

Irantzu MARTÍN LACABE

LA TENDENCIA DEL PERIODISMO TRADICIONAL A
LA CULTURA *LIGHT* EN LAS PORTADAS DE *EL PAÍS*
Y *ABC*

*Trabajo de Fin de Carrera
dirigido por
Joaquín GARCÍA-LAVERNIA GIL*

Universitat Abat Oliba CEU
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
Licenciatura en Publicidad y Relaciones Públicas

2013

Donde todos piensan igual nadie piensa mucho.

WALTER LIPPMANN

Resumen

El presente proyecto analiza el panorama de la prensa tradicional española a partir de los años 60 hasta los últimos días. El trabajo propone un estudio sobre la tendencia de los periódicos hacia una cultura *light* caracterizada por su levedad y la creciente apuesta por el espectáculo. Asimismo, se reflexiona sobre el grado de importancia de las relaciones públicas como fuentes informativas para los medios de comunicación. Este escenario mediático se pone en práctica contrastando una variedad de portadas del ABC y *El País* a partir de su primer punto de encuentro.

Resum

El present projecte analitza el panorama de la premsa tradicional espanyola a partir dels anys 60 fins als últims dies. El treball proposa un estudi sobre la tendència dels periòdics cap a una cultura light caracteritzada per la seva levedat i la creixent aposta per l'espectacle. Així mateix, es reflexiona sobre el grau d'importància de les relacions públiques com a fonts informatives per als mitjans de comunicació. Aquest escenari mediàtic es posa en pràctica contrastant una varietat de portades de l'ABC i El País a partir del seu primer punt de trobada.

Abstract

This research carries out an analysis of the traditional Spanish press from the 60s until the present day. A study on the press tendency towards a light culture is proposed. This culture is known for its lightness and its emphasis on spectacle. It is also shown the importance of public relations as a source of information for the media. This mediatic scenery is put into practice contrasting a great variety of front pages of ABC and El País from their first point of contact.

Palabras claves / Keywords

Periódicos – Modernidad –Post-modernidad – Relaciones Públicas – Fuentes – Gabinete – Publicity – Cultura <i>light</i> – Espectáculo –Sensacionalismo – Amarillismo – ABC – <i>El País</i> – Difusión –Tirada

Sumario

Introducción	9
Parte primera: Marco teórico	11
Capítulo I. El desarrollo del periodismo a partir de los años 60.....	12
1.1. El estilo y la forma de la era de la modernidad (1960-1980)	12
1.2. Algunos de los principales nuevos enfoques de las últimas décadas	18
Capítulo II. La irrupción en las noticias impresas del concepto cultura <i>light</i>	24
2.1. La inclusión de lo <i>light</i> en las noticias	24
2.2. Factores que contribuyen a su detección.....	31
Capítulo III. El papel de las relaciones públicas en la <i>agenda setting</i>	37
3.1. La relación entre los periódicos y sus fuentes informativas.....	37
3.2. Las tendencias estratégicas de los gabinetes de comunicación	40
Parte segunda: Análisis comparativo de cómo afecta la cultura <i>light</i> desde 1976 y a partir del siglo XX a las portadas de <i>El País</i> y <i>ABC</i>	45
Capítulo IV. Estudio de portadas desde el nacimiento de <i>El País</i> durante los últimos estertores de la modernidad	46
4.1. La repercusión de los dos primeros años de <i>El País</i>	46
4.2. <i>El País</i> supera a <i>ABC</i>	54
Capítulo V. Tendencias del diseño de la primera página de los últimos lustros.....	63
5.1. El cambio de siglo.....	63
5.2. En la última década	70
Conclusiones	76
Bibliografía.....	79
Anexos.....	84

Introducción

Actualmente vivimos desinformados, pero a la vez recibimos más información que nunca. Desde los orígenes de la prensa tradicional en el siglo XVII con la creación de las gacetas hasta las últimas décadas, los contenidos y las presentaciones de los diarios han ido evolucionando hacia lo *light*, donde cada vez prima más lo superfluo, chocante o polémico. Pero esta evolución comenzó a ser posible a raíz de la transición democrática. Desde los años 60 hasta mediados de los 70, las tiradas y difusiones de los diarios estaban estancadas debido a la imposición franquista en los contenidos de las publicaciones.

La sociedad comenzaba a demandar en los diarios noticias extensas y completas sobre la realidad de los hechos que acontecían en España. Querían información y el periódico que mejor supo adaptarse a las necesidades del momento fue *El País*, que nació en el año 1976 y por lo que consiguió convertirse en el periódico de mayor referencia y difusión. Sin embargo, su competidor más directo en ideología era *ABC*, diario de más trayectoria que había sido incluso antes del franquismo muy reconocido en España. Pero su larga trayectoria, en compañía de una ideología conservadora, no impidió que comenzara a disminuir en tiradas y difusión, a causa de una serie de factores.

Las tendencias de los contenidos en los diarios rozan cada vez más el amarillismo, algo que años atrás era impensable. Los valores éticos y morales y el rigor informativo se dejan en un segundo plano si las informaciones son llamativas y pueden producir ventas. Incluso muchos titulares comienzan a parecerse más a los eslóganes publicitarios para atraer a los lectores. Pero como todas las modas, siempre existe un precursor, aunque a veces suelen influir varios en su creación. Esta perspectiva es la que anima a plantearnos cómo y en qué medida la sociedad, los medios y las fuentes informativas, han contribuido a dar forma a esta situación.

Los profesionales de relaciones públicas hacen todo lo posible para que sus informaciones sean difundidas en los medios pero siempre tienden a contar una realidad sesgada de los hechos. En efecto, el exceso de *publicity* a veces llega a ser tan evidente que hace que algunos periodistas, todavía responsables en el manejo de los contenidos, la rechacen. Sin embargo, muchas veces es aceptada por los *gatekeeper* de los diarios e incluso sin contrastarla. Esta creciente costumbre hace que pueda verse debilitada la veracidad de un diario, porque se corre el riesgo de mostrar datos contradictorios. Esto implica un motivo de estudio para saber por qué

lo siguen haciendo y hasta qué punto la sociedad tiene conocimiento de esta mecánica de trabajo.

Vivimos en la época de *publicity*, de celebridades y acontecimientos artificiosos y polémicos. Todo lo que piensa y compra la ciudadanía está condicionado por estos elementos. Aun así, existen periodistas que todavía luchan por la importancia de la ética y la veracidad de las fuentes, pero cada vez hay menos. Esto nos lleva a interrogarnos si son realmente necesarios para los diarios o si es necesario que cambien sus valores para seguir triunfando, como lo hacían antes. Nos basamos en un estudio cuantitativo y cualitativo de los periódicos, es decir, en los gustos, actitudes o preferencias, así como también sus tiradas y difusiones. La visión de estos conceptos en el transcurso de los años nos puede acercar más a las posibles respuestas.

Para poder evaluar este comportamiento se expone un análisis donde se contrastarán las portadas de *El País* y *ABC*, diarios opuestos en ideología, desde los primeros años en los que compiten, con las publicadas en los últimos lustros. Una vez reflejada la evolución que ha sufrido la prensa escrita, nos podríamos preguntar qué transcendencia tienen los mensajes que publican, si van acordes con los intereses de los lectores y otros asuntos como hasta qué punto tienen relación con el poder político.

PARTE PRIMERA: MARCO TEÓRICO

La primera parte del trabajo abordará tres capítulos; en el primero se analizará el desarrollo del periodismo a partir de los años 60 y se profundizará sobre cómo desde la llegada del siglo XX, los distintos estilos, formas y enfoques de los diarios son totalmente diferentes. En el segundo, se explicará la irrupción en las noticias impresas del concepto cultura *light*, qué supone su inclusión y los factores que contribuyen a detectarla. Finalmente, el tercer capítulo ayudará a reflexionar sobre el poder que realmente tienen los profesionales de las relaciones públicas en la *agenda setting*, así como qué tipo de relación tienen con los diarios y cuáles son sus tendencias en la cultura mediática.

Capítulo I: El desarrollo del periodismo a partir de los años 60

A continuación, se contextualizarán los acontecimientos más relevantes que experimentaron los diarios impresos a partir de los años 60 hasta los años 80. Una etapa que, a pesar de estar caracterizada por la dictadura franquista y el comienzo de la transición democrática, se destaca el nacimiento de *El País*. Por otro lado, se profundizará en el siglo XX y XXI.

El presente trabajo hace especial hincapié en un análisis comparativo, que no progresivo, del antes y el después de los diarios *El País* y *ABC*. Desde el primer encuentro de los diarios en 1976 hasta la década de los 80, periodo en el que se consolida *El País* como líder de la prensa española, es contrastado con la situación de ambos en los últimos años y por lo tanto, la justificación del análisis de estas fechas.

1.1. *El estilo y la forma de la era de la modernidad (1960-1980)*

Durante los años 60 hasta los 80, España sufrió grandes reajustes en la prensa debido al franquismo. A pesar de que el inicio de la dictadura data del año 1939, es a partir de la década de los 60 cuando se comienza a hablar cada vez más del derecho de la libertad de prensa. La evolución del periodismo impreso desde sus inicios en el siglo XVII, con la creación de las gacetas o el surgimiento del primer diario español en el año 1758 llamado *El Diario Noticioso*, se quedó en el olvido por las distintas imposiciones de la dictadura en el medio.¹ Sin embargo, este periódico fue considerado como una muestra del progreso de la base de la actividad periodística en España por su composición. Estaba dotado de información, publicidad y erudición, pero en 1918 desapareció tras 160 de vida.²

Cabe destacar que realmente no fue hasta el año 1835 cuando sale el primer gran diario al estilo de los del siglo XX, llamado *El Español*.³ En esta misma fecha, concretamente, a finales del siglo XIX y comienzos del XX, se produjo también un nuevo avance con la aparición de agencias y diarios como *La Vanguardia*, *El Sol*, *El*

¹ CHIVELET, Mercedes, *Historia de la prensa cotidiana en España*, Madrid, Acento, 2001, pp. 10-18.

² SÁNCHEZ, J.J.; BARRERA DEL BARRIO, Carlos, *Historia del periodismo español desde sus orígenes hasta 1975*, Pamplona, EUNSA, 1992, pp. 73-74.

³ CHIVELET, Mercedes, *op. cit.*, pp. 48-49.

Debate y *ABC*.⁴ Este último fue creado en el año 1903 por Torcuato Luca de Tena. A diferencia de la mayoría de los periódicos españoles y extranjeros del momento, sus distintos elementos gráficos supusieron una verdadera innovación en el periodismo informativo por aquel entonces, junto con un tamaño reducido y original.⁵ *El Imparcial* fue su competidor más directo desde sus inicios por constar de una misma ideología y desde 1930, con la creación de *Ahora*, se unió otro más.⁶

Cuando España comenzó a vivir la época de la dictadura, los diarios entraron en retroceso. Comenzaron a ser controlados e incluso muchos de ellos tuvieron que modificar sus temáticas y formas de presentación. Pero esto no fue porque así lo desearan las empresas editoras o los periodistas, sino por imposición del Gobierno en muchos de los casos. Los medios junto con sus informaciones sufrían una vigilancia gubernamental día tras día, pertenecieran a empresas privadas o públicas. En una situación de estricto control resulta difícil discernir entre prensa estatal y no estatal.⁷

Hasta muy avanzado el régimen franquista, se comenzaba a clarificar la distinción de ambas prensas, especialmente, entre los años 1966 y 1975.⁸ El origen fue a causa de la implantación en el año 1966 de la ley de prensa e imprenta de Fraga. Esta nueva ley había sido creada acorde con el desarrollo social, así como el comienzo de *Televisión Española* en 1956, con sus emisiones de forma regular y el dinamismo de la opinión pública propiciada por el medio audiovisual.⁹

Aquí es cuando la prensa comienza a tener la oportunidad de mostrar la realidad de una forma más amplia por el que cambió sustancialmente las relaciones entre el poder político y los periódicos. La sociedad comenzó a interesarse por la opinión y las noticias, ya que la uniformidad de las informaciones empiezan a desaparecer entre los diarios. De hecho, en 1945 la difusión total de la prensa diaria era de 1.468.185 ejemplares, mientras que en 1970 sufre un aumento de 3115.826 ejemplares vendidos.¹⁰

⁴ SÁNCHEZ, J.J.; BARRERA DEL BARRIO, Carlos, *op. cit.*, p. 167.

⁵ *Ibid.*, p. 284.

⁶ CHIVELET, Mercedes, *op. cit.*, pp. 93-107.

⁷ ÁLVAREZ, Jesús, *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*, Barcelona, Ariel Comunicación, 1989, p. 262.

⁸ *Ibidem.*

⁹ *Ibid.*, p. 270.

¹⁰ *Ibidem.*

Aún así, llevar a cabo esta ley a la práctica, producía en múltiples situaciones fuertes conflictos entre la Administración y los periódicos.¹¹ Sobre todo, en lo que respecta a los contenidos y personal de la prensa no estatal, al ser más controlada que la adversaria por estar más desligada a los principios ideológicos del Gobierno. De hecho, los propietarios de los diarios no podían decidir libremente la persona que se encargaría de la dirección, sino que el nombramiento correspondía al Ministro de Interior. Esta práctica se llevó a cabo, especialmente, en los diarios de mayor tirada e influyentes donde, en muchos casos, los directores de los periódicos llegaban a ser en realidad comisarios al servicio del Gobierno.¹²

Por otro lado, el contenido era controlado por la imposición de consignas, instrucciones que la Administración impartía a los periódicos para que éstos no publicaran ciertas noticias o bien publicaran, con características precisas, otros asuntos.¹³ Esta rutina provocó que los periódicos empezaran a no ser ya la voz de su amo y a sus continuos cierres y sanciones. Algunos diarios como *Madrid*, que se retiró por no estar clara su propiedad, o el barcelonés *Tele/eXprés*, que nació en 1964 como verpertino independiente, son unos de los casos que se convirtieron en rutinarios en la prensa de la época.¹⁴

En la década de los 60, la cantidad de diarios que no pertenecían a la *Prensa del Movimiento* superaba a la estatal con un 60 por ciento respecto a principios de ese mismo año. *ABC* de Madrid, *ABC* de Sevilla, *Diario de Barcelona*, *El Alcázar* de Madrid, *El Correo Catalán* de Barcelona, *El Correo Español-El pueblo Vasco* de Bilbao, *El Diario Vasco* de San Sebastián, *Faro de Vigo* o *Ya* de Madrid, son algunos ejemplos.¹⁵

A su vez, la cadena de periódicos bajo el nombre *Prensa de Movimiento* y controlada por la *Falange*, supuso también que todos los diarios sufrieran un nuevo reajuste de principios y un reciclaje con nueva línea editorial, otros desaparecieron.¹⁶ El régimen de censura y el resto de los mecanismos de control, se mantuvieron en vigor hasta la ya comentada ley de Fraga de 1966.¹⁷ A su vez, para los periódicos que pertenecían a este movimiento, se creó *PYRESA*, *Periódicos y Revistas Españolas*, un servicio de agencia que proporcionaba información a éstos. Pero a

¹¹ CHIVELET, Mercedes, *op. cit.*, pp. 92-121.

¹² ÁLVAREZ, Jesús, *op. cit.*, p. 265.

¹³ *Ibid.*, p. 266.

¹⁴ CHIVELET, Mercedes, *op. cit.*, pp. 122-123.

¹⁵ *Ibid.*, p. 117.

¹⁶ *Ibid.*, p. 114.

¹⁷ ÁLVAREZ, Jesús, *op. cit.*, p. 267.

pesar de la magnitud de los diarios que pertenecían a este área, formada por una cantidad superior a 40 periódicos, sobre todo, los de carácter regional obtuvieron escasas tiradas como *Alerta* de Santander, *Arriba* de Madrid, *El Pueblo Gallego* de Vigo, *Hierro* de Bilbao, *La Prensa* de Barcelona, *La Voz de España* de San Sebastián, etcétera.¹⁸

En virtud a unas leyes hechas a la medida, la *Delegación Nacional de Prensa y Propaganda* se convirtió en la mayor editora de publicaciones periodísticas de España. En 1944 era titular de 30 diarios de mañana, siete de tarde, cinco noticieros del lunes, ocho revistas semanales y siete mensuales. La tirada total ascendía a 1.077.000 ejemplares. Y tan sólo dos años más tarde, los diarios eran ya 38 y los semanarios, incluidos los de los lunes, ascendían a ocho y las revistas de periodicidad mensual a cinco. La fuerza divulgadora, entre los meses de julio de 1944 a 1945 era de 447.491.700 ejemplares. En esa línea, la cadena siguió creciendo hasta controlar en 1962,39 publicaciones diarias, cuatro revistas, cuatro semanarios y tres hojas del lunes, propiedad de las respectivas asociaciones pero explotadas por la *Prensa del Movimiento*.¹⁹

Según unos datos facilitados por la *Delegación Nacional de Prensa, Propaganda y Radio*, en 1963 la cadena alcanzó una media diaria de tirada de 461.568 ejemplares. Los semanarios una media por número de 190.153 ejemplares y las cuatro revistas referidas a deportes, toros, cine y actualidad de todos los acontecimientos históricos de cada semana comprendían los 47.475 ejemplares.²⁰

Respecto a la ley de Fraga, los periódicos estatales no se vieron afectados por la nueva situación. Siguieron siendo fieles al partido único y nadie se atrevió a reclamar nada. Si alguien, excepcionalmente, lo hacía, la reacción oficial era imponer una multa por apoyo a la rebelión armada. La unidad de la cadena se mantenía, aunque para entonces habían dejado de circular diarios como *Ayer* de Jérez de la Frontera, *Falange* de Las Palmas, e *Imperio* de Zamora. Diarios como *El Correo de Zamora* o *El Eco de Canarias* fueron algunos de los que comenzaron a aparecer.²¹

No tardaría mucho en llegar la crisis que afectó a todo el sector de la prensa por el aumento del coste del papel hasta los inicios de los años 80. En un informe confidencial realizado por el *Gabinete de Racionalización de la Secretaría General*

¹⁸ CHIVELET, Mercedes, *op. cit.*, pp. 115-116.

¹⁹ ÁLVAREZ, Jesús, *op. cit.*, p. 251.

²⁰ *Ibidem*.

²¹ *Ibid.*, p. 254.

del Movimiento, la mala situación quedaba constatada por la disminución, entre los años 1966 y 1970, de las ventas de toda la *Cadena del Movimiento* en 49.280 ejemplares. Pero lo más significativo fue el descenso, sobre todo, en los núcleos urbanos de mayor población como Madrid, Barcelona, Sevilla, Zaragoza y Bilbao. La única excepción fue el diario *Levante*, de Valencia.²²

Los periódicos ya no eran tan rentables. De hecho, los propios responsables de estos medios afirmaban que si un periódico tenía pocos lectores, significaba que a nadie le interesaban las ideas que allí se exponían. Por este motivo, se comenzó a replantear un cambio en éstos, así como apostar por la regionalización. Otros creían en la concepción de un diario no deportivo a nivel nacional. Pero los verdaderos intentos prácticos de racionalizar la cadena no se realizarían hasta el 1975, año en el que la deuda acumulada era ya de 1.364,3 millones de pesetas.

Finalmente, el planteamiento de equilibrio se intentó nivelar a base de cerrar en 1977 varias publicaciones como *La Voz de Castilla*, *Arriba España*, *El Telegrama de Melilla* o *Voluntad*. La intencionalidad de esta tarea fue la de sustituir todas ellas por un solo periódico en *offset* llamado *Solidaridad Nacional* de Barcelona, dar jubilaciones anticipadas, así como también planificar la estructura técnico-económica.²³

El periódico *Arriba España* de Pamplona, *Jornada* de Valencia o *La Tarde* de Málaga desaparecieron también por las escandalosas pérdidas. Los periódicos seguían disminuyendo su poder de influencia y ya no servían como portavoces del Gobierno. A su vez, la prensa pública comenzaba a ser sustituida por otra independiente y empiezan a surgir periódicos como *El País*, *Diario 16* y *El Periódico*, todos caracterizados por comenzar a difundirse ya en un sistema democrático.²⁴

Una nueva edad de oro periodística comparable con la vivida en los años de la *Segunda República*, parecía abrirse salvo para las explotaciones del *Movimiento*, que en 1977, con el 35 por ciento de los títulos existentes en España, no alcanzaba el 17 por ciento de la difusión total.²⁵ Por lo que en 1979, se cerraron la mayoría de los periódicos de esa ideología, tanto por motivos económicos como políticos.²⁶ Ya

²² *Ibidem*.

²³ *Ibid.*, p. 256.

²⁴ CHIVELET, Mercedes, *op. cit.*, pp. 124-125.

²⁵ ÁLVAREZ, Jesús, *op. cit.*, p. 257.

²⁶ *Ibid.*, p. 259.

no era necesario semejante aparato de propaganda y los periódicos, simplemente, se convirtieron en unos medios democráticos al servicio de la sociedad.²⁷

Las diferencias entre ambos movimientos fueron significativas en lo que respecta a su difusión. Según la *Oficina de Justificación de la Difusión*, los diarios privados fueron los principales periódicos. *La Vanguardia* de Barcelona, *ABC* y *Ya* de Madrid, figuraron todos los años a la cabeza de las listas de difusión y acompañados del único diario no privado con circulación apreciable, el sindical *Pueblo*.²⁸ Este último fue creado en 1940 y tuvo su importancia, entre otros aspectos, por comenzar a aplicar de una manera novedosa en aquella España el formato *tabloide*. De hecho, lo hizo antes *Madrid*, cuya publicación fue un año antes que *Pueblo*.²⁹ Pero el diario de cabecera de la *Prensa del Movimiento* fue *Arriba*, que osciló entre los 11.000 y los 50.000 ejemplares, pero no logró superar los 100.000 de difusión media más que en tres de los 40 años de su existencia.³⁰ Antes de iniciar la década de los 80, tuvieron lugar una serie de transformaciones respecto al progreso de la tarea periodística. Una de ellas fue la *Constitución de 1978*, por la que se consideraba legalmente a España como un país democrático y en la que se establece la justicia, libertad y seguridad del país.³¹

A partir de esta fecha, uno de los diarios que los ciudadanos tenían más como referencia era *El País*, que salió por primera vez a la calle en el año 1976. Su aparición coincidió con la época de la transición democrática española, aspecto que jugó bastante a su favor. Esto fue así porque su fundador, José Ortega, quería fundar este diario al sentir la necesidad nacional de un periódico independiente que defendiese la libertad y democracia.³² De hecho, el *Comité Internacional de Comunicación de Masas* de la *UNESCO* calificó a *El País* como el fenómeno más importante de Europa en lo que respecta al año 1976. Asimismo, en tan sólo los primeros ocho meses de su creación alcanzó una difusión de 140.000 ejemplares y a los 15 años de vida era el periódico de mayor difusión.³³ Sin embargo, en este año también surgieron otros como *Diario 16* o el primer diario en catalán *Avui* y dos años

²⁷ *Ibid.*, p. 261.

²⁸ *Ibid.*, p. 271.

²⁹ PIEDRAHITA, Manuel, *Periodismo impreso, audiovisual y electrónico del siglo XXI*, Madrid, Universitas, 1998, p. 89.

³⁰ ÁLVAREZ, Jesús, *op. cit.*, p. 271.

³¹ Boletín Oficial del Estado, Constitución Española. Disponible: <http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1978-31229> [Fecha de consulta: 08/04/ 2013].

³² IMBERT, Gérard; VIDAL, José, *El País o la referencia dominante*, Barcelona, Mitre, 1986, pp. 259-260.

³³ *Ibid.*, pp. 265-266.

más tarde *El Periódico* de Cataluña. Estos últimos fueron unos de los otros muchos aparecidos en las distintas autonomías.³⁴

El Sol fue realmente el primer periódico en estrenar la década de los 80, junto con la informatización de todas sus áreas. Cuando salió, otros periódicos ya habían incorporado los ordenadores a su proceso de edición pero no lo habían hecho de una forma tan integral como éste. A pesar de cerrarse este diario en el año 1992, sus programas o *software* de sus *Macintosh* dejaron una huella en el periodismo impreso en el país. Éstos permitían componer textos, prepararlos e incorporarlos junto con los gráficos, integrar fotografías y otros elementos hasta configurar en la pantalla la página tal y como la leería después el lector. Este desarrollo creó la figura en las redacciones del editor gráfico.³⁵ Este paso dado por *El Sol* se ha superado hoy con el procedimiento llamado directo a plancha o directo a prensa al ser más inmediato y eficaz.³⁶

Respecto a las conocidas *treinta y dos Hojas del Lunes*, día de la semana en el que cubrían información para hacer posible el descanso dominical de los diarios, se redujeron a 23 hojas entre 1976 y 1985. La salida de los diarios en lunes se inició en 1979 y ya de forma habitual en 1981, lo que provocó un descenso de las publicaciones exclusivas del primer día de la semana. Aun así, el primero que lo hizo fue *Diario 16* y después *El País*.³⁷

Por último, la sociedad más que comprar periódicos de partido, empezó a preferir abonarse a un órgano de opinión que le facilitara la complicada realidad internacional y que le solventara, gracias a su influencia sobre los poderes públicos, los distintos problemas cotidianos. Un aspecto que los diarios lo tuvieron en cuenta para explicar la realidad a través de distintas perspectivas. Esta tendencia durante el franquismo habría sido inviable por la imposición del régimen a una homogeneidad de noticias.³⁸

1.2. Algunos de los principales nuevos enfoques de las últimas décadas

No es de extrañar que la primera tirada a nivel nacional que corresponde a *El País*, a finales del año 1999 superara los 500.000 ejemplares vendidos al día. Le

³⁴ CHIVELET, Mercedes, *op. cit.*, pp. 128-129.

³⁵ *Ibid.*, pp. 135-136.

³⁶ *Ibid.*, p. 136.

³⁷ *Ibid.*, pp. 117-127.

³⁸ PIEDRAHITA, Manuel, *op. cit.*, p. 14.

seguía *ABC* y *El Mundo* con más de 300.000. Después se encontraban *La Vanguardia* y *El Periódico* de Cataluña superando los 200.000 ejemplares diarios.³⁹

A medida que pasaban los años, el aumento de noticias, tanto a nivel nacional como internacional y la aparición de nuevos medios de información, empezaba a surgir la necesidad de comenzar a informar de una manera muy distinta a la tradicional. De ahí que en el periodismo impreso y audiovisual se hiciera imprescindible sondear las reacciones de los lectores, radioyentes y espectadores.⁴⁰

A finales de la década de los 90 nació *La Razón* y otros como *Diario XXI*, *Diario de Sevilla*, *La Opinión de Tenerife*, etcétera.⁴¹ Respecto a los regionales de mayor difusión, caben destacar *El Correo Español-El Pueblo Vasco*, *La Voz de Galicia* y *Diario Vasco*, con más de 100.000 ejemplares diarios. Sin alcanzar ese límite, *Diario de Navarra*, *Heraldo de Aragón*, *Levante*, *La Nueva España* y *Las Provincias*, que sobrepasaban los 50.000 ejemplares. Por debajo de estas cifras se sucedían todos los demás.⁴²

La nueva ley orgánica de 1997, reguladora de la cláusula de conciencia de los profesionales de la información, facilitó a todos éstos sus beneficios respecto a sus contenidos. Según el *Boletín Oficial del Estado*: “tiene por objeto garantizar la independencia en el desempeño de su función profesional”.⁴³ En otras palabras, el periodista tiene ya su autonomía para poder escribir. Además, también se detalla que éste se podrá negar a escribir o publicar en su nombre cualquier información que considere poco ética y esto no influirá, como en los años anteriores donde predominaba el franquismo para su cierre.

Entre finales de los años 90 y principios del siglo XXI, la mayoría de los diarios estaban ya integrados en grandes grupos multimedia que abarcan también su participación en televisión, radio, telefonía e Internet y otros medios audiovisuales. Se pueden destacar, entre otras, a *Prisa*, *Grupo Zeta*, *Recoletos*, *Voz*, *Correo o Unidad Editorial*, son algunos ejemplos. Respecto a los periódicos más

³⁹ CHIVELET, Mercedes, *op. cit.*, p. 139.

⁴⁰ PIEDRAHITA, Manuel, *op. cit.*, p. 16.

⁴¹ CHIVELET, Mercedes, *op. cit.*, p. 137.

⁴² *Ibid.*, p. 138.

⁴³ Boletín Oficial del Estado, Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio, reguladora de la cláusula de conciencia de los profesionales de la información. Disponible: <http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1997-13374> [Fecha de consulta: 08/04/2013].

mencionados, *El País* pertenece al grupo *Prisa*, *ABC* a *Vocento*, *La Vanguardia* a *Grupo Godó* y *El Periódico* a *Grupo Zeta*.⁴⁴

Otro diario a destacar que no se ha hecho anteriormente debido a que su nacimiento fue en el año 1989 es *El Mundo* que pertenece a *Unidad Editorial*.⁴⁵ Este diario es uno de los principales al estar en los primeros puestos del *ranking* de difusión en la prensa generalista a nivel nacional. Fundado por Pedro J. Ramírez, se inició ofreciendo una amplia información y lo hacía de forma peculiar e innovadora para la época, creando una variedad de distintas tipografías para que pudiera ser captada la información de forma inmediata. Titulares cortos y expresivos son los que comienza a presentar con dos tipos de letra diferente para que el lector pudiera interpretar la distinta importancia de las noticias. Un planteamiento muy similar como al que llevó a cabo también desde su nacimiento *El País*.⁴⁶

Esta realidad de integración de los distintos diarios en los grupos editoriales, hizo que muchos de ellos obtuvieran una nueva imagen o fuera modificada para adaptarse al estilo del grupo del editor.⁴⁷ Además, la aglutinación de medios en los grupos mencionados, fue un aspecto positivo para éstos al necesitar las inversiones de equipos y una planificación que les hiciera posible competir en el mercado por el incremento de competencia. De hecho, su acción principal se comenzó a desplegar en ediciones complementadas o ajenas a la prensa diaria como en sus apariciones en Internet y en la planificación de ediciones gratuitas siendo *Madrid y m@s* la primera de ellas en el año 2000.⁴⁸ A pesar de todo, otros medios comenzaron a superar a los periódicos en audiencia, así como los audiovisuales o digitales. De hecho, ya en el año 2012, la prensa tradicional comenzaba a encontrarse en quinta posición en el *ranking* de audiencia de los medios de comunicación.⁴⁹

La causa principal de la importancia de los periódicos se ha visto concretamente dañada por la televisión. Debido a su influencia en la sociedad, se ha convertido en el referente de éstos en muchos aspectos.⁵⁰ En primer lugar, se ha dicho que el titular de las portadas de la prensa escrita ya no suele ser la primera noticia de un hecho debido al anticipo de la televisión o la radio a comunicarlas. Esta razón influye

⁴⁴ CHIVELET, Mercedes, *op. cit.*, pp. 139-143.

