

LA CONSTITUCIÓN ESPAÑOLA (1978): LIBERTAD DE PRENSA Y DE EMPRESA

THE SPANISH CONSTITUTION (1978): FREEDOM OF THE PRESS AND BUSINESS

Celso Almuiña Fernández*

*Universidad de Valladolid, España. E-mail: celso@fyl.uva.es

Recibido: 17 marzo 2021 / Revisado: 22 abril 2021 / Aceptado: 5 mayo 2021 / Publicado: 15 junio 2021

Resumen: Los medios de comunicación democráticos parten en España del marco establecido por la Constitución de 1978. Auténtica norma vanguardista, incluso “revolucionaria”; en cuanto no sólo restablece el tradicional concepto de libertad de prensa (libertad del emisor); sino que en adelante se exige como derecho constitucional. Dado el peso y la herencia del franquismo, los cambios serán lentos y hasta traumáticos. La gran crisis, que estalla en 2008, afecta a las empresas de comunicación posiblemente como a ningunas otras. A ello hay que sumar la profunda crisis de transformación de mano de internet. Todo eso, repercute de forma brutal en las cuentas de las empresas a partir del 2010.

Palabras clave: Constitución de 1978, control de prensa, empresas periodísticas, nuevos grupos editores, concentración

Abstract: The Spanish democratic media is based on the framework established by the 1978 Constitution. It is an authentic avant-garde norm even “revolutionary”. It does not only restore the traditional concept of freedom press (freedom of the issuer) but from now on it is required as a constitutional right. Given the weight and heritage of Franco, the changes will be slow and even traumatic. The great crisis which broke out in 2008 affected the communication companies possibly like no others. They are also impacted by the profound transformation crisis due to the internet. All of this has a brutal impact on the accounts of companies from 2010.

Keywords: The 1978 Constitution, control of press, journalistic companies, new publishing groups, editorial concentration

“En el campo de la acción política sólo triunfa quien pone la vela donde sopla el aire; jamás quien pretende que sople el aire donde pone la vela”.

(Antonio Machado: *Juan de Mairena*)

La gran transformación que se produce en la prensa española a partir del último tercio del XX es fruto directo de la gran puerta que abre la Constitución de 1978. En primer lugar, en el decisivo campo de la libertad prensa¹. No obstante, derivado del mismo texto², hay un aspecto que afecta de forma decisiva a dicho derecho, al cual apenas se le ha prestado atención, a la empresa periodística³. No obstante, sus efectos los

¹ Almuiña, Celso, “La información veraz como derecho constitucional (Derechos de Tercera Generación)”, *Temas para el Debate. Pluralismo informativo y sociedad democrática*, 114 (2004).

² “Se reconoce la libertad de empresa en el marco de la economía de mercado. Los poderes públicos garantizan y protegen su ejercicio y la defensa de la productividad, de acuerdo con las exigencias de la economía general y, en su caso, de la planificación. Artículo 38.

³ Alfonso Nieto Tamargo, fue el primero en interesarse por la empresa periodística desde un punto de vista de la organización interna. Puede consultarse, por más accesible e interesante para lo que aquí se refiere, a Arrese Reca, Ángel, *Empresa informativa y mercados. Estudios en honor del profesor Alfonso Nieto Tamargo*, Navarra, EUNSA, 2003. Desde el punto de vista del derecho mercantil, hay que hacer la temprana atención, **maestro de la disciplina**, Garrigues, Joaquín, *La empresa desde el punto de vista jurídico*,

estamos observando incluso de forma alarmante en nuestros días⁴. Me refiero a las transformaciones experimentadas por las empresas editoras de medios de comunicación social. Radical cambio, no siempre pacífico, que se ha producido en poco más de tres décadas, al pasar de un modelo fuertemente intervenido y concentrado (franquista) a otro democrático; pero empresarialmente (ítem políticamente) simplemente “desconcentrado”. Nuevos centros de decisión generalmente en las capitales las nuevas Comunidades Autónomas; lo que no siempre se ha traducido precisamente en factor democratizador.

Un paso más ha sido la pérdida de independencia de las tradicionales “cabeceras históricas”, casi de forma exclusiva de alcance provincial, al tener que reagruparse para poder sobrevivir. Así surgen medianos grupos editoriales.

Significativa es también la evolución de los grandes grupos, nacidos ya en época democrática, creados *ex nihilo* al calor del nuevo marco constitucional y que han alcanzado indiscutible éxito como Diario/16, Prisa o Unidad Editorial. Los cuales han conseguido ir haciendo frente a la crisis de forma *sui generis*. Mientras Diario/16 se ha quedado por el camino. Ante el cambio radical que se plantean con la entrada en la nueva centuria (asimilación de internet, crisis de 2008 y para rematar pandemia) dichos conglomerados empresariales terminan en manos de grandes bancos y/o grupos de inversión (especulación) internacionales.

En resumen, de una propiedad fuertemente intervenida (nacionalizada), muy estable; se pasa en muy poco tiempo a un reagrupamiento de cabeceras históricas, y de la creación de importantes grupos multimedia nacionales a manos internacionales y muy inestable; porque obedecen a otras “lógicas empresariales” (mercado) y no precisamente a ofrecer como objetivo primordial información veraz, plural y crítica. Piedra, ésta, angular de todo sistema democrático.

Madrid, Instituto de Estudios Político, 1962, y algo más reciente, entre otros muchos, podemos citar a Cidoncha, Antonio, *La Libertad de empresa*, Madrid, Cívitas, 2006.

⁴ García Vitoria, Ignacio, *La Libertad de empresa, ¿un terrible derecho?*, Madrid, Centro de Estudios Constitucionales, 2008.

1. DEL MODELO CENTRALIZADO AL DESCONCENTRADO

Sabido es que evolución de la prensa española, como en algunas otras naciones de nuestro entorno, parte de un modelo fuertemente centralizado en la capital de la nación (Madrid). En cierto modo podríamos denominarlo como nacional, que convive con el tradicional provincial tan arraigado entre nosotros hasta fechas recientes. Sin embargo, después de “desconcentrarse” a desembocado desde un punto de vista de la propiedad en las antípodas en poco más de un tercio de siglo. Cambio realmente importante al que hay que prestar mucha más atención.

Modelo que en buena medida arranca del siglo XVIII. De los cien títulos existentes en esta centuria la inmensa mayoría tienen su base en Madrid y, en segundo lugar, en la fachada mediterránea; con pequeñas excepciones como Zaragoza y Valladolid.

Es en el XIX cuando nace realmente el periodismo moderno; cuyo modelo, en sus líneas esenciales, se prolonga hasta el último tercio del siglo XX. Doscientos años lleno de excepciones. En primer lugar, esas excepciones son clamorosas durante al menos durante la primera mitad del XIX. Hay que recordar, por lo que a la prensa se refiere, que mientras otros países como Francia, que tanto nos va a influir, dispone ya en el XVIII de publicistas notables (Voltaire) y la *Encyclopedie* como gran “empresa” cultural. A partir del estallido de la Revolución (1789), los periódicos se convierten en arietes insustituibles de la “buena nueva” liberal; de ahí el afianzamiento progresivo de sus estructuras empresariales.

Frente a ello, en España no existen prensa periódica -prohibición gubernamental- entre 1791-1808, 1815-20, 1823-33. Sin afinar demasiado, incluso la cronología se podría prolongar bastante más. Se dice pronto, en un momento clave de nuestra historia, como es la gestación del proceso revolucionario liberal, nada menos que durante dos décadas -tránsito del XVIII al XIX- España carece de periódicos. Ítem más, sin olvidarnos de las prohibiciones subsiguientes bajo el absolutismo fernandino. Con estos orígenes, no es de extrañar el raquitismo e incluso la concentración de la prensa en la capital de nación (Madrid): proximidad al poder y depender de la caprichosa concesión de autorización gubernamental para

poder crear “periódicos políticos”⁵; los únicos, por otra parte, que realmente; aunque minoritariamente, consiguen atraer la atención del lector ilustrado.

En medio de este erial, lastrado por la filosofía política en que el mejor periódico es el que no existe; apadrinada por el absolutismo político (monárquico) y religioso (Inquisición), únicamente en algunos momentos de respiro liberal surge un tipo de prensa sin la más mínima base empresarial: espontánea, fragmentada y hasta cainita. Eso, únicamente en paréntesis especiales como durante el Trienio liberal, segunda parte de la década de los '30 - comienzos de los '40- Bienio Progresista (1854-56) o Sexenio Revolucionario (1869-73). Larga etapa en que apenas se consigue levantar un mínimo entramado empresarial para que el nuevo periodismo, que está surgiendo con fuerza en países de nuestro entorno como Francia o Inglaterra, pueda alcanzar en nuestro país la mayoría de edad.

