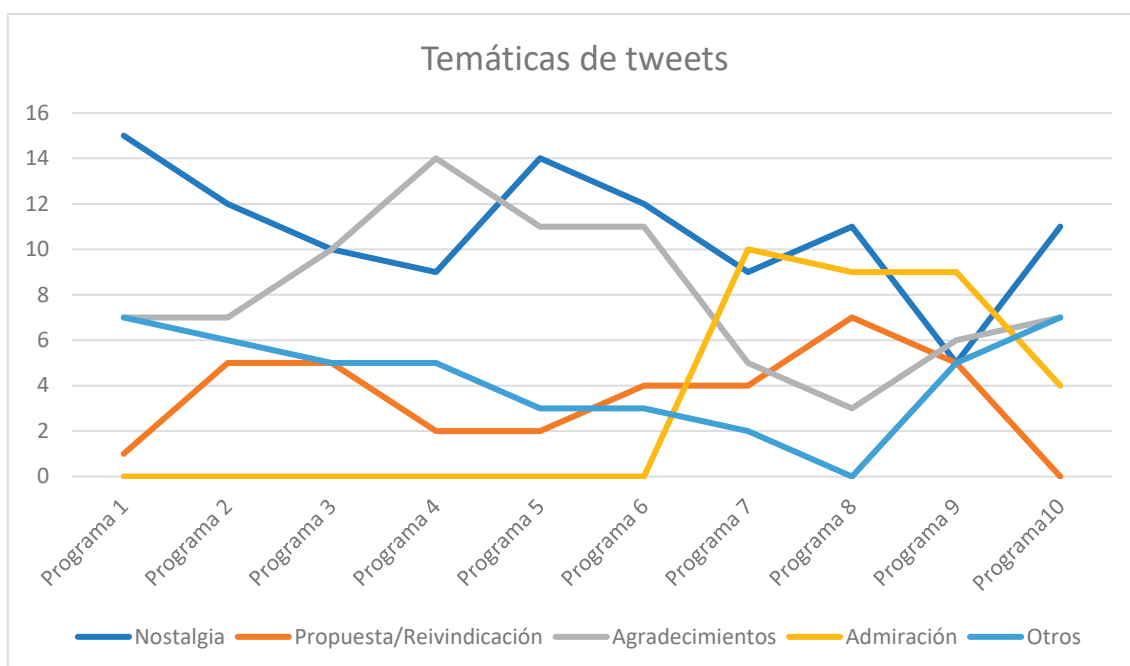
Gráfico 1. Porcentaje global de “ReTweets” y “Me Gustas”



