

# EL PERIODISMO ESPAÑOL DEL SIGLO XX

## 1. LAS DIFICULTADES DE IMPLANTACIÓN DE LA PRENSA DE MASAS DURANTE LA RESTAURACIÓN (1875-1923)

El **marco político** de la Restauración está presidido por la figura de **Cánovas** del Castillo, verdadero ideólogo de este período. La principal característica del período es la del orden frente a la inestabilidad del sexenio revolucionario. Para asegurar este orden, Cánovas creó el **sistema bipartidista** de turnos.

El marco legal de la época permitió la creación de un marco legislativo que posibilitó a la postre la consolidación de la prensa durante los últimos años del siglo XIX y los primeros del siglo XX (frente al poco consolidado sistema informativo de la II República) a través de leyes para regular la información. La más importante de éstas es la **Ley de Imprenta de 1883**, en la que se consagra la libertad de expresión y se eliminan las figuras del censor y del tribunal de prensa (los delitos cometidos en prensa –calumnias, querellas- se juzgan en los tribunales ordinarios).

Hubo, sin embargo, algunos intentos durante la época de crear **periódicos de rotativa con objetivos industriales**, como *El imparcial*, publicación creada por Eduardo Gasset y Antonio Ortega en 1867, que se presentaba como una publicación no política e independiente, que se basaba en la información y en las iniciativas culturales, como la creación de suplementos de literatura y que alcanzó los 140.000 ejemplares. *El Liberal* nació en 1879 fruto de una escisión en la redacción del primero y una orientación política a la izquierda de su antecesor.

El periódico del político conservador Silvela, *El tiempo* pretendía renovar el programa político conservador con ideas regeneracionistas y servir de oposición a Cánovas dentro del conservadurismo español.

Otros periódicos de la época son *La Vanguardia*, editada por Javier de Godó; algunas iniciativas periodísticas de carácter local (*El Adelanto* de Salamanca, *Las Provincias* de Valencia) o el periódico *Cu-cut*, cuya sede fue destrozada por los militares tras un artículo del periódico crítico contra ellos.

Durante **la guerra de Cuba** la prensa y el público lector-la clase media- manifiestan un abierto **patrioterismo**. Los **políticos y medios de comunicación mienten** a la opinión pública, que veía una fácil victoria en el conflicto.

**Entre 1914 y 1918** el periodismo español sufre una **gran crisis económica**, debido a grandes subidas del **precio del papel** de prensa debido a la **Primera Guerra Mundial** (el papel se importaba y la guerra corta el flujo comercial). Los periódicos subsisten a la crisis mediante una subvención del gobierno Dato, un préstamo que no se devolvió. Los únicos que recibieron la ayuda, llamada **anticipo reintegrable**, fueron los **periódicos conservadores**.

## 2. LA CRISIS DE LOS AÑOS 30

Destaca en la época el periódico *El Sol*, fundado en 1917, de **vocación política republicana** hasta su traspaso, poco antes de la instauración de la II República, a un grupo de monárquicos. Su fundador es el empresario **Nicolás de Urgoiti**, presidente de Papelera Española y miembro de una familia acomodada de origen vasco. Para afrontar el proyecto de *El Sol* se hace con la **colaboración de Ortega**, que sólo había trabajado hasta esa fecha para *El imparcial*, periódico de su empresa familiar. Este periódico nace con **clara vocación intelectual**, porque se va a desarrollar como la plataforma desde la que construir **una visión crítica con bases intelectuales sólidas** con la realidad del momento. Tiene también un propósito político: pretende afianzar la **cultura democrática** de **las elites instruidas españolas**.

*El Sol* es un **periódico moderno**. Se sostiene mayoritariamente por **la publicidad**, pero una parte muy importante de su tirada se vendía por **suscripción**, mayoritariamente en **provincias**. La **mayor tirada**- dado que es un periódico caro y muy denso- que va a alcanzar el periódico va a ser de **95.000 lectores**. A pesar de que sus ventas son escasas, **su repercusión es grandísima** en la sociedad de la época.

Su ideología- la del propio Ortega- es **progresista**: anticlericalismo, republicanismo, democratismo, muy complaciente con el movimiento obrero reformista; clara vocación europeísta e interés por América Latina. Nunca insertó información taurina, ni de juegos de azar, ni sección de sucesos, escándalos..., no les parece ético, una forma indigna de enriquecerse, alentar en los lectores este tipo de informaciones.