El primer intento serio en España de crear una empresa moderna, *El Español*, parte del gran periodista y emprendedor Andrés Borrego en la década de los treinta (1835), cuya figura más destacada es nada menos que José Mariano de Larra. Empresa que naufraga muy pronto por carencia de una mínima base social. Ejemplo madrugador (*The Times* español), cuyo rotundo fracaso pesará sobre algunos otros emprendedores, incluido el mismo Borrego, en emprender nuevas aventuras empresariales en este campo.

En todo caso, Madrid durante esta larga etapa de más de medio siglo es el centro editorial de prensa española; salvo la etapa de la ocupación francesa que se concentra en Cádiz. Nacimiento endeble y fuertemente centralizado, residenciado en la capital de la nación.

Hacia mediados de la centuria decimonovena parece, simple espejismo, que la situación comienza a despejarse lentamente. De mediados sigue perviviendo actualmente *El Faro de Vigo* (1853), la empresa superviviente más antigua de España; aunque como “diario” el decano lo es *El Norte de Castilla* de Valladolid (1854/56)⁶; que se

adelanta al anterior en periodicidad diaria (frente a trisemanal) en década y media. Les siguen *Las Provincias* de Valencia (1866), *Diario de Cádiz* (1867), etc. De todas formas, la decanía en aquellos momentos correspondía por derecho propio al *Diario de Barcelona* (1792/1808-1980).

Al margen de la excepcionalidad anterior, la prensa provincial española sin solución de continuidad parte de la charnela que une el siglo XIX con el XX en la gran mayoría de nuestras provincias. Momento en que comienzan a despuntar pequeños núcleos sociales, que necesitan estar al día y no menos influir en la opinión pública de su reducido círculo capitalino. Entre éstos, podemos destacar, por su tirada actual e influencia, a *La Vanguardia* de Barcelona (1881), *La Voz de Galicia* (1882) y *ABC* (1903/5). Alrededor muchos otros periódicos provinciales entre los cuales los “católicos”, impulsados y sostenidos por los respectivos obispados, ocupan un lugar importante⁷. Momento, pues, clave para la prensa provincial entre finales del siglo XIX y comienzos del XX. El sentido de provincia ha sido y sigue siendo muy fuerte en España; lo cual se convierte en un *hándicap* para el desarrollo de la prensa regional. La constitución de 1978 marca un antes y un después en la reorganización del Estado: las Comunidades Autónomas se convertirán en nuevos centros (desconcentración) en donde se van a residenciar especialmente las televisiones (FORTA). No menos, y principal, es la nueva y radical concepción del papel de los *mass media* al dotarlos (derecho fundamental) de una amplia y hasta “revolucionaria” libertad: los ciudadanos – no los empresarios- los auténticos detentadores de dicha libertad. Sin embargo, hay un tercer aspecto, que ha pasado bastante desapercibido, que se refiere a la libertad de empresa en general (artículo 38) y que en el campo que nos ocupa ha tenido a la larga una importancia decisiva. El tipo de empresa editoras (accionariado y orientación) determina o al menos hace pender en gran medida el nuevo derecho fundamental de acceso a la información (artículo 20). De ahí la importancia de las empresas editoras y la necesidad de prestarles mucha mayor atención delo que se ha hecho hasta el presente.

⁵ Almuiña, Celso, “Liberalismo y medios de comunicación social”, en Almuiña, Celso y Sotillos, Eduardo (eds.), *Del periódico a la sociedad de la información* (vol. II), Madrid, Sociedad Estatal España Nuevo Milenio, 2002.

⁶ Almuiña, Celso, *La Prensa de Valladolid durante el siglo XIX* (tomo I), Valladolid, Institución Cultural Si-

mancas, 1977, pp. 485-694.

⁷ Pérez López, Pablo, *Católicos, política e información. Diario Regional de Valladolid [1908] 1931-1980*, Valladolid, Universidad de Valladolid, 1994.

2. REPERCUSIONES EN LA PRENSA DEL NUEVO MODELO AUTONÓMICO

Tras la muerte de Franco y la aprobación (diciembre) de la Constitución de 1978 se abre una nueva época a partir de 1979 (UCD); especialmente en el campo de los medios con la llegada del PSOE al poder (1982). Seguramente habría que alargar el periodo hasta 1984 en que este partido aprueba darle un impulso suplementario (económico) a los medios de comunicación, en especial a la prensa escrita. Las televisiones privadas, ruptura del monopolio de TVE, en realidad no son plenamente operativas hasta comienzos de la década de los '90. Por lo tanto, entre dificultades económicas de transformación, inestabilidad política (23-F-1983), pervivencia de mentalidades fuertemente modeladas durante cuarenta años, supervivencia de tics profesionales, etc., la nueva prensa, la prensa democrática no irrumpe de la noche a la mañana.

Hay que puntualizar que no es equivalente modelo descentralizado que “desconcentrado”⁸. De hecho, lo que se ha hecho es sustituir un único centro de decisión (Madrid) por la ampliación vicaria a un restringido número de centros regionales. En general, las capitales de las Comunidades Autónomas se han erigido en los nuevos focos emisores; sobre todo por lo que se refiere a nuevas televisiones autonómicas: Barcelona, Valencia, Sevilla, Valladolid, etc. Sólo en muy pocos casos, por lo que a la prensa escrita se refiere, no coinciden la capital regional con la presencia de cabeceras dominantes: Galicia: Santiago/Coruña; País Vasco: Vitoria/Bilbao o Extremadura: Mérida/Badajoz. De todas formas, Madrid sigue jugando el tradicional papel central; aunque algo disminuida su influencia sobre todo en aquellas autonomías, como Cataluña, en que el nuevo centro autonómico (Barcelona) ha adquirido nuevo protagonismo (autodeterminación) o, en menor medida, en País Vasco, Comunidad Valenciana, etc. No obstante, la prensa editada en Madrid sigue teniendo la primogenitura y su papel central. Nervio de la prensa nacional.

España, tras definirse como un estado social y democrático de derecho y la monarquía parlamentaria como forma de gobierno, la mayor novedad que diseña la actual Constitución es sin duda el partir de la autonomía política como

⁸ Almuiña, Celso, “El modelo Autonómico en España”, en *Estados e Sociedades Ibéricas. Realizações e conflitos. Século XVIII-XX* (vol. III), Cascais, 1996, pp. 47-74.

forma de Organización Territorial del Estado; o sea, compatibilizar la indivisibilidad de la Nación con la existencia de Comunidades Autónomas. De esta forma, España actual aparece organizada horizontalmente (organización territorial) no desde los tradicionales criterios unitarios (poder central); sino a partir de principios políticos pluralistas (desconcentración) en 17 Comunidades Autónomas y dos ciudades (Ceuta y Melilla) con estatuto especial. División que engloba a comunidades muy diferentes en tamaño geográfico, población, densidad, riqueza, etc. Hecha abstracción de la capital, sí podemos hablar de una periferia más dinámica y un centro peninsular más vinculado al sector primario y menos industrializado.

Este es un primer factor de carácter político-cultural a tener en cuenta a la hora del nuevo marco de referencia para la desconcentración comunicativa. El elemento político ha sido siempre clave, no solo para el control de los medios; sino fundamentalmente por ser fuente de información “política”; la cual, pese a lo que se diga, desde el XIX a hoy es la parte esencial de los contenidos mediáticos⁹. Algo de lo que ya son conscientes nuestros gobernantes desde los años '30 del siglo XIX¹⁰. La información y no menos la propaganda política han sido columnas vertebradoras del modelo comunicativo liberal dentro del cual aún nos movemos en lo esencial. Para los medios de comunicación el estar cerca del/los poderes/res - eso sí, conservando el marchamo de “independientes”- les reporta grandes beneficios: acceso a fuentes, ayudas directas e indirectas, visibilidad, influencia, etc. Desde este planteamiento, se entiende perfectamente que la centralización clásica únicamente se haya quedado en desconcentración; es decir, en la recreación de nuevos centros (15) de codecisión política, económica y social. Así, los *mass media* se “autonomizan”, especialmente las televisiones, radios en segundo lugar y por detrás la prensa escrita en cuanto que ésta ha perdido capacidad de modelar opiniones frente a los dos anteriores y no menos ante los medos digitales.