⁴⁵ *Ibidem*.

⁴⁶ *Ibid.*, p. 132.

⁴⁷ *Ibid.*, pp. 139-143.

⁴⁸ *Ibidem*.

⁴⁹ AA. VV., *Libro Blanco de la Prensa Diaria 2013*, Madrid, Aede, 2013, p. 257.

⁵⁰ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *Noticias frente a hechos. Entender la realidad después de leer los periódicos*, Barcelona, CIMS, 1997, p. 100.

en el modo de titular. De hecho, los actuales diarios sensacionalistas no habitúan a titular tanto por el resumen de un hecho sino con una frase que anuncie de forma llamativa el tema a comunicar. En los diarios serios también esta apreciación es frecuente. Más que anunciar las noticias convencionales en sus primeras páginas, tienden normalmente a la noticia de cosecha propia o intentan esforzarse con su redacción para ofrecer una especie de noticia novedosa.⁵¹ Por otro lado, el diseño *tabloide* de los diarios fue implantado para que los diarios se pareciesen más a la televisión.⁵²

Según *El Estudio General de Medios*, de abril de 2012 a marzo de 2013, el descenso de los diarios, tanto de información general como deportivos y de información económica, es inminente.⁵³ El número total de lectores de diarios es de 13.717.000 frente a los 12.597.000 del año 2000, comprendidos estos últimos entre los meses de febrero a noviembre.⁵⁴

Respecto a sus temáticas, los de información general son los más demandados en el 2013, a pesar de tener últimamente mayores pérdidas respecto a los de economía o deportivos, siendo la cantidad de seguidores de 11.848.000. Los diarios deportivos son los segundos más demandados, pero su diario *Marca* es el que actualmente está en el número uno del *ranking* respecto al total de periódicos siendo en febrero sus ventas de 178.400 ejemplares junto con 195.913 de difusión.⁵⁵ Por último, serían los de temática económica.⁵⁶ Este orden de preferencia es similar en el año 2000.⁵⁷

En el *ranking* de medios impresos, respecto a sus lectores por día, se coloca como número uno *Marca*, diario deportivo con 2.870.000 lectores, seguido por *El País*, 1.862.000; *AS*, 1.426.000; *El Mundo*, 1.170.000 y *La Vanguardia* con 790.000 lectores, entre los más destacados. Ya en posición novena se encuentra el *ABC* con

⁵¹ GOMIS, Lorenzo, *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*, Barcelona, Paidós Comunicación, 1991, p. 29.

⁵² MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 95.

⁵³ AIMC, abril 2012 a marzo 2013. Resumen general. EGM. Disponible: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [Fecha de consulta: 20/04/2013].

⁵⁴ AIMC, febrero a noviembre de 2000. Resumen general. EGM. Disponible: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [Fecha de consulta: 20/04/2013].

⁵⁵ OJD febrero: 'Marca' ralentiza su caída de difusión hasta el 9% y 'AS' pierde un 16%, *Prprensa*, 27/03/2013. Disponible: <http://www.prnoticias.com/index.php/prensa/209/20120571> [Fecha de consulta: 02/04/2013].

⁵⁶ AIMC, abril 2012 a marzo 2013. Resumen general. EGM. Disponible: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [Fecha de consulta: 20/04/2013].

⁵⁷ AIMC, febrero a noviembre de 2000. Resumen general. EGM. Disponible: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [Fecha de consulta: 20/04/2013].

609.000 seguidores.⁵⁸ Pero éste último ya en el quinto puesto respecto a los diarios de información general. En contraste con el año 2000, los tres primeros diarios son los mismos en lo que respecta a su posición, mientras que *ABC* y *El Periódico* han sido sustituidos en su puesto cuarto y quinto, respectivamente, por *El Mundo* y *La Vanguardia* en el reciente año.⁵⁹

Por otro lado, el poder de penetración de los diarios sobre el 100 por ciento, es actualmente de un 34,9 por ciento frente a la televisión con un 89,5 por ciento. La radio, Internet o las revistas, también le superan aunque en menor medida que la televisión. Desde el 2009, sufre un descenso de penetración y si se hace un recorrido desde el año 2000, fue en el 2006 cuando obtuvo su porcentaje más alto con un 41,8. Sin embargo, la televisión siempre le lleva una vertiginosa ventaja y además, se convierte en el único medio que en el año 2013 ha logrado aumentar su poder de influencia.⁶⁰

Por lo tanto, debido a la continua revolución y transformaciones de los distintos medios, tanto en su nivel de penetración como por el tratamiento y diseño de sus respectivas informaciones, lleva a concluir que la forma es el primer valor de la comunicación actual. Los periódicos cada vez parecen más un *collage* con sus portadas como un intento de emparentarse con el medio televisivo. Esto genera una distorsión cada vez más creciente en los medios. Esta distorsión de los hechos convertidos en noticias no es consecuencia de la voluntad de los periodistas sino en parte por la exigencia de cada medio, especialmente por influencia de los modos de la televisión, el actual medio predominante.⁶¹

De hecho, en la actual era de Internet, varios autores de prestigio muestran sus distintas opiniones sobre el futuro del periodismo tradicional. Grueskin, profesor de la Escuela de Periodismo de Columbia, afirma en palabras textuales:

El periodismo se ha desintegrado en átomos de información. Los medios van a sufrir una presión cada vez más intensa tanto para producir como para agregar información y veo una

⁵⁸ AIMC, abril 2012 a marzo 2013. Resumen general. EGM. Disponible: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [Fecha de consulta: 20/04/2013].

⁵⁹ AIMC, febrero a noviembre de 2000. Resumen general. EGM. Disponible: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [Fecha de consulta: 20/04/2013].

⁶⁰ AIMC, abril 2012 a marzo 2013. Resumen general. EGM. Disponible: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [Fecha de consulta: 20/04/2013].

⁶¹ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 95.

tendencia cada vez más creciente hacia una separación entre quienes hacen lo primero y lo segundo.⁶²

Rosenthal, profesional del periodismo de información, se muestra también negativo ante la situación de la prensa impresa:

El viejo modelo de negocio basado en enormes costes fijos y beneficios crecientes, ha saltado por los aires. Nuestras historias pueden ser escuchadas en la radio, vista en televisión, leídas en periódicos y aparecer en múltiples sitios web al mismo tiempo.⁶³

Para finalizar, en contraste con los dos anteriores, siempre hay expertos como Sreenivasan, profesor de medios digitales de la Universidad de Periodismo de Columbia, que se muestran más optimistas pero también conscientes del poder de las nuevas tecnologías como Internet:

Se crean y consumen más periódicos que nunca. Es cierto que hay mucha preocupación acerca del modelo de negocio. Sin embargo, tengo la impresión de que todo se asentará dentro de un par de años y el periodismo seguirá siendo la manera principal en que informaciones útiles, exactas y veraces se distribuirán por todo el mundo.⁶⁴

⁶² AA. VV., *ABC contigo. El ABC siempre, mejor que nunca*. 2010, Madrid, Prensa Española, 2010, pp. 24-25.

⁶³ *Ibidem*.

⁶⁴ *Ibidem*.

Capítulo II: La irrupción en las noticias impresas del concepto cultura *light*

La sociedad actual vive supeditada al dominio de los *mass media*. Su poder de influencia siempre ha estado presente desde la prensa escrita pero, poco a poco, esta penetración en los individuos se ha ido consolidando hasta conseguir tener muchas mentes totalmente dominadas. El tratamiento de sus contenidos, el por qué de sus temáticas y sus consecuencias o resultados en la audiencia, se muestra como el tema central de este capítulo.

2.1. La inclusión de lo *light* en las noticias

Lo *light*, lo ligero, se ha impuesto actualmente en la sociedad de una forma inevitable. En plena era electrónica, la imagen en movimiento es lo que cada vez más se demanda independientemente del contenido de las noticias. Lo banal se aprecia de forma constante en los medios de comunicación y el medio periodístico sigue en su continúa transformación para evitar su extinción.

Actualmente estamos sobreinformados pero mal comunicados. La sociedad tiene conocimiento de lo que puede llegar a estar pasando en todo el mundo pero incapaz de hablar de lo que sabe más de cinco minutos con un mínimo de exactitud. Ante la avalancha de noticias, algunas exageradas y otras contradictorias, forman la situación habitual en la que se encuentran muchos ciudadanos y también profesionales de la comunicación.⁶⁵

Para Zygmunt⁶⁶, su percepción de la era actual, a la que él llama vida líquida, los rumbos y las formas de largo plazo han desaparecido y el individuo se encuentra siempre ante una serie de incertidumbres e inseguridades constantes. Asimismo, la tendencia a priorizar más la forma en las noticias frente a los contenidos tampoco ayuda a entender la compleja realidad. Esto influye en los periódicos al contar lo que sucede en una forma determinada respecto a su ideología.⁶⁷ El pensamiento y las características fijas de cada diario forman sus distintas identidades. Para conseguirlo, los diarios se ven obligados a renovar o reciclar dichas identidades

⁶⁵ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 31.

⁶⁶ ZYGMUNT, Bauman, *Vida Líquida*, Barcelona, Paidós, 2006, p. 9.

⁶⁷ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 31.

constantemente, debido al aumento de una cultura caracterizada por la excesiva rapidez de los acontecimientos.⁶⁸

La selección de las noticias de los diarios u otro medio va totalmente de la mano de la audiencia al estar realizada según los intereses de ésta. En este panorama, cuando el contenido no funciona por falta de audiencia, se comienza a hablar de crisis de contenidos. Sin embargo, si hay audiencia, ya no. Cuando se publica una noticia siempre genera reacciones de cualquier índole en los destinatarios. Si a todo esto añadimos la rapidez de la información, que impide asegurarse de la total autenticidad de los hechos, puede provocar todo esto un descenso de prestigio e incluso el cierre de los medios.⁶⁹ Zygmunt, también afirma esta situación explicando que la actual noticia se caracteriza por “hacer el trabajo más rápido y eficaz sin necesidad de aptitudes especiales y con muy poco (o incluso ningún) esfuerzo laborioso y torpe”.⁷⁰

Existen diversos ejemplos de esta situación mediática pero si nos centramos en España se podría destacar uno de los más recientes como el 11M en Madrid en el año 2004. A través de los distintos medios de comunicación como *El Periódico*, *El Mundo*, la Cadena *COPE* o *Telemadrid* optaron por informar teniendo como base la teoría de la conspiración. Es decir, explicaron este fenómeno de gran magnitud histórica contraria a la versión oficial del mismo. Afirmaron aspectos sin todavía tener una fuente sólida, como que *ETA* había sido el partícipe de la tragedia en vez de los islamistas, que fue lo que finalmente se concluyó.⁷¹

Sin embargo, diarios como *ABC* o *El País* se negaron a confirmarlo aunque sí que se decantaron, en sus informaciones, por hacer hincapié en destacar a quien ellos consideraban el verdadero culpable. Sin embargo, *ABC* aseguró después del suceso, a través de su entonces director Zarzalejos, haber recibido auténticas presiones políticas y periodísticas para sumarse a tomar esa iniciativa pero no lo hizo. Su decisión estuvo basada en que no fue por no querer aclarar las dudas de qué grupo terrorista había originado tal masacre, sino porque a éste le aseguraron hasta cinco redactores, los cuáles escribían de tribunales, interior y terrorismo, que a pesar de las lagunas del proceso, en ningún momento había habido una intervención

⁶⁸ ZYGMUNT, Bauman, *op. cit.*, p. 18.

⁶⁹ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, pp. 43-44.

⁷⁰ ZYGMUNT, Bauman, *op. cit.*, p. 18.

⁷¹ MARTÍN, Isabel; MARTÍNEZ DE LAS HERAS, Agustín, *Historia y comunicación en la España Contemporánea*, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, 2010, p. 143.

por parte de *ETA*.⁷² Menos precavido que este diario lo fue *Telemadrid* al obligar a sus reporteros a informar según la información publicada en *El Mundo* y ya teniendo el previo conocimiento de que la base no era sólida. De hecho, *El Mundo* al día siguiente de la tragedia publicó información contraria al día anterior y la imagen de la cadena se dañó en esas fechas por adelantarse a los hechos.⁷³

Esta es una prueba de que a pesar de que todos los diarios actuales tengan más informaciones noticiables diarias de las que podría publicar al día siguiente, sólo primarán las que puedan interesar a la audiencia.⁷⁴ Esta consecuencia es una de las razones del aumento de lo *light* en las noticias donde cada vez predominan más aspectos que dan *morbosidad* como la prensa rosa, ya que es lo que la mayoría de la sociedad demanda.⁷⁵ Por lo que para la perfección en cuanto a demanda de una noticia, se debe adaptar a la última moda así como a la adopción de un vocabulario novedoso y que implique una atracción en el receptor.⁷⁶

Otro aspecto que ha comenzado desde la llegada a la democracia española, a parte de la mera libertad de información, es el rumor como noticia. El rumor es noticia que inicialmente no se transmite directamente en los *mass media* sino que éste hace hablar a la gente. A veces se llega a transmitir para convencer, otras para agrandar, distraer, etcétera. De todos modos, es un buen mecanismo para conocer e identificar de una forma social y psicológica a una persona según los rumores que transmite, pero este concepto suele estar formado por un grupo de personas.⁷⁷

Sin embargo, el rumor no siempre suele ser positivo y así lo afirma García Lavernia diciendo que “en la actual cultura mediática, donde el espectáculo se perfila como algo fundamental, la irrelevancia de un rumor puede ser suficiente para que nadie se cuestione su autenticidad”.⁷⁸ Aun así, lo que sí que es cierto es que el rumor de una forma u otra, siempre es rentable a nivel mediático, sobre todo, en las temáticas del corazón.

⁷² *Ibid.*, p. 155.

⁷³ *Ibid.*, p. 147.

⁷⁴ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 45.

⁷⁵ *Ibid.*, p. 46.

⁷⁶ ZYGMUNT, Bauman, *op. cit.*, p. 18.

⁷⁷ MASSÓ, Ramón, *El éxito de la cultura light*, Ronsel, 1993, p. 92.

⁷⁸ GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *Disfunciones del periodismo en la actual cultura mediática. Manual de situación para publicitarios y relaciones públicas*, Barcelona, Astro Uno, 2007, p. 133.

Todas estas tendencias lleva a plantearse acerca de la actual moral profesional de la información. Para Piedrahita⁷⁹ ésta se debe de basar en los siguientes cuatro principios y si se incumplen, no se considerará como leal. Uno de ellos es el principio de libertad, por el que la política o la economía no debe impedir su funcionamiento. Por otro lado, está el principio de humanidad, que consiste en el deber de respetar la información los derechos fundamentales de la persona y los valores característicos de una sociedad democrática. El principio de separación se basa en la distinción de la función del comunicador, que es aquel que sólo precisa de técnicas llamativas a nivel redacional y comunicacional, en contraposición con la otra figura que es el periodista, aquel que consta de lo que está exento el anterior, dotado de un bagaje cultural e intelectual. El último de ellos al que hace referencia este autor es el principio de veracidad, es decir, la información de los distintos medios debe fundamentarse sobre una realidad y hechos comprobados.

Una vez concretadas las distintas características para el correcto manejo de la información, es importante saber que ésta siempre se redacta en base a las fuentes que tienen los distintos medios, cuya relación se desarrollará con más profundidad en el siguiente capítulo. De todos modos, cabe resaltar como adelanto que hoy en día, sólo son demandadas aquellas que sean lo suficientemente atractivas como para poder ofrecer una información interesante y entendible al público actual.⁸⁰ Para Zygmunt, al igual que Massó y García-Lavernia, aquellos personajes antes demandados por los medios por haber contribuido a un bienestar social o sacrificio por el resto de los ciudadanos o el país, hoy se han quedado en el olvido.⁸¹

Los valores han cambiado y ahora personajes como Carmen Lomana que, sin llevar a cabo ningún tipo de actividad de importancia son una fuente atractiva. De hecho, Lamuedra también muestra una simpatía respecto a los autores anteriormente citados, recalando que los valores morales han quedado en segundo plano y que estas transformaciones comienzan “a poner en peligro el equilibrio que existía entre democracia, valores cívicos, igualdad de oportunidades, mérito y éxito.”⁸²

Si se hace referencia a las principales tendencias en los medios como lo atractivo, la continua aparición de personalidades famosas o lo abundante, el medio

⁷⁹ PIEDRAHITA, Manuel, *op. cit.*, p. 43.

⁸⁰ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, pp. 66-67.

⁸¹ ZYGMUNT, Bauman, *op. cit.*, p. 57-70.

⁸² LAMUEDRA, María, *Las historias de los famosos en la sociedad mediática: ¿Por qué tantos, por qué ahora?*, Diputación de Huelva, 2007, p. 24.

televisivo es uno de los que más las ostenta. Esta es una de las causas por la que esté en el número uno del ranking de los medios en términos de audiencia.⁸³ Respecto a este último medio, sus principios *lights* son los que el público ahora exige que tengan las noticias y los demás productos mediáticos. Y si las noticias no tienen estas cualidades, no interesan. La cultura *light* “es la expresión de los modos propios del mundo creado por las exigencias mediáticas “light” de lo audio-visual.”⁸⁴

De todas formas, por muy generosas e inteligentes que parezcan las noticias con la inclusión de estas técnicas, no serán efectivas si no se tiene claro quién es el público en cuestión. De ahí que los diarios, por ejemplo, difieran no solamente en las noticias que seleccionan en general sino en las que valoran para ocupar su primera página respecto a la demanda de sus lectores. Ello explica los fuertes contrastes al examinar la portada de diarios dirigidos a diferentes zonas geográficas del país o al espacio dedicado a cada noticia y titulación.⁸⁵

Otro matiz que fomenta esta selección serían las tendencias ideológicas de los medios. Los diarios como *El País* y *ABC*, deben respetar su formalismo ligado a la imagen pública. Pero sin ir más lejos, lo ideológico no se plasma sólo en sus contenidos sino que se encuentra también en sus distintas enunciaciones, en el canal utilizado que es la prensa escrita y en el grado de fuerza de sus mensajes que tienden a favor de una política totalmente opuesta. Esta interpretación muestra la tendencia hacia una politización general mediática en la actualidad.⁸⁶

Ante esta cultura mediática, el público reacciona de diversas formas. Massó⁸⁷ clasifica al público en tres bloques. En primer lugar se encuentran los pre-modernos, aquellos que están en contra del medio televisivo. A este grupo pertenecen “los profesores, el clero, antes los políticos, los jueces, los que son más mayores de 55 años y los intelectuales o los que pretenden serlo.”⁸⁸ Por otro lado, están los modernos, que son los que han descubierto el poder y relevancia de este medio. En los años 80, los políticos descubrieron el poder de la comunicación visual como fue el caso de Felipe González. También es el caso de los publicitarios que afirman que con una buena campaña pueden vender el producto que se propongan. Por último, en los posmodernos, Massó explica que son “los que conocen la nueva Cultura

⁸³ AA. VV., *Libro Blanco de la Prensa Diaria 2013*, op. cit., p. 258.

⁸⁴ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, op. cit., p. 96.

⁸⁵ FERNÁNDEZ, Manuel, *El público como sujeto activo en la producción de mensajes informativos*, Secretariado de Publicaciones, Canarias, Universidad La Laguna, 1992, p. 55.

⁸⁶ IMBERT, Gérard; VIDAL, José, op. cit., p. 160.

⁸⁷ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, op. cit., p. 165.

⁸⁸ *Ibidem*.

“light” pero que no creen que ésta sea mala ni omnipotente.”⁸⁹ Este público es escéptico ante la penetración mediática y “no aceptan el tópico de la pasividad de los receptores”.⁹⁰

Se desee o no, la sociedad actual vive en un mundo dominado, especialmente, por el medio televisivo. Sus porcentajes de penetración son el resultado de esta evidencia y sus temáticas predominantes son cada vez más similares a las sensacionalistas. Esta tendencia, influida por los demás medios, ha hecho que tanto los periodistas como los espectadores, participen en un alto grado acerca de las historias que no dejan de ser superfluas y ligeras.⁹¹ Además, debido a la sobresaturación de información y lo superficial de los hechos, estos efectos acaban convirtiéndose en pasajeros, poco profundos y efímeros. Por esta razón, resulta difícil que las informaciones puedan dejar huella en el receptor.⁹²

A pesar de esta consecuencia, los medios pueden crear distintos niveles de categoría de importancia de los hechos en las mentes de los destinatarios. Existen medios cognoscitivos por los que se crea una imagen de segunda mano por acumulación, así como la repetición de los mensajes. Además, las experiencias vividas parecidas es una realidad que siempre se asimila mejor. Por esta razón, las noticias nunca van contracorriente.⁹³

La elaboración de éstas en los medios se lleva a cabo de acuerdo con los intereses y necesidades de los destinatarios. Al inventario de temas de los medios se le llama *la agenda*, una lista que contiene los temas que la sociedad habla. El paso de la agenda de noticias realizada por el consejo de redacción de cada medio a la agenda personal requiere su tiempo. Todo dependerá de la importancia de los temas, siendo los más relevantes ocupados, en el caso de los diarios, en sus portadas.⁹⁴ Pero, como bien afirma Mac Luhan, el contenido, no deja de ser un mensaje que puede ser interpretado y retenido de forma distintas. Dependiendo del canal, el mensaje adoptará una personalidad específica.⁹⁵

Aún así, todos los medios constan de un proceso similar para seleccionar la información por medio de la agenda mencionada. Concretamente, existe una

⁸⁹ *Ibidem.*

⁹⁰ *Ibidem.*

⁹¹ LAMUEDRA, María, *op. cit.*, p. 50.

⁹² MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 166.

⁹³ MASSÓ, Ramón, *op. cit.*, pp. 96-97.

⁹⁴ *Ibid.*, pp. 90-91.

⁹⁵ BOURDIN, Alain, *qué ha dicho verdaderamente Mac Luhan*, Madrid, Doncel, 1973, p. 30.

agenda personal y otra grupal. La primera es la que hace referencia a los intereses individuales y la segunda es la que tiene un grupo de personas como referencia. En España, la más importante es la agenda grupal y por lo tanto la más contemplada. Existe también otra agenda que se llega a convertir en opinión pública basada, como su nombre lo indica, en la opinión de la mayoría respecto a una serie de hechos.⁹⁶ Pero sin ir más lejos de los medios, quienes realmente nutren las conversaciones de las personas son los medios de comunicación aportando una serie de temáticas que fomentan que el público las comente con los demás en el día a día.⁹⁷

Como ya se ha comentado anteriormente, lo *light* es lo que caracteriza a estas conversaciones por lo que se podría afirmar que el ser humano es *light* también. Este triunfo de los *mass media* por su poder de penetración en la sociedad han ido de la mano de una constante modificación respecto a su tratamiento periodístico o diseño como ya se puede observar en el capítulo uno. Aquellas noticias tradicionales que se convirtieron en un producto informativo o formativo ahora tienden con más fuerza hacia el espectáculo.⁹⁸ Por otro lado, cabe también afirmar que los medios rara vez publicarán datos e informaciones referidas simplemente a personajes importantes. Ahora tienen más cabida aquellos que entretengan, impacten y enganchen al receptor a la noticia.⁹⁹

Muchos son los que quieren asegurar que esta práctica hace referencia al amarillismo. Sin embargo, para Massó¹⁰⁰ incluir lo *light* en las noticias no consiste en inventar o publicar sin ningún tipo de fuente las distintas informaciones. Simplemente se trata de resumir las noticias para que se difundan y se comenten de una forma rápida y eficaz en la sociedad. Otros hablan de manipulación por la manera en la que los hechos se simplifican para poder crear la noticia. De hecho, el periodista lleva a cabo este proceso primero descontextualizando el hecho noticioso y luego volviéndolo a re-contextualizar con un intento de ser lo más atractivo posible y así conseguir una amplia audiencia.¹⁰¹

Otro aspecto llamativo para el medio es aquello que se adapta a la cultura de la empresa o el grupo que pertenece al medio. Existen noticias que pueden ser exitosas si se publican en un diario y no en un medio audiovisual o viceversa.¹⁰²

⁹⁶ MASSÓ, Ramón, *op. cit.*, pp. 90-91.

⁹⁷ *Ibidem.*

⁹⁸ MASSÓ, Ramón; García-Lavernia Gil, Joaquín, *op. cit.*, p. 167.

⁹⁹ *Ibidem.*

¹⁰⁰ *Ibid.*, p. 170.

¹⁰¹ MASSÓ, Ramón, *op. cit.*, pp. 88-89.

¹⁰² *Ibidem.*

Pero con esto no se hace referencia a un quehacer técnico o funcional sino a una forma de diferenciación respecto a un medio de los otros. Por ello, se precisa que sea bien gestionado para lograr transformar el hecho diferencial en una ventaja única y competitiva.¹⁰³

Si se hace referencia a la diversidad de los medios, existe una mayor demanda por la comunicación digital. Esta tendencia significa que las imágenes tienden cada vez más a ser más temporales y menos duraderas. Pero antes de que se generalice la comunicación digital, la cultura *light* continuará influyendo en todos los ámbitos de la estructuración y redacción de las noticias.¹⁰⁴

El intento de influir en las personas siempre ha estado vigente en los medios, pero hoy en día es más que evidente por el enorme incremento del poder de penetración de los medios audiovisuales. Cuando sólo existía el medio impreso no consiguió tanta atracción. De hecho, ya no es raro escuchar que los medios son *el cuarto poder*. Un calificativo que evoca al poder de convencimiento de sus contenidos en la opinión pública. Este motivo fue la justificación de su nombre por haber adquirido actualmente la misma importancia respecto a los poderes, que clasificó el pensador político Montesquieu en 1748, como legislativo, judicial y ejecutivo. Este concepto, que es el que se atribuye a la función pública de los medios, ha podido transformar las costumbres y valores del ser humano y es una reafirmación del por qué éste es un ser *light*.¹⁰⁵

2.2. Factores que contribuyen a su detección

En la actual cultura de masas, el verdadero líder de opinión se encuentra claramente en los *mass media* y no tanto en un personaje de la calle. La fuerza de los medios para crear emociones, actitudes y dirigir la opinión pública de la sociedad es tan extensa que por este motivo, se analizarán en este apartado las distintas características que conforman la base de sus contenidos. También se hará hincapié en los distintos factores que ayudan a conseguir detectar esta moda en el manejo de las informaciones.

A pesar de que a día de hoy ya sea difícil modificarlos por el poder tan amplio que ejercen los medios a nivel mundial, la ciudadanía no deja de ser lo que siempre

¹⁰³ GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 58.

¹⁰⁴ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, pp. 174-177.

¹⁰⁵ Prensa II. Cuarto Poder, canalsocial.net. Disponible: http://www.canalsocial.net/Ger/ficha_GER.asp?id=9957&cat=medioinformacion [Fecha de consulta: 07/04/ 2013].

determinará sus temáticas y tratamientos periodísticos. En efecto, el público, sea consciente o no de esta situación, lo que más demanda actualmente es una buena información, escrita de forma profesional, claramente expuesta y presentada y ágilmente comentada. Por otro lado, también solicitan mucha opinión, mucho comentario.¹⁰⁶

En mayor o menor medida de la magnitud del conocimiento por parte de los receptores acerca de las repercusiones de los medios de comunicación, hay una cosa clara y es que el público actual, en una sociedad democrática con capacidad de respuesta y de intervención en el proceso comunicativo, ya empieza a ser conocedor de que las informaciones pueden ser distintas según los intereses ideológicos de éstos. Medios como la televisión pública española, ya no sigue siendo un canal suficiente para la mayoría de los españoles. Esto explica que los informativos de cadenas televisivas privadas estén más cerca en audiencia de la primera. Así ha ocurrido este año después de cinco años seguidos de liderazgo de los informativos de *TVE*. *Telecinco* logró arrebatarse el puesto el pasado febrero aunque en marzo ya volvió a estar en el primer puesto la cadena pública. Sin embargo, el *share* que obtuvo este mes la televisión del estado fue de un 13,5 por ciento, muy cercano al de la cadena privada con un 13,3 por ciento.¹⁰⁷

Estos cambios reflejan que el público influye y orienta al *gatekeeper* sobre qué tipo de noticias le pueden interesar a la audiencia. De ahí que, por ejemplo, los diarios difieran no solamente de las noticias en general sino de la que éstos valoran como para ocupar su primera página.¹⁰⁸ Por esta razón, para poder reflexionar con conocimiento sobre esta situación mediática, se debe ser conocedor primero de los factores que conllevan poder detectar los distintos aspectos comentados a lo largo de este capítulo.

Para comenzar, la cultura *light*, la cultura actual de masas, tiene unas características muy evidentes. Massó¹⁰⁹ las agrupa en cuatro. En primer lugar, la caracteriza por su levedad, es decir, por unos mensajes simples, de poca extensión, muy claros y entendibles. Por otro lado, la relaciona de una forma bastante directa con el concepto de moda. Todas las informaciones de los medios tienen su base en

¹⁰⁶ PIEDRAHITA, Manuel, *op. cit.*, p. 21.

¹⁰⁷ BRACERO, Nanni, La 1 recupera el liderazgo de los informativos sobre Telecinco en marzo, *ideal.es*, 1 Abril 2013. Disponible: <http://www.ideal.es/granada/20130401/gente/la-1-recupera-liderazgo-informativos-sobre-telecinco-en-marzo-201304011549.html> [Fecha de consulta: 07/04/2013].

¹⁰⁸ FERNÁNDEZ, Manuel, *op. cit.*, p. 55.