**La II República** sólo tiene apoyo en las grandes ciudades; el problema es que España era eminentemente rural. El gobierno republicano de 1931 proyecta un plan de difusión de la cultura republicana. En diciembre de 1931 se crea una **ley verdaderamente democrática de prensa**: no hay censura, ni tribunales, ni suspensión de edición si no es bajo ciertas y determinadas circunstancias...

**En 1932** Nicolás Urgoiti, hijo, une a Luis Miguel y a Martín Luis Guzmán (propietario del diario *Ahora*) para que se hagan con la propiedad de *El Sol* (el fundado por su padre y Ortega), **Luz y La Voz**.

Pretendían formar una concentración leal a la República, conocida como “Trust Azañista”. Sin embargo, a estos periódicos les falla el capital al ser boicoteados por los anunciantes, y tampoco logran despegar en ventas.

En 1935 los dos empresarios (Miguel y Guzmán) venden el grupo de periódicos a un **grupo de derecha radical** (encabezado por Miguel Maura, que cuenta con el apoyo de **Manuel Aznar**). Ya con los nuevos dueños, desde *El Sol* se publican artículos en los que se defiende la necesidad de imponer en España una **dictadura republicana nacional** (escritos por Aznar, pero firmados por Maura).

Aunque **la República apenas tiene periódicos fieles, a partir de 1933 la izquierda** (socialistas, comunistas, CNT, libertario...) asume un proyecto revolucionario. La derecha, por su parte, se aglutina a partir de 1933 en opciones monárquicas y opciones autoritarias. La **prensa** está muy **politizada**. Cuando el gobierno suspende a un periódico, lo hace no castigando a su línea editorial, sino a la fuerza política que está detrás.

Podemos, por tanto, agrupar **los periódicos según su orientación ideológica en:**

**a) PRENSA ANARQUISTA-SOCIALISTA:** La prensa anarquista, publicada en Barcelona, contaban con *Revista blanca*- dirigida por Federica Montseny, *Tierra y libertad*, portavoz de la FAI y *Solidaridad obrera*, órgano de la CNT (desde 1911). Dentro de la prensa socialista, *El Socialista*, publicación del PSOE, que tratar de ser algo más que el órgano del partido. En 1933 Largo Caballero crea su propio periódico (*Claridad*) y Julián Besteiro otro (*Democracia*). La división entre el partido se traslada al ámbito periodístico.

**B ) PRENSA CONSERVADORA.** Entre otros podemos destacar: *El Debate*, periódico creado por iniciativa eclesiástica y dirigido por el obispo Herrera Oria. En 1935, un **hermano del director** promueve la publicación, también desde la misma **Editorial Católica, del diario Ya**, mucho más crítico con la República.

**ABC** fue fundado en 1903 como **publicación semanal política** por Torcuato Luca de Tena tras el éxito de otra publicación suya, *Blanco y Negro*, revista ilustrada de consumo familiar. Aglutina todas las fuerzas sociales **agredidas por el ideario republicano**. De ideología monárquica y por tanto, antirrepublicana y antidemocrática (en España la monarquía nunca fue democrática), terminará apoyando la conspiración militar de 1936.

En 1933 José Antonio Primo de Rivera crea la **Falange**, naciendo también entonces el **boletín** del partido. Un año más tarde, el partido se une con las JONS y se crea en 1935 el periódico **Arriba**, financiado directamente por Mussolini.

### 3. LA DICTADURA FRANQUISTA

El bando sublevado concibe **la prensa** como **un instrumento** imprescindible al servicio de la construcción de un **nuevo Estado y una nueva sociedad**. Para **Franco**, la buena **prensa** no sólo va a ser la **confesional**, sino aquella que defienda el **estado totalitario**. En 1938 se promulga la **Ley de Prensa Suárez**: principios ideológicos de antiliberalismo y anticapitalismo; regula el número y la extensión de las publicaciones periódicas; el gobierno designa al director, que pasa a ser un comisario político; se reglamenta la actividad periodística: se necesita el  **carnet de periodista**, que requería ser incondicional al régimen; se vigila y censura la actividad periodística, se introducen en los textos consignas propagandísticas...