⁹ Delgado Idarreta, José Miguel, “Del franquismo a la democracia: Prensa, opinión pública y propaganda”, *Historia Actual Online*, 48 (2019), pp. 63-67.

¹⁰ Almuiña, Celso, “Liberalismo y medios de comunicación social”, en Almuiña, Celso, y Sotillos, Eduardo (coords.), *Del periódico a la Sociedad de la Información*, Madrid, Sociedad Estatal España Nuevo Milenio, 2002.

Primer fruto de la nueva división del Estado en Comunidades Autónomas¹¹, a partir de comienzos de la década de los '80, vamos a contar nada menos que con diecinueve boletines oficiales; pese a que Ceuta y Melilla no sean Comunidades Autónomas (dependientes orgánicamente de Andalucía): No obstante, también va a disponer de su respectivo boletín oficial. Cambio realmente importante, incluso drástico en la secular información oficial¹².

Junto a esta creación *ex novo*, siguen perviviendo (otro ejemplo más de reduplicación de funciones) los viejos *boletines oficiales provinciales*; creados a mediados de la década de '30 del siglo XIX; editados y sufragados por las respectivas diputaciones. En estos no es aplicable, lo mismo que a los *boletines eclesiásticos*, que arrancan de la segunda mitad de dicha centuria, la lógica empresarial (rentabilidad); puesto que su pervivencia obedece a otras "lógicas" ideológico-políticas.

3. REAGRUPAMIENTO EDITORIAL

Aparte del marco político administrativo diseñado por la Constitución, en paralelo se desarrolla a partir de los "dorados" años 80 una nueva realidad socio-económica; así como la progresiva irrupción de un nuevo y revolucionario instrumento de comunicación: internet. Todo ello va a afectar de forma muy desigual a los grupos editores comenzando por la prensa provincial; como había sucedido, *mutatis mutandis*, exactamente un siglo atrás con el impacto de la renovación tecnológica: la rotativa, que permitía aumentar notablemente las tiradas; pero requería fuertes inversiones (endeudamiento) en instalaciones, distribución, etc. Los que pudieron y se atrevieron a hacer frente al reto (grandes periódicos, *Imparcial*, *Liberal*, etc.) salen adelante; al resto no les queda otra que seguir vegetando. Algo semejante ocurre en el último tercio de la pasada centuria con la tradicional prensa provincial: o renovarse (hacer frente a inversiones inalcanzables) o "agruparse": creación de nuevos grupos editoriales.

¹¹ Reguero Sanz, Itziar y Pelaz López, José-Vidal, "La cuestión territorial en los inicios de la Transición a la democracia en España: reflexiones sobre un debate político y periodístico (1977-1978)", *Investigaciones Históricas*, 40 (2020).

¹² Almuiña, Celso y Núñez de Prado Clavell, Sara, "El Boletín Oficial del Estado: orígenes, evolución y funciones a lo largo del tiempo", *População e Sociedade*. 32 (2019) pp. 99-116.

Del reagrupamiento de cabeceras nacen varios grupos editoriales de dimensiones variables. En todo caso, son estos grupos los que editan la mayor parte de los periódicos españoles; dato que no se debe olvidar. Entre ellos podemos destacar:

– Grupo Vocento (Bilbao). En realidad este grupo se constituye con este nombre en 2001. Resultado, en principio, la fusión del *Grupo Correo y Prensa Española*. Grupo que integra en la actualidad a catorce diarios, cinco suplementos y varias revistas regionales; además presencia en otros campos como la radio o la televisión. Un conglomerado de 100 empresas. El primer grupo en prensa regional con una cuota del mercado del 25%. Edita: *El Correo*, *El Diario Vasco*, *El Diario Montañés*, *El Norte de Castilla*, *La Verdad*, *Ideal*, *Las Provincias*, *Sur*, *El Comercio*, *Hoy* y *La Rioja* y *ABC*.

– El Grupo Recoletos (Madrid). Nace en 1992. Su fundación se debe a tres periodistas: José María García-Hoz, Juan Kindelán y Juan Pablo de Villanueva. Al año siguiente (1988) el grupo Pearson se convierte en uno de sus principales socios. En 1992, se fusiona con las editoras de *Marca*, *Expansión*, *Actualidad Económica* y *Diario Médico* creándose así el grupo Recoletos. En diciembre de 2004, Pearson deja el holding debido a la pérdida de lectores de *Expansión* y a que este periódico se aleja cada vez más de la línea del *Financial Times* (Pearson). En febrero de 2007, la italiana RCS Media-Group compra el Grupo Recoletos; la cual en España funciona como Unidad Editorial, propietaria de *El Mundo*. Aparte de *Marca*, *Expansión* y *Diario Médico* también lo es de Radio Marca.

– Grupo Godó. *La Vanguardia* (Barcelona). El Grupo Godó de Comunicación, S.A. se crea en 1998. Está controlado fundamentalmente por la familia Godó (Javier Godó). Edita: *La Vanguardia*, *Mundo Deportivo*, *Avui*. Su origen parte de *La Vanguardia* (1881) y de *El Mundo Deportivo* (1906). El Grupo Godó tiene en la actualidad presencia en el mundo de la radio, la televisión, prensa escrita y digital; editora también de libros. Es el primer grupo en el ámbito catalán. Tercer grupo en edición de prensa regional.

– Corporación *Voz de Galicia* (Coruña). En principio Grupo Voz. Es el principal grupo gallego de medios de comunicación¹³. *La Voz de Galicia* es el cuarto periódico generalista de España con cerca de medio millón lectores (2020). En Galicia es la cabecera hegemónica. El origen parte de *La Voz de Galicia* fundada en 1882¹⁴. Esta Corporación tiene presencia en todos los campos de la comunicación: *La Voz de Galicia*, *Radio Voz*, *Voz Audiovisual*, *Sondaxe*, *La Voz de Asturias*, *Canal Voz*, *Galicia Editorial*, Distribuidora Gallega de Publicaciones.

– Grupo Joly (Cádiz). Fundado en 1867 por Federico Joly Velasco a partir del *Diario de Cádiz*. Es el mayor grupo de prensa andaluza. Agrupa nueve cabeceras: *Diario de Cádiz*, *Diario de Jerez*, *Europa Sur*, *Diario de Sevilla*, *El Día de Córdoba*, *Huelva Información*, *Granada Hoy*, *Málaga hoy* y *Diario de Almería*.

– El Grupo Zeta. (Barcelona. Fundado en 1976 por Antonio Asensio Pizarro. Hasta su muerte (2001) el grupo experimenta un éxito notable gracias a publicaciones como *Interviú* (sexo y política sensacionalista). Tras el éxito de éste, el negocio editorial se va ampliando y edita otras cabeceras como el semanario *Tiempo* (dirigido por Julián Lago), *Panorama*, *Viajar*, *Conocer*, *La Voz de Asturias* y, sobre todo, *El Periódico de Catalunya* (1978). En 1986, adquiere la Editorial Bruguera que reconvierte en Ediciones B. En 1998, lanza un nuevo periódico de difusión nacional *La Razón*.

A finales de los ochenta intenta adentrarse en el nuevo mundo audiovisual, que se abre a la privatización, para lo cual se alía con el poderoso empresario norteamericano Rupert Murdoch. El proyecto, que fracasa, había sido bautizado como *Univisión-Canal 1*. Sin embargo, en 1992, consigue una participación suficiente como para controlar *Antena 3*. Cadena que pronto se va a convertir en líder de la televisión privada en España.

En 1997, Telefónica, privatizada (Aznar a través Juan Villalonga) se queda con *Antena*

3, cuya cabeza visible es Ernesto Sáenz de Buruaga. Fracaso editorial que se traduce en una deuda que ronda los 13. 000 millones de pesetas. Ante la protesta del accionariado de Telefónica por desviar la empresa de su fin principal, en 2003, el gobierno Aznar (presidente de Telefónica César Alierta) vende *Antena 3* y *Onda Cero* a la editorial Planeta y De Agostini pasan a ser los accionistas principales (25%, 364 millones de €), le sigue el Banco de Santander (18%) y RTL alemán (17%). Telefónica conserva el 34%, del cual la mayor parte lo va a repartir como dividendo en especie entre sus accionistas. Presidente José Manuel Lara y Maurizio Carlotti, consejero delegado y Ernesto Sáenz de Buruaga, director de informativos.