¹⁰⁹ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 164.

la novedad, que aparecen y desaparecen en un corto periodo de tiempo, a pesar de que pueda ser lo nuevo todo un éxito en un momento determinado. La circulación es otra de sus características, ya que todos los mensajes se comentan y circulan en la sociedad. De ahí nace la creciente relevancia de los mensajes del boca-oreja como ¿Por qué no te callas?, Vascos sí, Eta no, etcétera. Para finalizar, se encuentra el espectáculo. Las noticias tienden cada vez más a distraer y es la técnica que más ayuda para conseguir los medios penetrar con sus informaciones a la audiencia.

Autores como Imbert y Vidal ya explican en su libro, donde analizan el diario *El País*, que la verdadera función de las fotos de éste no se basa tanto en incluir “la foto del acontecimiento o noticia sino en operar sobre el saber del lector.”¹¹⁰ Afirman que al periódico no le interesa tanto publicar información por medio de imágenes como simbolizar la información a través de modalidades visuales, todas ellas, creadas con la intención de crear un punto de vista de la situación y enfoque que considere el diario oportuno. Sus imágenes son analizadas en función del público concreto del diario y no de otros.¹¹¹

Sin embargo, hay que recordar que el público actual suele colaborar informando a los profesionales de la comunicación acerca de los hechos que pueden ser noticia. Hay medios como la cadena televisiva de Cataluña TV3, que incluso solicita a sus espectadores que le envíen vídeos caseros sobre noticias importantes que consideren noticiosas o que hayan captado.¹¹²

Esto lleva a concluir que el rumor se ha convertido en una de las formas más importantes de comunicación y por lo tanto la fuente de muchas noticias actuales. En efecto, el informador de la calle quien es el que fomenta esta moda, en muchas ocasiones, a la hora de experimentar una situación escandalosa, en lugar de acudir a la comisaria se dirige a contar la experiencia a un medio.¹¹³

Hablando de modas, para descubrir el súbito éxito de un famoso, habrá que descubrir previamente cuáles son las tendencias socio-económicas en las que se encuentra España, así también como sucede en otros países. De hecho, un indicio mínimo pero evidente, se encuentra fácilmente detectable en las sucesivas modificaciones de su apariencia física, desde su peinado hasta su forma de hablar. Pero la moda siempre se alimenta de otra característica de esta cultura que impera

¹¹⁰ IMBERT, Gérard; VIDAL, José, *op. cit.*, p. 191.

¹¹¹ *Ibidem.*

¹¹² MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 168.

¹¹³ *Ibidem.*

en la sociedad, se trata de la circulación. Un claro ejemplo sería cuando tienen lugar las elecciones. Si se dice y repite constantemente que un partido va a ganar, al final mucha gente se lo acaba creyendo, se contagia del boca-oreja y acaba votando a dicho partido. Esto desemboca en que todo lo que se vende, no sólo en los medios, sino aficciones o libros, sean aceptados y demandados porque un líder, ya sea a nivel internacional, nacional e incluso local o del entorno laboral, lo ha puesto de moda.¹¹⁴

Según estas instrucciones para la detección de lo *light* en las noticias, cabe destacar que donde se inicia el proceso es en los titulares de los medios caracterizados siempre por ser simples. Este es el motivo por el que muchos titulares se asemejen con los eslóganes publicitarios modernos, razón por la que muchas veces se confunden ambos cuando se publican en los medios.¹¹⁵

Ahora la gente busca espectáculo y no sólo información como antes. En España, uno de los motivos del fracaso de los intentos de diarios sensacionalistas, a pesar de triunfar en otros países como en Alemania el *Bild* o en Inglaterra *The Sun*, fue por no adecuarse a las tendencias del momento. De hecho, uno de los mayores intentos fue crear el periódico sensacionalista llamado *Claro*, que tuvo lugar hace aproximadamente diez años. Apareció con fotografías grandes, textos breves y desnudos en su portada. Sin embargo, no llegó a cumplir los cuatro meses de vida.¹¹⁶ Pero ahora todo ha cambiado y la moda actual se asemeja cada vez más a lo morboso y sensacionalista, pero siempre sin perder las formas, la seriedad y los textos informativos de profesionales del periodismo.

El espectáculo, a diferencia de la mentira, puede estar alimentada por la credibilidad. Pero ésta no siempre está ligada a lo que se denomina solvencia ética de los periodistas. La ética engloba a la libertad, calidad y responsabilidad del trabajo informativo, pero los problemas éticos se han agudizado en la era actual al estar ya por delante el triunfo por la moda, el ser exclusivo, rapidez o la búsqueda de audiencia y no tanto el mensaje en sí. En términos generales, se puede afirmar que el mercado es el que manda y termina por condicionar las fronteras de lo que está bien o mal en el marco legal.¹¹⁷

¹¹⁴ MASSÓ, Ramón, *op. cit.*, pp. 161-163.

¹¹⁵ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 172.

¹¹⁶ ...y fracaso en España, rionegro.com.ar, 5 Agosto 2011. Disponible: <http://www.rionegro.com.ar/diario/y-fracaso-en-espana-678458-10101-nota.aspx> [Fecha de consulta: 07/04/2013].

¹¹⁷ PIEDRAHITA, Manuel, *op. cit.*, p. 38.

Una constatación de esta tendencia sería la creciente inclusión de la comunicación conflictiva en los *mass media*. Este tipo de comunicación no suele tener en cuenta la ética porque si hay algo que los medios consideran que es noticia y fuente de materia prima novedosa, no tendrán ningún reparo en publicarla aunque pueda afectar seriamente a una persona, institución, etcétera.¹¹⁸

La aparición de esta serie de fenómenos alrededor de las noticias configuran la actual temática mediática. Todos estos factores que intervienen en este proceso Massó¹¹⁹ lo denomina *Newsmaking*, formado por factores internos y externos. A los internos, los relaciona con conceptos como los acontecimientos, fuentes, técnicas de producción de los contenidos dependiendo de la ideología del medio, aspecto que influye en sus diseños tanto gráficos como escritos. También forman parte de estos factores, por lo tanto, los medios, cada uno con sus distintas peculiaridades a la hora de desarrollar su labor periodística y siempre pensada ésta según su audiencia, que es otro factor interno. Esta última influirá también en el factor de la selección de los hechos. Respecto a los factores externos, es decir, lo que está fuera de los medios, en la calle, están formados por la opinión pública, competencia de los medios, cultura de la empresa, las tendencias de los medios para configurar las noticias, es decir, sus rutinas, la cultura de masas o lo que es lo mismo, la cultura *light*. Por último, está el marco legal que hace referencia a las rutinas, simpatías y prejuicios acerca de los personajes e instituciones.

Una vez adquiridos estos conocimientos del actual panorama mediático, lo primero que se debe hacer es intentar controlar y ser consciente de las informaciones que se publican. García-Lavernia así lo admite explicando que sería un gran paso porque “se trataría de transformar en voluntaria la comunicación involuntaria y en consciente toda aquella que se transmite de forma inconsciente”. Sin embargo, lo que sí que es cierto es que España no está formada por una sociedad pequeña o de baja densidad demográfica. Esto implica que las informaciones sean más abundantes y difíciles para tener un conocimiento absoluto de lo que está sucediendo. Por esta razón, hace que sea más fácil para los medios poder cambiar la percepción de la sociedad ante los acontecimientos. En cambio, en las pequeñas, los hechos hablan por sí solos y poco pueden hacer los medios para modificar sus respectivas percepciones sobre éstos.¹²⁰

¹¹⁸ GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 154.

¹¹⁹ MASSÓ, Ramón, *op. cit.*, pp. 83-116.

¹²⁰ GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 150.

Según estos matices, se puede decir como Eco afirma que “la mayor sabiduría consiste en saber lo que hemos conocido demasiado tarde: La certeza de que no hay nada que comprender.”¹²¹ La sociedad sin darse cuenta se ve dominada por la cultura de masas y ahora empiezan a surgir las preguntas del por qué y el cómo de los más reflexivos y curiosos siendo ya demasiado tarde para intentar cambiar la situación. Sin embargo, una mayoría sigue totalmente dominada por esta realidad y constan de una mentalidad que les dificulta cualquier intento de poder desmontar lo simbólico.¹²² Pero quizás, el punto más dramático se encuentra en aquellos que siempre sospechaban que pasaba algo pero que han sido o siguen siendo incapaces de descifrar cómo solucionar esta situación y qué está pasando y pasará. Como decía Ortega y Gasset “lo que nos pasa es que no sabemos lo que nos pasa...”.¹²³

¹²¹ MASSÓ, Ramón, *op. cit.*, p. 168.

¹²² *Ibidem.*

¹²³ GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 193.

Capítulo III: El papel de las relaciones públicas en la *agenda setting*

Los profesionales de las relaciones públicas cada vez adoptan un papel más relevante en la sociedad. Con sus acciones estratégicas han conseguido perfilar la opinión pública en todos los sectores de la sociedad y no dejan de ser un condicionante de las temáticas que están de moda en los medios. Su relación con los diarios como fuentes informativas implica que se adecúen a las necesidades de lo que interesa a éstos para asegurarse de que sus contenidos sean difundidos.

3.1. La relación entre los periódicos y sus fuentes informativas

Las relaciones públicas, como su nombre indica, tratan del modo en el que las actitudes de la sociedad, organizaciones y gobiernos inciden unos sobre otros. Los intentos de persuadir y moldear la opinión pública ya tenían lugar en la antigüedad pero su posición cambió con la llegada de la democracia. Cuando los ciudadanos adquirieron el derecho al voto para elegir el partido más acorde a sus ideologías, la importancia de la opinión pública aumentó de forma espectacular. Esto derivó en una mayor importancia de la actividad de los profesionales de las relaciones públicas. En efecto, los profesionales de las relaciones públicas ayudan a la actual compleja y plural realidad a tomar decisiones de forma más eficaz y también en lo que respecta a una comprensión entre distintas organizaciones y sus respectivos públicos.¹²⁴

La recopilación de sus distintas informaciones puede ser de gran utilidad para los periodistas de un diario al necesitar testimonios o alguien que le faciliten datos para publicar sus noticias. Los profesionales de relaciones públicas son los encargados de dicha tarea al actuar como fuentes informativas, compuestas por personas, empresas, organizaciones, libros, revistas, etcétera. Sin embargo, debido a la saturación de información, el *gatekeeper*, es decir, el periodista, tiene que llevar a cabo una selección de los hechos más importantes que le son enviados para crear los contenidos de la *agenda setting*. Aquí influirán factores como la ideología del diario y la temática que está de moda en un momento determinado.¹²⁵

¹²⁴ BLACK, Sam, *ABC de las Relaciones Públicas. Todos los secretos y fundamentos de las Relaciones Públicas, con ejemplos reales*, Barcelona, Gestión 2000, 1994, pp. 15, 18.

¹²⁵ GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 65.

Esta realidad también la tienen en consideración los gabinetes de comunicación a la hora de elegir qué noticias pueden ser efectivas para los medios. Para lograr su objetivo, tienen en consideración una serie de pasos antes del envío de las distintas informaciones. En primer lugar se encuentra la investigación, donde el profesional de relaciones públicas se informa a partir de diversas fuentes. Después se lleva a cabo una planificación del problema, es decir, las acciones donde se valorarán las informaciones y por las que se establecerán unos objetivos. Una vez finalizado el programa de acciones, se enviará a dirección y cuando la decisión está tomada por ésta, entra ya en juego la ejecución. De hecho, esta fase es la parte más visible del trabajo al ser la que sale al exterior de los gabinetes a través de comunicados de prensa, conferencias de prensa, etcétera.¹²⁶ Aquí se intentará encontrar el ángulo y forma más interesante para aproximarse de una manera eficaz a los medios de comunicación según el tipo de información que se trate.¹²⁷

Después de llevar a cabo las distintas estrategias de comunicación, es recomendable llevar a cabo una evaluación para saber qué efectos ha provocado el proceso, que se mide a través de una retroalimentación proveniente de las mismas fuentes que se utilizaron.¹²⁸ El resultado final de las relaciones públicas sería: “informar, persuadir, motivar o lograr la comprensión mutua”.¹²⁹

Para llegar a conseguir este resultado, las relaciones públicas segmentan cuidadosamente su público porque una información no tiene por qué ser de interés para todos los diarios u otros medios. A diferencia de los gabinetes, el periodista se dirige a un público masivo y no tiene la oportunidad de llegar a éste por una diversidad tan variada de canales como lo hacen las relaciones públicas. Entre los canales más utilizados por los gabinetes, destacan los periódicos, revistas, radio y televisión e incluso pueden incluir envíos por correo, folletos, carteles, revistas de empresa, acontecimientos especiales o mensajes a través de Internet.¹³⁰

Para que sea posible llegar al canal que se desea, las relaciones públicas deben de analizar qué tipo de técnicas llevará a cabo para dar a conocer las distintas informaciones. Una forma es emitir un comunicado de prensa caracterizado por ser breve, de fácil lectura junto con frases simples y utilizando un lenguaje coloquial. Es conveniente que disponga de dos versiones diferentes a causa de la variedad de

¹²⁶ WILCOX, Dennis L., CAMERON, Glen T., XIFRA, Jordi; *Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas*, Madrid, Pearson, 2006, pp. 10, 12, 217.

¹²⁷ XIFRA, Jordi, *Técnicas de las Relaciones Públicas*, Barcelona, UOC, 1997, p. 75.

¹²⁸ WILCOX, Dennis L., CAMERON, Glen T., XIFRA, Jordi, *op. cit.*, pp. 10, 12, 217.

¹²⁹ *Ibid.*, p. 217.

¹³⁰ *Ibid.*, p. 20.

periódicos a los que será enviada la información. A su vez, debe estar redactado como si se tratara de una noticia ya preparada para su publicación. Un titular que llame la atención, entradilla y un cuerpo de texto donde la información más interesante se encuentre al principio, adoptando así la técnica de la pirámide invertida.¹³¹

Para distribuir los comunicados de prensa es muy importante que se reciban lo antes posible debido a la creciente cultura de las prisas, lo efímero y la exaltación de lo novedoso. Se puede realizar por medio del correo o un mensajero. Hay gabinetes que lo hacen muchas veces a través del fax al ser rápido, pero no debe ser utilizado como un método habitual de distribución. Sin embargo, otros han comenzado a optar por los comunicados de prensa en vídeo, VNR. Se trata de un método nuevo y un desarrollo sofisticado de un servicio que ya había sido utilizado durante muchos años para distribuir cintas de *cassette* a las emisoras de radio.¹³²

Respecto a los *dossiers* de prensa, se elaboran con el mismo objetivo que los comunicados de prensa y sus informaciones son complementarias con éste. La diferencia se da en que éstos cuentan con una mayor libertad de formato y extensión para explicar con mayor profundidad la información. Lo hace por medio de un contexto, gráficos, fotografías, recortes de prensa, etcétera. Debe proporcionar una información completa y ser objetivo.¹³³

Todas las ilustraciones que deben publicar las relaciones públicas tienen que ser actualidad, impactantes e interesantes. Así es como lo exige la moda del momento. De hecho, se suelen publicar las mismas fotografías en los diarios.¹³⁴ Por esta razón, no es de extrañar que los comunicados de prensa suelen incluir también fotografías, así como lo hacen siempre los *dossiers*, para llamar la atención y reforzar su contenido. En los casos en que sea conveniente, es buena idea organizar una sesión de fotografía donde los fotógrafos de prensa puedan sacar sus propias fotos. En otras circunstancias, puede ser adecuado proporcionar fotografías a la prensa o indicar que se enviarán las ilustraciones que se soliciten. Todas las fotografías deben llevar su pie de foto y el modo de ponérselo es escribirlo en un papel que se pone en la parte de delante de foto.¹³⁵

¹³¹ PALENCIA-LEFLER, Manuel, *90 Técnicas de Relaciones Públicas. Manual de Comunicación*, Barcelona, Profit, 2008, pp. 81-82.

¹³² BLACK, Sam, *op. cit.*, p. 79.

¹³³ PALENCIA-LEFLER, Manuel, *op. cit.*, p. 89.

¹³⁴ BLACK, Sam, *op. cit.*, p. 95.

¹³⁵ *Ibid.*, p. 78.

Las conferencias de prensa o ruedas de prensa son muy eficaces llevarlas a cabo cuando las informaciones son muy importantes y se quiere llegar rápidamente al público. Para acertar con el público, el gabinete de comunicación deberá constar de una base de datos de prensa para identificar qué periodistas cubren ese sector de la información, es decir, quién es el *gatekeeper*. Así se sabrá qué periodistas podrán ser los adecuados para invitar a estos actos o incluso a un desayuno de prensa. Otras técnicas como prever encuentros exclusivos entre un representante de la organización y el periodista o la planificación de un viaje de prensa, son también mecanismos muy útiles por el contacto directo que proporcionan.¹³⁶

Por otro lado, las salas de prensa virtuales, que tratan de un sistema para atender permanentemente al periodista ofreciéndole la información que desea. Sin embargo, la información está siendo más unidireccional que bidireccional. En efecto, las anteriormente citadas permiten una relación más directa y recíproca con los periodistas y por lo tanto, una oportunidad para que el gabinete de comunicación pueda intimar y tener una mayor posibilidad de crear confianza en los medios.¹³⁷

Esta realidad, hace que cada vez sean más importantes las relaciones entre los medios de comunicación y los gabinetes de prensa al retroalimentarse. En efecto, si las acciones de relaciones públicas son buenas y acertadas, pueden llegar a tener gran relevancia en la creación de una personalidad pública de cualquier sujeto. Si su información es finalmente comunicada a través de los medios, puede incluso instalarse en la opinión pública de una forma rápida y permanente.¹³⁸

3.2. *Las tendencias estratégicas de los gabinetes de comunicación*

Tradicionalmente se creía que los profesionales de las relaciones públicas debían ser periodistas o corresponsales por saber cómo redactar y aprender de primera mano cómo funcionaban los medios. De hecho, relaciones públicas de renombre fueron inicialmente periodistas. A pesar de que comparten muchas técnicas, los dos sectores se diferencian en alcance, objetivos, públicos y canales. Tanto las relaciones públicas como los periodistas recopilan y seleccionan información con el objetivo de ofrecer al público noticias. Sin embargo, la finalidad de los profesionales de relaciones públicas se centra más en lograr cambiar actitudes y comportamientos en la sociedad y los periodistas se ciñen más a los hechos enviados por los

¹³⁶ XIFRA, Jordi, *op. cit.*, p. 80.

¹³⁷ PALENCIA-LEFLER, Manuel, *op. cit.*, p. 98.

¹³⁸ GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, pp. 60-61.

gabinetes de comunicación para redactar las noticias y transformarlas como productos vendibles.¹³⁹

Se dice que un periodista vale lo que valen sus fuentes. Por este motivo, existe una relación muy cercana entre una fuente informativa y noticia. Si finalmente una fuente consigue ser difundida, se produce una alianza entre ésta y el periodista. Pero no tiene por qué ser debido a su calidad sino por la necesidad de que sea válida como para llamar la atención a los lectores.¹⁴⁰

La moda actual en eso consiste. Si es atractivo y chocante y además la información va ligada, por ejemplo, a los intereses personales de un diario, tendrá un alto porcentaje de probabilidades de ser publicada. Y lo más sorprendente, muchas veces sin verificarla. Hay que recordar que lo atractivo supera a la exactitud y al rigor informativo. De hecho, la selección de informaciones no se hace por medio de una base científica sino por los intereses personales del medio. Como dice García-Lavernia, “los criterios que se siguen en esta selección son del todo inconfesables...”¹⁴¹

De todos modos, todavía existen periodistas responsables y preocupados por la importancia de la exactitud de las informaciones recibidas por los gabinetes de comunicación de las relaciones públicas. Aquí se descubre que en parte, la culpa la tienen muchos que ejercen de relaciones públicas por la imposibilidad de poder contactar con ellos este tipo de periodistas para solicitar información, aclarar dudas, conocer la autoría de las notas de prensa para convertirlo así en un documento de mayor fiabilidad. De ahí que muchas veces se cree una mala relación entre ambos sectores.¹⁴²

Respecto a las noticias sin autor, cada vez se contempla más en los diarios debido al incremento de noticias conflictivas. Este tipo de informaciones producen impacto al destapar aspectos que la sociedad anteriormente desconocía. Es la era del espectáculo y de la aproximación al sensacionalismo. En estas circunstancias, se suele aplicar el secreto profesional, dado que si se desvelan las fuentes podrían verse afectadas. Pero esta costumbre no deja de ser “un posible comodín muy práctico para cuando se afirman determinadas cuestiones difíciles de probar y de

¹³⁹ WILCOX, Dennis L., CAMERON, Glen T., XIFRA, Jordi, *op. cit.*, pp. 20, 29.

¹⁴⁰ GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 65.

¹⁴¹ *Ibid.*, p. 68.

¹⁴² PALENCIA-LEFLER, Manuel, *op. cit.*, p. 84.

dudosa procedencia”.¹⁴³ Las informaciones conflictivas, muchas veces, vienen dadas por un personaje de cierta notoriedad, motivo para darse por verdadero todo aquello que diga. Esto produce que, en ocasiones, se ofrezcan testimonios contradictorios sobre un hecho determinado como pueden ser en los diarios. Aun así, esto no será un problema porque la audiencia lo que quiere es polémica.¹⁴⁴

De hecho, esta puede ser una de las consecuencias del descenso de penetración de la prensa tradicional. Según J.L. Sánchez¹⁴⁵, cuando un mensaje se presenta en distintos medios sin que ningún otro contradiga la información, se asimila mejor y hace que se recuerde por más tiempo. Así como también si el contenido se ajusta a las necesidades e intereses de la sociedad.

Otro aspecto que produce enfado a muchos periodistas es el exceso de *publicity*. Esto implica una distribución de mensajes a los medios seleccionados para fomentar los intereses particulares de una organización o una persona en cuestión de manera desproporcionada. Esto equivale a una pobre política de relaciones públicas y el motivo por el que se suelen evitar este tipo de informaciones.¹⁴⁶ Y ya no importa si son fuentes “propias, institucionales, espontáneas, confidenciales y/o secretas.”¹⁴⁷ En efecto, también existen otros gabinetes de prensa que lo intentan evitar para eludir conflictos que derivarían en una excesiva notoriedad del problema y oportunidad. De todas formas, esta es la realidad y aunque sea dificultoso para los periodistas, deben asimilar que vivimos en una época de *publicity*, de celebridades y de acontecimientos artificiosos. Lo que compramos, lo que hacemos e incluso lo que podamos llegar a pensar de una organización está bastante influenciado por la *publicity*.¹⁴⁸

Respecto a esta tendencia de las fuentes informativas a contar tan sólo una realidad parcial de los hechos y que muchos periodistas no se esfuercen en contrastar sus fuentes, hace que muchos medios tiendan a una homogeneidad a la hora de presentar los contenidos. Hoy en día, prima la filosofía de que si se vende, todo vale. Razón por la que muchos medios suelen imitar al líder de su sector porque implica que sus informaciones también serán demandadas. Otro aspecto que influye en la homogeneidad, en cuanto a las temáticas, es la aglomeración de numerosos medios en distintos grupos multimedia que impulsan a crear una misma

¹⁴³ GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 83.

¹⁴⁴ *Ibid.*, pp. 65-66.

¹⁴⁵ SÁNCHEZ, José Luis, *Crítica de la seducción mediática*, Madrid, Tecnos, 2002, p. 190.

¹⁴⁶ XIFRA, Jordi, *op. cit.*, p. 74.

¹⁴⁷ GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 66.

¹⁴⁸ XIFRA, Jordi, *op. cit.*, p. 75.

agenda setting para todos los *mass media* que los componen. Siempre primará lo atractivo y comercial. Además, esta reflexión de pasividad, así como en las portadas de algunos diarios de los últimos años o en los informativos de distintas cadenas españolas, se debe también a que el mensaje es dirigido a un público más amplio. Todo ello, implica que la influencia de las informaciones de los medios masivos en la sociedad sea menor respecto a los que son más modestos, con opiniones alternativas y con un público más específico para lograr que se sientan identificados con el medio.¹⁴⁹ Esta afirmación podría justificar el por qué el diario deportivo *Marca* es líder en la prensa nacional seguido por *El País* según *EGM*.¹⁵⁰

Se puede afirmar que tanto las fuentes como los medios tienen un fin comercial. El cómo planifican los profesionales de relaciones públicas sus informaciones para obtener beneficios por parte de los medios es una forma de hacer *marketing*. Si se hace referencia a este anglicismo, se trata de una expresión que ha sido aceptada en España para definir el conjunto de acciones que se deben de llevar a cabo para llegar al consumidor. En efecto, toda empresa se encuentra afiliada a su *marketing* con el fin de generar un gran volumen de comunicación y se manifiesta a través de la publicidad, diseño gráfico, servicios de atención al cliente, acciones de relaciones públicas, patrocinios, publicidad directa, etcétera. Entre todas ellas, se destacan la publicidad junto con sus diversas formas y las ya mencionadas relaciones públicas.¹⁵¹

Las relaciones públicas y la publicidad comparten unos objetivos similares como cambiar actitudes, reforzar la confianza, influir en la opinión pública o privada y animar a la adquisición de sus bienes o servicios. Ambos trabajan de la misma forma ya que el objetivo es del todo comercial. Sin embargo, la forma para conseguirlo es totalmente diferente.¹⁵² Mientras que la publicidad intenta fomentar la venta de bienes o servicios a corto plazo, las relaciones públicas orientan más sus acciones a una confianza o comprensión y preparan la venta a largo plazo.¹⁵³ De esta forma, se considera una acción de relaciones públicas aquella que origine “corrientes de simpatía hacia una marca, personaje, empresa, etcétera.”¹⁵⁴ Aquí cabe recalcar la habitual confusión entre los fines de la propaganda y publicidad. Mientras que el objetivo de la propaganda es crear una fuerza colectiva y sus aseveraciones no

¹⁴⁹ SÁNCHEZ, José Luis, *op. cit.*, p. 194.

¹⁵⁰ AIMC, abril 2012 a marzo 2013. Resumen general. EGM. Disponible: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

¹⁵¹ GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 59.

¹⁵² BLACK, Sam, *op. cit.*, p. 47.

¹⁵³ *Ibidem*.

¹⁵⁴ GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 60.

suelen estar basadas en hechos demostrables, la publicidad se centra en fomentar la venta de bienes o servicios, es la estrategia del deseo y no del condicionamiento. Por este motivo, las relaciones públicas y la publicidad, a pesar de tener también sus diferencias, se muestran más compenetradas al estar basadas en la confianza.¹⁵⁵

Aun así, existe una costumbre que hace también que estos dos últimos sean dispares. Mientras que la publicidad compra un espacio dentro del cual tiene un control absoluto del texto y de la presentación del mensaje, las informaciones de las relaciones públicas pueden ser manipuladas. De todos modos, la ya comentada tendencia a crear noticias junto con titulares que parecen eslóganes publicitarios, hace que cada vez sean más complicados distinguirlos. Por otro lado, muchas veces resulta eficaz aplicar estos dos conceptos de forma conjunta para lograr beneficios. Por ejemplo, en las campañas institucionales de algunas organizaciones hacen que las relaciones públicas incluyan en su programa de acción publicidad. También puede ser muy importante la colaboración de ambas cuando es necesario llegar muy rápidamente a una audiencia a través de los medios.¹⁵⁶

Esta tendencia donde cada vez imperan más los toques sensacionalistas y lo *light* sin cuestionarse la mayoría de los periodistas la validez de los contenidos, hace que dificulte todavía más la actual realidad mediática. A su vez, la creciente fuerza del mercado, por la que cada vez se pueden esperar menos actitudes éticas y morales, da vía libre y fomenta a muchos gabinetes de prensa a seguir con su dinámica de informar a medios sobre una realidad incompleta. El periodismo, hoy más que nunca, es un negocio donde priman las noticias novedosas y chocantes. Todo es espectáculo.¹⁵⁷

¹⁵⁵ BLACK, Sam, *op. cit.*, p. 47.

¹⁵⁶ *Ibid.*, pp. 49-50.

¹⁵⁷ GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 79.

PARTE SEGUNDA: ANÁLISIS COMPARATIVO DE CÓMO AFECTA LA CULTURA *LIGHT* DESDE 1976 Y A PARTIR DEL SIGLO XX A LAS PORTADAS DE *EL PAÍS* Y *ABC*

Este análisis se centrará en un estudio de las portadas del *ABC* y *El País* desde el nacimiento de *El País* durante los últimos estertores de la modernidad. Se detallarán aspectos como la repercusión de los dos primeros años del diario pionero en el sector de la prensa y lo que supuso al *ABC* su inclusión. A su vez, se contrastarán las tendencias del diseño de la primera página respecto a las de los últimos lustros.

Capítulo IV: Estudio de portadas desde el nacimiento de *El País* durante los últimos estertores de la modernidad

Dentro de una misma era, en este caso, la moderna y para algunos ya la post-moderna, no tiene por qué ser la estructura de un periódico estable y lineal a lo largo de los años. A continuación, se podrá observar, a través de una serie de portadas de años distintos, que la moda nunca se mantiene estática y va evolucionando según las necesidades exigidas del momento.

4.1. La repercusión de los dos primeros años de *El País*

Se dedicará especial atención a las portadas del *ABC* y *El País* desde los años que transcurren tras la muerte de Franco hasta los inicios de la transición democrática española, concretamente, cuando el diario conservador es superado en ventas por *El País*. En este contexto, el sistema franquista se desmonta y los nuevos y viejos periódicos pudieron comenzar a hacer un libre ejercicio de la información. Esta situación resulta interesante para apreciar cómo en este análisis enfocan los dos diarios sus portadas.¹⁵⁸

ABC tan sólo supera al diario pionero en tiradas y ventas hasta 1977. Por esta razón, se analizarán los años 1976 y 1977 a través de una portada por año. Las dos primeras páginas de cada diario a profundizar han sido seleccionadas en base a las 100 portadas más relevantes de *El País*. Al ser una portada por año, se ha optado por escoger de forma sistemática la primera por fecha.¹⁵⁹

A lo largo de este subepígrafe, se podrá apreciar la peculiaridad del papel de la prensa durante la transición política española. En concreto, *El País* jugó un protagonismo específico dentro de este panorama por ser el primer gran diario nacional que apareció tras la muerte de Franco y por los apoyos intelectuales y sociales con los que nació.¹⁶⁰

En aquellos años, sobre todo al principio de la transición, la opinión pública contaba muy poco, entre otras cosas porque no se conocía muy bien cuáles era sus

¹⁵⁸ AA. VV., *Memoria de la transición*, Madrid, El País, 1995, p. 3.