Fuente: Elaboración propia

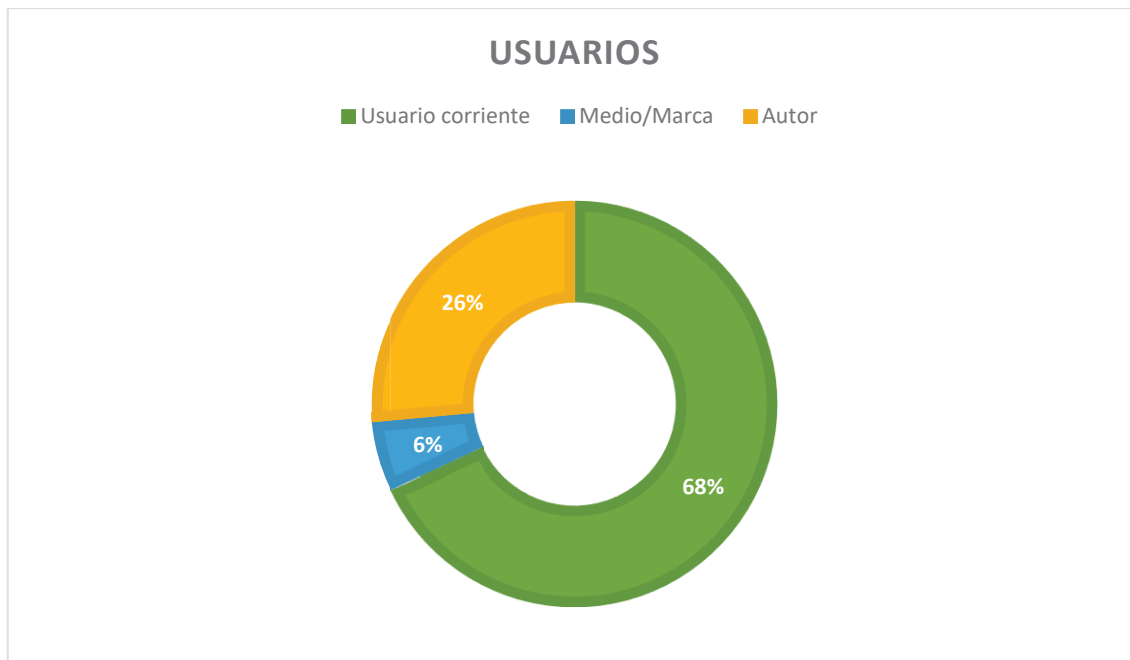
Como se puede observar, hay una enorme cantidad de “Me Gustas” (un 72,2%) con respecto a los “ReTweets” (27,8%). Por lo tanto, se afirma la tendencia de los usuarios a marcar más este botón. Esto se debe a la cultura de otras redes sociales como Instagram, Vine o Facebook a marcar una publicación como algo que está conforme a los gustos del usuario. Twitter se nutre de estos propios elementos y, según el portal de noticias de tecnología, Trece Bits, esta red cambió el logotipo de su estrella (FAV) por el corazón (MG) “para conseguir más uniformidad entre todas sus aplicaciones, ya que en Vine y en Periscope se usaban corazones también para dar “me gusta”, aunque la razón principal era que fuese más fácil para los usuarios expresar una emoción con respecto a otros tuits.” (Manuel Moreno, Trece Bits, 2015).

Gráfico 2. Tendencia progresiva de las temáticas de los tweets



Fuente: Elaboración propia

Gráfico 3. Porcentaje global del tipo de usuarios partícipes en Twitter



Fuente: Elaboración propia

A pesar de que los autores hayan tenido también peso en la participación en Twitter, sin duda alguna el resultado final lo marcan los usuarios corrientes que siguiendo el deseo de comentar lo que sucede en el programa y en vistas de que con el paso del programa se iba formando una pequeña comunidad de seguidores, han hecho posible este *feedback* el cual

ha permitido poner los *hashtags* en Tendencia Nacional (*Trending Topic* comúnmente conocido).

5.- Conclusiones

Una vez presentados los resultados del análisis puede comprobarse si las hipótesis planteadas al inicio de la investigación son refutadas o verificadas.

La primera hipótesis planteaba que la mayor parte del tiempo del programa de Onda Cádiz, *El Palco del Falla*, se dedica a actuaciones de concursos del carnaval de ediciones anteriores y ha quedado parcialmente verificada. Si bien se puede afirmar que el programa ha dedicado más tiempo que el resto de los contenidos a mostrar las agrupaciones de otras ediciones de las que se están hablando con el invitado o sin él, hay que tener en cuenta que, a pesar de la hora y 25 minutos de media dedicada a estos vídeos de archivo, también les dedican bastante tiempo a las entrevistas de sus invitados con una hora y cuarto de media por programa.

La segunda hipótesis sigue la estela de la anterior y queda verificada totalmente ya que la función que ejercen los presentadores y los invitados en el programa es muy importante. Ya no solo por ofrecer información novedosa sobre nuevas agrupaciones, sino por ofrecer un contenido novedoso e interesante para el aficionado. De hecho, en base a los análisis de los tweets, había al menos 9 mensajes de media por programa que agradecían a la cadena por el contenido ofrecido. Además, estos resultados también se pueden ver en los mismos realizados por la propia cadena local que señala que “casi un millón de personas han seguido *El Palco del Falla* por medios digitales y más de 436.000 a través de la señal de TDT” (Onda Cádiz TV, 2021).

Por último, la tercera hipótesis planteada también queda verificada, pero de manera parcial. Esto se debe a que no siempre los usuarios de Twitter que han participado en el *hashtag* han emitido mensajes nostálgicos sobre el concurso, las agrupaciones o el propio carnaval, sino que también han mostrado su admiración y agradecimiento por el autor o la copla que se estaba mostrando en pantalla.