En 2019, el Grupo Zeta es adquirido por Prensa Ibérica (Javier Moll).

– Editorial Prensa Ibérica (Barcelona). Su presidente y fundador es Francisco Javier Moll de Miguel. Tras la compra del Grupo Zeta (2019), Prensa Ibérica alcanza los 2,4 millones de lectores diarios; lo que representa el 26,6% de la audiencia total. Tiene periódicos aparte de España, en Portugal y Australia. Desde 1978, Moll es propietario también de la Editorial Prensa Canaria. En la subasta de los periódicos de la antigua Cadena del Movimiento (Medios de Comunicación del Estado), en 1984, se queda con: *Levante*, *El Mercantil Valenciano* (Valencia), *Información* (Alicante), *La Nueva España* (Asturias). En 1986, *Faro de Vigo* (Pontevedra). En 1891, *Diario de Ibiza*. Además, creará varias publicaciones bajo el título de “Opinión”: *La Opinión de A Coruña*, *Málaga*, *Murcia* y *Zamora*, *Granada*, *de Tenerife*¹⁵. Además de *Diari de Girona*, *Diario de Ibi-*

¹³ García González, Aurora, *Historia de la empresa de La Voz de Galicia (1939-1992)*, Libros en Red, 2000.

¹⁴ Fernández, Carlos, *La Voz de Galicia: crónica de un periódico, 1882-1992*, A Coruña, Ediciós do Castro, 1993.

¹⁵ Para todos los *mass media* canarios ver Yanes Mesa, Julio, “Historia del Periodismo Canario: balance de la producción historiográfica y estado de la cuestión”, *Boletín Millares Carlo*, 23 (2004); “Gaceta de Tenerife o la obstinación de un diario católico conservador”, *Revista de Historia Canaria*, 177 (1993); “El éxito coyuntural del amarillismo en la prensa generalista española: El caso del ‘pleito insular’ en las islas Canarias, 1927-1982”, en Almuíña, Celso et al., *Sensacionalismo y amarillismo en la historia de la comunicación*. Madrid, Fragua, 2016; “Diez rasgos específicos de la realidad canaria en la historia del periodismo español”, en Morales Padrón, Francisco (ed.), *XV Coloquio de historia canario-americana*, Cabildo Insular de Gran Canaria, 2004.

za, *Diario de Mallorca, El Periódico de Catalunya, La Provincia y Levante de Castelló*. Segundo grupo editorial en prensa regional tras Vocento.

- Grupo Henneo (Zaragoza). Este Grupo se constituye en torno al *Heraldo de Aragón*, fundado en Zaragoza en 1895. En 1991, se constituye en sociedad anónima. Diario centrado fundamentalmente en la problemática aragonesa. Su consolidación tiene lugar bajo el franquismo, siendo propietario Antonio Motos Martínez, y director -a partir de 1952- Antonio Bruned Monpeón.
- Promecal (Burgos). El Grupo Promecal o Promotora de Medios de Castilla y León tiene su sede social en Burgos. Nace en el año 2000, creado por el empresario de la construcción Antonio Miguel Méndez Pozo. Tiene presencia en televisión, prensa y radio. En el campo periodístico, posee varias cabeceras en Castilla y León, Castilla-La Mancha y La Rioja: *Diario de Burgos, El Día de La Rioja, Diario Palentino, Diario de Ávila, El Adelantado de Segovia, El Día de Valladolid, El Día de Soria, La Tribuna de Albacete, La Tribuna de Toledo, La Tribuna de Talavera, La Tribuna de Puertollano, La Tribuna de Ciudad Real y El Día de La Rioja*.

4. LOS GRANDES GRUPOS, CRISIS Y NUEVAS DEPENDENCIAS

El doble reto de hacer frente a ediciones digitales al tiempo que, en papel; elevados endeudamientos; competencia indirecta de las redes sociales (nuevo tipo de receptor) y desde luego el impacto brutal de la crisis del 2008, reducción drástica de la publicidad, de suscriptores y lectores, repercute de forma especial y crítica en las principales empresas editoras.

A partir de 2010, la nueva situación golpea de forma directa en los balances de todos los grupos. Sin embargo, lo hace especialmente en las grandes estructuras de más difícil adaptación y en generalmente muy endeudados. La resultante es el pasar depender totalmente de grandes bancos y/o diversos grupos internacionales. Así la tradicional “independencia” de marcas consolidadas, pasa a depender directamente en la mayor parte de los casos de sujetos anónimos e inestables (especulativos). Todo ello, antes que

después, se traduce en fuertes vaivenes editoriales¹⁶.

Veamos como paradigmas a nuestros tres principales grupos editoriales surgidos precisamente en el último tercio del siglo XX al calor de la nueva Constitución.

- Grupo Prisa (Madrid) Este Grupo, partiendo de la editorial Santillana¹⁷, se configura entre 1972 y 1973 con el fin de dar vida a un nuevo periódico diario: *El País* (1976). Desde muy pronto el crecimiento del grupo es exponencial, al menos hasta finales de la primera década del siglo XXI. Prisa (Promotora de Informaciones S.A) va a cubrir variados (demasiados) campos desde la creación, distribución de contenidos culturales, educativos, informativos y entretenimiento en lengua castellana y portuguesa. También en otras lenguas españolas e incluso en inglés. Grupo que está presente en más de una veintena de países¹⁸. Llega a millones de personas a través de *El País, As, Revistas (Cinco Días), Suplementos¹⁹, editorial Santillana (textos escolares), Televisión, LOS40 OW Radio: más de 400 emisoras en España e Hispanoamérica, etc. Sigue siendo, pese a las dificultades de los últimos años, uno de los principales grupos mediáticos del mercado hispánico e iberoamericano (USA incluida), con presencia destacada en Portugal y Brasil. Un mercado creciente de más de 700 millones de personas. En el campo digital, según los últimos datos, en 2019, ha conseguido más de 168 millones de navegadores únicos. Mientras que *El País*, en 2018, alcanzaba los 1.004.000 lectores diarios en la edición impresa. Su tirada ronda,*

¹⁶ En 2005, la mayor parte de la prensa escrita la acaparan siete grandes grupos de comunicación con más de la mitad de distribución e ingresos. El 70% del mercado está en manos de Vocento, Prisa, Recoletos, Godó, Unedisa y Zeta.

¹⁷ Cabrera, Mercedes, *Jesús de Polanco, capitán de empresas*, Barcelona, Galaxia Gutenberg, 2015.

¹⁸ Aunque su sede social y redacción central están ubicadas en Madrid, cuenta con delegaciones (la mayoría en la capitalidad de la correspondiente Comunidad Autónoma) en Barcelona, Valencia, Sevilla, Bilbao, Santiago de Compostela y Algeciras. Las plantas de impresión se encuentran en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, La Coruña, Las Palmas de Gran Canaria, Burgos y Palma de Mallorca.

¹⁹ Ha llegado a editar anualmente como una veintena de suplementos.

después de gran caída desde cerca del medio millón en los mejores tiempos, en torno a 165.000 ejemplares. Con caídas sucesivas. Por su parte, el digital *El País.com*, en el 2017, era el periódico digital en español más consultado del mundo con 18.941.000 lectores únicos. Sin embargo, tras el cierre de la consulta en abierto, al que tuvo que volver al no seguirle los principales competidores, le relegó a puesto secundarios. Actualmente (2021, dice contar con más de 100.000 suscriptores de la edición digital.

Desde un punto de vista metodológico, el medio siglo de vida de Prisa lo podemos dividir en dos grandes etapas, cuyo limes se podría establecer en torno a 2010, con etapa intermedia de resistencia o adaptación. La primera, meteórica, en cuanto al éxito de *El País*, podría abarcar desde su fundación (1976) hasta mediados de la década de los noventa. La de transición o adaptación (Galaxia bit) se podría enmarcar a partir de 1996 hasta la gran crisis del 2008. Y la tercera, crisis financiera y nuevo accionariado a partir de 2010-11.