¹⁵⁹ Las portadas destacadas, El País. Disponible: <http://www.elpais.com/especiales/2006/30aniversario/portadas.html> [Fecha de consulta: 20/04/2013].

¹⁶⁰ AA. VV., *Memoria de la transición*, op. cit., p. 85.

actitudes y también porque éstas importaban poco a quienes mandaban. Los españoles, en su mayor parte desinformados, despolitizados, pero expectantes, no estaban en condiciones de saber si era cierto o no que por fin tenía lugar la democracia. Que Carlos Arias Navarro fuera nombrado Presidente del primer Gobierno del post-franquismo fue un comienzo negativo, ya que éste no sólo era franquista sino que, anteriormente, cuando presidía el último Gobierno de Franco, había demostrado su incapacidad incluso para llevar adelante aquella mini reforma que el llamó *el espíritu del 12 de febrero* y no difería mucho de lo que iba a proponer en enero de 1976.¹⁶¹

Entre esta incertidumbre, *El País* nació pero no surgió como un periódico cualquiera. Había sido fundado por un grupo de profesionales, empresarios y políticos mayoritariamente alineados con la burguesía liberal que deseaba la implantación de un régimen democrático en España. Su estructura empresarial, su ideología y sus características como proyecto político eran totalmente innovadoras respecto a las demás que ostentaban los otros diarios. En cierta medida, el proyecto del periódico, cuya publicación había sido prohibida durante años por la dictadura franquista, estaba basado en un amplio movimiento tendente a la implantación de las libertades públicas. Puede comprenderse fácilmente que, con ese bagaje de expectativas y de ilusiones, el éxito del diario estaba ya parcialmente asegurado. *El País* se convirtió, a partir de su aparición el 4 de mayo de 1976, en un símbolo del desarrollo político y en un referente de la nueva democracia.¹⁶²

Desde sus comienzos, destacó su equipo técnico por utilizar la fotocomposición y el *offset* desde su primer día. De hecho, el *Comité Internacional de Comunicación de Masas* de la *UNESCO* calificó a *El País* como el fenómeno más importante de Europa del año 1976.¹⁶³ Respecto al *ABC*, en el año de su primera publicación en 1903 y en el posterior, tuvo mucho en cuenta la importancia del aspecto gráfico, elemento que le era promocionado desde sus propias ganas al señalar que a los fotógrafos profesionales y aficionados que le enviasen fotografías de actualidad y fuesen publicadas en el periódico, se les pagaría 10 pesetas por cada una.¹⁶⁴

Esta realidad de ambos diarios, se hace ya evidente en sus respectivas portadas del 4 de mayo de 1976.¹⁶⁵ Respecto a las ilustraciones de las portadas, en el diario

¹⁶¹ *Ibid.*, pp. 77-79.

¹⁶² *Ibid.*, p. 85.

¹⁶³ IMBERT, Gérard; VIDAL, José, *op. cit.*, p.p. 265-266.

¹⁶⁴ SÁNCHEZ, J.J.; BARRERA DEL BARRIO, Carlos, *op. cit.*, p. 284.

¹⁶⁵ Véase Anexos 1-2.

ABC la protagoniza una fotografía del Príncipe Felipe que ocupa toda la primera página, a diferencia de *El País* con una foto de reducido tamaño de José María de Areilza. La decisión del diario conservador de optar por una amplia fotografía no fue en vano. En contraste con la mayoría de los periódicos españoles y extranjeros del momento, los distintos elementos gráficos del ABC supusieron una verdadera innovación en el periodismo informativo de aquel entonces.¹⁶⁶ De hecho, en todas las portadas a analizar, se podrá apreciar que la imagen siempre supera al texto por lo que se convierte en ligero y poco informativo.

Sin embargo, las ilustraciones no se valoraron informativamente en los diarios durante la dictadura a diferencia de la prensa anglosajona. En España, las imágenes publicadas reflejaron el oficialismo impuesto por el régimen franquista y acompañaron a las noticias de una forma secundaria como un elemento estético en el diseño de las informaciones.¹⁶⁷ De hecho, así se puede apreciar en *El País* junto con más abundancia de texto y variedad de titulares frente a las imágenes. En efecto, éstas eran realmente las preferencias de la mayoría de la sociedad de la época, moda propiciada a causa de la información uniforme implantada por el franquismo, aunque hoy en día ya no lo sea y se tienda más hacia lo *light*.

Respecto a la estructura de la primera página de *El País*, se puede observar que su portada está a cuatro columnas, ya que no comenzó a utilizar cinco hasta transcurrido más de un mes de su nacimiento. Además, con la reciente desaparición de la dictadura, el diario presentó sus noticias de una forma mesurada debido a ese miedo por lo que podía suceder en un inicio, donde se daba una mayor libertad para informar y opinar sobre asuntos de interés público, pero siendo las bases del sistema todavía poco sólidas.¹⁶⁸ La utilización de ladillos para separar con claridad las noticias también es otra costumbre del periódico. De hecho, la presencia de éstos es habitual en la mayoría de las portadas del diario.

A su vez, su tipografía para los titulares siempre ha pertenecido, con pequeñas variaciones, a las familias de *Times Roman* y *Times European* que Stanley Morrison diseñó para *The Times* de Londres. Las diferencias de las letras vienen diferenciadas por el carácter de la noticia, así también como su tamaño.¹⁶⁹ En efecto, así es como resaltan los dos principales titulares de su portada cuya temática es de política. El titular "El reconocimiento de los partidos políticos, condición

¹⁶⁶ SÁNCHEZ, J.J.; BARRERA DEL BARRIO, Carlos, *op. cit.*, p. 284.

¹⁶⁷ IMBERT, Gérard; VIDAL, José, *op. cit.*, p. 450.

¹⁶⁸ FERMÍN, Juan, *La Historia gráfica de la prensa española*, Barcelona, RBA, 2011, p. 461.

¹⁶⁹ IMBERT, Gérard; VIDAL, José, *op. cit.*, p. 187.

esencial para la integración en Europa” y “Ante la reforma”, son más grandes y a la vez distintos, siendo el segundo en cursiva. Además, ocupan más de una columna, por lo que se aprecia la importancia que el diario consideró dar a estas informaciones. Se puede asociar esta innovación tipográfica al concepto de reciclaje y renovación de las características tradicionales de un periódico. Esto implica que pueda convertirse más fácilmente en referente por estar dotado de una identidad específica y diferencial, clave para atraer a los lectores.¹⁷⁰

Respecto a la temática del primer titular mencionado, hace referencia a la intención de España a formar parte de la *Comunidad Económica Europea* pero, a causa de la ausencia de un régimen democrático en los años anteriores, impedía la entrada del país como miembro de pleno derecho. A lo largo de la noticia, se especifica el restablecimiento de las libertades individuales, políticas y sindicales y, en particular, la legalización de todos los partidos políticos, la amnistía y el regreso de los exiliados. A su vez, informa de las primeras elecciones generales que tendrían lugar el 15 de junio del próximo año, 1977, año en el que España ya se pudo incorporar a la *CEE*.¹⁷¹

Por otro lado, la segunda noticia trata sobre el propio diario *El País*, donde se resaltaban aspectos como que su primera portada estaba contextualizada en un momento en el que la disolución del franquismo era reciente y se trataba del comienzo de la implantación de las libertades democráticas, donde los ataques constantes a la libertad de expresión, multas, sanciones e incluso el cierre de muchos de diarios desaparecerían.

Esto dio pie a que lo político no impidiera evolucionar a los diarios, un aspecto que fomentó a mostrar una exposición de noticias más transparentes y leales. Pero el comportamiento de la ciudadanía ante dicho cambio era de esperar debido a que no acababan de cumplirse ciertos principios propios de un sistema democrático. La pérdida de la credibilidad de la política gubernamental, así como también las intenciones de Arias Navarro, hacían que la esperanza a un cambio fuese menor.

Sea como sea, si se demandaba información eficaz para saber la situación de España, *El País* se muestra más efectivo que el diario *ABC*. La noticia más destacable del diario conservador trataba sobre la celebración del santo del Príncipe

¹⁷⁰ Véase subepígrafe 2.1. La inclusión de lo *light* en las noticias.

¹⁷¹ Representación permanente de España ante la Unión Europea. Historia. Disponible: <http://www.es-ue.org/Default.asp?section=99&lg=2> [Fecha de consulta: 04/05/2013].

Felipe. Así lo decía su titular escrito en mayúsculas, a diferencia de *El País* que lo hacía siempre en minúsculas y en otra tipografía: “ONOMÁSTICA DEL PRÍNCIPE” junto con un lead: “En la intimidad familiar del Palacio de la Zarzuela, celebró ayer su fiesta onomástica Su Alteza Real el Príncipe Don Felipe, heredero de la Corona de España. Con este motivo se recibieron, a lo largo del día, muy numerosos testimonios de felicitación en la residencia de los Reyes.” La información de su entrada es puramente superficial. Como afirma Lamuedra,¹⁷² este tipo de noticias de *glamour*, donde un personaje famoso se destaca por su estilo de vida y no por sus logros, están relacionadas, en este caso la del Príncipe, con el mundo del corazón y entretenimiento. Pero curiosamente, no tan frecuente en esta época sino en la actualidad.

El País toca aspectos de la monarquía en el titular ya mencionado “Ante la reforma”, donde se destaca a *El Rey* y no al Príncipe al considerar a este personaje de más interés periodístico por llevar a cabo una iniciativa que implica y afecta a España y no simplemente por ser un personaje famoso. Así se puede apreciar en el cuerpo de texto que explica lo siguiente: “la iniciativa reformista que el Rey asumiera en los tempranos días de su llegada al Trono parece condenada a similar destino”. Respecto a los dos titulares restantes del *ABC*, *El País* sí que los menciona en su diario pero no en portada.

Mientras que *ABC* coloca en la zona inferior dos titulares que corresponden a la sección de cultura: “DOS REPORTAJES EN PÁGINAS DE HUECOGRABADO. MADARIAGA EN LA REAL ACADEMIA” y de deporte “ESCÁNDALO EN FÓRMULA 1”, las noticias restantes que aparecen en *El País*, tratan sobre política y terrorismo. La noticia referente al Gobierno, al ocupar dos columnas, es más importante que la de terrorismo y su titular decía lo siguiente: “Areilza inicia mañana su visita a Marruecos”. La noticia informaba sobre las relaciones económicas y políticas, entre España y Marruecos. Una de las columnas la ocupa una fotografía protagonizada por el propio José María Areilza, *Ministro de Asuntos Exteriores* por aquel entonces. La última está ubicada en un recuadro y redactado a una columna: “Doble atentado en Legazpia atribuido a ETA”. La banda terrorista había colocado un artefacto explosivo en la localidad guipuzcoana de Legazpia causando el día anterior la muerte del Guardia Civil.

¹⁷² LAMUEDRA, María, *op. cit.*, pp. 23-24.

La portada del *ABC*, aunque no era muy común como se ha dicho en estas fechas, es una muestra de la creciente tendencia a ver a los famosos como ídolos de consumo. Sin embargo, al compartir el público del diario su misma ideología, conservadora y monárquica, la información de esta portada se mostraría justificable para satisfacer los intereses y necesidades de sus seguidores.¹⁷³

Respecto a la publicidad, sólo consta de ésta *El País* en su portada al ser su primer lanzamiento y necesitar beneficios económicos. Desde el primer momento, este diario impuso rígidamente el principio de que todo espacio publicitario debía quedar totalmente diferenciado de las informaciones para evitar confusión en los lectores. Como características generales, el diseño de los anuncios consiste en titulares destacados y su variación se consigue con recuadros.¹⁷⁴ Razón por la que se pueda observar en la portada una gran distinción respecto a su forma de presentación del resto de las noticias.

¿Qué tipo de información demandaba más la sociedad del año 1976?. *El País* salió el 4 de mayo con una tirada de 180.000 ejemplares.¹⁷⁵ Concretamente, según el primer control efectuado de este diario por *La Oficina de Justificación de la Difusión*, efectuado entre los meses de julio y diciembre de 1976, ambos inclusive, la media de difusión total alcanzó los 117.053 ejemplares y una media de tirada de más de 140.000 ejemplares. De esta forma, se colocaba entre los cuatro primeros diarios más importantes de información general.¹⁷⁶ En contraposición, *ABC*, el mismo mes de mayo su tirada media fue de 179.766 ejemplares y entre los meses de julio a diciembre obtuvo una difusión media de 163.277 ejemplares junto con una tirada de 173.179 ejemplares.¹⁷⁷

Los lectores demandaban más el periódico *ABC*. Hay que recordar que *ABC* era más conocido por la sociedad debido a su temprano nacimiento, un aspecto con el que jugaba con ventaja dado que ya tenía un amplio número de lectores fieles. Pero, poco a poco se irá demostrando a lo largo de este análisis que *El País* será el que la mayor parte de la sociedad lo tenga como referencia para informarse. A su vez, el ciudadano medio de esta etapa, donde empezaba a predominar el sistema

¹⁷³ MASSÓ Ramón, *op. cit.*, p. 90.

¹⁷⁴ IMBERT, Gérard; VIDAL, José, *op. cit.*, p. 188.

¹⁷⁵ Breve historia de *El País*, *El País*. Disponible: http://www.elpais.com/fotogalerias/popup_animacion.html?xref=20041011elpepusoc_2 [Fecha de consulta: 01/05/2013].

¹⁷⁶ EL PAÍS: 166.000 ejemplares de tirada diaria en diciembre, *El País*, 19/01/1977. Disponible: http://elpais.com/diario/1977/01/19/opinion/222476401_850215.html [Fecha de consulta: 01/05/2013].

¹⁷⁷ OJD, Julio a Junio, 1976-1977.

democrático en España, comenzaba a anhelar una clarificación de lo que pasaba y confiaba en la honestidad de los periodistas. Por esta razón, el buen periodismo inicia reflejando siempre la realidad política con el ánimo de lograr mostrar claridad y veracidad a la sociedad. Con *El País* ya se observa en su primer portada una mayor cantidad de información sobre los acontecimientos, por lo que no es raro predecir que iba más acorde con dicha tendencia demandada.¹⁷⁸

Transcurrido tan sólo un año de estas portadas, la moda sigue su curso y se aprecian nuevos cambios en dichos diarios. Para explicar estas alteraciones, se especificará, a continuación, las portadas que se difundieron el 27 de enero de 1977.¹⁷⁹

La portada de *El País* estaba protagonizada por la manifestación del atentado que tuvo lugar el 24 de enero del mismo año por terroristas de la extrema derecha. Éstos asesinaron a cinco personas e hirieron a otras cuatro en un bufete laborista de la calle de Atocha. A diferencia de la anterior portada, está diseñada a cinco columnas y no a cuatro y su principal titular decía lo siguiente: “Cívica manifestación de cien mil personas en el entierro de los abogados”. Ocupa cuatro columnas, lo que la noticia resulta de máxima importancia frente al resto. A su vez, le acompañaba una fotografía con una nota al pie explicativa: “Aspecto parcial de la multitud que se congregó a primeras horas de la tarde de ayer en torno al Palacio de Justicia, desde donde se inició el cortejo fúnebre de varias de las víctimas del atentado del pasado lunes”. Curiosamente, la fotografía es más grande que el texto, por lo que se denota que ya no la utilizaban como mero recurso estilístico sino para ayudar a contextualizar la información.

Asimismo, Imbert y Vidal¹⁸⁰ explican que la verdadera función de las fotografías no reside tanto en aportar la fotografía del acontecimiento o noticia sino en operar sobre el saber del lector. Hoy en día priman más que nunca las fotografías porque es un mecanismo por el que el lector puede informarse de una forma rápida. Por lo tanto, *El País* comienza a reflejar cada vez más elementos *lights*, aunque la proporción de su texto e imagen es mucho más equilibrada que las que corresponden al *ABC*.

¹⁷⁸ *Ibidem*.

¹⁷⁹ Véase Anexos 3- 4.

¹⁸⁰ IMBERT, Gérard; VIDAL, José, *op. cit.*, p. 191.

Respecto a la segunda noticia que destaca *El País*: “La lección de ayer”, se trata de un artículo de opinión donde se tratan aspectos políticos y por los que demuestra personalidad y un miedo menor a no esconder sus pensamientos sobre el sistema. El tema central trataba sobre las medidas que habían sido llevadas a cabo por *Alianza popular*, partido conservador que imperaba en el momento y liderado por Manuel Fraga. Opiniones como la ineficacia del decreto-ley antiterrorismo del 75 por no impedir asesinatos o poner en duda el material por parte de los miembros de la fuerza pública para disolver manifestaciones, son aspectos que se critican a lo largo del texto. También hace referencia a lo lamentable que resulta que los locutores y no los propios ministros sean los que digan a los españoles lo que piensa el Gobierno. La noticia de menor importancia, ya que su titular ocupa tan sólo una columna, trata sobre el terrorismo y la política: “El Gobierno, contra el terrorismo de todo signo” siendo su antetítulo de letra menor: “Medidas cautelares acordadas en el Consejo de Ministros”.

Las tres noticias que componen la primera página de *El País* son las mismas para *ABC*. Sin embargo, el objetivo de la información es muy dispar. El diario conservador, divide la portada en dos imágenes que tratan sobre estas informaciones con unos titulares que decían lo siguiente: “SIN INCIDENTES EN EL ENTIERRO DE LOS ABOGADOS ASESINADOS” y “AYER FUE PRESENTADO EL PROGRAMA DE <<ALIANZA POPULAR>>”. Ambas tienen un *lead* de seis líneas y sus respectivas fotografías son de tamaño superior al texto. La ilustración de la manifestación, al igual que lo hace *El País*, representan espacios diferentes por lo que el objetivo de lo que quieren exaltar cada uno de ellos ya se muestra distinto.

En efecto, aunque *El País* muestre datos más específicos y explicativos en su texto, no deja de ser una visión parcial de la realidad.¹⁸¹ En efecto, el titular del *ABC* sobre la manifestación, se decanta más por el orden público, y no tanto, como lo hace el diario progresista, sobre la importancia de la manifestación en sí. Con su ideología conservadora y por lo tanto simpatizante del partido de *Alianza Popular* prioriza la estabilidad de la nación. Respecto a la noticia de *Alianza Popular*, *El País* hace una crítica a sus medidas y el *ABC* simplemente anuncia el programa poniendo de manifiesto la garantía de un orden y desarrollo de las libertades

¹⁸¹ MÉNDIZ, Alfonso; CRISTÓFOL, Carmen, *Falsedad y Comunicación*, Universidad de Málaga, 2007, p. 89.

democráticas. De hecho, en sus páginas detalla el objetivo del programa siendo un desarrollo político con el máximo de libertad, justicia, estabilidad y bienestar.¹⁸²

Pero sin duda, el titular que más sobresale en *ABC* trata sobre la prohibición de manifestaciones por parte del Gobierno para evitar violencia y llegar a las elecciones generales en un clima político relajado. El titular es el siguiente: “DECISIÓN Y FIRMEZA DEL GOBIERNO”. A su vez, va acompañado de un antetítulo “Acuerdo del Consejo de Ministros” y un subtítulo: “Ante los últimos acontecimientos y alteraciones del orden público.” Esto hace que no resulte extraño que sea para *El País* la de menor importancia por su ideología.

Ante estos planteamientos tan opuestos de información en las portadas, hace que muchos relacionen esta costumbre con el concepto de manipulación. Sea así o no, como bien dice Massó, “el primer mandamiento que cumple una noticia light es no aburrir.”¹⁸³ De hecho, las noticias objetivas no interesan pero tampoco lo hacen aquellas que no están a la moda. Así lo demuestran los datos recogidos por *OJD* a lo largo del año 1977. *El País* obtiene una difusión media que supera los 136.570 ejemplares, así también como su tirada media a 167.520 ejemplares. Sin embargo, *ABC* disminuye sus ventas a unos 145.200 ejemplares y 168.085 ejemplares de tirada media.¹⁸⁴ Aquí se observa que el diario conservador al no ofrecer suficiente información en su portada no llamaba tanto la atención.

Por último, cabe destacar que a pesar de la creación en este mismo año del decreto de 1977 en el *BOE*, *Boletín Oficial del Estado*, que ponía bajo sospecha cualquier interpretación periodística que pudiera ser considerada como instigadora, provocadora o agitadora, *El País* siguió apostando por incluir en portada artículos de opinión o críticas de toda índole que consideraba oportunas en el momento.¹⁸⁵ Por su necesidad de contribuir a un universo ético, no es extraño que se resalten en sus primeras páginas las injusticias, especialmente, por medio de críticas. Sin embargo, la mayoría de los periódicos de la época no siguieron sus pasos por tener un cierto temor a tomar decisiones bajo esta presión parecida a la censura previa.¹⁸⁶

4.2. *El País* supera a *ABC*

¹⁸² ABC (Madrid), 27/01/1997, p. 5. Disponible: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1977/01/27/005.html> [Fecha de consulta: 04/05/2013].

¹⁸³ MASSÓ, Ramón, *op. cit.*, p. 126.

¹⁸⁴ OJD, Julio-Junio, 1976-1977/1977-1978.

¹⁸⁵ CHIVELET, Mercedes, *op. cit.*, pp. 117-127.

¹⁸⁶ AA. VV., *Memoria de la transición*, *op. cit.*, p. 87.

La creciente influencia que han ido adoptando los medios de comunicación sobre la sociedad ha sido asumida como parte del funcionamiento democrático de las sociedades occidentales. Ciertamente, esta normalidad es un factor positivo al tener lugar el funcionamiento de una pluralidad de medios de comunicación. Pero si no se planifican correctamente qué informaciones son las correctas para los diarios, pueden verse afectadas sus ventas. Asimismo, un mal uso del derecho de la información también podría afectar al poder de penetración de éstos al ponerse en duda la credibilidad.¹⁸⁷

Las tres primeras páginas a profundizar en este apartado, se han escogido con el mismo procedimiento que en el anterior. Para comenzar, si se hace referencia a la portada del año 1978, concretamente del 17 de octubre, tanto *El País* como *ABC* destacan la noticia en sus portadas del nombramiento del nuevo Papa, Juan Pablo II.¹⁸⁸ Sin embargo, *El País*, a diferencia del *ABC*, no sólo proyecta dicha noticia en su portada sino que también, aunque en menor importancia, informa de dos noticias más. Una trata sobre la política y la otra sobre el terrorismo. Por otro lado, también consta de un recuadro de publicidad entre estas dos últimas noticias, cuya inclusión se puede apreciar efectiva a lo que respecta a la presentación del diseño de su portada sin que quede ningún espacio vacío. Hay que recordar que cada vez importa más la imagen que el contenido.¹⁸⁹

Respecto al titular principal de ambos diarios, *El País* saca a luz el siguiente titular que ocupa las cuatro columnas por las que está compuesta la portada: “El nuevo Papa, un polaco joven, abierto en política y moderado en el dogma”. Junto con un antetítulo: “Juan Pablo II (K. Wojtyla) es el primer pontífice no italiano en cuatro siglos. *ABC* enfoca la noticia con su titular: “JUAN PABLO II, NUEVO PAPA”, en compañía de un *lead* de seis líneas.

La tendencia liberal del diario *El País* hace que en su titular sea digno de incluir los pensamientos del nuevo Papa, mientras que *ABC* se limite a anunciar el acontecimiento. De todos modos, la noticia en sí para el diario conservador es más relevante como para ocupar la portada entera por su intensa ideología católica.

¹⁸⁷ MÉNDIZ, Alfonso; CRISTÓFOL, Carmen, *op. cit.*, p. 87.

¹⁸⁸ Véase Anexos 5-6.

¹⁸⁹ PIEDRAHITA, Manuel, *op. cit.* p. 15.

Otro titular que expone *El País* en un recuadro en relación al Papa: “Un “posibilista” en la silla de Pedro”, hace referencia a un artículo de opinión sobre las posibilidades puestas en el Papa de un avance por sus pensamientos tanto políticos como morales. Por otro lado, en la portada de este diario no hay variedad de fotografías, tan sólo la que corresponde al Papa, lo suficientemente grande como para poder observar al detalle el rostro de Juan Pablo II junto con un pie explicativo sobre él. La foto comprende la misma magnitud que el cuerpo de texto de la noticia principal, a diferencia del *ABC*, cuya portada vuelve a ocupar toda la página.

Las noticias que se encuentran en segundo grado de importancia en *El País*, constan de los siguientes titulares: “Felipe González exige elecciones generales y municipales” y “Veinticinco policías armados de Bilbao serán expulsados del cuerpo”, acompañado por el antetítulo: “Trescientos cuarenta y cuatro serán trasladados fuera del País Vasco”. Esta última ocupa dos columnas a diferencia de la anterior, que se trata de una.

Según *OJD*, durante el año 1978, las medias anuales del *ABC* iban decreciendo con un resultado que casi no alcanzaba los 127.100 ejemplares vendidos ni tampoco los 151.100 ejemplares de tirada media. En cambio, *El País* le supera por primera vez a el diario conservador con unos 127.830 ejemplares vendidos y 153.775 ejemplares de media de tirada útil.¹⁹⁰

La portada del tres de marzo de 1979, es enfocada de forma distinta en los dos diarios aunque toda su temática se fundamenta en un mismo acontecimiento, las elecciones generales donde el partido *UCD* de Adolfo Suárez salía vencedor.¹⁹¹ *El País*, un diario liberal y socialmente solidario, hace que el diseño de la portada de esta fecha refleje una afinidad mayor hacia el partido socialista, *PSOE*, de Felipe González. A pesar de compartir el diario ciertos valores con *UCD*, liderado por Adolfo Suárez, como la libertad o democracia, este partido es más centralista que el socialista. A su vez, el político formó parte del Gobierno de Franco conservador. Estos motivos hacen que en su primera página se aprecie una decantación clara a través de sus titulares o destacados hacia el *PSOE*.

El principal titular de *El País*: “La victoria de *UCD* (167 escaños) sitúa a Suárez en condiciones de formar un Gobierno monocolor”, ya denota esta inclinación con su antetítulo: “Los socialistas mantienen su fuerza electoral de 1977 (120 escaños)”,

¹⁹⁰ *OJD*, Julio-Junio, 1977-1978/1978-1979.

¹⁹¹ Véase Anexos 7-8.

con el que hace referencia a que en el año anterior, en 1977, con 118 escaños, aumentan dos.

Otro titular referente a este acontecimiento es “Suárez: “El triunfo de UCD es la consolidación de un modelo de democracia” pero con un antetítulo:”Felipe González: “La abstención dañó al PSOE”. Aquí justifica que el partido socialista, a pesar de ir cogiendo fuerza respecto al año anterior, no ha ganado las elecciones justificando que el motivo ha sido porque la ciudadanía que no votó, favoreció a *UCD* en las elecciones.

En esta noticia, a su vez se destacan dos fotografías de Adolfo Suárez y Felipe González. También se decanta por presentar un destacado para seguir llamando la atención del partido de Felipe González: “Carrillo: “El PSOE debe gobernar con UCD”. Aquí se explica, a través de las palabras de Santiago Carrillo, que era en esta fecha el *Secretario General Partido Comunista de España*, la necesidad de formar un Gobierno de coalición *UCD-PSOE* y su visión fatalista sobre la imposibilidad del bipartidismo en España y de su supuesta incredibilidad acerca de poder gobernar el partido de Adolfo Suárez en solitario correctamente.

En la parte inferior de la primera página se encuentra un gráfico de los partidos existentes de la época con datos de sus votos y escaños del año 1977 y de 1978. Sólo consta de un titular: “Censo: 26.852.885. Censo escrutado: 82%. Participación: 68%”. La imagen es ligera sin ningún tipo de análisis de texto por la claridad que le caracteriza.

Por otro lado, se puede apreciar otra noticia donde se da un ejemplo de informaciones dispares en una misma noticia. Mientras que el titular: “Manuel Fraga puede renunciar a su escaño”, junto con un antetítulo: Es muy probable que CD retire sus candidaturas a las municipales”, en su cuerpo de texto afirma que tendrá lugar lo que el diario prevee:

Manuel Fraga renunciará a su escaño en el Congreso de los Diputados, como candidato electo de la Coalición Democrática (CD), sin llegar a tomar posesión del mismo. Esta era, ayer tarde, la impresión dominante en círculos de CD entre personas próximas al señor Fraga, que no hizo ningún comentario sobre esta posibilidad.

Aquí se podría hablar de amarillismo ya que no se sabe todavía con certeza y si no llega a tener lugar esta situación habría mentido con esta información. Pero

también hace referencia al sensacionalismo por crear morbosidad. A pesar de esta prueba de contradicción de informaciones, lo hace de manera sutil sin ser exagerada como los propios diarios sensacionalistas, que es lo que cada vez demanda la sociedad y de ahí que siga su aumento en ventas. Como dice Massó, “los medios sensacionalistas pueden tener éxito con la condición de no pasarse.” “Tienen más éxito las noticias sensacionalistas (light) de los medios más o menos serios. A la gente le gusta la sensación de objetividad”.¹⁹²

En efecto, el diario parece que ya lo sabía desde sus inicios con la creación de su formato *tabloide*. Éste era en un principio por el propio diseñador alemán Reinhard Gäde, impropio de un periódico serio, ya que era típico de los periódicos sensacionalistas. Sin embargo, al organizarse su lectura dependiendo del tiempo disponible del público lector, por medio del tamaño de las letras y del grosor de los tramos de éstas, este proceso habría sido complicado con un formato sábana. También es casi imposible si el lector viaja en avión o metro. Estos factores al final acabaron convenciendo al diseñador de optar por el formato de los diarios sensacionalistas.¹⁹³

A su vez, refleja un total dominio de saber qué noticias deben circular en su diario o no para crear expectación entre sus lectores y no atribuye a la circulación un origen misterioso. Asimismo, si repite como en este caso, la posibilidad de que el *PSOE* sigue manteniendo su fuerza, o aspectos positivos hacia éste, mucha gente se contagia y acaba votándolo. Y así ocurrió en las siguientes elecciones que tuvieron lugar en el año 82 obteniendo una mayoría absoluta, lo nunca visto desde las primeras elecciones generales.¹⁹⁴

Respecto a la última noticia de su primera página, aparece un recuadro referido a una posible huelga de trabajadores de los grandes almacenes a consecuencia del paro. Su titular es el siguiente: “Algunos grandes almacenes pueden cerrar hoy”. Otra muestra de la importancia constante del diario por destacar temáticas que interesen a sus seguidores.