Esta investigación intenta plantear una nueva perspectiva de análisis periodístico del Carnaval de Cádiz. En el epígrafe del marco teórico queda detallado la estrecha relación que ha habido entre ambos actores muy ligados a la sociedad. Por lo que resulta interesante en profundizar en las nuevas interrelaciones de redes sociales, medios de comunicación y Carnaval para la comprensión de este fenómeno cultural

6.- Bibliografía

- Autor desconocido. (1811, 20 noviembre). Nota sobre la apertura de los teatros. *El Conciso*, p. Página desconocida.
- Cántico callejero. (1812, 16 marzo). *El Conciso*, p. desconocida.
- Caro Barojas, J. (1965). *El Carnaval*. Cádiz, España: Editorial desconocida.
- Cienfuegos, B. (1786). Escrito sobre la intención de participar en los festejos. *La Pensadora Gaditana*, p. Tomo III, pág. 175.
- Fernández Domínguez, J. A. (2017). *Lápiz rojo. Censura, Control y Prohibiciones en el Carnaval de Cádiz*. Madrid, España: Alianza Editorial.
- Gabinete de Prensa. (2021, 16 febrero). Casi un millón de personas han seguido ‘El palco del Falla’ en medios digitales y más de 436.000 a través de la señal de TDT de Onda Cádiz TV. *Cádiz+Cerca*. Recuperado de <https://transparencia.cadiz.es>
- Gómez Rubio, L., & López Vidales, N. (2015, febrero). Del éxito en televisión a la participación en las redes sociales. El Príncipe y Galerías Velvet en Facebook. *Doxa Comunicación*, 20. Recuperado de <https://repositorioinstitucional.ceu.es>
- González Troyano A., Ramos Santana G., Cirici Narváez P., Payán Sotomayor PM., González Martínez A., Paz Pasamar JA. (1983). *Carnaval en Cádiz* (Primera ed.). Cádiz, España: Excelentísimo Ayuntamiento de Cádiz. Delegación de Información y Publicaciones.
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (2009). La Industria Cultural. iluminismo como mistificación de masas. En *Dialéctica de la Ilustración* (2009.^a ed., p. 165). Madrid, España: Trotta.
- Moreno, M. (2015, 11 noviembre). Los corazones de Twitter se usan un 6% más que las estrellas de favorito. Recuperado 15 de junio de 2021, de <https://www.trecebits.com/2015/11/11/los-corazones-de-twitter-se-usan-un-6->

mas-que-las-estrellas-de-

favorito/#:%7E:text=La%20semana%20pasada%20Twitter%20elimin%C3%B3,y%20las%20cambi%C3%B3%20por%20corazones.&text=De%20hecho%2C%20Weil%20afirm%C3%B3%20que,de%20dar%20a%20%E2%80%9Cfavorito%E2%80%9D.

Onda Cádiz. (2009). Noticias | OCádizDigital. Recuperado 15 de junio de 2021, de <http://ocadizdigital.es/>

Onda Cádiz (@OndaCadizTV) | Twitter. (2021). Recuperado 15 de junio de 2021, de <https://twitter.com/OndaCadizTV>

Osuna García, J. (2009). *El periodismo en tiempos de Carnaval: (Más linotípico no lo hay)*. Cádiz, España: Quorum Editores.

Pacheco, S. (2019, 20 abril). ¿Qué significados tienen los «likes» en Instagram? Recuperado 15 de junio de 2021, de <https://www.elgrupoinformatico.com/que-significados-tienen-los-likes-instagram-t73394.html>

Pérez García, Á., & Sacaluga Rodríguez, I. (2017). *El Carnaval de Cádiz*. Cádiz, España: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Cádiz.

Piñuel Raigada, J. L. (2002). Epistemología, metodología y técnicas del análisis de contenido. *Estudios de Sociolingüística*, nº. 3 (1), 1-42. Disponible en <https://bit.ly/1K1aSoI>

Silvessio, G. (1763, 4 febrero). Advertencia sobre las celebraciones carnalescas. *Gaceta de Cádiz*, p. Página desconocida.

7.- Anexo

Análisis Programa Onda Cádiz. Primer programa “El Palco del Falla”. 30/01/2021.