La gran crisis de 2008/10 va a transformar al Grupo en muchos aspectos, principalmente en la composición del accionariado. La crisis le pilló con una deuda muy elevada (5.000 millones). Objetivo primero es la refinanciación y reducción de la misma; máxime en un momento de pérdidas crecientes. En 2011, el Grupo registra las mayores pérdidas de su historia con 451 millones de euros. Cantidad seis veces mayor que la de 2010. Para hacerle frente, el 57% de las participaciones son traspasadas a Liberty Acquisition Holding. Todo ello, entendemos, se debe a la conjunción de tres factores coincidentes: Excesivo optimismo empresarial (elevada deuda), la gran crisis financiera mundial (2008) y no menos la revolución (tecnológica) de los instrumentos de comunicación (internet). El Grupo Prisa, como todos los demás con medios impresos, se ve obligado a hacerse la auto competencia por medio de su propia edición digital. Tormenta perfecta que va a sacudir profundamente al ecosistema informativo no solo español sino también mundial.

El nombre de *El País* no es original²⁰. Sin embargo, hizo fortuna²¹; así como su imagen que con ligeros retoques ha llegado hasta el presente. Sus orígenes parten de 1972, impulsado principalmente por José Ortega Spottorno (hijo del filósofo), tras un difícil proceso de búsqueda de accionistas y tratar de conseguir la autorización en los momentos finales del régimen franquista. En mayo de 1973, se presenta la solicitud al Ministerio de Información y Turismo, momento de gran inestabilidad dentro de este ministerio responsable de la propaganda²².

La composición del accionariado resulta muy variada, puesto que encontramos periodistas, funcionarios, empresarios y cerca de medio centenar de catedráticos de universidad. La idea, barajada en principio, para evitar el control por parte de grupos de presión, era que cada accionista no llegase a poseer más del 5% del total de las acciones de la empresa. Desiderátum que pronto hubo que abandonar ante la necesidad de ampliar capital. Entre los políticos aparecen nombres conocidos tanto procedentes de la

²⁰ No es el primer periódico con este nombre, aparte de otros, al menos este título se utiliza ya en el Sexenio Revolucionario (1870) en un frente anti amadeísta, entre otros muchos periódicos (28). Luego durante la Restauración se vuelve a resucitar el título (1887) como diario republicano seguidor de la corriente zorrillista. Dirigido principalmente por su fiel Antonio Catena Muñoz, que también figura como propietario. Lleva una vida muy azarosa, como el mismo republicanismo durante estos años. Sin embargo, consigue prolongar su existencia hasta 1921. Gómez Aparicio, Pedro, *Historia del Periodismo Español* (tomos II y III), Madrid, Editora Nacional, 1971-1974. Seoane, María Cruz y Saiz, María Dolores, *Historia del Periodismo Español. El Siglo XX: 1898- 1936*, Madrid, Alianza, 1996.

²¹ Tal vez porque en aquellos momentos de la transición la palabra "nación" estaba muy mal vista (por apropiación del régimen anterior) y se comenzaron a utilizar términos sustitutivos como "país", "estado español", etc. como sinónimos de nación española o simplemente España. Grave equivocación del izquierdismo, que cedió gratuitamente el usufructo en exclusiva de 'nación' y 'patria' a la derecha con símbolos incluidos.

²² Sánchez Bella (29 de octubre de 1969 a 11 de junio de 1973), Liñán, (11 de junio 1973 a 3 de enero de 1974; Pío Cabanillas Gallas (3 de enero de 1974 a 24-1974), León Herrera (29 de octubre de 1974 a 12 de diciembre de 1975), Martín-Gamero (12 de diciembre de 1975 a 5 de julio de 1976) y Reguera Guajardo (5 de julio de 1976 a 4 de julio de 1977).

oposición moderada como del sector aperturista del régimen: Castiella, Ruiz-Giménez, Fraga, Areilza, Laín Entralgo, Julián Marías, Pío Cabanillas, Tamames, Arespacochaga, Chueca o Nicolás María Urgoiti (*El Sol*).

Hubo que esperar a la muerte de Franco (20 noviembre de 1975) para que el nuevo periódico pudiese salir a la calle el 4 de mayo de 1976. Cinco meses después de la muerte del dictador. Justo en el momento clave del inicio de la incierta Transición hacia la democracia. Momento realmente crucial ante el vacío que dejaba la prensa franquista (Movimiento, Iglesia y otros), que había que sustituir y sobre todo llenar con nuevas publicaciones que apostasen por la democratización. Se trataba de ser o no ser de la incorporación de España al sistema democrático imperante en Europa. *El País* es el primer periódico realmente democrático, junto a *Diario16*, que abre brecha desde el primer momento. Ese es su primer acierto y valor.

Su primer director (1976-1988) y figura clave de la empresa es Juan Luis Cebrián. Este procedía de *Informaciones*. También había trabajado en *Pueblo*, órgano de los sindicatos verticales, y en 1974 fue el responsable de los servicios informativos de la RTVE. Después de casi veinte años, Cebrián deja la dirección, pero no el Grupo Prisa; ya que es aupado a puestos claves. Le suceden en la dirección del periódico durante esta primera etapa: Joaquín Estefanía (1988-1993) y Jesús Ciberio (1993-2006)²³.

Desde sus mismos orígenes *El País* es un periódico que apuesta claramente por la democracia. Máxime en momentos en que la situación política no estaba precisamente nada clara ni social y menos políticamente. No obstante, el periódico se convierte desde el primer momento en portavoz de los sectores democráticos y símbolo de la nueva España democrática. La otra cara de la moneda, la parte negativa; aparte de críticas de los renuentes sectores franquistas y/o de otros “precavidos” informadores ante lo que pudiese suceder, los sectores más ultras le ponen de inmediato en el pun-

to de mira. Llegan incluso al acto terrorista del envío de un paquete bomba (1978), en el momento clave de aprobarse la Constitución por las Cortes. Bomba que mata a un chico joven y causa dos heridos.

Ante el Tejerazo (23 de febrero de 1981), *El País* es el primero en dar un paso adelante en la incierta noche del 23 al 24, con el gobierno y diputados secuestrados, con los tanques del ejército ocupando las calles en Valencia y diversos destacamentos controlando puntos estratégicos. Antes de que Televisión Española pudiese emitir (1,14 ya del 24) el mensaje institucional del rey Juan Carlos I condenando el golpe, *El País* saca a la calle una edición especial titulada ‘El País, con la Constitución’. Es el primer diario que se posiciona claramente a favor de la democracia. Mientras *Diario16*, dirigido por Pedro J. Ramírez, retrasará su salida alegando dificultades técnicas²⁴.

El triunfo, por mayoría absoluta del PSOE, a partir de 1982, y el abierto apoyo de *El País* al gobierno de Felipe González contribuye al crecimiento del periódico durante la década de 1980 como líder de la prensa española prácticamente sin rival. Su crecimiento no se debe únicamente a su posicionamiento político, indubitable desde el primer momento; sino principalmente a aspectos propiamente periodísticos como establecer normas internas de control de calidad, crear la figura del Defensor del lector y en redactar un ‘Libro de estilo’ (Alex Grijelmo) referente para otras muchas publicaciones. Abre campo, además, en una nueva dimensión hasta el momento totalmente inédita, al establecer acuerdos de colaboración con periódicos internacionales de línea socialdemócrata. Así, en 1989, participa en la creación de una red común de recursos informativos con *La Repubblica* (Italia)²⁵ y *Le Monde* (Francia)²⁶. Desde octubre de 2001, se incluye un suplemento en inglés en la

²³ Siendo los directores siguientes hasta la actualidad: Javier Moreno (2006-2014), Antonio Caño (2014-2018), Soledad Gallego-Díaz (2018-2020) y Javier Moreno (2020-).

²⁴ Cid Cañaverall, Ricardo *et al.*, *Todos al suelo: la conspiración y el golpe*, Madrid, Punto Crítico, 1981.

²⁵ Fundado en Roma en 1976 por el Grupo Espresso, liderado por Eugenio Scalfari y Carlo Caracciolo, y el Grupo Mondadori. En política es considerado próximo a la centroizquierda.

²⁶ *Le Monde*, periódico vespertino francés, nace en París en el año 1944 por el periodista Hubert Beuve-Méry. Su línea editorial es también de centroizquierda.

versión española del *International Herald Tribune*²⁷.

Ante el reto saduceo -mal de una forma, peor de la contraria- planteada a la prensa en soporte papel por internet -edición digital-, que reduce el tiempo y el espacio a cero, y, por lo tanto, los costos: auténtica revolución que somete a una diabólica prueba de estrés a las compañías editoras de prensa escrita. Ante el ineludible reto de futuro, el 4 de mayo de 1996, *El País* da un paso al frente y se convierte en el segundo periódico impreso de España (después de *Avui*) en ofrecer *El País digital*. Fecha ésta que bien podemos considerar como un antes y un después de la prensa española en soporte papel.