En contraposición a *El País*, *ABC* sólo destaca una noticia en su portada que trata sobre la Bolsa de Comercio. La principal protagonista de su primera página es una fotografía de ésta con el siguiente titular: “LA BOLSA COTIZA LAS

¹⁹² MASSÓ, Ramón, *op. cit.*, p. 131.

¹⁹³ FERMÍN, Juan, *op. cit.*, p. 447.

¹⁹⁴ MASSÓ, Ramón, *op. cit.*, p. 163.

ELECCIONES”, junto con un antetítulo: “Con un subida sin precedentes” y un *lead* de nueve líneas.

El diario conservador considera más oportuno destacar las consecuencias económicas positivas que han generado las elecciones generales con el resultado de que Adolfo Suárez esté al mando del Gobierno. Para llamar la atención sobre este resultado, todo su contenido lo enfoca a la estabilidad, paz social y a una próspera economía donde el valor de la Bolsa aumenta de una forma considerable.

Según los datos de *OJD*, a lo largo del año 1979, se pone de manifiesto que el diario *ABC* sigue decreciendo con un resultado de unos 124.315 ejemplares vendidos de media con una tirada útil de poco más de 149.000 ejemplares. *El País*, ya se diferencia de éste con un notable aumento que asciende a los 165.154 ejemplares, así también como su tirada media que roza los 200.000.¹⁹⁵

Por último, las portadas del año 1980 de *El País* y *ABC* presentan ciertas incoherencias.¹⁹⁶ *El País* destaca en su primera página la noticia sobre el asalto por parte de un grupo de campesinos en la *Embajada Española de Guatemala* como una llamada de atención por la represión que se ejercía en ese país. Este suceso provocó numerosas muertes de diplomáticos y visitantes que se encontraban en el recinto siendo también asaltado bruscamente por la policía. Según su titular: “Treinta y siete muertos en el asalto e incendio a la sede de la embajada de España en Guatemala”, junto con un antetítulo que hace alusión a la reacción policial según Máximo Cajal: “El embajador, Máximo Cajal, responsabiliza de los hechos, en los que murieron dos españoles, a la policía guatemalteca”, que no sólo es distinto en cuanto a enfoque respecto al *ABC* sino también por sus fuentes.

Mientras que *El País* informa sobre la muerte de 37 muertes, el *ABC* afirma que son 20: “GUATEMALA: VEINTE MUERTOS EN EL ASALTO A LA EMBAJADA DE ESPAÑA”. Ambos diarios son medios importantes y destacables en la sociedad. En efecto, cuanto más importante es un medio, de más fuentes secretas suele disponer. Aunque a veces muchas de estas fuentes engañen o intenten engañar. A esto se le puede llamar intoxicación.¹⁹⁷ Pero en este caso, probablemente, lo que pasó fue que no contrastaron bien sus fuentes y se adelantaron a los hechos.¹⁹⁸ Sea como sea,

¹⁹⁵ OJD, Julio-Junio. 1978-1979/1979-1980.

¹⁹⁶ Véase Anexos 9-10.

¹⁹⁷ MASSÓ, Ramón, *op. cit.*, p. 88.

¹⁹⁸ *Ibid.*, p. 122.

esto es una muestra de que prima más la rapidez y lo más novedoso en las portadas que la espera de publicar noticias hasta considerarlas al 100 por 100 veraces.¹⁹⁹

Unos años más tarde, *El País*, concretamente el 25 de enero de 1981, en conmemoración del aniversario del trágico suceso, publicó una entrevista a Máximo Cajal con el siguiente titular: “En el asalto a la Embajada de España murieron 39 personas porque lo quiso el Gobierno de Guatemala”.²⁰⁰ En el mismo año, el *ABC* publica en su misma portada dicha noticia como principal, explicando lo siguiente en el cuerpo de texto: “Hoy hace un año, la Policía irrumpió en la *Embajada española* en Guatemala y provocó una <<massacre>> de 39 muertos.”²⁰¹

Ésta es la demostración por la que ambos periódicos se adelantaron a los acontecimientos y fue el motivo de que sus titulares fueran poco precisos y exentos de veracidad. Un año más tarde, los dos ya compartían la misma cifra de víctimas. Pero no hay que confundir esta poca profesionalidad con los contenidos *light*. Es cierto que se caracterizan por ser novedosos pero no se basan en inventar hechos, sino en facilitar la lectura con elementos que llamen la atención y en su mayoría, con poco cuerpo de texto y más titulares e ilustraciones como la foto, en el caso de *El País*, del propio rostro del embajador.²⁰²

A pesar de todo, en este diario se contempla también otra noticia más de lo ocurrido con un titular formado por citas textuales de Máximo Cajal: “La policía actuó con increíble brutalidad” y un antetítulo: “El embajador de España en Guatemala, a EL PAIS”. En este caso, la noticia se muestra más fiable dado que la fuente de la noticia es del propio embajador y sus citas en el titular dan más veracidad a la información publicada.

Por otro lado, *El País* muestra otra noticia que trata sobre la manifestación que tuvo lugar por parte de estudiantes en contra de la *ley de Autonomía Universitaria* y

¹⁹⁹ FERNÁNDEZ, Lucía, “Suspenden a un periodista del Washington Post por twittear información falsa”, *periodistadigital*, 03/05/2010. Disponible: <http://www.periodistadigital.com/periodismo/internet/2010/09/03/mike-wise-periodista-washington-post-tweet-twitter-suspension-informacion-falsa.shtml> [Fecha de consulta: 06/05/2013].

²⁰⁰ SEBASTIÁN, Pablo, “En el asalto a la Embajada de España murieron 39 personas porque lo quiso el Gobierno de Guatemala”, entrevista, *El País*, 25/01/1981. Disponible: http://elpais.com/diario/1981/01/25/internacional/349225201_850215.html [Fecha de consulta: 01/05/2013].

²⁰¹ VARA, José Alejandro, Un año del asalto a la Embajada de España, *Internacional*, *ABC*, p. 19, 31/01/1981. Disponible: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1981/01/31/027.html> [Fecha de consulta: 01/05/2013].

²⁰² MASSÓ, Ramón, *op. cit.*, p. 122.

por la que un fotógrafo del propio diario resultó herido por la policía. Además, afirma que preparará el diario una querrela por la conducta agresiva de la fuerza pública. La noticia carece de titular y en su mayoría está compuesta por una fotografía del ambiente donde se proyecta a dicho periodista que salió herido. A este recurso se le denomina cuadradito, que consiste en dar una información sin título siendo las primeras palabras en negrita: “Agresión a un fotógrafo de El PAÍS”. Este enfoque de redacción es muy característico de los contenidos *light*, ya que con sólo leer la frase en negrita y observar la foto, sólo se tarda unos instantes en saber qué ha ocurrido.

Por último, la noticia restante de este diario es la que informa sobre la abdicación de la reina de Holanda. Este tema es el que menos espacio ocupa en la portada a diferencia del *ABC*. Siendo el primero el del ya mencionado Embajador y el siguiente sobre lo ocurrido al fotógrafo de *El País*. De hecho, ocupa prácticamente lo mismo que su publicidad que tiene en la página. Como afirma Manuel Piedrahita, la importancia de una información para los diarios “lo es para uno y no lo es para otro”.²⁰³

Aún así, el titular de *El País* decía lo siguiente: “La reina Juliana de Holanda abdica en su hija Beatriz” con un antetítulo: “La nueva soberana será coronada el 30 de Abril”. Ambos son más reducidos que los del *ABC* al ser su noticia principal y por la que ocupa toda su portada una fotografía de la reina y otra más pequeña de la princesa Beatriz, un titular y un amplio *lead*. Su titular decía lo siguiente: “LA REINA DE HOLANDA ANUNCIÓ AYER SU ABDICACIÓN”. El titular del diario conservador con el verbo en pasado da la sensación de obsoleto y poco llamativo para el lector, un aspecto que *El País* lo tiene en cuenta y lo expone en presente.

En 1980, los datos de *OJD* muestran que *ABC* obtiene unos resultados más optimistas respecto a los del año pasado, con una media de poco más que 133.294 ejemplares vendidos. A lo que respecta a su tirada útil, asciende a unos 157.754 ejemplares. Sin embargo, *El País* experimenta un crecimiento mucho más positivo que el *ABC* y se hace con una difusión media que justo supera los 200.000 ejemplares, como así también lo hace con los 240.400 ejemplares de tirada media.²⁰⁴ *El País* ya se convierte en el segundo periódico de información general de referencia después de *La Vanguardia*.²⁰⁵

²⁰³ PIEDRAHITA, Manuel, *op. cit.*, p. 54.

²⁰⁴ *OJD*, Julio-Junio. 1979-1980/1980-1981.

²⁰⁵ Breve historia de El País, El País. Disponible: http://www.elpais.com/fotogalerias/popup_animacion.html?xref=20041011elpepusoc_2 [Fecha de consulta: 01/05/2013].

Después del análisis comparativo, del total de las ocho portadas del año 1976 a 1980, se muestra un panorama muy estático con un alto porcentaje de noticias en portada de temas relacionados con España, muy nacionales.²⁰⁶ Tan sólo dos portadas de un total de cinco por cada diario, mencionan aspectos internacionales en su primera página, así como la noticia del Papa o la portada de 1980 de la reina de Holanda y el asalto en Guatemala.

Cabe destacar que *ABC*, según las portadas que se han detallado, priman más las noticias blandas, es decir, de entretenimiento, dando cabida, mayoritariamente, a asuntos relacionados con la cultura, monarquía, sucesos o bienestar social. A diferencia de *El País*, siendo las noticias más densas, duras y frecuentes sobre aspectos como la política, economía e injusticias sociales.

A continuación, en la segunda etapa a partir del siglo XX hasta los últimos años, se hará evidente que el diario *ABC* de la década de los 70 y 80 es más similar a los periódicos impresos actuales, caracterizados por la ausencia de noticias. La información se ha desviado hacia el entretenimiento, lo que llaman *infotainment*, es decir, noticias prefabricadas para vender ejemplares y no para informar debidamente.²⁰⁷

²⁰⁶ Veáse Anexos 1-10.

²⁰⁷ PIEDRAHITA, Manuel, *op. cit.*, p. 57.

Capítulo V: Tendencias del diseño de la primera página de los últimos lustros

En este capítulo se explicará la transformación de *El País* y *ABC* a partir del siglo XX en adelante. Se llevará a cabo un recorrido, donde se observará que la situación de la prensa tradicional es cada vez más preocupante debido a la falta de recursos económicos. Factor que inducirá a todos ellos a llevar a cabo una serie de técnicas para llamar todavía más la atención de los lectores.

5.1. El cambio de siglo

La moda, en su sentido más amplio, al ir siempre evolucionando, en este nuevo siglo sigue habiendo cambios en lo que respecta a la prensa tradicional en sus portadas. También se puede certificar que ya no existe una única moda sino una gran variedad, sobre todo, desde el origen de la democracia. La moda es el reflejo histórico y social, por lo que las nuevas tendencias estéticas y éticas en las portadas que se analizarán a continuación, se diferenciarán de las anteriores.²⁰⁸

Como adelanto, se podrá observar que ya todos los titulares están redactados en presente, aunque el hecho sea pasado y también en afirmativo pero ya sin ser todos, a pesar de ser una técnica recomendable como la anterior a causa de la falta de tiempo por parte del lector para tener conocimiento de lo que es sólo una posibilidad.²⁰⁹

Sin embargo, en la mayor parte de las situaciones, el titular de la prensa tradicional ya no es el primero en ser leído debido a los medios audiovisuales o como pueden ser también los digitales. Esta situación lleva a adoptar técnicas que emplean los diarios sensacionalistas, es decir, no destacar en el titular un mero resumen del hecho sino enfocarlo más a crear una frase atractiva para incrementar las ventas. Incluso tampoco resultará extraño ver cómo muchos de ellos acostumbran a esforzarse por ofrecer “una especie de sentencia histórica anticipada”.²¹⁰

²⁰⁸ MÉNDIZ, Alfonso; CRISTÓFOL, Carmen, *op. cit.*, p. 67.

²⁰⁹ GOMIS, Lorenzo, *op. cit.*, p. 29.

²¹⁰ *Ibidem.*

Respecto a las dos portadas, un total de cuatro de cada diario, han sido seleccionadas según una encuesta realizada por el diario *ABC* a sus lectores sobre cuál es el acontecimiento más relevante en la historia de España a través de una exposición de 14 portadas del diario que van desde 1903 hasta el año 2013. Durante esta década tan sólo hay una del año 2004 y otra del 2008, las cuáles han sido las escogidas para llevar a cabo su análisis.²¹¹

En primer lugar, la primera portada a profundizar hace referencia a la fecha 12 de marzo del año 2004.²¹² Tanto *El País* como *ABC* se decantan por un hecho que a día de hoy sigue marcando a España por el trágico suceso del 11M de Atocha, Madrid. El suceso tuvo una serie de consecuencias de carácter inmediato, así como de responsabilizar al entonces Presidente del Gobierno del *Partido Popular*, José María Aznar, del suceso por haberse aliado con Estados Unidos contra Iraq. De hecho, tres días más tarde, el 14 de marzo el *Partido Socialista Obrero Español*, *PSOE*, ganó las elecciones generales.

Al ser un acontecimiento histórico, ambos periódicos difundieron portadas cuyo tema central era el 11M, lo que permitió a la opinión pública documentarse de una forma amplia a través de informaciones e imágenes sobre los sucesos ocurridos. Sin embargo, al ser los datos expuestos tan recientes y todos sin ser totalmente ciertos y contrastados, hizo que comenzaran a originarse críticas acerca de la credibilidad de los medios. A su vez, cada uno tiende a resaltar más al que considera como el principal sospechoso del atentado. Incluso *ABC* ni menciona directamente a *Al Qaeda*. Massó²¹³, explica que esto ocurre porque éstos cuando transmiten los sucesos, exageran o distorsionan al pretender orientar sus respectivos diarios a sus intereses políticos y comerciales, “quedando el interés inicial en algo ficticio.”²¹⁴

Esta tendencia de los diarios cada vez es más frecuente porque lo más probable es que el lector de periódicos ya la conozca a través de algún medio audiovisual como Internet o la televisión. Por esta razón, los diarios se apoyan cada vez más en sus opiniones junto con un enfoque de los acontecimientos diferentes.²¹⁵

²¹¹ ¿Cuánto sabes de la Historia de España del último siglo?, ABC.es. Disponible: <http://www.abc.es/especiales/acontecimientos-historia-espana/> [Fecha de consulta: 15/04/2013].

²¹² Véase Anexos 11-12.

²¹³ MASSÓ, Ramón, García-Lavernia Gil, Joaquín, *op. cit.*, p. 73.

²¹⁴ *Ibidem*.

²¹⁵ FRANCO, Guillermina, Un ejemplo de homogeneidad en el diseño periodístico: la identidad gráfica de las portadas del 11-S y del 11-M, *Ámbitos*, revista internacional de comunicación, nº11-12, p. 160. Disponible: <http://grupo.us.es/grehcco/ambitos11-12/franco.pdf> [Fecha de consulta: 13/05/2013].

El País, por su habitual tendencia de jerarquización de noticias en sus portadas y ser el principal diario de información general a nivel nacional, ha impulsado al resto a llevar un modelo muy semejante de equilibrio entre titular y fotografía como al *ABC*. Respecto al titular de *El País*, se observa una mezcla de opinión e información. Hay que recordar que en la anterior etapa analizada, las informaciones ya no mostraban la pura realidad pero ahora la tendencia cada vez es más pronunciada hasta el punto de caracterizar a los medios por ser puros espectáculos donde la opinión comienza a priorizar cada vez más.²¹⁶ De todos modos, sigue sin renunciar a lo informativo aportando el número de víctimas. El titular fue el siguiente: “Infierno terrorista en Madrid: 192 muertos y 1.400 heridos”. Respecto a el subtítulo: “Interior investiga la pista de Al Qaeda sin descartar a ETA”, hace evidente que, a pesar de mostrar las dos líneas de investigación sobre quien había sido el originador del suceso, presenta como preferente a Al Qaeda.

En contraste a *El País*, el titular del *ABC*: “Asesinadas 200 personas en una matanza terrorista en Madrid”, donde se observa un distinto número de cifra de fallecidos por la ya costumbre mencionada de anticiparse a los hechos. Y lo vuelve a hacer de nuevo en sus subtítulos donde insiste en la supuesta culpabilidad de ETA: “El Gobierno atribuye a ETA los cuatro atentados, pero no descarta otras líneas de investigación” y “Los servicios de información sospechan que los autores son de la <<línea más dura>> de la banda”. Respecto a las fotografías de ambos, se las podrían caracterizar por las propias de los diarios sensacionalistas al exponer una a heridos y otra a cadáveres. Sin embargo, *ABC* muestra una ilustración más chocante por no exponer a los supervivientes sino a los fallecidos.

El País vuelve a escribir en el editorial, titulado “11-M”, que el principal sospechoso es *Al Qaeda*, excluyendo a *ETA* por la envergadura del crimen y por haberse encontrado una furgoneta con detonadores y una cinta magnetofónica con versos del Corán. A su vez, responsabiliza al Gobierno por este desenlace e introduce la posibilidad de que éste haya manipulado u ocultado información debido a la proximidad de las elecciones. En *ABC*, el resto de su portada lo ocupan tres sumarios de declaraciones sobre lo ocurrido en citas textuales de Juan Carlos I, el Papa Juan Pablo II y José María Aznar, donde éste último da por hecho que la tragedia ha sido originada por *ETA*.

²¹⁶ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 167.

Cuando se supo que el grupo terrorista *Al Qaeda* fue el que originó este ataque terrorista, *ABC*, así como otros medios que se decantaban más por pensar que había sido *ETA*, resulta curioso contemplar una ausencia de rectificaciones de informaciones periodísticas por parte de éstos, ya que como bien afirma Massó, si se dan “son mínimas, a destiempo y con espacios reducidos.”²¹⁷

Respecto a los datos obtenidos por la *Oficina de de Justificación de la Difusión* de enero a diciembre de 2004, *ABC* obtuvo 276.914 ejemplares vendidos frente a los 436.301 de *El País*. Las tiradas medias de ambos todavía muestran más diferencias siendo la del *ABC* de 359.842 ejemplares y *El País* de 562.821.²¹⁸

Aunque ambos diarios interpretan la noticia de formas distintas. *El País* se muestra más neutral ya que en *ABC* ni menciona a *Al Qaeda*, simplemente se refiere a ella como “otras líneas de investigación”, impulsando así más a un convencimiento de que *ETA* es, prácticamente, el único sospechoso, que lo potencia con la cita de José María Aznar, quien directamente ya lo da por hecho. En cambio *El País*, se decanta más por pensar que se trata de *Al Qaeda* pero también menciona a *ETA* y en ningún momento expone informaciones de ningún personaje mediático para convencer de que se trata de este grupo terrorista.

Autores como Méndiz o Cristófol, afirman que “una información que no remita a la realidad de las cosas, deja de ser información y deja también de ser periodismo.”²¹⁹ Esta afirmación podría ser uno de los motivos de la causa del continuo descenso del *ABC*. De hecho, a causa de la necesidad de satisfacer las necesidades de los lectores, los elementos que caracterizan a la publicidad por ser sus mensajes informativos y a la vez persuasivos, se comienza a aplicar también en los diarios. Pero nunca deben manipular, tan sólo persuadir o sugestionar, porque carecerán de credibilidad y provocará su cierre.²²⁰

En las portadas del 4 de enero de 2008, los intereses de los dos diarios están claramente expuestos.²²¹ Mientras que el titular de *El País*: “La economía acosa a los socialistas a sólo dos meses de las elecciones” junto con dos subtítulos: “La inflación se dispara al 4,3%, el peor dato desde el año 1995” y “La tasa de paro

²¹⁷ *Ibid.*, pp. 183-184.

²¹⁸ OJD, Enero-Diciembre 2004.

²¹⁹ MÉNDIZ, Alfonso; CRISTÓFOL, Carmen, *op. cit.*, p. 5.

²²⁰ *Ibid.*, p. 18.

²²¹ Véase Anexos 13-14.

crece a niveles no registrados desde 2002”, para el diario *ABC* la forma de descifrar su realidad es totalmente diferente.

Ambos comparten la misma importancia sobre la situación de España pero el diario conservador lo anuncia en su titular de la siguiente forma: “Estalla la crisis económica” junto con tres subtítulos y recalando la noticia con distintos datos: “Los principales indicadores económicos hacen saltar las alarmas a dos meses del 9-M”, “El Gobierno comienza el año con 106.000 parados más y la peor inflación en 12 años”, “La confianza del consumidor se desploma 13 puntos y cae a mínimos históricos”. Todo ello acompañado también de cinco antetítulos gráficos sobre la inflación, el paro, Ibex, índice de confianza y el petróleo. Se observa una clara orientación por favorecer al partido de derechas y mientras intenta culpar al *PSOE* de la situación, *El País* muestra su indignación por culpar al partido socialista de la crisis a tan sólo dos meses al mando.

Por otro lado, las ilustraciones de ambos son de distintas temáticas. El *ABC* muestra a Hillary Clinton sonriente durante su último mitin en los *caucuses* de Iowa, con un titular dentro de la propia imagen: “Serio varapalo a Hillary Clinton en Iowa” y un subtítulo de cuatro líneas explicando la victoria de Barack Obama frente a la demócrata y el triunfo del republicano Mike Huckabee. Respecto a esta noticia, *El País* muestra dos imágenes de ambos candidatos: B. Obama y M. Huckabee pero sin ser su principal fotografía. El titular de *El País* para esta noticia es más informativo y no de opinión como lo hace *ABC*: “Obama y Huckabee inician con ventaja la carrera a la Casa Blanca”. No se puede afirmar que *ABC* protagoniza con esta noticia una noticia amarillista pero sí sensacionalista al difundir una información verdadera pero chocante e incluso dañina para H. Clinton y también innecesaria para anunciar lo realmente noticioso, que son los candidatos que han destacado en los *caucuses*.

La temática central de la fotografía principal de *El País* trata sobre el terrorismo, concretamente, de los disturbios ocasionados en Kenia causando la muerte de más de 300 personas. En la imagen se puede observar al Presidente Mwai Kibaki durante una visita a la morgue de Nairobi. Como personaje es noticia para este diario al anunciar su disposición a negociar con el líder de la oposición para solucionar el problema. Su imagen central, al igual que en el periódico *ABC*, no se libra tampoco del sensacionalismo al aparecer el Presidente junto con numerosos cadáveres sin estar cubiertos. Esto es una muestra del poder de la imagen por la que se puede, en este caso, incentivar la problemática situación del país. Razón de

peso para emparentar más las noticias con los anuncios, siendo ésta una de sus armas para influenciar a las masas.²²²

Otra de las noticias que comparten ambos es la que hace referencia a la confrontación de Marruecos y España por la visita de los Reyes a Ceuta y Melilla, cuya soberanía el país marroquí reivindicaba. Esto hizo que el entonces Presidente, José Luis Rodríguez Zapatero, escribiera una carta dirigida al Rey Mohamed VI para mejorar las relaciones con el país y ordenar el regreso de su embajador, Omar Azziman, a Madrid tras su ausencia en España durante dos meses. Para ello, el Ministro de Asuntos Exteriores, Miguel Ángel Moratinos, se desplazó a Rabat para entregar dicha carta.

El País muestra una efectividad por parte del partido socialista con un titular que decía lo siguiente: “Zapatero cierra la crisis con Rabat con una carta al rey Mohamed VI”, donde se resalta la entrega de esta carta y un regreso próximo del embajador marroquí a Madrid. Además, a lo largo de la página doce, donde se desarrolla la noticia, textualmente se incide en que el Ministro de Asuntos Exteriores marroquí, Fassi-Fihri, acudirá con la carta “en las próximas horas al palacio real para ser recibido en audiencia por Mohamed VI. Tras leer la misiva, el monarca decidirá la rápida vuelta de su representante a Madrid.”²²³ Pero *ABC* ya expone una información totalmente opuesta: “Moratinos lleva a Rabat una carta de Zapatero a Mohamed VI y se vuelve de vacío”.

Uno asegura de la vuelta del embajador y el otro, como así lo expone en su subtítular el *ABC*: “El ministro de asuntos Exteriores marroquí recuerda el viaje de Don Juan Carlos a Ceuta y Melilla y avisa que su Rey decidirá cuando vuelve el Embajador”, resalta la incertidumbre sin certificarlo. Esta diferencia es simplemente porque el valor de la noticia la decide siempre el lector pero *El País*, esta vez, es el que roza más la manipulación al estar certificando algo que no era conocedor en ese momento al 100 por 100.

El Gobierno del *PSOE* ya había aprobado recientemente la ley de la libertad religiosa por la que se apostaba reforzar el pluralismo. Entre otros aspectos, hace referencia, sobre todo, a inmigrantes musulmanes o como pueden algunos latinoamericanos cuyas creencias son diferentes para evitar de esta forma un trato

²²² MÉNDIZ, Alfonso; CRISTÓFOL, Carmen, *op. cit.*, p. 179.

²²³ CEMBRERO, Ignacio, Una carta de Zapatero para Mohamed VI desbloquea la crisis con Marruecos, *El País*, 04/01/2008. Disponible: http://elpais.com/diario/2008/01/04/espana/1199401201_850215.html [Fecha de consulta: 01/05/2013].

discriminatorio. A su vez, también se señala el derecho al aborto, un tema que el *PP* por su ideología conservadora no lo comparte.²²⁴ Este tema volvía a ser noticia debido a que el 30 de diciembre, los cardenales Rouco Varela y García-Gasco habían organizado en Madrid un acto a favor de la familia y la ley aprobada por el Gobierno fue mencionada al estar en contra la Iglesia. Esta situación provocó las siguientes noticias de los diarios cuyas confrontaciones sobre este asunto es evidente.

El País manifiesta lo siguiente en su titular: “Los cardenales Rouco Varela y García-Gasco convirtieron el acto en un mitin” y *ABC* aprovecha la situación para retratar en qué ha desembocado en España la decisión del derecho de aborto: “Sanidad confirma que hubo más de cien mil abortos en España en 2006”, explicando también en su subtítulo que se ha incrementado casi un once por ciento desde el año 2005 y que más de 2000 fueron en fetos de más de 21 semanas.

Un lector que no está documentado sobre el tema puede pensar que son noticias aparentemente distintas, al ser una sobre la Iglesia y la otra sobre sanidad, pero las dos se publican por un mismo motivo. Se puede certificar que con las noticias *light* o informaciones parciales, si el receptor no está previamente bien documentado, puede ser más fácil persuadirle al no saber la otra realidad de la noticia. Sin embargo, la mayor parte de la sociedad demanda lo *light* y por lo tanto, es menos crítica al ceñirse sólo a una realidad.

Por otro lado, *El País* contiene una noticia más cuyo titular es el siguiente: “Hay regiones donde las mafias disputan el poder al Estado”, donde explica, a través de la información obtenida por Medina, fiscal general de México, la problemática situación de este país por el narcotráfico, batiendo además el record ese año de decomisos de droga.

También cabe destacar que ambos diarios coinciden en insertar publicidad en sus portadas. Se destaca esta observación al comenzar a ser más habitual en la prensa tradicional por su comienzo de pérdida de ingresos.²²⁵ Esta situación se certifica si se tienen en cuenta los datos obtenidos por la *OJD*, de enero a diciembre de 2008. *El País* vende una media de 431.034 ejemplares mensuales y obtiene una tirada

²²⁴ GORRIARÁN, R., El Gobierno reformará la ley de libertad religiosa para reforzar el laicismo y el pluralismo, *Lavozdegalicia.es*. Disponible: http://www.lavozdegalicia.es/espana/2008/12/13/0003_7391539.htm [Fecha de consulta: 06/05/2013].

²²⁵ MÉNDIZ, Alfonso; CRISTÓFOL, Carmen, *op. cit.*, p. 103.

media de 563.495. En cambio ABC sólo consigue vender casi la mitad, siendo de media 251.642 junto con una tirada de 343.525 ejemplares.²²⁶

A pesar de no ser bruscas las pérdidas económicas, la preocupación de la prensa tradicional comienza a ser alarmante porque a pesar de sus continuas transformaciones para satisfacer a los lectores, siguen sin obtener resultados positivos. La saturación de medios es cada vez más evidente y aquellos, como la televisión, que tienen recursos como para adelantarse a contar las informaciones, son los que comienzan a estar cada vez más de moda.²²⁷

5.2. En la última década

La rapidez y el éxito de los cambios tecnológicos a comienzos del siglo XXI en el hipersector de la comunicación, hace que su creciente demanda se vea influenciada en la prensa tradicional a la hora de redactar los contenidos. Esta tendencia está provocando un escaso interés por el rigor informativo de los diarios y un aumento por adoptar cada vez más recursos sensacionalistas.²²⁸

En efecto, los medios digitales y redes sociales como *twitter*, en los últimos años se han convertido de unas de las principales fuentes de información.²²⁹ Este panorama hace que los esquemas tradicionales de comunicación estén cambiando, por lo que también los directores de comunicación tiendan a adaptarse a los nuevos tiempos y a los nuevos soportes.²³⁰

Todos estos aspectos fomentan que en la actual década ya quede en el olvido la exclusiva industria de los periódicos impresos. Para poder seguir sobreviviendo, *El País* y *ABC* comienzan a poner en marcha la implantación de sus contenidos en Internet. Según el propio diario *El País*, lo consideraba urgente para no ser “anticuado, obsoleto y esclerótico” y convirtiéndose ya en marzo del 2009 en una empresa de producción de contenidos de calidad para papel, Internet y teléfonos

²²⁶ OJD, Enero-Diciembre 2008.

²²⁷ GOMIS, Lorenzo, *op. cit.*, p. 31.

²²⁸ MÉNDIZ, Alfonso; CRISTÓFOL, Carmen, *op. cit.*, p. 95.

²²⁹ GARCÍA, Juan, El problema de la prensa escrita, *Economía digital*. Disponible: http://www.economiadigital.es/es/notices/2010/11/el_problema_de_la_prensa_escrita_14898.php [Fecha de consulta: 14/05/2013].