Datos generales	Nombre	El Palco del Falla
	Nº programa	1
	Fecha de emisión	30 de enero de 2021
	Tema central	‘Pelotazos del Carnaval’ Mejores agrupaciones de distintas modalidades de la historia del concurso.
	Hashtag	ElPalcodeFalla1
Duración	3:03:46	
	Tiempo actuaciones de Archivo	1:23:00
	Tiempo actuaciones	7:40
	Tiempo entrevistas	1:18:00
Personas entrevistadas	José Fernández	Trabajador del Archivo Histórico Municipal de Cádiz.
	Chico Cornejo y Paco Jiménez	Integrantes de una agrupación chirigotera.
	José Luis García Cossío ‘Selu’	Chirigotero
	Vicente Cabrera	Dueño de la tienda de discos ‘El Melli’.
	Ciudadanos anónimos	-

Fuente: Elaboración propia

Análisis Programa Onda Cádiz. Segundo programa “El Palco del Falla”. 31/01/2021.

Datos generales	Nombre	El Palco del Falla
	Nº programa	2
	Fecha de emisión	31 de enero de 2021
	Tema central	‘Carnaval en la sangre’ Repaso de las grandes familias carnavaleras de la historia del Concurso.
	Hashtag	ElPalcodeFalla2
Duración	2:59:09	
	Tiempo actuaciones de Archivo	1:23:00
	Tiempo actuaciones	8:53
	Tiempo entrevistas	1:17:00
Personas entrevistadas	Ale Monzón y Toni ‘Piojo’ Guerrero	Chirigoteros
	Cristóbal y ‘Chico’ Cornejo	Chirigoteros

	Marisa Brihuega Delgado y Edu Brihuega Delgado	Hija de la familia Brihuega y comparsista, respectivamente.
--	---	---

Fuente: Elaboración propia

Análisis Programa Onda Cádiz. Cuarto programa “El Palco del Falla”. 02/02/2021.

Datos generales	Nombre	El Palco del Falla
	Nº programa	4
	Fecha de emisión	2 de febrero de 2021
	Tema central	‘La mujer en el Carnaval’ Programa dedicado a la figura de la mujer tanto en las coplas como en las propias agrupaciones.
	Hashtag	ElPalcodeFalla4
Duración	3:01:13	
	Tiempo actuaciones de Archivo	1:19:00
	Tiempo actuaciones	8:16
	Tiempo entrevistas	1:17:00
Personas entrevistadas	Adela del Moral	Ex autora de Carnaval
	Charo Gil	Corista
	Carmen Jiménez Barea	Comparsista
	Patricia Andrés	Autora de Carnaval

Fuente: Elaboración propia

Análisis Programa Onda Cádiz. Quinto programa “El Palco del Falla”. 03/02/2021.

Datos generales	Nombre	El Palco del Falla
	Nº programa	5
	Fecha de emisión	3 de febrero de 2021
	Tema central	‘Martín’ Programa dedicado a la figura de Antonio Martín, leyenda viva del COAC.
	Hashtag	ElPalcodeFalla5

Duración	2:58:47	
	Tiempo actuaciones de Archivo	1:22:00
	Tiempo actuaciones	11:24
	Tiempo entrevistas	1:19:00
Personas entrevistadas	Antonio Martín	Ex autor de Carnaval

Fuente: Elaboración propia

Análisis Programa Onda Cádiz. Sexto programa “El Palco del Falla”. 04/02/2021.

Datos generales	Nombre	El Palco del Falla
	Nº programa	6
	Fecha de emisión	4 de febrero de 2021
	Tema central	‘Santander y Aragón’ Programa dedicado a la figura de dos leyendas del COAC.
	Hashtag	ElPalcoDelFalla6
Duración	3:02:25	
	Tiempo actuaciones de Archivo	1:24:00
	Tiempo actuaciones	19:47
	Tiempo entrevistas	1:20:00
Personas entrevistadas	Manolín Santander y Palmira Santander	Hijos de Manolo Santander y comparsistas
	Javier Bohórquez	Autor

Fuente: Elaboración propia

Análisis Programa Onda Cádiz. Noveno programa “El Palco del Falla”. 07/02/2021.