También es el primer periódico español que, el 18 de noviembre de 2002, impone el sistema de pago para acceder a sus contenidos informativos de su edición digital; lo que se traduce en una disminución drástica de visitas. En tanto que la edición digital de *El Mundo*, que mantenía el acceso abierto; aunque no completo a todos los contenidos, se hace con el liderazgo de la prensa digital en España. Por “ocultamiento de datos”, *El País Digital* fue suspendido en 2002 de la Oficina de Justificación de la Difusión (OJD) durante cuatro meses por dos faltas graves. No tiene más remedio, ante el dilema planteado, que volver abrir -el 3 de junio del 2005- los contenidos digitales de forma gratuita; reservando para los suscriptores el acceso a suplementos, multimedia y versiones en PDF (hemeroteca)²⁸. En 2021, *El País*

digital, salvo el visionado de titulares, es de acceso restringido para suscriptores.

A partir de los años ‘90, desde el Partido Popular y medios afines ideológicamente, se acusa a *El País* y resto de medios del Grupo Prisa de apoyar los intereses del PSOE. A pesar de ello, *El País* logra mantener su liderazgo como diario generalista; aunque cada vez a menor distancia de *El Mundo*. No obstante, bajo el gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero, *El País* se mostrará cada vez más crítico. Paralelo a la repercusión de los problemas financieros en los balances de la empresa.

Como consecuencia de la gran crisis (2008) y la saturación del ecosistema informativo español con la presencia de otros muchos medios (digitales y en papel)²⁹, a partir de 2010 en Grupo Prisa con una elevada deuda entra en crisis. Es necesario buscar nuevos socios. El conglomerado estadounidense Liberty Acquisition Holdings emerge como primer accionista. También entran en el accionariado otras entidades como Bank of America y Deutsche Bank. La línea editorial de periódico cambia. Para los lectores de primera hora: *El País* ha dejado de ser *El País*.

Para tratar de atajar la crisis se llega incluso a la parcelación del Grupo Prisa. La editorial Santillana, base el imperio creado por Jesús Polanco, se desgaja. La entrada en Prisa de Joseph Oughourlian (Amber capital), al convertirse en el mayor accionista (27/29%), revoluciona internamente a la empresa: el hasta ahora intocable Juan Luis Cebrián es sustituido como presidente ejecutivo por

²⁷ El grupo editor del diario *The New York Times* procedió a unificar la marca de sus productos a escala internacional. Así a partir de 2013 la edición extranjera del rotativo *The Herald Tribune* pasa a llamarse *The International New York Times*. El periódico *The New York Times* fue fundado en 1851 por Henry Jarvis Raymond y George Jones. Es propiedad de The New York Times Company, que edita 40 publicaciones. Desde su primer Premio Pulitzer en 1918 hasta 2018 sus periodistas lo han ganado 125 veces. Considerado como el diario de referencia de Estados Unidos.

²⁸ El 4 de marzo de 2016, el director del periódico, Antonio Caño, anuncia la inminente transformación de *El País* en “un diario esencialmente digital”. Incluso augura la futura desaparición de la edición impresa debido al “trasvase constante de lectores del papel a la digital”. Acredita que “el hábito de la compra del periódico en el quiosco ha quedado reducido a una

minoría”. Aunque mientras las cifras lo permitan, *El País* se seguirá publicando también en soporte papel.

²⁹ La crisis se nota incluso en tratar de capear el temporal como modificaciones puramente externas. El 21 de octubre de 2007, el periódico se presenta con nuevo formato y contenidos; incluyendo toda una serie de reformas que afectan tanto a la edición impresa como a su versión digital en Internet. A parte de la tilde sobre la “i”, sustituye el lema histórico de ‘Diario independiente de la mañana’ por ‘El periódico global en español’; lo cual no deja de ser significativo. A lo largo de la historia de la prensa, estos detalles menores -como la tilde- son presagios de que la empresa se resiente por dentro y no sabe muy bien cómo tratar de capear el temporal.

Javier Monzón³⁰. El abril del 2019, Oughourlian se hace con la vicepresidencia de Prisa; tras la destitución, en diciembre del 2020, de Monzón (el hombre del Santander), que deja caer Telefónica, pasa a ocupar interinamente la presidencia del grupo. Como presidente ejecutivo de Prisa Media es nombrado Carlos Núñez. Al menos la mitad del capital en esos momentos (2021) está controlado desde el extranjero: grupos de inversión (especulativos), bancos, etc. Del grupo fundador, resta un porcentaje mínimo (no llega al 10%), presencia el simplemente testimonial.

Como correlato de lo anterior, máxime cuando los números rojos dominan los balances, los cambios se proyectan y se aceleran sobre la dirección del periódico: Juan Luis Cebrián (1976-1988), Joaquín Estefanía (1988-1993), Jesús Ciberio (1993- 2006), Javier Moreno (2006-2014), Antonio Caño (2014-2018) Soledad Gallego-Díaz (2018-2020), Javier Moreno (segunda etapa).

– Grupo 16 (Madrid). Los orígenes de este grupo parten de la transformación de la revista *Cambio16* en diario. El primer número lleva fecha del 18 de octubre de 1976. Prácticamente al mismo tiempo que su rival más directo *El País*.

En la evolución de este diario se pueden distinguir varias etapas. La primera, la podemos denominar de lucha por un espacio propio (1977-1980), comandado el diario por Miguel Ángel Aguilar. La segunda, de crecimiento, bajo Pedro J. Ramírez (1980-1989). La tercera de decadencia (1989-1998). Y, la cuarta, canto del cisne, bajo la batuta de la Corporación Voz de Galicia (1998-2001).

El nuevo diario se presenta como de información general, bajo la presidencia de Luis González Seara y Juan Tomás de Salas como director general. La primera novedad es su aparición vespertina y al precio de doce pesetas. Su línea editorial queda fijada en: “vi-

gilar muy de cerca la marcha del Estado para impedir que esa enorme concentración de poder en manos de unos pocos arrase la libertad de los muchos y arrastre el país”.

Sus inicios son realmente críticos tanto por problemas de tesorería como por remar contra las resistencias franquistas. Los primeros meses, bajo la dirección de Ricardo Utrilla, surgen las primeras dificultades económicas e incluso una acogida por debajo de lo esperado. Cuando un equipo no funciona se cambia al entrenador, en el caso de la prensa al director. Le sustituye (marzo de 1977) el reconocido periodista Miguel Ángel Aguilar, muy atento a la preocupante situación militar; lo que le va acarrear, junto con conocidos periodistas como Gregorio Morán y Francisco Cerecedo, a ser procesados por artículos en que se critica directamente a Manuel Fraga. La publicación es incluso secuestrada. *Diario16* también apoya la legalización del Partido Comunista de España, firmando un artículo conjunto: “No frustrar una esperanza”. Por la extrema izquierda, tampoco parece que su línea editorial gustase mucho toda vez que -26 de junio de 1977- sufre un atentado del GRAPO.

La privilegiada información sobre los grupos militares más reaccionarios (Operación Galaxia, 1980) y la denuncia de actuaciones de los GAL le acarrear serios problemas. El trabajo de investigación se convierte en seña de identidad del nuevo diario. Si es verdad que le causa no pequeños problemas, también le sirve para afianzar su tirada. Sin embargo, las dificultades de económicas continúan. La tirada se cifra en torno a los 50.000 ejemplares y la deuda acumuladas supera los 40 millones de pesetas. Miguel Ángel Aguilar es destituido en mayo de 1980. Se hace cargo de la dirección provisionalmente Justino Sinovas con el fin de buscar una nueva línea editorial. En el fondo, está la lucha por un espacio, aún muy estrecho y dubitativo, frente a *El País*, que termina por ganar la partida.

Pedro J. Ramírez se hace cargo de *Diario 16* desde el 17 de junio de 1980 hasta 1989. Ramírez procedía del monárquico conservador *ABC*. Ante la crítica situación se plantea una serie de medidas contundentes para asegurar la viabilidad del periódico. Así de vespertino pasa a matutino, para competir

³⁰ El accionariado del grupo en ese momento queda así: Amber con el 27%, seguido del banco HSBC con el 10%, Oviedo Holdings con el 10%, Telefónica con el 9,4%, los Polanco (Rucandio) con el 8,4%, Adar Capital con un 7,3%, Roberto Alcántara con el 5,1% y Santander con el 4,1%. Telefónica y Caixa-bank renunciaron a aumentar su presencia.

con el resto de diarios; búsqueda de informaciones “con pegada” para aumentar la tirada. Paso para salir de los números rojos. Otro paso más, en contra de la legalidad, es salir también los lunes; o sea, los siete días de la semana. Los lunes -descanso dominical de los trabajadores- no se podían publicar periódicos, salvo las *Hojas del lunes*, como ayuda a las Asociaciones de Prensa. Hasta ese momento (1980) ningún diario salía los lunes. Sin embargo, Pedro J. decide romper la regla. La empresa es denunciada (denuncia sobreseída), *Diario 16* sigue saliendo los siete días de la semana. Situación a la que se incorporan inmediatamente el resto de los diarios.