²³⁰ La prensa tradicional sigue viva y las redes sociales son intermediarios que pueden desaparecer, *dircom*, 30/11/2012. Disponible: <http://www.dircom.org/delegaciones/dircom-castilla-y-leon/actualidad/item/4669-la-prensa-tradicional-sigue-viva-y-las-redes-sociales-son-intermediarios-que-pueden-desaparecer> [Fecha de consulta: 10/05/2013].

móviles.²³¹ Así también lo hace el diario *ABC* en septiembre del mismo año digitalizando todos sus diarios.²³² Esto supone también que el ciudadano pueda conseguir contrastar información de una forma sencilla.

Para comenzar, siguiendo el mismo procedimiento de elección que en el anterior subepígrafe, se han recogido las dos portadas que se destacan en la encuesta que *ABC* lleva a cabo en esta década, una del año 2010 y otra del 2011.²³³

La portada del 12 de julio de 2010 de los periódicos *ABC* y *El País* es bastante similar.²³⁴ Sus primeras páginas son realmente homogéneas hasta el punto que comparten la misma fotografía. La noticia trata sobre el Mundial de Fútbol cuando España quedó campeona.

Si se hace referencia al otro acontecimiento histórico del país mencionado en este capítulo, es decir, al *11M*, se puede apreciar que la razón por la que tengan en esa primera página una ilustración distinta se debe a que fueron los hechos fotografiados en el lugar de los hechos. En el caso del Mundial se trata de la misma al ser recogida a través de una agencia por tener lugar la victoria en Johannesburgo, Sudáfrica y no en España. De hecho, el aumento de las noticias internacionales origina que se den con cada vez más frecuencia estas similitudes.

Sin embargo, mientras que *El País* se mantiene fiel a la importancia del texto, a pesar de abarcar más tamaño su ilustración, al igual que lo hizo con el *11M*, *ABC* da prácticamente un 100 por 100 de importancia al poder de la imagen, como ya lo hacía en la etapa de mediados de los años 70.

Respecto al texto, *El País* muestra por primera vez, según las portadas analizadas, un antetítulo con letras en mayúsculas como ya lo hacía *ABC* en los años 70: "EUFORIA EN ESPAÑA TRAS CORONAR POR PRIMERA VEZ LA CIMA DEL FÚTBOL", un titular: "Campeones del mundo" y dos subtitulares: "La Roja vence 1-0 en la prórroga a Holanda con un gol de Iniesta" y "La selección consolida el

²³¹ EL PAÍS fusiona las redacciones del diario y de Internet, *El País*, Madrid, 21/01/2009. Disponible: http://elpais.com/diario/2009/01/21/sociedad/1232492408_850215.html [Fecha de consulta: 15/05/2013].

²³² La histórica hemeroteca de ABC se digitaliza, *El Imparcial*, 25/09/2009. Disponible: <http://www.elimparcial.es/television/la-historica-hemeroteca-de-abc-se-digitaliza-48467.html> [Fecha de consulta: 15/05/2013].

²³³ ¿Cuánto sabes de la Historia de España del último siglo?, *ABC.es*. Disponible: <http://www.abc.es/especiales/acontecimientos-historia-espana/> [Fecha de consulta: 15/04/2013].

²³⁴ Véase Anexos 15-16.

liderazgo de una generación deslumbrante”. Por último, un artículo sobre la noticia por José Sámano desde Johannesburgo y el adelanto del editorial con el título “Esplendor en la Hierba”.

El diario *ABC* tan sólo refleja un subtítulo: “11-J PARA LA HISTORIA DE ESPAÑA”, que al igual que en *El País* es de mayor tamaño que el titular: “CAMPEONES”, junto con un subtítulo: “El gol de Iniesta en la prórroga cierra el círculo de una generación prodigiosa que conquistó por vez primera para nuestro país el título mundial tras derrotar a Holanda en la final por 1-0.” Estos titulares y subtítulos son ejemplos de la similitud de los eslóganes publicitarios. A su vez, las noticias culturales, en este caso sobre el fútbol, se han convertido en objeto de diversión y aplauso.²³⁵

En efecto, la semejanza de las portadas no responde a la casualidad sino más bien a un estudio del *gatekeeper* sobre qué tipo de noticias son eficaces para publicarse, las cuales son recogidas por los profesionales de relaciones públicas.²³⁶ Los lectores iban a demandar, principalmente, información sobre la noticia de la victoria de *La Roja* pero la cultura de empresa de ambos diarios se ve atada también a su diseño. *ABC* prioriza, como casi siempre lo ha hecho, las imágenes frente al texto, mientras que *El País*, a pesar de haber ido disminuyendo su cantidad de texto a lo largo de los años, lo sigue teniendo en cuenta.

Un aspecto curioso es que en la noticia del 11M, ambos diarios se asemejan más en su estructura de simetría de texto e imagen, es decir, más a *El País*. Sin embargo, en ésta última portada, *ABC* ya no adopta la estrategia de *El País*. Una teoría por no tener ya en cuenta *ABC* más texto en su primera página, podría ser por el descenso progresivo de *El País* desde el año 2008, siendo en el año 2010 su difusión media de 370.080 ejemplares con una tirada media de 473.407 lo que podría haber incitado al diario conservador a no tener tan en cuenta las estrategias del diseño de *El País*. De todos modos, lo que sí que es cierto es que los receptores prefieren informarse todavía con elementos más simples y *ABC*, por haberse adecuado más a la moda del momento, pudo ser una de las razones de su leve incremento en ventas con 279.539 ejemplares de media junto con 326.584 ejemplares de tirada útil.²³⁷

²³⁵ MASSÓ, Ramón, *op. cit.*, pp. 164-165.

²³⁶ MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *op. cit.*, p. 49.

²³⁷ OJD, Enero-Diciembre 2010.

Las últimas portadas a analizar son las que se publicaron el 21 de octubre de 2011.²³⁸ Las dos comparten las mismas noticias siendo ambas sobre terrorismo a nivel nacional e internacional. La noticia que protagonizan en sus respectivos titulares principales se trata de cuando *ETA* anunció el cese definitivo de los atentados. Pero, como ya es bien sabido, cada diario siempre tiende a sacar provecho de sus intereses de cultura de empresa y el enfoque de las reacciones de los líderes del Gobierno varían en sus informaciones. Pero de esto ya se encargan antes los gabinetes de comunicación.

En primer lugar, en *El País* se muestra un total optimismo por el comienzo de una etapa pacífica a través de un subtítulo: “ETA DEJA LAS ARMAS TRAS 43 AÑOS DE VIOLENCIA Y 829 VÍCTIMAS MORTALES”, titular: “El Fin del terror” y numerosos subtítulos: “La banda anuncia el “cese definitivo” de su “actividad armada” con una declaración histórica”, “Pide diálogo directo a España y Francia para resolver las “consecuencias del conflicto”, “Zapatero: “Una victoria de la democracia, la ley y la razón””.

El diario da por concluido el fin de *ETA* a pesar de no manifestar en su comunicado que la banda entregará las armas y que se disolverá. En este hecho histórico, estaba al mando el *PSOE*, por lo que era muy positivo para éste y razón de peso para que *ABC* redactara un titular negativo sobre el acontecimiento: “ETA ni se disuelve ni entrega las armas”, así también como un subtítulo donde no falta la opinión: “Euforia de Zapatero y cautela de Rajoy ante un paso insuficiente de los terroristas”. A diferencia de su antetítulo, que es más objetivo: “LA BANDA ANUNCIA EL <<CESE DEFINITIVO>> DE LOS ATENTADOS”.

A su vez, la fotografía en ambos es la misma pero es capturada en secuencias distintas del vídeo publicado por la banda . En *El País* se muestra una fotografía mucho más reducida donde los tres miembros que aparecen sentados levantan el brazo, símbolo que se caracteriza por la victoria. De hecho, así lo dice su pie de fotografía: “Imagen del vídeo en el que tres etarras anunciaron el fin de la violencia.”

Sin embargo, en el diario *ABC* la imagen es la de mayor tamaño en su portada y la posición de los etarras no contiene ningún gesto de éstos que pueda transmitir una sensación de tanto optimismo como en *El País*. Además, así se aclara en su pie: “Con la parafernalia habitual, los etarras proclaman el fin de su <<actividad

²³⁸ Véase Anexos 17-18.

armada>>, sin pedir perdón a las víctimas”. Un pie de foto donde la opinión tampoco falta.

A su vez, otro punto a destacar sobre estas ilustraciones, es el intento del *ABC* por agrandar al máximo posible la fotografía, incluso llegando a parecer un tanto pixelada. Y, si se presta atención al símbolo que aparece en la pared, se puede observar la frase “Bietan jarrai”, lo que significa en castellano “Siempre seguiremos”. Una forma de incidir en que Mariano Rajoy adopta una posición más adecuada y por la que se debe de mantener la cautela. Por otro lado, las diferencias de esta información se muestran en sus editoriales. En el *ABC* lo titula como “EN HONOR DE LAS VÍCTIMAS” y *El País*: “Punto final a la pesadilla”.

La otra noticia que protagonizan los diarios es la muerte de Muamar el Gadafi, dictador de Libia durante 42 años por los rebeldes con el apoyo de la *OTAN*. *El País* inserta un titular puramente informativo y objetivo: “Los rebeldes matan a Gadafi con el apoyo de la OTAN”, mientras que *ABC* lo inserta acompañado de opinión pero serio a la vez: “Final violento para un dictador cruel”, junto con un subtítulo más neutral: “Gadafi intentó refugiarse en una alcantarilla, pero fue localizado y abatido por los rebeldes libios”.

Las fotografías de los diarios se caracterizan por ser sensacionalistas, ya que a pesar de ser distintas, reflejan el cuerpo del dictador totalmente ensangrentado. Así también lo es, especialmente, el pie del diario *El País*: “El cadáver de Muamar el Gadafi es exhibido y fotografiado como un trofeo en Misrata”, siendo el de *ABC*: “El cadáver de Gadafi tras ser tiroteado”. Este tipo de imágenes cada vez son más comunes para transmitir, sobre todo, acontecimientos de temática terrorista a causa de la ausencia de criterios éticos. Esto da lugar a la creación también de mensajes que, como en este caso, pueden menoscabar la imagen del dictador al no ser puramente objetivos.²³⁹

Asimismo, *El País* inserta un plus informativo a diferencia de *ABC*. Se trata de un artículo por Ignacio Cembrero desde Túnez, donde se explica la situación producida por este acontecimiento pero de forma neutral.

En este año se produce un descenso en los dos diarios, tanto en sus tiradas como en su difusión. Sin embargo, *ABC* lo sufre mucho más al ser menos estable

²³⁹ MÉNDIZ, Alfonso; CRISTÓFOL, Carmen, *op. cit.*, p. 75.

reduciéndose su difusión media a 221.352 ejemplares y su tirada a 291.346. *El País* se mantiene con cifras más estables pero también negativas con 365.117 ejemplares vendidos junto con 461.788 difundidos de media.²⁴⁰ Razón de peso por la que también se aprecien anuncios en los dos, a pesar de ser las noticias de sus portadas unos hechos históricos muy atractivos para su compra por parte de la sociedad.

El País es el diario líder en información general pero aun así también sufre este decrecimiento en ventas y tiradas como el resto.²⁴¹ La situación sigue siendo cada vez más crítica y los debates sobre el futuro de este medio no dejan de ser constantes por la incertidumbre del qué hacer para evitar su extinción. Contra este pronóstico, en los últimos años se apostó por la promoción de ventas que ofrecen productos gratuitos para luchar contra el estancamiento de la difusión. Pero la fidelización de los lectores resulta difícil de conseguir dado que el lector se ve tentado a cambiar de periódico cuando comienza una nueva promoción en otro diario que le interesa.²⁴²

Vista esta limitación, muchos han comenzado a imponer su promoción de ventas de productos no gratuitos para buscar más fidelización e ingresos extra. Pero, desgraciadamente, también se incluyen más anuncios engañosos o poco éticos, por ejemplo, de productos milagrosos o fórmulas para ser millonario. Esto implica que la relevancia y penetración de este medio se vea afectada por la apertura a nuevos formatos que hasta ahora no estaban autorizados, así como anuncios en mitad de página o formatos mayores de un faldón en portada. Aun así, a los periódicos lo que más les sigue preocupando es intentar mantener a los lectores sin importar si es ético o no. Lo mismo ocurre con sus titulares, cada vez más parecidos a los eslóganes publicitarios, o con el cuerpo de texto de sus noticias, siempre atractivas. Éstas son cada vez menos diferenciables de las sensacionalistas, que las potencian también con la inclusión de sus suplementos, donde en muchas ocasiones predomina la prensa rosa para fidelizar a los lectores.²⁴³

²⁴⁰ OJD, Enero-Diciembre 2011.

²⁴¹ AIMC, abril 2012 a marzo 2013. Resumen general. EGM. Disponible: <http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html> [Fecha de consulta: 10/05/2013].

²⁴² MÉNDIZ, Alfonso; CRISTÓFOL, Carmen, *op. cit.*, pp. 105-106.

²⁴³ *Ibidem*.

Conclusiones

El poder de informar sobre los acontecimientos que van teniendo lugar, siempre ha estado en manos de los *mass media* y en menor medida, de los gabinetes de comunicación al proporcionarle información. Con el transcurso de los años, ya no se habla de la influencia de los medios, sino de los responsables de la construcción de la realidad.

Sin embargo, se tiende a vivir en un mundo cada vez más superficial donde las modas nacen y mueren muy deprisa. Para no perder el hilo, los medios actuales deben reciclarse constantemente para adecuarse a las necesidades del momento, es decir, al mercado. Esto no lo tuvo en cuenta *ABC*, a partir de la transición democrática, cuando las sociedades estaban desinformadas y despolitizadas y querían más hechos que meras imágenes estéticas y complementarias al texto.

No obstante, la tendencia va contracorriente. Debido al aumento de las ajetreadas vidas de los ciudadanos y la costumbre de querer aparentar saber de todo, las informaciones son más ligeras en contenido. Por otro lado, las noticias tienden a anticiparse a los hechos con el propósito de dar una noticia lo más novedosa posible, e intentar ser los primeros en publicarla. Esto implica que a causa de la escasez de tiempo para poder verificarlas, se contradigan por la falta de contraste de fuentes. En otras palabras, la tendencia actual a la rapidez, la novedad o la ligereza origina una noticia poco fiable. Esta situación ha provocado numerosos debates acerca de la credibilidad de los periódicos.

Respecto a las fotografías, hoy en día resultan imprescindibles, ya que su fin es distinto. Ahora también son noticia al estar compuestas por información y emoción, hasta el punto de que no sea tan imprescindible que lleven un titular para explicarla. A su vez, ayudan a contextualizar el texto de una forma que no lo pueden hacer las palabras. Incluso pueden llegar a representar la misma ideología de un diario sobre un hecho determinado. Esta influencia viene dada en parte por el medio televisivo, que junto con su poder de imágenes, ha logrado ser el medio con el índice más alto en penetración.

Otro cambio generado en la prensa ha sido el originado por los nuevos medios audiovisual o digitales. La prensa tradicional ya no es lo que era en sus inicios debido a la creciente importancia de estos medios. Ahora existe la costumbre en los medios de observar e imitar a los que los superan. Esto explica los nuevos

comportamientos de los periódicos, tanto por su estilo narrativo como estético. El sensacionalismo, la polémica y la multitud de fotografías chocantes de colores, especialmente, en sus portadas, son aspectos muy comunes que habitúan a tener en cuenta. Asimismo, para intentar destacar en algo que los demás medios no pueden ofrecer debido a su formato, se dedican a añadir opinión a sus contenidos. Pero aun así, el descenso del número de lectores es inminente. La mayoría se han visto obligados a incorporar promociones de ventas de productos, normalmente de pago, para buscar más fidelización. Asimismo, la inclusión de una mayor publicidad en formatos mayores y poco seria o engañosa, se ha convertido en algo rutinario para poder contrarrestar la falta de recursos económicos.

Esta dinámica de los medios influye en un aumento de la homogeneidad de sus contenidos, así como también en el hecho de que muchos de éstos pertenezcan a un mismo grupo multimedia. Esta pasividad de los contenidos hace que sea aún más difícil captar la atención y sólo el mejor, en este caso la televisión, triunfará. De ahí que los diarios tengan también unos resultados más negativos y que muchos de los que son especializados lo sufran menos al dirigirse a un público más concreto y ser más distinguidos. Que el diario deportivo *Marca* sea este último año líder en la prensa nacional no es mera casualidad.

De todas formas, tampoco se puede decir que la televisión sea la creadora de las modas que van surgiendo y desapareciendo. Las noticias ya no son buscadas por los medios, sino que éstas van a ellos a través de los profesionales de relaciones públicas. Pero las distintas informaciones recogidas por éstos son estudiadas para saber si realmente son eficaces para que los medios las difundan. Por ello, analizan, entre otros aspectos, los gustos y exigencias por parte de la sociedad en un momento determinado. Pero todos nosotros estamos ya infectados por el dominio de los *mass media* al dirigir la opinión pública. Y aunque seamos más o menos autocríticos, no deja de ser la realidad en la que vivimos y por lo tanto una parte de nuestra personalidad.

El reto por intentar esforzarnos en controlar y ser conscientes de este panorama, puede ayudarnos a no estar totalmente dominados por los medios de comunicación. Pero en las sociedades desarrolladas, como España, cada vez resulta más complicado, por la imposibilidad de dominar todos los acontecimientos que tienen lugar. Esto implica una inviabilidad para poder crear una perspectiva propia de los hechos. Pero de esto ya se encargan las relaciones públicas, aunque las informaciones que recopilan son seleccionadas según sus preferencias. Luego, los

medios se limitan a publicar menos de la mitad de las que le han sido proporcionadas, retocadas según sus intereses. Todo este proceso justifica la existencia de pocas personas autocríticas.

Esta situación provoca que se origine un círculo vicioso donde tanto la sociedad como las fuentes y los medios de comunicación, todos ellos en mayor o menor medida, participen en la evolución de las modas. Los pocos periodistas responsables que todavía quedan, están atrapados en esta situación mediática. Y a pesar de sus intentos por que se prioricen aspectos como la verdad y la confianza frente a lo atractivo y superficial, no lo suelen conseguir ya que el mercado es el que manda. Si algo se vende, todo vale, ésta es la filosofía del momento.

Bibliografía

Libros

AA. VV., *ABC contigo. El ABC siempre, mejor que nunca. 2010*, Madrid, Prensa Española, 2010.

AA. VV., *Memoria de la transición*, Madrid, El País, 1995.

AA. VV., *Libro Blanco de la Prensa Diaria 2013*, Madrid, Aede, 2013.

ÁLVAREZ, Jesús, *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*, Barcelona, Ariel Comunicación, 1989.

BLACK, Sam, *ABC de las Relaciones Públicas. Todos los secretos y fundamentos de las Relaciones Públicas, con ejemplos reales*, Barcelona, Gestión 2000, 1994.

BOURDIN, Alain, *qué ha dicho verdaderamente Mac Luhan*, Madrid, Doncel, 1973.

CHIVELET, Mercedes, *Historia de la prensa cotidiana en España*, Madrid, Acento, 2001.

FERMÍN, Juan, *La Historia gráfica de la prensa española*, Barcelona, RBA, 2011.

FERNÁNDEZ, Manuel, *El público como sujeto activo en la producción de mensajes informativos*, Secretariado de Publicaciones, Canarias, Universidad La Laguna, 1992.

GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *Disfunciones del periodismo en la actual cultura mediática. Manual de situación para publicitarios y relaciones públicas*, Barcelona, Astro Uno, 2007.

GOMIS, Lorenzo, *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*, Barcelona, Paidós Comunicación, 1991.

IMBERT, Gérard; VIDAL, José, *El País o la referencia dominante*, Barcelona, Mitre, 1986.

LAMUEDRA, María, *Las historias de los famosos en la sociedad mediática: ¿Por qué tantos, por qué ahora?*, Diputación de Huelva, 2007

MARTÍN, Isabel; MARTÍNEZ DE LAS HERAS, Agustín, *Historia y comunicación en la España Contemporánea*, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, 2010.

MASSÓ, Ramón, *El éxito de la cultura light*, Barcelona, Ronsel, 1993.

MASSÓ, Ramón; GARCÍA-LAVERNIA, Joaquín, *Noticias frente a hechos. Entender la realidad después de leer los periódicos*, Barcelona, CIMS, 1997.

MÉNDIZ, Alfonso; CRISTÓFOL, Carmen, *Falsedad y Comunicación*, Universidad de Málaga, 2007.

PALENCIA-LEFLER, Manuel, *90 Técnicas de Relaciones Públicas. Manual de Comunicación*, Barcelona, Profit, 2008.

PIEDRAHITA, Manuel, *Periodismo impreso, audiovisual y electrónico del siglo XXI*, Madrid, Universitas, 1998.

SÁNCHEZ, J.J.; BARRERA DEL BARRIO, Carlos, *Historia del periodismo español desde sus orígenes hasta 1975*, Pamplona, EUNSA, 1992.

SÁNCHEZ, José Luis, *Crítica de la seducción mediática*, Madrid, Tecnos, 2002.

WILCOX, Dennis L., CAMERON, Glen T., XIFRA, Jordi; *Relaciones Públicas. Estrategias y tácticas*, Madrid, Pearson, 2006.

XIFRA, Jordi, *Técnicas de las Relaciones Públicas*, Barcelona, UOC, 1997.

ZYGMUNT, Bauman, *Vida Líquida*, Barcelona, Paidós, 2006.

Fuentes de Internet:

...y fracaso en España, rionegro.com.ar, 5 Agosto 2011. Disponible:

<http://www.rionegro.com.ar/diario/y-fracaso-en-espana-678458-10101-nota.aspx>

¿Cuánto sabes de la Historia de España del último siglo?, ABC.es. Disponible:

<http://www.abc.es/especiales/acontecimientos-historia-espana/>

ABC (Madrid)-27/01/1997, p. 5. Disponible:

<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1977/01/27/005.html>

ABC (Madrid)-27/01/1977, p. 18. Disponible:

<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1977/01/27/018.html>

AIMC, abril 2012 a marzo 2013. Resumen general. EGM. Disponible:

<http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

AIMC, febrero a noviembre de 2000. Resumen general. EGM. Disponible:

<http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

BRACERO, Nanni, La 1 recupera el liderazgo de los informativos sobre Telecinco en marzo, ideal.es, 1 Abril 2013. Disponible:

<http://www.ideal.es/granada/20130401/gente/la-1-recupera-liderazgo-informativos-sobre-telecinco-en-marzo-201304011549.html>

Breve historia de El País, El País. Disponible:

http://www.elpais.com/fotogalerias/popup_animacion.html?xref=20041011elpepusoc_2

Boletín Oficial del Estado, Constitución Española. Disponible:

<http://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1978-31229>

Boletín Oficial del Estado, Ley Orgánica 2/1997, de 19 de junio, reguladora de la cláusula de conciencia de los profesionales de la información. Disponible:

<http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1997-13374>

CEMBRERO, Ignacio, Una carta de Zapatero para Mohamed VI desbloquea la crisis con Marruecos, El País, 04/01/2008. Disponible:

http://elpais.com/diario/2008/01/04/espana/1199401201_850215.html

EL PAÍS: 166.000 ejemplares de tirada diaria en diciembre, El País, 19/01/1077. Disponible:

http://elpais.com/diario/1977/01/19/opinion/222476401_850215.html

EL PAÍS fusiona las redacciones del diario y de Internet, El País, Madrid, 21/01/2009. Disponible:

http://elpais.com/diario/2009/01/21/sociedad/1232492408_850215.html

FERNÁNDEZ, Lucía, "Suspenden a un periodista del Washington Post por twitear información falsa", periodistadigital, 03/05/2010. Disponible:

<http://www.periodistadigital.com/periodismo/internet/2010/09/03/mike-wise-periodista-washington-post-tweet-twitter-suspension-informacion-falsa.shtml>

FRANCO, Guillermina, Un ejemplo de homogeneidad en el diseño periodístico: la identidad gráfica de las portadas del 11-S y del 11-M, Ámbitos, revista internacional de comunicación, nº11-12, p. 160. Disponible:

<http://grupo.us.es/grehcco/ambitos11-12/franco.pdf>

GARCÍA, Juan, El problema de la prensa escrita, Economía digital. Disponible:

http://www.economiadigital.es/es/notices/2010/11/el_problema_de_la_prensa_escrita_14898.php

GORRIARÁN, R., El Gobierno reformará la ley de libertad religiosa para reforzar el laicismo y el pluralismo, Lavozdegalicia.es. Disponible:

http://www.lavozdegalicia.es/espana/2008/12/13/0003_7391539.htm

La histórica hemeroteca de ABC se digitaliza, El Imparcial, 25/09/2009. Disponible:

<http://www.elimparcial.es/television/la-historica-hemeroteca-de-abc-se-digitaliza-48467.html>

La prensa tradicional sigue viva y las redes sociales son intermediarios que pueden desaparecer, dircom, 30/11/2012. Disponible:

<http://www.dircom.org/delegaciones/dircom-castilla-y-leon/actualidad/item/4669-la-prensa-tradicional-sigue-viva-y-las-redes-sociales-son-intermediarios-que-pueden-desaparecer>

Las portadas destacas, El País. Disponible:

<http://www.elpais.com/especiales/2006/30aniversario/portadas.html>

OJD febrero: 'Marca' ralentiza su caída de difusión hasta el 9% y 'AS' pierde un 16%, Prrensa, 27/03/2013. Disponible:

<http://www.prnoticias.com/index.php/prensa/209/20120571>

Prensa II. Cuarto Poder, canalsocial.net. Disponible:

http://www.canalsocial.net/Ger/ficha_GER.asp?id=9957&cat=medioinformacion

Representación permanente de España ante la Unión Europea. Historia. Disponible:

<http://www.es-ue.org/Default.asp?section=99&lq=2>

Resumen general de resultados EGM. Abril de 2012 a Marzo de 2013. Disponible:

<http://www.aimc.es/-Datos-EGM-Resumen-General-.html>

SEBASTIÁN, Pablo, "En el asalto a la Embajada de España murieron 39 personas porque lo quiso el Gobierno de Guatemala", entrevista, El País, 25/01/1981. Disponible:

http://elpais.com/diario/1981/01/25/internacional/349225201_850215.html

VARA, José Alejandro, Un año del asalto a la Embajada de España, Internacional, ABC, p. 19, 31/01/1981. Disponible:

<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1981/01/31/027.html>

Oficina de Justificación de medios:

Julio-Junio, 1976-1977.

Julio-Junio, 1977-1978.

Julio-Junio, 1978-1979.

Julio-Junio, 1979-1980.

Julio-Junio, 1980-1981.

Enero- Diciembre 2004.

Enero-Diciembre 2008.

Enero-Diciembre 2010.

Enero-Diciembre 2011.

EL PAIS

DIRECTOR: JUAN LUIS CEBRIAN
Redacción, Administración y Talleres: Miguel Yuste 38 / Madrid 17 / Teléfono 754 38 00 / Precio: 10 pesetas. Sobretasa por transporte urgente: 1 peseta / Año 1, número 1.

DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA

MADRID, MARTES 4 DE MAYO DE 1976

Documento oficial del Parlamento Europeo sobre España

El reconocimiento de los partidos políticos, condición esencial para la integración en Europa

RAMON VILARO, Bruselas
La Comisión Política del Parlamento Europeo expresó su deseo de que España pueda incorporarse a las Comunidades Europeas al término de una evolución hacia un régimen auténticamente democrático, según dicen en un comunicado oficial.

Dicho comunicado insiste en el restablecimiento de las libertades individuales, políticas y sindicales y, en particular, en la legalización de todos los partidos políticos, la amnistía y el regreso de los exiliados. «Medidas que deberían contribuir

a dar sentido a las elecciones generales anunciadas para la primavera de 1977.»

Dentro del ámbito de los contactos España-CEE destaca la visita de información a las Comunidades Europeas iniciada ayer por un grupo de 25 miembros del equipo de los cinco Partidos Demócratas del Estado español.

Los 25 miembros de la delegación democristiana española han sido oficialmente invitados en Bélgica por los partidos social-cristianos belgas, con objeto de informarles sobre el funcionamiento parlamentario y la preparación de elecciones municipales y generales.

Por otra parte, los ministros de Asuntos Exteriores de la CEE se encuentran reunidos en esta capital para una sesión de dos jornadas, a lo largo de las cuales definirán la postura común de los «Nueve» ante la Conferencia de las Naciones Unidas para la Cooperación con los países en vías de desarrollo (UNTAED); varios temas de política interior (como la elección por sufragio universal directo del Parlamento Europeo y el informe Tindemans sobre la «Unión Europea») y una serie de problemas de relaciones exteriores centrados en la demanda de adhesión de Grecia a la CEE, y la ayuda financiera de los «Nueve» a Portugal y a los países de la zona mediterránea que tienen acuerdos comerciales con la CEE.

Sir Christopher Soames, vicepresidente de la Comisión Europea responsable de Relaciones Exteriores, informará oralmente el martes al Consejo de la CEE de los últimos contactos entre españoles y comunitarios —celebrados en Bruselas el 28 de abril— con vistas a la adaptación técnica del acuerdo comercial de 1970.

En la página 3, amplio informe de nuestro corresponsal en Bruselas sobre las relaciones de España con la Comunidad Económica Europea.



José María de Areilza
Cifra

Areilza inicia mañana su visita a Marruecos

Mañana, miércoles, inicia su visita oficial a Marruecos el ministro de Asuntos Exteriores, José María de Areilza. La nueva correlación de fuerzas en el Magreb, tras la resolución del problema sahariano, y las «relaciones privilegiadas» que España y Marruecos mantienen desde el Tratado de Madrid, hace que el viaje del ministro español sea contemplado con interés y confianza.

Diversos problemas de envergadura serán abordados en el curso de esta visita: las expropiaciones de bienes españoles, el problema pesquero, las relaciones comerciales entre los dos países, la cuestión de los fosfatos de Bu-Craa y, probablemente, el contencioso territorial pendiente, es decir, Ceuta, Melilla y «los peñones».

El Sahara estará también presente en las conversaciones del señor Areilza con su colega marroquí.