Datos generales	Nombre	El Palco del Falla
	Nº programa	9
	Fecha de emisión	7 de febrero de 2021
	Tema central	‘Cajonazos’, agrupaciones que triunfaron con una sola actuación.
	Hashtag	ElPalcoDelFalla9

Duración	3:01:36	
	Tiempo actuaciones de Archivo	1:25:00
	Tiempo actuaciones	8:20
	Tiempo entrevistas	1:16:00
Personas entrevistadas	Vicente Lázaro ‘Lali’	Director de comparsas
	Paco Rosado	Autor
	Juanma Braza ‘Sherif’	Autor
	Luis Frade	Peña Tertulia Doña La Fresquita
	David Márquez ‘Carapapa’	Autor

Fuente: Elaboración propia

Análisis Programa Onda Cádiz. Décimo programa “El Palco del Falla”. 08/02/2021.

Datos generales	Nombre	El Palco del Falla
	Nº programa	10
	Fecha de emisión	8 de febrero de 2021
	Tema central	‘El Carnaval más allá de Cádiz’ Programa dedicado a autores y agrupaciones no gaditanos.
	Hashtag	ElPalcoDelFalla10
Duración	3:03:48	
	Tiempo actuaciones de Archivo	1:22:00
	Tiempo actuaciones	10:12
	Tiempo entrevistas	1:17:00
Personas entrevistadas	Manuel Albaiceta	Comparsista
	Juan Antonio De los Ríos ‘El Sopa’	Autor de Carnaval
	Manuel Molina	Músico
	Javier Tinoco	Chirigotero
	Juan Manuel Cardoso	Comparsista

Fuente: Elaboración propia

**Análisis Programa Onda Cádiz. Undécimo programa “El Palco del Falla”.
09/02/2021.**

Datos generales	Nombre	El Palco del Falla
	Nº programa	11
	Fecha de emisión	9 de febrero de 2021
	Tema central	‘La magia de los preliminares’ Programa dedicado a las primeras fases del Concurso.
	Hashtag	ElPalcodeFalla11
Duración	2:59:46	
	Tiempo actuaciones de Archivo	1:24:00
	Tiempo actuaciones	5:00
	Tiempo entrevistas	1:16:00
Personas entrevistadas	Nandi Migueles	Autor
	‘Paco El del Mentidero’	Decorador
	Javier Aguilera	Cuartetero
	Emilio Gutiérrez ‘Libi’	Autor

Fuente: Elaboración propia

**Análisis Programa Onda Cádiz. Duodécimo programa “El Palco del Falla”.
10/02/2021.**

Datos generales	Nombre	El Palco del Falla
	Nº programa	12
	Fecha de emisión	10 de febrero de 2021
	Tema central	‘Más allá del Carnaval’, programa dedicado a la temática, disfraces y peculiaridades concretas de algunas agrupaciones.
	Hashtag	ElPalcodeFalla12
Duración	3:06:09	

	Tiempo actuaciones de Archivo	1:25:00
	Tiempo actuaciones	9:56
	Tiempo entrevistas	1:18:00
Personas entrevistadas	Antonio Martínez Ares	Comparsista
	Antonio Pedro Serrano ‘El Canijo’	Autor
	Carlos Medina	Director “Línea 6”
	Jesús Bienvenido	Autor

Fuente: Elaboración propia

Análisis Programa Onda Cádiz. Decimocuarto programa “El Palco del Falla”. 12/02/2021.

Datos generales	Nombre	El Palco del Falla
	Nº programa	14
	Fecha de emisión	12 de febrero de 2021
	Tema central	‘Finales de Carnaval’, dedicado a los grandes finalistas del COAC.
	Hashtag	ElPalcodelFalla14
Duración	4:16:35	
	Tiempo actuaciones de Archivo	1:53:00
	Tiempo actuaciones	37:00
	Tiempo entrevistas	1:30:00
Personas entrevistadas	Jose M^a González	Alcalde de Cádiz
	Tino Tovar	Autor
	Jose Antonio Vera Luque	Chirigotero
	Borja e Iván Romero	Cuarteteros
	Pedro Tamayo y Yeray Romero	Cuarteteros
	J. Manuel Pedrosa y David Fernández	Autores

Fuente: Elaboración propia