Momento por el que ha sido muy criticado el director es por “reticencias” en sumarse a la publicación junto con *El País* de una edición especial en contra del golpe de estado del 23 de febrero de 1981. No obstante, es cierto que *Diario 16* publicará cinco ediciones especiales. Sin embargo, la primera, cuando la de *El País* está ya en la calle, no sale hasta las 23,30 de la noche. No obstante, el editorial es claro: “En defensa de la Constitución”. El número especial dedicado a la contundente victoria del PSOE (1982) supera los 700.000 ejemplares. Con el paso de los años se irán incrementando los ingresos publicitarios.

En 1987, el caso GAL había llegado a su punto álgido. *Diario 16* se vuelca en el tema con varios reportajes sobre la trama y la implicación del policía José Amedo e indirectamente apuntando a estamentos superiores. Ciertamente la posición del rotativo es un tanto sinuoso desde defender que había establecer diálogo con ETA para pasar a apostar por la línea dura. Famoso fue un enfrentamiento en TVE con el entonces ministro Corcuera, en que éste, con artículos en mano, le señaló a Pedro J.; sin que éste pudiese dar una explicación convincente de tan rápido cambio de postura. A partir de 1989, las discrepancias entre dirección (Pedro J.) y empresa (Juan Tomás de Salas) se acentúan. La gota que colma el vaso es la publicación del editorial: “La rosa y el capullo”, muy crítico con la dirección del gobierno socialista (Felipe González).

Juan Tomás de Salas sustituye a Pedro J. Ramírez el 8 de marzo de 1989. *Diario 16*

vende en esos momentos 150.000 ejemplares diarios. Había multiplicado también los ingresos publicitarios. En solidaridad, dimiten también Alfonso de Salas (hermano del anterior), Balbino Fraga y Juan González; los que poco después consiguieron reunir 850 millones de pesetas para crear la empresa Unidad Editorial; editora de una nueva cabecera. Mientras Pedro J. Ramírez denuncia que su salida se debe a presiones del Gobierno; el editor lo achaca a divergencias por la línea editorial.

Los periodistas que abandonan *Diario 16* crean *El Mundo del Siglo XXI*, el 23 de octubre de 1989, con Pedro J. Ramírez como director. Muchas firmas como Melchor Miralles, Alfonso Rojo, Juan Carlos Laviana y Forges emigran a la nueva publicación.

La tercera etapa o de crisis del Grupo se produce en la década de los '90, entre 1989 y 1998. En sustitución de Pedro J. Ramírez, es nombrado director Enrique Badía. Al mismo tiempo, en abril de 1989, la editorial francesa Hersant (editora de *Le Figaro*) compra el 31% de Grupo 16 en una ‘maniobra hostil’. El paquete vendido correspondía a las acciones de Romualdo de Toledo, César Pontiane y Alfonso de Salas (hermano), entre otros. No obstante, el director general de Grupo 16 pudo mantener el 60% de los títulos. Badía es sustituido pronto en la dirección por Justino Sinovas. En 1992, le sustituye José Luis Gutiérrez; el cual, nada más llegar tiene que lidiar con una mala situación financiera, a pesar de vender algo más de 180.000 ejemplares. Cada vez la competencia de *El Mundo* le resulta más directa. Ante la situación, la empresa decide adoptar una línea editorial más dura con el gobierno de Felipe González. El ejemplo más conocido es la publicación - noviembre de 1993- del patrimonio de Luis Roldán, director de la Guardia Civil, que desata la conocida gran convulsión política.

La situación de la empresa se complica. Juan Tomás de Salas tiene que ceder la presidencia (1993) a Jesús de Ramón-Laca, ante la presión del principal acreedor, el Banco Central Hispano (BCH). El nuevo presidente lleva a cabo una serie de medidas drásticas: recortes salariales, gastos e incluso un expediente de regulación de empleo. La situación se complica cuando no se pueden pagar

las nóminas mensuales. Se produce huelga de los trabajadores. En julio de 1994, J. T. de Salas dejó las acciones, que aun poseía, a Ramón-Laca. La Asamblea de Madrid, presidida por Joaquín Leguina, aprueba un crédito de 360 millones de pesetas, que, según de Salas, nunca recibieron.

El canto del cisne de la empresa tiene lugar a partir de septiembre de 1995. Se confirma la venta al empresario José Luis Domínguez. El editor pide una quita del 80% de la deuda (8.000 millones de pesetas a Hacienda y la Seguridad Social), haciéndose cargo de la deuda amortizar en un plazo de diez años. No se llega ningún acuerdo concreto y en diciembre se declara suspensión de pagos. José Luis Gutiérrez es despedido en enero de 1996. En menos de un año pasan por la dirección hasta tres directores: Eduardo Peralta, Emilio Arrojo y Fernando Reinlein.

Tras ras una larga huelga por sucesivos impagos, el periódico deja de salir incluso algunos días. Domínguez cede sus acciones a Juan Tomás de Salas, quien además de recuperar la empresa, que había creado, se hace cargo de la dirección (1996-97). En todo ese tiempo, la publicación puede sobrevivir gracias a un aval del Instituto de Crédito Oficial.

Toda esta zozobra se proyecta sobre la línea editorial que, como sucede en ocasiones similares a lo largo de la historia, se intenta enderezar recurriendo al sensacionalismo. No obstante, el periódico sigue acumulando pérdidas. El 21 de mayo de 1997, *Diario 16* publica en portada un llamamiento de socorro para procurar obtener recursos mediante donaciones. Además, Juan Tomás de Salas acusa a Pedro J. Ramírez y al gobierno de José María Aznar de hacer todo lo posible para cerrar el periódico. En julio, la sociedad editora pide declaración de quiebra: debe 22.000 millones de pesetas. Más de la mitad a acreedores y 1.500 a sus trabajadores. Tras aprobarse el plan de viabilidad, J. T. de Salas abandona la dirección y *Diario 16* sale a subasta. En el momento de la declaración de quiebra la plantilla se aproximaba a los 200 trabajadores.

El 15 de enero de 1998, el único postor (527 millones) el Grupo Voz se hace con *Diario 16*, hasta su liquidación en 2001. El Grupo Voz de Galicia (Coruña), que pretende dis-

poner de un medio propio en la capital de la nación³¹, es el único interesado. El 15 de enero de 1998 se hace con el control del rotativo y todas sus ediciones (salvo la de Andalucía) por 527 millones de pesetas. Alfredo Vara (redactor jefe de *La Voz*) asume la dirección en funciones. Pretende, con una plantilla mínima (16 empleados), la renovación de la empresa. Sin embargo, dos meses después es sustituido por Iñaki Torres (15 de mayo de 1898). Éste pretende volver a una línea editorial menos polarizada; pero no consigue evitar la cuesta debajo de la publicación. En 1999, es sustituido por Luis Ventoso, que propone una línea “apertura-liberal”: concretada en la iniciativa personal y respeto a los derechos individuales. “Queremos superar los conceptos obsoletos de derecha e izquierda”, concluía el director.

Nuevos cambios formales (diseño) y línea editorial no consiguen enderezar la situación. A comienzos de 2001, el Grupo Voz registra un descubierto de 200 millones de pesetas generado solo por *Diario 16*; lo que provoca que Santiago Rey retome la dirección del Grupo. Con tan solo 68.000 lectores diarios y una caída del 23%, el Grupo Voz encomienda la dirección a dos conocidos periodistas: Fernando González Urbaneja y Enrique Badía, para tratar de buscar en un último intento un nuevo plan de viabilidad. El plan consistía en hallar en un plazo de tres meses nuevos accionistas por importe de 3.000 millones de pesetas. La búsqueda fracasa. El 31 de octubre de 2001, se pone a la venta por el simbólico precio de una peseta. No se encuentra comprador. El último número de *Diario 16* se publica el 7 de noviembre de 2001, con una mísera tirada de 8.824 ejemplares. Mientras las pérdidas se levaban a más de 4.400 millones de pesetas. Así termina la aventura de *Cambio 16*, iniciada en los albores de la Transición, apisionado por la izquierda por *El País* y por la derecha por *El Mundo*.