Información en pág. 8

Guipúzcoa

Guardia civil muerto en un atentado

La población guipuzcoana de Legazpia fue escenario ayer de un doble atentado. A las cinco de la madrugada, un potente artefacto destruyó el coche del regente del bar del frontón municipal. Ya de mañana, y en un viaje para dar cuenta del suceso anterior, resultó muerto el cabo primero de la Guardia Civil Antonio de Frutos Sualdea, que se dirigía en un coche hacia el cuartel desde el embalse Patrio Echevarría, donde se había colocado una ikurriña —bandera nacionalista vasca— conectada a una carga explosiva. El vehículo quedó destruido, y el cuerpo del guardia civil totalmente desfigurado.

Información en pág. 13

Ante la «reforma»

Coincide la aparición primera de EL PAIS con momentos singulares de la convivencia española. Desde la muerte del general Franco, y quizá antes, desde el asesinato del presidente Carrero, nuestro pueblo permanece en una constante y prolongada expectativa de cambio político que no acaba de producirse. Cuantos experimentos se han hecho desde el poder en los últimos dos años para tratar de asumir las profundas transformaciones operadas entre los españoles e integrarlas en el régimen vigente han fracasado.

La iniciativa reformista que el Rey asumiera en los tempranos días de su llegada al Trono parece condenada a similar destino, dada la actitud del gabinete ministerial. La pérdida de credibilidad de la política gubernamental es, nos tememos, definitiva. Y ni el reciente discurso del presidente Arias ni las promesas, siempre incumplidas, de democratización consiguen ya prender en la esperanza de los españoles.

No es cuestión de impaciencia. Este país lleva esperando cuarenta años —exactamente desde el comienzo de la guerra civil— la normalización de su convivencia política. Este país, cuyas tres cuartas partes de la población no participaron en aquella contienda fratricida, busca inútilmente, por lo mismo, desde hace casi medio siglo unas formas de vida civilizadas y modernas que le permitan encontrar en el concierto de las naciones el lugar que por historia y por derecho le pertenece. Y la espera contentada del pasado, preñada de ilusiones cuando se pensaba en fechas como las que ahora vivimos, se ha visto repetidamente defraudada.

En este primer número de un periódico que nace al amparo de una convicción irrenunciablemente democrática, hay que decir que la reforma política anunciada ni satisface las exigencias mínimas que el respeto a los principios de la democracia y de la libertad exigen, ni puede lograr la adhesión de las nuevas generaciones de españoles.

El reformismo del poder ha naufragado porque no ha sido sincero. En una palabra: porque no ha sido verdadera y realmente reformista. Las esperanzas de un tránsito lineal entre la dictadura de antaño y un sistema democrático han sido siempre pocas; resultaban no obstante plausibles por el deseo de los españoles, repetidas veces demostrado, de encontrar soluciones a una situación sin salida como la provocada por el antiguo régimen. Pero para que la dialéctica de la reforma hubiera podido anular con convicción a la dialéctica de la ruptura, tenía que haber comenzado por el reconocimiento de que las metas de una y otra tienen que ser en cualquier caso parejas: la instauración de una democracia real en nuestro suelo, con el reconocimiento de las libertades individuales y del derecho de los ciudadanos a elegir a sus gobernantes a través del sufragio universal. La reforma que el Go-

bierno quiere vender hoy a la opinión viene sólo a defender privilegios e intereses de grupo que nos hablan de la continuidad de un pasado sin horizontes.

Quizá todavía sería hoy posible una estrategia de reforma, a condición de que fuera otro gobierno el que la emprendiera y tuviera credibilidad entre los ciudadanos. De otro modo, cuando el Presidente anuncie calendarios y programas parecerá que establece un turno ordenado para cometer errores inútiles. No es un prejuicio esto que decimos. Las líneas conocidas de las leyes políticas enviadas a las Cortes hacen subsistir el antiguo aparato burocrático y político del Régimen y del Movimiento bajo la capa medrosa de un nombre venerable, el de Senado; solución esta que no soluciona nada y no satisface a nadie. La existencia de una Cámara Alta con facultades colegislativas de hecho superiores a las de la Baja —elegida por sufragio universal— y con funciones similares al actual Consejo Nacional en lo que respecta a la salvaguarda de las Leyes Fundamentales; la permanencia de los cuarenta consejeros de Ayete —designados por Franco— con carácter vitalicio; la de unos senadores elegidos por representación sindical, con la ambigüedad que supone el legislar tal cosa sin que se tenga noticia previa de cómo va a articularse la propia reforma de nuestros sindicatos; y la existencia final de un Comité de Vigilancia del Senado con notable presencia de senadores de designación franquista y con altas atribuciones sobre todo, el cuerpo legislativo, son ejemplos de que las «soluciones» del gobierno Arias están teñidas de caetanismo y, por tanto, de inutilidad cara a un futuro no lejano. Si añadimos a ello que existe una propuesta para que los principios Fundamentales del Movimiento no sean reformables ni a través de Referéndum, que el antiguo Secretario General del Partido permanece en el gabinete bajo la denominación de Ministro Secretario General del Gobierno, y que finalmente este no es responsable para nada ante una Cámara Baja elegida por sufragio universal —que lógicamente es quien debe representar la voluntad de los ciudadanos— podrá entenderse hasta qué punto la reforma está condenada al fracaso. Porque no ha consistido en una verdadera reforma. Pero amenaza además de arrastrar en su caída a toda otra posibilidad de reformismo auténtico que pudiera haber con-

texto con un asentimiento generalizado. Y esto es cuanto queremos decir en nuestro primer día de existencia. Si como salido resulta intemperante, acepte al menos como inicial impresión de un diario recién nacido que, apenas abre los ojos y mira en torno suyo, no tiene otro remedio que pronunciar de nuevo las palabras de Ortega, tan entrañables para nosotros: Desde luego, señores «no es esto, no es esto».

Información sobre la reforma parlamentaria en pág. 11

mantenga su piscina perfectamente con cloro en pastillas

H.T.H. - 70%

La más amplia gama en productos para piscinas.

Manuel Riesgo DESENGAÑO 22
222.5824
Telfs. 221.6134
231.1958

RECUERDE TENER BIEN PINTADA SU PISCINA

Anexo 2:



EL PAIS

DIRECTOR: JUAN LUIS CEBRIAN
Redacción, Administración y Talleres: Miguel Yuste, 38. Madrid 17 / Teléfono 754 38 00 / Precio 15 pesetas. Ediciones urgentes: 16 pesetas / Año II. Número 229

DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA

MADRID, JUEVES 27 DE ENERO DE 1977

Medidas cautelares acordadas en el Consejo de Ministros

El Gobierno, contra el terrorismo de todo signo

La prohibición de celebrar manifestaciones —para evitar la comisión de delitos por parte de grupos extremistas—, las medidas encaminadas a facilitar las detenciones y registros para esclarecer los delitos de terrorismo; la investigación, requisita y ocupación de armas; la expulsión de súbditos extranjeros relacionados con organizaciones extremistas, y la dotación a las fuerzas de orden público de los medios técnicos adecuados y eficaces para el más perfecto cumplimiento de su misión. Estas son las principales medidas adoptadas por el Consejo de Ministros celebrado ayer en el palacio de la Moncloa.

Tras la reunión del Consejo de Ministros —que concluyó a las seis y media de la tarde, aunque el presidente Suárez permaneció reunido después con varios ministros, entre ellos los de Gobernación e Información y Turismo—, la ampliación de la referencia oficial recibida poco antes de la medianoche da cuenta de la enérgica condena del Gobierno por los criminales hechos producidos en los últimos días.

Asimismo, el Gobierno afirma su firme decisión al establecimiento de la democracia; considera que los atentados pretenden atacar al Estado y provocar a las Fuerzas Armadas precisamente cuando el Gobierno estudia la máxima aplicación del derecho de gracia y afirma que el Gobierno persigue a los culpables de cada caso *sin acepción de personas, grupos o ideologías*.

El Gobierno encargó al ministro de Hacienda que tramite urgentemente los créditos necesarios —hasta 4.000 millones de pesetas— para que las fuerzas de orden público cuenten con los medios técnicos adecuados y eficaces para el más perfecto cumplimiento de su misión con el menor riesgo posible para la integridad de las personas y las cosas.

Más información en última página



Aspecto parcial de la multitud que se congregó a primeras horas de la tarde de ayer en torno al Palacio de Justicia, desde donde se inició el cortejo fúnebre de varias de las víctimas del atentado del pasado lunes

Cívica manifestación de cien mil personas en el entierro de los abogados

Unas cien mil personas convergieron ayer hacia el Palacio de Justicia, donde quedó instalada a la una de la tarde la capilla ardiente de tres de las víctimas del atentado ocurrido en la noche del pasado lunes en un despacho de abogados labora-

listas de Madrid. En un clima de sereno dolor, decenas de miles de personas desfilaron ante la

Partido el cortejo fúnebre, los miles de personas presentes se dispersaron sin ningún incidente. Dos de las víctimas, los abogados Enrique Valdebliva y Francisco Javier Sauquillo, fueron enterradas en el cementerio de Carabanchel. El auxi-

liar de despacho, Angel Rodríguez Leal, fue sepultado en el cementerio del Este ante 8.000 personas. Por la mañana, por expreso deseo de sus familiares, recibieron sepultura en la sacramental de San Isidro los restos del abogado

capilla ardiente o se congregaron en los alrededores. Fuertes efectivos policiales acordonaron la céntrica zona de Colón, sin que tuvieran ocasión de intervenir. En un helicóptero, el rey don Juan Carlos sobrevoló el lugar de los hechos, según se informó de fuentes fiables, aunque no pudo ser confirmado oficialmente.

Los únicos incidentes violentos registrados ayer en Madrid se produjeron a últimas horas de la tarde en las proximidades de la plaza de Manuel Becerra, donde hubo enfrentamientos entre grupos de manifestantes y la fuerza pública. Por otra parte, la convocatoria de las centrales sindicales para la jornada obtuvo respuesta por parte de casi medio millón de trabajadores que en toda España participaron en diversas acciones como muestra de repulsa a los sucesos de Madrid.

Más información en págs. 9, 10 y 11

Hay dos cosas que inmediatamente sugiere la declaración del Gobierno hecha ayer noche. La primera, la decisión de Suárez de llevar este país a la democracia. La segunda, la necesidad de que el propio Suárez pueda hacer realidad esta promesa, de cuya sinceridad estamos seguros.

La declaración de principios sobre los objetivos del Gobierno nos parece acertada. Ratifica anteriores declaraciones y anuncia una ampliación, anhelada, de la amnistía. La nota sobre las medidas de orden público nos parece desafortunada.

En efecto, no se puede enarbolar ahora el decreto-ley antiterrorismo del 75 como bálsamo de Fierabrás. Fue un decreto inoportuno e ineficaz, que no impidió el posterior asesinato a sangre fría de varios miembros de las fuerzas de orden.

También parece llegar tarde el anuncio de que se va a desarmar a los indeseables: la gente se pregunta cómo no se les desarmó antes y si es que ahora va a ser más fácil el hacerlo. Lo mismo cabría decir respecto a la dotación a los miembros de la

fuerza pública de material adecuado para disolver manifestaciones. Todas estas son reclamaciones hechas por la prensa hace muchos meses, y, al parecer, no atendidas. Sólo con prometer que han de atenderse ahora no renacerá la credibilidad entre los españoles.

Por eso, aunque anoche el Gobierno tomó una serie de medidas tendentes a la protección de los ciudadanos, este período no puede sumarse al aplauso fácil por más que comparta la necesidad de algunas de tales medidas.

Sería, además, flaco servicio al propio Gobierno no reprocharle el mero tratamiento de orden público dado al duelo madrileño de ayer. Duelo solemne, serio, altamente cívico, auténtica lección de ciudadanía. La Oposición democrática entendió lo que al Gobierno, a lo que parece, le pasó desapercibido: que los últimos asesinatos de Madrid no constituirían un ataque

La lección de ayer

contra este o aquel partido, esta o aquella central sindical, sino un atentado calculado y frío contra la mayoría de una sociedad que aspira a vivir en democracia sin pagar réditos de sangre.

Los entierros de ayer tarde en Madrid han quedado como la expresión de dolor y seriedad de la Oposición democrática de todos los signos, cuando podía haber sido el resultado de los dos vectores amenazados: esa Oposición a la que se quiere culpar o desunir o provocar y este Gobierno al que se pretende someter a idénticos chantajes.

Siempre es fácil hacer política ficción: pero, ¿tan descabellada parecía la fotografía del presidente Suárez, rodeado por los líderes de la Oposición, dando un cabezazo ante los féretros de unos hombres asesinados por los asalariados de la antidemocracia? Esa fotografía no la hemos podido publicar en este periódico a cinco columnas, y bien que lo lamentamos. Hubiera

valido por mil reuniones en la Moncloa entre el señor Suárez y la comisión de los nueve. Esa fotografía habría adelantado en meses, en muchos meses, todo el proceso de transición democrática de este país.

Por lo demás, es lamentable que sea un locutor y no un ministro el que diga a los españoles lo que piensa el Gobierno, después de una angustiosa espera de horas ante el televisor para conocer la referencia del Consejo de Ministros. Insistimos en que el presidente Suárez debe ser apoyado, pero debe remodelar su Gabinete. Constitucionalmente eso no es una crisis ni significa que el Gobierno caiga. Un acto político así le podría dar credibilidad a estas notas oficiales y serviría también para comprometer a una Oposición madura y respetable en las tareas de la construcción del nuevo Estado. De otra manera, Suárez habrá perdido la iniciativa política cuando ya no la tiene en la calle. El Gobierno de reconciliación nos parece hoy todavía más necesario que ayer. La única salida política frente a una amenaza común ante la que es necesario combatir unidos.

Anexo 4:

ABC
MADRID, JUEVES 27 DE ENERO DE 1977

Acuerdo del Consejo de Ministros:
**DECISION
Y FIRMEZA
DEL GOBIERNO**
Ante los últimos acontecimientos y alteraciones del orden público



SIN INCIDENTES EN EL ENTIERRO DE LOS ABOGADOS ASESINADOS
Varias millares de personas, congregadas en las cercanías del Palacio de Justicia, donde había sido instalada la capilla ardiente, asistieron ayer al sepelio de los abogados asesinados en Madrid. También recibieron sepultura los restos del auxiliar sustrato en el mismo atentado terrorista. Los entierros se desarrollaron sin incidentes.

AYER FUE PRESENTADO EL PROGRAMA DE «ALIANZA POPULAR»
«Alianza Popular» presentó ayer en Madrid, ante los medios informativos, su programa político. Actuó como portador don Manuel Fraga Iribarne, a quien acompañaban los otros promotores del grupo. El programa propone una línea de orden y concordia con desarrollo de las libertades democráticas y estricto respeto a la autoridad.

ABC (Madrid) - 27/01/1977 - Página 3
Copyright © 1977 por ABC. Todos los derechos reservados. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad. El precio de venta de esta obra es de 100 pesetas.

EL PAIS

DIRECTOR: JUAN LUIS CEBRIAN

DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA

MADRID, MARTES 17 DE OCTUBRE DE 1978

Redacción, Administración y Talleres: Miguel Yuste, 40. Madrid-17 / Teléfono 754 38 00 / Precio: 18 pesetas. Ediciones urgentes: 20 pesetas / Año III. Número 762

Juan Pablo II (K. Wojtyla) es el primer Pontífice no italiano en cuatro siglos

El nuevo Papa, un polaco joven, abierto en política y moderado en el dogma

La elección del cardenal polaco Karol Wojtyla ha sido calificada universalmente como de «gran sorpresa». No sólo es el primer Papa no italiano desde Adriano VI, en 1522, sino que no aparecía en ninguna de las listas de los can-

didatos con posibilidades de elección elaboradas por los expertos en cuestiones de la Santa Sede. Las Iglesias no católicas confían en su talante ecuménico. Los polacos lo definen como «moderadamente progresista» y todos coinci-

den en señalar su identificación con la línea trazada por Juan XXIII y continuada por Pablo VI, del que fue gran amigo personal. Hijo de una familia obrera polaca, hombre de gran cultura, su figura ha servido de contrapeso a la del

cardenal Wyszyński, primado de Polonia y de marcado conservadurismo. Los expertos señalan su colaboración con el régimen socialista de su país o, cuando menos, su falta de animosidad beligerante.

FELIX BAYON.
ENVIADO ESPECIAL. Roma. Karol Wojtyla, ya Juan Pablo II, se ha apoyado en la balaustrada del balcón principal de la *loggia del mayor domo*. Tiene los dos brazos adelantados y el cuerpo inclinado. Ha pronunciado el acostumbrado «salvado sea Jesucristo». Cerca de él, a su derecha, en una esquina del balcón, está el cardenal primado de Polonia, Sietan Wyszyński, hombre duro de la Iglesia polaca hasta que, coincidiendo con la llegada de Wojtyla al purpurado, comenzó el deshielo. Alrededor, el decorado que ha visto tantos papas. Sobre él, el friso central de la basílica cuenta en tres palabras el carácter romano del catolicismo: «Paulus V, borghese romano.» Es la firma puesta a la basílica por un viejo antecesor de Juan Pablo II.

Karol Wojtyla tiene enfrente la Luna llena, que ha ido apareciendo por todo el centro de la Via della Conciliazione. Tiene una sonrisa poco expresiva y un gesto emocionado y nervioso. Ha empezado hablando de la muerte de su antecesor y luego ha citado a la «madonna» y la gente ha roto a aplaudir sin parar. Cuando los aplausos le interrumpen, por una vez parece que va a echarse a llorar.

Estos días en Roma se ha tratado de buscar explicación a las relaciones del pueblo romano con el Papa. Solo los romanos parecían tener prisa en estos días de cónclave. Hay quien ha creído ver una sensación de orfandad, mercedora de psicoanálisis, en aquellos que han acudido cada día a esperar la fumata y que silbaban y protestaban cuando aparecía el humo negro. Otros, apoyándose en la antropología, han visto lo que el cónclave tenía de fiesta en la antigua Roma: una fiesta que llenaba las calles de presos amnistiados y que ahora constituye uno de los pocos es-

pectáculos gratuitos que ha dejado la historia.

Pero Juan Pablo II ha cambiado algo los «roles» tradicionales en su relación con las más de 200.000 personas que esperaban su salida al balcón. Este Papa, que, como el anterior, parece alejamiento de los gestos majestuosos, ha parecido pedirles protección. Ha dicho que venía de lejanas tierras y se ha disculpado: «Aunque no sepa explicarme en vuestra, nuestra, lengua italiana, si me equivoco, me corregiréis.» La gente ha aplaudido aún más fuerte.

A las seis de la tarde y dieciocho minutos ha aparecido, por fin, la fumata blanca. «E blanca, e bianca», gritaba la gente como enloquecida, mientras un grupo de seminaristas argentinos aporrecaba un bombo. Todo tenía aire de noche de fin de año en la Puerta del Sol de Madrid. La fachada de la basílica, iluminada por los focos de televisión, parecía un decorado irreal. La Luna, anaranjada y llena, terminaba de hacer creer que se asistía a un espectáculo de luz y sonido.

Cuatro veces más la chimenea siguió expulsando humo blanco. Mucha gente, que la noche anterior se había dejado sorprender, llevaba un transistor pegado a la oreja para evitar la duda de si el humo era blanco o negro. Radio Vaticano había dicho, desde un principio, que la fumata era blanca. De vez en vez introducía su sintonía: unas campanitas que entonan la canción religiosa tradicional *Christus vincit, Christus regnat*. En diversas lenguas, anunciaba que había Papa. «En árabe, ahora lo dice en árabe», chillaba, mientras soltaba una risita un nervioso sacerdote.

Pasa a página 28
Mas información en
páginas 9, 29 y última
Editorial en página 8



Karol Wojtyla, de 58 años de edad, fue elegido ayer nuevo Papa de la Iglesia católica. Su nombre pontifical es el de Juan Pablo II

Un «posibilista» en la silla de Pedro

Si la elección como Papa del cardenal Alberto Luciani, hace menos de dos meses, fue recibida en los medios eclesíasticos y políticos del mundo entero con sorpresa, la designación del cardenal Karol Wojtyla, arzobispo de Cracovia, como sucesor del fallecido Juan Pablo I bordea los límites de las noticias sensacionalistas. Las probabilidades de que se rompiera esta vez la tradición que desde 1523 ligaba la figura del Papa con la nacionalidad de los reinos y repúblicas que se unificaron finalmente en la nación italiana parecían escasas, y los candidatos con cuyos nombres se especulaba como posibles alterados de esa multiseccular costumbre pertenecían todos ellos —como el argentino Pironio, el brasileño Lorscheider, el británico Hume o el holandés Willebrands— al llamado mundo occidental. De esta forma, la designación de Karol Wojtyla no sólo ha puesto fin al monopolio italiano de la sede de San Pedro, sino que, además, ha desplazado insospechadamente los orígenes del nuevo Papa a un medio social y político claramente separado de la comunidad de países gobernados por hombres que se declaran cristianos y donde la influencia de la Iglesia católica y de las Iglesias protestantes sobre los Estados, aun no siendo éstos confesionales, es considerable y entra en los hábitos admitidos de la vida pública. Pasa a pág. 8

Felipe González exige elecciones generales y municipales

El secretario general del PSOE, Felipe González, reiteró ayer, en conferencia de prensa, la exigencia de su partido de que se celebren elecciones generales y municipales, estas últimas con anterioridad o al mismo tiempo que aquéllas. Asimismo reiteró la negativa de su partido a un pacto de tres años con el Gobierno, ya que «si tal hicieramos es seguro que no habría elecciones generales en tres años».

Página 12

FASSIO

FUENCARRAL, 116
Tel. 448 55 91

**no compre muebles,
compre decoración al mismo precio**

**Reservamos su compra
hasta 6 meses**

FASSIO

Avda del Mediterráneo 34
Tel. 252 44 35

Trescientos cuarenta y cuatro serán trasladados fuera del País Vasco

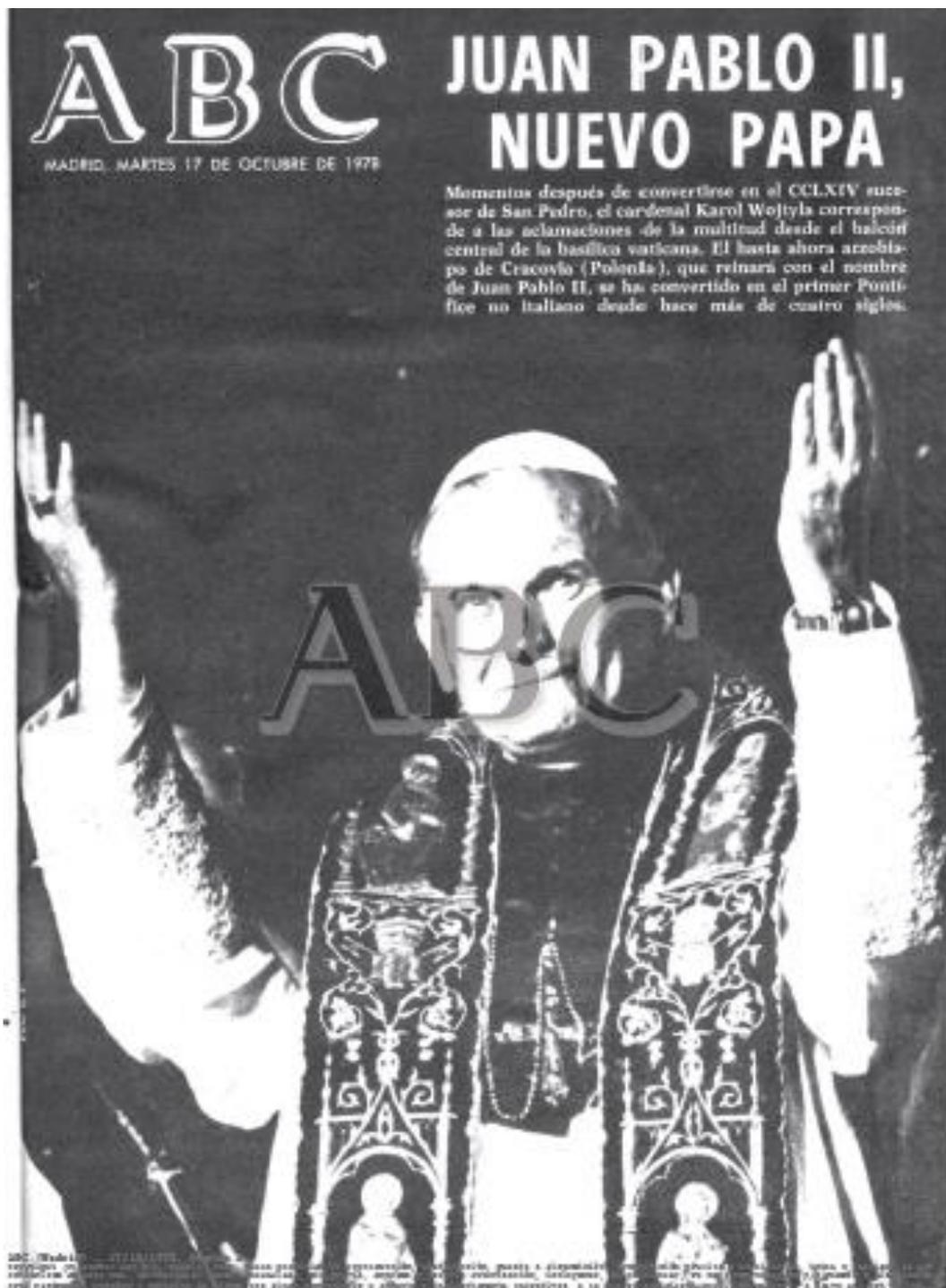
Veinticinco policías armados de Bilbao serán expulsados del cuerpo

Veinticinco miembros de la Policía Armada de la guarnición de Bilbao (entre ellos un subteniente de apellido Zárate, tres cabos primeros y veintidós números) serán expulsados del cuerpo una vez que el capitán general de la VI Región Militar dé por finalizada la tramitación de los expedientes que se les siguen como consecuencia de los graves incidentes protagonizados el sábado por policías armados y familiares de éstos en el cuartel de Basauri (Vizcaya) a la salida de un

funeral por dos policías armados asesinados un día antes. Estos veinticinco policías armados se encuentran arrestados en un castillo militar de la provincia de Burgos. Igualmente, el director general de Seguridad ha dispuesto el traslado forzoso de 344 policías armados de la misma guarnición a otros lugares fuera del País Vasco. Estos 344 policías suponen la casi totalidad de los casados entre los 2.000 policías armados de Bilbao.

Pasa a página 16

Anexo 6:



EL PAIS

DIRECTOR: JUAN LUIS CEBRIAN

DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA

MADRID, SABADO 3 DE MARZO DE 1979

Redacción, Administración y Talleres: Miguel Yuste, 40. Madrid-17 / Teléfono 754 38 00 / Precio: 20 pesetas / Con suplemento semanal: 25 pesetas / Año IV. Número 880

Los socialistas mantienen su fuerza electoral de 1977 (120 escaños)

La victoria de UCD (167 escaños) sitúa a Suárez en condiciones de formar un Gobierno monocolor

La victoria electoral de Unión de Centro Democrático (UCD) coloca al presidente en funciones del Gobierno, Adolfo Suárez, en situación muy favorable para formar un Gabinete capaz de obtener el respaldo del Congreso de los Diputados sin necesidad de formar coalición con ningún otro grupo a su izquierda o a su derecha.

Los 167 escaños obtenidos por UCD («dos más, dos menos», según la expresión ya

consagrada por el señor Martín Villa), aun sin darle la mayoría absoluta de la Cámara —176—, le permiten gobernar en solitario o con la compañía de alguna minoría cuya dimensión le impedirá ser demasiado exigente. La subida de las tres bolas españolas —que registraron ayer alturas espectaculares— y las reacciones internacionales, que auguran una consolidación del partido de Suárez, significan respaldos notables que favorecer su continuidad en la Moncloa.

La mecánica constitucional que se impone ahora se iniciará con las consultas del Rey —que ayer recibió a Suárez— con los líderes políticos, previas a la presentación de un candidato a la jefatura del Gobierno, que habrá de obtener, una vez que exponga su programa ante el Congreso de los Diputados, la confianza de la mayoría absoluta de esta Cámara o, en su defecto, de la mayoría simple 48 horas después.

Páginas 8 a 20

Felipe González: «La abstención dañó al PSOE»

Suárez: «El triunfo de UCD es la consolidación de un modelo de democracia»

«Estoy pendiente de conocer los resultados definitivos totales, y no puedo pronunciarme antes en ningún sentido», dijo ayer, a primeras horas de la tarde, el presidente Suárez al director de EL PAIS durante una breve conversación telefónica. El presidente, que se excusó de no hacer declaraciones por el momento, comentó, sin embargo, que consideraba un verdadero triunfo de UCD los resultados de las elecciones legislativas. «Es el fruto de un verdadero esfuerzo realizado durante la campaña, que hemos ido modificando. Hay que tener en cuenta de que partíamos muy bajos, con ataques desde todos los partidos a UCD. Es el fruto, también, de la reacción del pueblo español, que ha decidido depositar su confianza en nosotros.» Interrogado por el significado del triunfo electoral, dijo que suponía «la consolidación de un modelo de democracia nueva inmensa en el mundo occidental y caracterizada por la defensa de las libertades. En él se desarrollará la acción política de UCD. UCD realizará una política de contenido progresista, tal y como se recoge en el programa que hemos defendido durante la campaña.»

Por otro lado, el líder del PSOE, Felipe González, se mostró realista y tranquilo ayer por la noche, también con el director de EL PAIS. Reconociendo los aspectos adversos que para su partido había tenido la jornada electoral, dijo, no obstante, que «la experiencia es en su con-

junto bastante positiva. Se mire como se mire —puso de relieve— el PSOE ha aumentado tanto en votos populares como en escaños; UCD no ha mejorado mucho más sus posiciones que nuestro propio partido». Felipe González añadió que la jornada electoral había tenido dos frutos para el PSOE: la consolidación del voto socialista y la homogeneización del partido a escala nacional, poniendo de relieve que en algunos lugares, como Cataluña o Galicia, los avances habían sido muy importantes. También se refirió al probable aumento de senadores socialistas. El primer secretario del PSOE se mostró satisfecho «de la campaña electoral y de su contenido. Hemos hecho una campaña honesta y limpia, limpia y honestidad que no se han visto en otros partidos y que, sin embargo, luego no se han beneficiado de esas actitudes desonestas». Felipe González insistió en que prefería no hacer más declaraciones hasta la rueda de prensa que dará hoy a mediodía, y aseguró, por último, que la abstención, a su juicio, había dañado tanto o más al PSOE que a UCD. También se mostró muy preocupado por la situación que se puede crear tras las elecciones en el País Vasco.

Carrillo: «El PSOE debe gobernar con UCD»

Por su parte, el secretario general del PCE, Santiago Carrillo, declaró por teléfono al director de EL PAIS que, a su juicio, había dos conclusiones fundamentales. «La



Adolfo Suárez



Felipe González

primera es que se ha demostrado que no hay bipartidismo en este país, y que no lo habrá nunca. La segunda es que no veo cómo UCD puede gobernar en solitario.» Carrillo insistió en que se debía formar un Gobierno de coalición UCD-PSOE. «Y creo que al PSOE le iría bastante peor si no está en el Gobierno que si entra en él, añadió, para después explicar: «Estamos todavía en el periodo de transición. La aprobación de la Constitución no significa la total estabilización política, y quedan algunos temas por desarrollar, especialmente el de las autonomías, que no permiten un juego de alternativas en el poder. Los resultados en el País Vasco son muy elocuentes al respecto.» Al comentar que si la izquierda (PCE más PSOE) hubiera unida a las elecciones habría obtenido una gran cantidad de diputados frente a UCD, incluso la

mayoría absoluta, el secretario general del PCE declaró: «En las condiciones del país de hoy no habría sido oportuno ir a un Gobierno de izquierdas. No obstante, pienso que, aunque no es fácil, se puede ir ahora profundizando en una estrategia común de la izquierda dentro de una política de unidad democrática. Pero ya digo que no es fácil.»

Respecto al resultado de las elecciones, dijo que consideraba que había sido un duro golpe para el PSOE y personalmente también para Felipe González. Los resultados del PCE los consideró un triunfo no espectacular pero sí importante, puesto que ponía de relieve un ascenso generalizado de votos para el PCE. «Eso indica que no es el resultado del viento que sopla hoy, sino el proceso de una organización. El salto verdadero lo daremos dentro de cuatro años.»

Es muy probable que CD retire sus candidaturas a las municipales

Manuel Fraga puede renunciar a su escaño

CAMILLO VALDECANTOS

Manuel Fraga renunciará a su escaño en el Congreso de los Diputados, como candidato electo de la Coalición Democrática (CD), sin llegar a tomar posesión del mismo. Esta era, ayer tarde, la impresión dominante en círculos de CD y entre personas próximas al señor Fraga, que no hizo ningún comentario sobre esta posibilidad.

El ambiente que se advertía entre los responsables de CD era de absoluta desmoralización, negada por Félix Pastor Ridruejo, secretario general de dicha formación política. Las mismas fuentes de CD daban como segura la retirada de las candidaturas a las elecciones municipales.

CD hizo público ayer un comunicado en el que agradecía la confianza de sus votantes y la colaboración de las personas que habían contribuido a la campaña electoral; aseguraban también que los graves problemas que tiene planteados la sociedad española requieren un planteamiento urgente y prioritario, y que esperaban que el próximo Gobierno se enfrentara con ellos de forma inmediata y eficaz.

Lo cierto es que los diez diputados —contando a Jesús Aizpín, en Navarra— que ha obtenido CD no le permiten siquiera formar un grupo parlamentario. El hecho de que a última hora de la tarde de ayer se diese por seguro que Alfonso Osorio obtenía su escaño en Madrid no variaba el ambiente de fracaso. Ante esta situación, CD sólo tiene dos opciones posibles: integrar a sus diputados en el Grupo Mixto o tratar de conseguir «un pacto honroso» con sus más afines, es decir, con Unión de Centro Democrático.

Pasa a página 14

Algunos grandes almacenes pueden cerrar hoy

Algunos grandes almacenes podrían cerrar hoy las puertas por huelga de sus trabajadores. Comisiones Obreras y Unión General de Trabajadores, como medida de presión en las negociaciones del convenio estatal de este sector, hicieron un llamamiento al paro que fue reafirmado por algunas asambleas en los centros de trabajo.

Los paros, que en ningún caso afectarán a la generalidad de establecimientos, ya que en muchos de ellos safo derrotada la propuesta de huelga, podrían desconvocarse si en las negociaciones que están teniendo lugar en las últimas horas, entre patronal y sindicatos, se llega a un acuerdo de cara al convenio.

Censo: 26.852.885. Censo escrutado: 82%. Participación: 68%

Partidos	% votos	% votos 1977	Escaños	Escaños 1977
Unión de Centro Democrático	35,2	34,71	167	165
Partido Socialista Obrero Español	29,4	29,24	121	118
Partido Comunista de España	10,7	9,24	23	20
Coalición Democrática	5,5	(AP) 8,39	9	16
Convergencia i Unió	2,5	(CDC) 3,71	9	10
Partido Socialista de Andalucía	1,7	(US) 4,48	5	—
Partido Nacionalista Vasco	1,5	1,69	7	7
Unión Nacional	2,0	(AN) 0,39	1	—
Herri Batasuna	0,9	—	3	—
Otros	10,6	—	5	14

Anexo 8:



EL PAIS

DIRECTOR: JUAN LUIS CEBRIAN

DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA

MADRID, VIERNES 1 DE FEBRERO DE 1980

Redacción, Administración y Talleres: Miguel Yuste, 40, Madrid-17 / Teléfono 754 38 00 / Precio: 25 pesetas / Año V. Número 1.164

El embajador, Máximo Cajal, responsabiliza de los hechos, en los que murieron dos españoles, a la policía guatemalteca

Treinta y siete muertos en el asalto e incendio a la sede de la embajada de España en Guatemala

Todos los miembros de la embajada española en Guatemala, excepto el embajador, Máximo Cajal, que logró escapar, murieron ayer en el incendio de la sede diplomática de nuestro país, producido después de su ocupación por un grupo de campesinos que querían protestar por la represión que se ejerce en ese país centroamericano, y el posterior asalto violento de la policía. En el suceso murieron 37 personas, la mayoría de ellas asaltantes campesinos de la embajada. La mayor parte de las muertes fueron causadas, después de

Treinta y siete han sido los muertos, según el enviado especial de EL PAIS. Ángel Luis de la Calle. Víctimas son el primer secretario de la embajada, Jaime Ruiz del Arbol, y una súbdita española, María Teresa de Villa, que se hallaba en la sede diplomática realizando una gestión. Asimismo murieron Felipe Saiz, guatemalteco, canciller de la misión diplomática española, y tres secretarías, todas de nacionalidad guatemalteca. Con el embajador estaban, en el momento de producirse la ocupación campesina, el ex vicepresidente de Guatemala Eduardo Cáceres Lenhoff y el ex ministro de Asuntos Exteriores guatemalteco Adolfo Molina Orantes, que también resultaron muertos.

Cinco horas después del asalto a la embajada, el edificio, casi totalmente destruido, registraba un

caos absoluto, sin vigilancia policial; documentos y demás enseres de la sede diplomática estaban a merced de cualquiera que quisiera apoderarse de ellos. Según las primeras deducciones, el grupo de campesinos podrían ser miembros del Ejército Revolucionario de los Pobres. Sin embargo, otras informaciones, procedentes de círculos cercanos a los propios campesinos, desmintieron este extremo, y periodistas locales aseguraron que se trataba de un nuevo grupo guerrillero.

Los campesinos habían ocupado la embajada española sobre las once de la mañana, hora guatemalteca, seis de la tarde hora de Madrid. Los asaltantes obligaron a los diplomáticos y a sus visitantes a reunirse en el despacho de Máximo Cajal, quien observó que los ocupantes llevaban vitualas suficien-

tes para quince días, además de cocteles molotov y algunas pistolas. Dos horas después de que se produjera la ocupación, la policía, que había rodeado el edificio, irrumpió en el recinto diplomático, forzó con objetos contundentes la puerta del despacho del titular de la embajada y desoyó los gritos con los que el señor Cajal trataba de disuadirles, en vano, de que usaran la fuerza. En ese forcejeo, que se produjo, según las distintas fuentes, sobre las 15.30 (hora guatemalteca), un campesino lanzó un coctel molotov contra la puerta que había sido forzada. Entonces comenzó a incendiarse el despacho y el resto del inmueble y la policía comenzó a disparar. En medio de la confusión, Máximo Cajal, que se hallaba cerca de la citada puerta, se lanzó hacia la salida, a pesar de las quemaduras que había sufrido.



Máximo Cajal, embajador de España en Guatemala

En la calle, el embajador fue detenido y conducido a un coche celular hasta una clínica privada, en la que le fueron apreciadas quemaduras de primer y segundo grado. Mientras iba en camilla, el señor Cajal hizo unas declaraciones a una emisora guatemalteca en las que responsabilizó a las autoridades que estaban a cargo de la situación de todo lo que pudiera ocurrir en el recinto diplomático.

Pasa a página 3

El embajador de España en Guatemala, a EL PAIS

«La policía actuó con increíble brutalidad»

«Estoy destrozado», fueron las primeras palabras pronunciadas esta madrugada por el embajador de España en Guatemala, Máximo Cajal, en una conversación telefónica sostenida con EL PAIS horas después del incendio de nuestra representación diplomática en la capital guatemalteca. El señor Cajal, que está internado en la clínica Herrera y Arandé con quemaduras en las manos, brazo izquierdo y las piernas, resaltó la «increíble brutalidad» de la actuación policial.

«Han violado y destruido el espacio diplomático», afirmó el embajador, que añadió que la policía entró en la embajada destruyendo las puertas a hachazos y en contra de su voluntad. Una vez ocupada la embajada, Máximo Cajal intentó hablar con el viceministro de Asuntos Exteriores para que retirara la fuerza pública, y con el del Interior, que no se pusieron al teléfono.

Pasa a página 2

La nueva soberana será coronada el 30 de abril

La reina Juliana de Holanda abdica en su hija Beatriz

SOLEDAZ GALLEGO-DÍAZ, Bruselas

La reina Juliana de Holanda anunció, a las ocho de la tarde de ayer, su abdicación en su hija la princesa heredera Beatriz. En una breve alocución transmitida por radio y televisión a todo el país, la soberana de los Países Bajos, con tono firme pero emocionado, afirmó que la vejez hace disminuir las fuerzas, y pidió para la nueva reina el mismo apoyo que ella ha recibido siempre de su pueblo.

Juliana ha anunciado su abdicación el mismo día en que Beatriz cumplió los 42 años y ha elegido la fecha de su propio aniversario, el 30 de abril, en que cumplirá los 71 años, como el día en que se celebrará la ceremonia oficial.

La reina de Holanda apareció ante las cámaras con la imagen que la ha hecho popular entre su pueblo: un simple traje de lana con una chaqueta y un pequeño collar de oro. Ha reinado durante 32 años.

Pasa a página 5



GUSTAVO CATALAN / DIARIO 16

Agresión a un fotógrafo de EL PAIS. Unas 20.000 personas, en su gran mayoría estudiantes, se manifestaron ayer, durante más de dos horas, contra la ley de Autonomía Universitaria, el Estatuto de Centros Docentes y la ley de Financiación de la Enseñanza. La manifestación transcurrió apenas sin incidentes, pero los últimos grupos de la marcha fueron disueltos por la policía al llegar a la glorieta de Cuatro Caminos, después de haberse escuchado gritos de

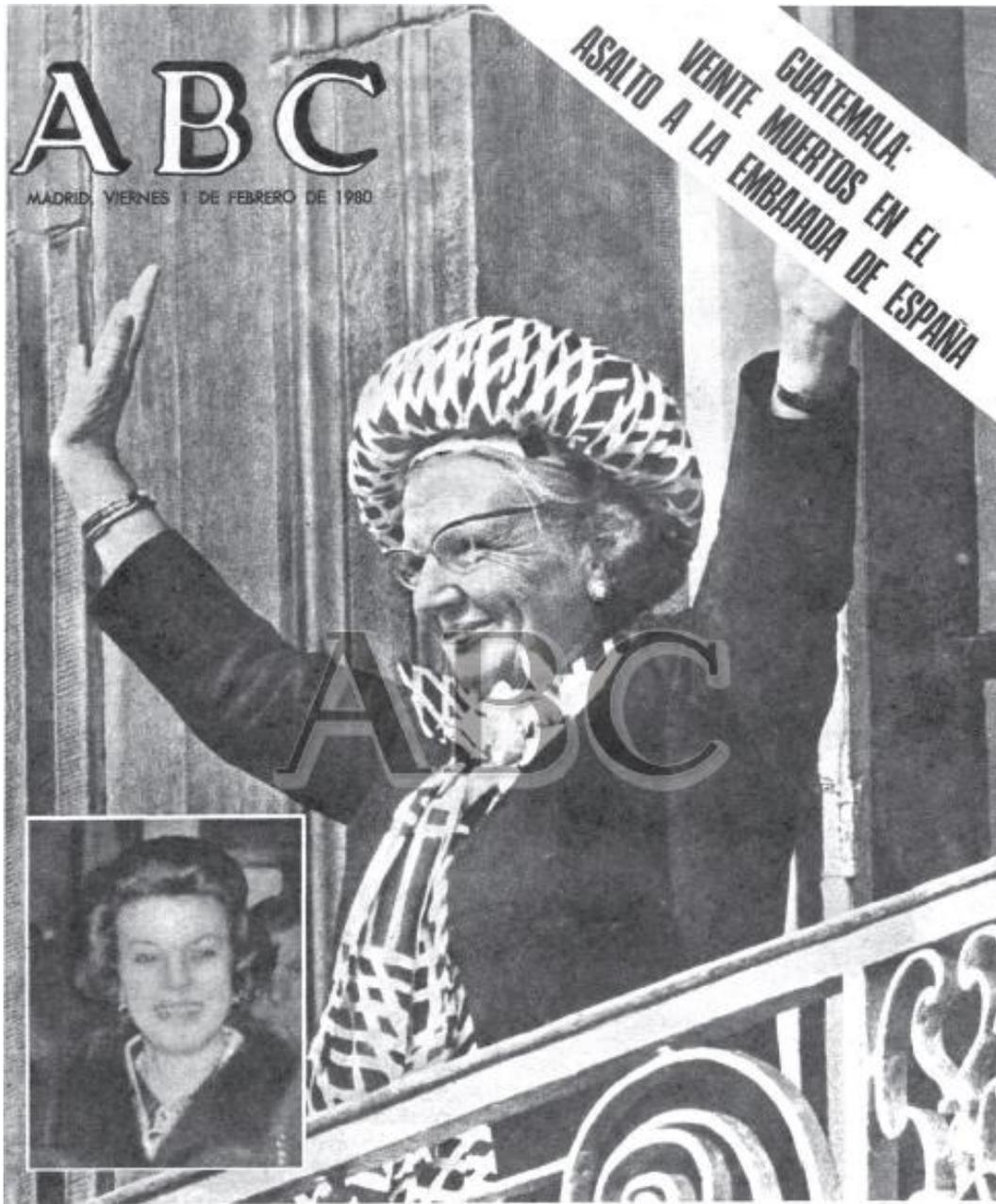
«Policía, asesina». En el curso de la acción policial resultó herido en la cabeza un fotógrafo de EL PAIS, Bernardo Pérez (en la foto, sentado en el suelo), golpeado por miembros de la Policía Nacional. Momento después se le practicaron cinco puntos de sutura en la región occipital. Los servicios jurídicos de EL PAIS preparan una querrela por la actuación de la fuerza pública.

Página 13

entreviu

- Tierno: «No tengo ningún poder.»
- Rifas en bares. Borbón y estafa nueva.
- Entrevista psicológica.
- José Luis Balbín: «Mi precio es la libertad.»
- Por qué los hombres no quieren la pil-dora.
- Guyana: El juicio colectivo del siglo.

Anexo 10:



LA REINA DE HOLANDA ANUNCIO AYER SU ABDICACION

La Reina Juliana de Holanda se dirigió ayer por radio y televisión a su pueblo para anunciar que el próximo 30 de septiembre abdicará en favor de su hija, la princesa Beatriz. La Soberana de los Países Bajos cumplirá ese día setenta y un años de edad y aprovechó ayer el cuarenta y dos cumpleaños de la princesa heredera (en el recuadro) para anunciar su decisión

© E. P. Luis Benito

Copyright (c) 2020 ABC S.L. Madrid, 2020. Queda prohibida la reproducción, distribución, puesta a disposición, comunicación pública y utilización, total o parcial, de los contenidos de esta web, en cualquier forma o modalidad, sin previa, expresa y escrita autorización, incluyendo, en particular, su mera reproducción y/o puesta a disposición como resúmenes, reseñas o revistas de prensa con fines comerciales o diversos o de información económica, o la que se realice con cualquier otro fin.

EL PAIS

VIERNES 12 DE MARZO DE 2004
Año XXIX. Número 9.781

DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA
www.elpais.es

EDICIÓN MADRID
Precio: 1 euro

Infierno terrorista en Madrid: 192 muertos y 1.400 heridos

Interior investiga la pista de Al Qaeda sin descartar a ETA



Decenas de heridos permanecen junto a las vías instantes después de abandonar el tren que sufrió el atentado en las proximidades de la estación de Atocha. / PABLO TORRES GUERRERO

Diez explosiones en cuatro trenes de cercanías siembran el terror ● La policía encuentra detonadores y una cinta con versos del Corán en Alcalá ● El Rey expresa su "repulsa e indignación" ● Rajoy y Zapatero piden la unidad de los demócratas ● Los partidos suspenden la campaña electoral y se suman a las manifestaciones convocadas hoy en toda España

Cuatro atentados terroristas sincronizados, en los que estallaron 10 de los 13 artefactos explosivos colocados, causaron ayer una matanza en los trenes de cercanías de Madrid. Al menos 190 personas fallecieron y más de 1.400 resultaron heridas en el mayor ataque terrorista en la historia de España y uno de los más sangrientos de Europa. Las bombas estallaron pasadas las 7.30 en la estación de

Atocha y en sus cercanías, en la de Santa Eugenia y en el apeadero del Pozo del Tío Raimundo cuando decenas de miles de ciudadanos se dirigían a su trabajo. El Ministerio del Interior informó de que su principal línea de investigación es ETA, pero no descartó la pista de Al Qaeda tras el hallazgo en Alcalá de una cinta con versos del Corán y detonadores en una furgoneta robada.

EDITORIAL

11-M

LA FECHA de ayer quedará marcada en negro en la memoria de españoles y europeos: los casi dos centenares de muertos y más de un millar de heridos provocados por los atentados de Madrid suponen la mayor matanza terrorista en España, y la catástrofe de mayor alcance registrada en la capital desde la Guerra Civil. Este país acaba de experimentar un terrorismo de unas dimensiones y de una crueldad hasta ahora desconocidas. La eventualidad de que sea obra de Al Qaeda y de que tenga relación con el papel jugado por el Gobierno de Aznar en la guerra de Irak introduce una novedad que no puede dejar de sembrar una profunda inquietud. [Pasa a la página 10](#)

EL PAÍS

www.elpais.com

EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

VIERNES 4 DE ENERO DE 2008 | Año XXXIII | Número 11.162 | EDICIÓN MADRID | Precio: 1 euro



Los abortos van en aumento

Ya afectan al 1% de las mujeres en edad fértil **PÁGINAS 32 Y 33**



Desprendimiento fatal en Madrid

La caída de una cornisa mata a una mujer **MADRID 1 Y 2**

El terrorismo acecha al Dakar

París advierte de atentados en Mauritania **PÁGINA 54**



La economía acosa a los socialistas a sólo dos meses de las elecciones

- ▶ La inflación se dispara al 4,3%, el peor dato desde el año 1995
- ▶ La tasa de paro crece a niveles no registrados desde 2002

MIGUEL JIMÉNEZ, Madrid

La marcha de la economía, motivo de satisfacción del Gobierno socialista a lo largo de la legislatura, sufre unos serios reveses a

sólo dos meses de las elecciones generales y amenaza con convertirse en una de las principales armas de campaña para el Partido Popular. Ayer mismo, el Instituto Nacional de Estadística cer-

tificó que 2007 acabó con los precios desbocados, con la mayor subida registrada en los últimos 12 años y una tasa que ya está situada en el 4,3%. Diciembre también registró la mayor alza

anual de paro desde 2002, con 106.674 desempleados más a lo largo del año. A la vista de este cambio de ciclo, los partidos tendrán que variar su estrategia electoral. **PÁGINAS 22 A 24**



KENIA CUENTA SUS MUERTOS. Tras los disturbios que han costado la vida a más de 300 personas, Kenia busca, presionada por la comunidad internacional, una solución política a la crisis. El presidente Mwai Kibaki se mostró ayer dispuesto a negociar con el líder de la oposición, Raila Odinga (en la foto, durante su visita a la morgue de Nairobi). Éste exige nuevas elecciones, y el fiscal general, un recuento independiente. / AFP **PÁGINA 4**

Obama y Huckabee inician con ventaja la carrera a la Casa Blanca

A. CAÑO
Des Moines

El demócrata Barack Obama y el republicano Mike Huckabee se perfilaban en la madrugada de hoy como vencedores en los caucus de Iowa, según los da-

tos anunciados por medios estadounidenses. Las primarias de Iowa se consideran tradicionalmente esenciales para todos los candidatos a la presidencia de EE UU. **PÁGINA 2**



Barack Obama y Mike Huckabee.

JAEGER-LECOULTRE
MASTER COMPRESSOR DIVING PRO GEOGRAPHIC
www.jaeger-lecoultre.com/dive

“Los cardenales Rouco Varela y García-Gasco convirtieron el acto en un mitin”

Entrevista al embajador ante el Vaticano, Francisco Vázquez

LUIS R. AIZPEOLEA, Madrid

El embajador español ante el Vaticano, el socialista Francisco Vázquez, afirma en una entrevista con EL PAÍS que los cardenales Antonio Rouco y Agustín García-Gasco convirtieron el acto del pasado 30 de diciembre en favor de la familia “en un mitin político”, y que eso supone “una marcha atrás de la Iglesia española”. Vázquez opina que ese tono causó “sorpresa y disgusto” en la Santa Sede y cree que “debe haber una reacción dentro de la propia Iglesia”. **PÁGINA 13**

Zapatero cierra la crisis con Rabat con una carta al rey Mohamed VI

Una carta conciliadora del presidente José Luis Rodríguez Zapatero al rey de Marruecos, Mohamed VI, ha servido para cerrar la crisis bilateral que estalló hace dos meses por la visita de los Reyes a Ceuta y Melilla y que originó la retirada del embajador marroquí. El ministro español de Exteriores entregó la misiva ayer en Rabat. El embajador marroquí regresará en los próximos días a Madrid. **PÁGINA 12**
EDITORIAL EN LA **PÁGINA 28**

EDUARDO MEDINA
Fiscal general de México

“Hay regiones donde las mafias disputan el poder al Estado”

Las autoridades mexicanas han batido este año el récord de decomisos de droga y han desarticulado importantes cárteles. Los asesinatos, sin embargo, han aumentado. Eduardo Medina, fiscal general de México, hace balance de la guerra contra el narcotráfico emprendida por el presidente Felipe Calderón. **PÁGINA 10**

EL PAÍS

www.elpais.com

EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

LUNES 12 DE JULIO DE 2010 | Año XXXV | Número 12.075 | EDICIÓN MADRID | Precio: 1,20 euros

EUFORIA EN ESPAÑA TRAS CORONAR POR PRIMERA VEZ LA CIMA DEL FÚTBOL

Campeones del mundo

- ▶ La Roja vence 1-0 en la prórroga a Holanda con un gol de Iniesta
- ▶ La selección consolida el liderazgo de una generación deslumbrante



Los jugadores de España celebran la victoria tras doblegar a Holanda 1-0 a cuatro minutos del final de la prórroga. Iker Casillas alza la primera Copa del Mundo de La Roja. /ALEJANDRO RUESGA

JOSÉ SÁMANO
Johanesburgo

Un himno a la felicidad, sin demagogias: España es campeona del mundo, la epopeya que le faltaba al deporte español, que vive en la gloria tras una catarata de bienaventuranzas. Un gol de Iniesta para la eternidad se cantó en todo el país, y en otras fronteras, como un dío de pecho. Un tanto romancado que se demostró entre estremecedoras angustias hasta el minuto 116, en la prórroga. Una oda a la alegría, la que despierta en el vencedor esta misa pagana que es el fútbol, ese juego que desertiza las calles, congela algunas penalidades y lleva la rutina al olvido. España logró una inyección de uni-

versalidad, una derivada del fútbol pese a quienes lo desdeñan, después de un partido emotivo, turbado. Lo hizo ante una Holanda áspera, recia y con menos dicha, que evitó ese juego de orfebrería que distingue a la selección española. Sucumbió de igual forma ante un adversario tan capaz en el arte de lo imprevisible, tan embriagador y maduro. De todo le demandó Holanda, caída en su tercera

EDITORIAL
Esplendor en la hierba

PÁGINA 28

final, pero España superó uno a uno cada examen. Lo ha hecho durante todo el Mundial. Y cada examen aprobado rearmaba la confianza de un país en una generación tan prodigiosa de futbolistas, tan sencillos como geniales. El país creía en ellos y ellos se sabían queridos. La química no era nada artificial. Por eso las calles españolas estallaron tras 120 minutos con el corazón en un puño. En Barcelona, en Madrid, en Bilbao. Era la selección global de un país global que hoy homenajeará a sus héroes más cotidianos. Una selección que nació en Viena y se doctoró en Sudáfrica.

PÁSA A LA PÁGINA 47

MÁS INFORMACIÓN EN PÁGINAS 48 A 76

Llama gratis 900 80 88 09 www.jazztel.com

Promo verano

antes 29'95€

ahorro de más de 200€

ADSL + llamadas a fijas ilimitadas GRATIS hasta octubre

¡Módem con GRATIS!

Servicio Técnico GRATUITO

JAZZTEL

EL PAÍS

www.elpais.com

EL PERIÓDICO GLOBAL EN ESPAÑOL

VIERNES 21 DE OCTUBRE DE 2011 | Año XXXVI | Número 12.538 | EDICIÓN MADRID | Precio: 1,20 euros

ETA DEJA LAS ARMAS TRAS 43 AÑOS DE VIOLENCIA Y 829 VÍCTIMAS MORTALES

El fin del terror

La banda anuncia el "cese definitivo" de su "actividad armada" con una declaración "histórica" ● Pide diálogo directo a España y Francia para resolver las "consecuencias del conflicto" ● Zapatero: "Una victoria de la democracia, la ley y la razón"

LUIS R. AIZPEOLEA, Madrid

España comenzó a despertar ayer de su pesadilla terrorista. ETA anunció el "cese definitivo" de su "actividad armada" con una declaración que calificó de "histórica". La banda, en un comunicado en vídeo leído por tres encapuchados, hace un "llamamiento" a los Gobiernos de España y Francia para abrir un proceso de diálogo "que tenga por objetivo la resolución de las consecuencias del conflicto". El anuncio de ETA se produce tres días después de la celebración en San Sebastián de una conferencia en la que personalidades

internacionales pidieron a la banda, precisamente, "el cese definitivo" de la violencia.

El presidente José Luis Rodríguez Zapatero realizó anoche una declaración insitucional en la que destacó la "importancia trascendental" del anuncio de ETA. "Hemos combatido el terror hasta lograr que la razón democrática se abra camino", declaró Zapatero, que agradeció a Francia y a otros países su colaboración contra ETA. "Ahora tenemos una democracia sin terrorismo, pero no sin memoria. La memoria de las víctimas nos acompañará siempre", añadió el presidente. **PÁGINAS 18 A 36**



Imagen del vídeo en el que tres etarras anunciaron el fin de la violencia.

EDITORIAL

Punto final a la pesadilla

LA DEMOCRACIA española ha triunfado contra los fanáticos que, arrojándose una representación que los ciudadanos vascos jamás les concedieron, asesinaron a más de 800 personas. ETA ha anunciado que abandona la violencia, la pesadilla ha terminado. **PÁGINA A LA PÁGINA 54**



El cadáver de Muamar el Gadafi es exhibido y fotografiado como un trofeo en Misrata. / AFP

Los rebeldes matan a Gadafi con el apoyo de la OTAN

IGNACIO CEMBRERO, Túnez

Muamar el Gadafi, dictador de Libia durante 42 años, murió ayer a manos de los rebeldes que durante siete meses han luchado con apoyo de la OTAN para poner fin

a su régimen. El coronel, capturado herido en una tubería en las afueras de Sirte, su ciudad natal, fue zarandeado por combatientes que coreaban consignas de victoria. Él les gritaba. La escena fue recogida en un vídeo, al igual que

el momento en que yace, ya muerto, con un tiro en la sien. Frente a las de Túnez y Egipto, la revolución libia deja miles de muertos, una profunda división, represalias y armas incontroladas en todo el país. **PÁGINAS 2 A 10**

la mejor razón para cambiar
ADSL + llamadas
 por **15,95 €/mes**

llama gratis al 1472
 orange.es



El precio ADSL, 30,00€ IVA inc. El precio para otros países en octubre de 2011. Movilidad: 10€/mes IVA inc. El precio de otros servicios: 10€/mes IVA inc. Coste gestión: 10€/mes IVA inc. Promoción: 10 meses.

Anexo 18:

MADRID | Lunes | 20 de Octubre | Número 14.010

ABC

— Viernes 20-10-2011 / abc.es —

EDITORIAL
EN HONOR DE LAS VÍCTIMAS
Artículo de grado: pasado, Carlos Jaraín, Alberto Jaraín, José María Jaraín, José María Jaraín y Jaime Jaraín



LA BANDA ANUNCIA EL «CESE DEFINITIVO» DE LOS ATENTADOS

ETA ni se disuelve ni entrega las armas

Enfrenta de Zapatero y cautela de Rajoy ante un paso insuficiente de los terroristas (opinion de A. G.)

con la paraverbal habitual, los ataques proceden al fin de su «actividad armada», sin pedir perdón a las víctimas



Final violento para un dictador cruel

» Gaddafi intentó refugiarse en una alcantarilla, pero fue localizado y abatido por los rebeldes libios (última página de A. G.)