La Universidad CEU San Pablo – a través de Justino Sinovas- se quedó con el archivo de *Diario 16*. En 2012, lo cede al Museo Adolfo Suárez en Cebreros (Ávila).

³¹ Algo similar le sucederá al Grupo Vocento con la adquisición del ABC.

– Unidad Editorial (Madrid). Por escisión de *Cambio 16*, según acabamos de ver, aparece en Madrid, el 23 de octubre de 1989, un nuevo diario titulado *El Mundo del Siglo XXI*. Detrás de la escisión-refundación están Alfonso de Salas, Pedro J. Ramírez (director, 1989-2014), Balbino Fraga y Juan González³². Su línea editorial la podemos definir como liberal³³.

Unidad Editorial es el resultado de la fusión del Grupo Recoletos y Unedisa (2007). Este grupo está controlado en la actualidad (2020) en un 96% por el grupo italiano RCS MediaGroup. El Presidente del Consejo Editorial es Jorge de Esteban.

El Mundo desde el comienzo, como contrapunto a *El País*, se dirige directamente a copar el espacio de centro derecha, que *Diario 16* no había o no quiso ocupar. *El Mundo* contribuye claramente al desgaste de los últimos gobiernos de Felipe González (Casos Ibercorp, GAL, etc.) y, por contraposición, al ascenso del PP, comandado por Aznar; del cual se hizo amigo personal. Incluso se subió al balcón de la sede del partido en la calle Génova para festejar la llegada del José María Aznar al gobierno (1996). Sin embargo, dentro del mismo campo conservador, su enemigo más directo han sido el *ABC* (1903/) y *La Razón* (1998), al disputarse en mismo segmento social con escasas diferencias de grado. Aunque algunos de sus colaboradores en temas como la Iglesia o la Monarquía disientan abiertamente.

³² Escisión que recuerda, aunque en dirección política divergente, la que se produce en plena expansión periodística durante el último cuarto del siglo XIX. Dentro del periódico liberal conservador (próximo a Cánovas del Castillo), *El Imparcial*, propiedad de Eduardo Gasset Artime, parte de la redacción y personal de talleres abandonan dicho periódico (el de mayor tirada en ese momento) para dar a luz, el 31 de mayo de 1879, a un nuevo diario titulado *El Liberal*, de orientación más progresista; un paso más allá incluso del Partido Liberal de Sagasta. Diario que en muy poco tiempo le arrebató la primacía de tirada a su progenitor. En muchos aspectos supone un soplo de aire nuevo (criptorepublicano, no lejos del Posibilismo de Castelar) dentro del periodismo de la Restauración.

³³ García-Alonso Montoya, Pedro, *El Mundo del Siglo XXI (1989-1994)*. Unidad Editorial, S.A., lanzamiento y desarrollo de una empresa informativa, Madrid, Universidad Complutense de Madrid, 2002.

Desde pronto se convirtió en el segundo periódico español por difusión y audiencia. En víspera de la destitución de Pedro J, en 2013, según O.J.D, *El Mundo* tiene una tirada de 229 741 ejemplares. A partirse 2014, de la dirección se encargarán: Casimiro García-Abadillo (2014-2015), David Jiménez (2015-2016), Pedro García Cuartango (2016-2017) y Francisco Rosell (2017-).

Empresarialmente, Unidad Editorial se constituye en 1898. El capital en principio está muy fragmentado, participaciones inferiores al 10%, distribuidas entre más de 400 accionistas, buena parte empleados de la propia empresa. Muy pronto se establece una “alianza estratégica” con el Grupo Recoletos (adquiere entre el 20/30% de las acciones)³⁴. 1991, entra el grupo italiano Rizzoli-*Corriere della Sera* que adquiere el 45% del capital por 4.500 millones de pesetas. En el cuarto año (1992) ya obtiene un beneficio de 519 millones. La difusión en 1995, alcanza el récord de 320.000 ejemplares. Los beneficios en 1997 superan los 2.014 millones. En 2007, RCS MediaGroup adquiere el Grupo Recoletos, que tenía entre el 20/30 % del capital de Unidad Editorial por 1.100 millones de euros.

La crisis llega a todos. En 2009, tiene lugar el primer Expediente de Regulación de Empleo (ERE) y bajada salarial. En 2019, despido de 143 trabajadores, varios periodistas. Consecuencia directa de los números rojos de la empresa: La facturación cae en este año un 6,7%, hasta los 495 millones de euros frente a los 531 millones de 2010. RCS, la matriz italiana, comienza con pérdidas de 27 millones de euros en 2011. Números rojos que se van sumando hasta más de 330 millones de euros en los últimos ejercicios.

³⁴ El Grupo Recoletos –fundado por un grupo de profesionales– obtiene un gran éxito especialmente a través de la edición *Marca*, pero también con prensa económica: *Expansión*. Edita también: *Telva* y *Actualidad Económica*, *Diario Médico* y *Gaceta Universitaria*. Los resultados son en cierto modo espectaculares, más de 7.000 millones de beneficios durante cuatro años consecutivos. El Grupo Recoletos tiene como principal accionista al británico Pearson, editor de *Financial Times* y *The Economist*. Este grupo que controla más del 75% de la compañía. Telefónica se sumó con un 20%.

Malos tiempos, pues, para todos, comenzando precisamente por los de mayor complejidad empresarial.

CONCLUSIONES

1. La Constitución de 1978, crea un doble marco de referencia para los medios de comunicación: La libertad de prensa, vista no ya desde la perspectiva del emisor; sino al servicio del ciudadano (art. 20). Sin embargo, este derecho fundamental para su disfrute efectivo depende directamente de los intermediarios; o sea, de las empresas editoras.

2. La creación del Estado Autonómico, supone una “desconcentración del poder” en las nuevas capitales comunitarias; lo que indirectamente potencia al menos a determinados *mass media*; no especialmente a la prensa escrita.

3. El vacío dejado por la desaparición de gran parte de la prensa sostenedora del régimen franquista es ocupado por nuevas cabeceras en clave democrática. Sin embargo, algunas nacidas en la oposición al régimen dictatorial, llegada la democracia, no consiguen sobrevivir.

4. Aprovechando la bonanza económica y las ayudas a la prensa por parte del gobierno socialista durante la década de los ochenta tiene lugar la necesaria renovación tecnológica, que obliga a fuertes inversiones; lo cual conduce de inmediato a la necesidad de reagrupamientos de empresas editoras; o sea, la creación de Grupos Editoriales nuevos por yuxtaposición casi siempre.

5. Entre los grupos nuevos, Prisa, a través de *El País*, sigue conservando la primogenitura y la primacía editorial multimedia. Otros, de primera hora, no supieron encontrar su espacio (*Cambio 16*) y sucumbieron ante hijos discrepantes, *El Mundo* (Grupo Recoletos). En todo caso, también a estos abanderados del nuevo sistema democrático les ha llegado afectado también la concatenación de momentos críticos: impacto digital, crisis del 2008 y pandemia (2020).

6. La prensa escrita sigue teniendo su base editorial principal en la capital de la nación (Madrid). No obstante, la novedad radica en la potenciación de nuevos centros (desconcentración), generalmente en las

capitales respectivas de las nuevas Comunidades Autónomas.

7. Desde un punto de vista empresarial estamos asistiendo a partir de 2008 a un fuerte impacto negativo de carácter general; el cual, en las empresas mediáticas, repercute con gran incidencia a partir de 2010. Aunque el control de las empresas españolas ya está en manos de bancos y/o de empresas extranjeras. Sin embargo, a partir de estos momentos se produce una internacionalización de la decisión en la que toman el mando grupos inversores (especulativos). En poco más de tres décadas se ha pasado, proceso en marcha, desde el punto de vista empresarial de un cerrado control patrio a otro internacional muy difuso e inestable.

8. De estas empresas depende, junto con las públicas –éstas obedecen a otra lógica de tipo ideológico-político- nada menos que poder beneficiarnos plenamente de este nuevo derecho constitucional. Tema, por lo tanto, decisivo no tanto desde el punto de vista empresarial como instrumento imprescindible para garantizar una “información veraz”, plural y crítica.