**La Ley de Fraga de 1966** ha de entenderse desde **la nueva realidad internacional** tras la II Guerra Mundial (la desaparición de los estados totalitarios y la supremacía de las democracias obligan a la **transformación funcional del Estado franquista**). En ese contexto de **aperturismo** se suceden la Ley de Fueros, la Ley de referéndum o la Ley de Sucesión. Los puntos principales de la Ley del 66 son la permisividad de **la libertad de empresa**; una cierta **tolerancia** con cierto sector de la prensa, el controlado por las **familias del régimen**; **elimina la censura**, pero el **gobernador civil** tiene la potestad de amonestar y sancionar a las publicaciones..., prueba de ello fue el cierre en 1971- y posterior demolición- del diario *Madrid*.

Aparecen **revistas mensuales y semanales** que tenían **menor vigilancia que los diarios** y fueron decisivas para difundir ideas acerca de la necesaria salida de la dictadura: **Cuadernos para el Diálogo** publicación de carácter democristiano fundada por **Ruiz Jiménez**; **Triunfo, Destino o Cambio 16**. También proliferaron **las revistas del corazón: Hola, Diez Minutos, Lecturas, Semana...** y alcanzó importante éxito el **semanario de sucesos El Caso**. Los **periódicos deportivos** más leídos eran **As y Marca**.

**Triunfo** merece especial comentario. Nace en 1946 en **Valencia** como **revista de cine fundada por José Ángel Ezkurra**. Dos años más tarde la redacción de **la revista se traslada a Madrid**. Ezkurra busca **apoyo financiero**, tras rechazar en 1960 incorporarse a la Cadena del Movimiento, para **cambiar el tono y estilo de la revista** con el fin de constituirse en un **magazine de información general**. En 1962 se funda, con capital de **Movierecord, Prensa Periódica S.A.**, que va a editar **el nuevo Triunfo**,

un magazine de información general al estilo de los europeos con una tirada media de **600.000 ejemplares**. Se modificó prácticamente toda la plantilla y se incorporan **Luis Carandell, Diego Galán, Miret Magdalena, Vázquez Montalbán, Eduardo Haro Tecglen...** *Triunfo* logra aglutinar en torno a la publicación a gran parte de los **intelectuales democráticos antifranquistas**. En el año **1966 Fraga** intentó que la revista publicara en su **portada la efigie del Caudillo**. No sólo no se publica, sino que dedica un número monográfico de **homenaje** por esas fechas a **Picasso**, acompañado en la portada de **un poema de Alberti**. En 1971 sale a la calle un número monográfico sobre **la crisis del matrimonio** con artículos de **Jesús Aguirre, Lidia Falcón, Carmen Martín Gaité...** La publicación es **sancionada con 250.000 ptas., una elevada cantidad para la época** y **cuatro meses** de suspensión. La publicación aprovecha entonces para sacar a la calle **la revista de humor Hermano Lobo**. *Triunfo* publicó, en fin, su último número **en agosto de 1982**.

#### 4. TRANSICIÓN POLÍTICA E INFORMATIVA

**En julio de 1976** Juan Carlos I decide sustituir a Arias Navarro como presidente del Gobierno por **Adolfo Suárez** (elegido de una terna en la que también estaban Fraga Iribarne y Areilza). Hasta ese momento, la carrera política de Suárez había estado muy vinculada al **movimiento falangista** y el cargo más importante que había ocupado hasta la fecha había sido el de **director de RTVE**.

**Todas las publicaciones critican la decisión**, especialmente **Cuadernos para el diálogo, Triunfo, El País y Diario 16** (estas dos últimas nacieron tras la muerte de Franco). **El diario Ya**, por su parte, manifiesta un claro desconcierto ante la noticia. Un grupo de sus colaboradores -grupo Tácito- va a ser de gran importancia para guiar desde su posición en la prensa a la sociedad a posiciones **de libertad y democracia**. De este partido saldrá una importante base de la UCD.

Los históricos **ABC y Ya** consiguieron **adaptarse a los nuevos tiempos**. Al final sólo sobrevivió **ABC, puesto que Ya desapareció en 1993**. Bajo la dirección de **Luis María Anson**, se convierte en uno de los periódicos más vendidos del país.

**Los sectores franquistas** quedaban descolocados ante estas situaciones, del mismo modo que **la prensa del Movimiento** (*Informaciones, Arriba, Pueblo*, escuela de muchos periodistas renovadores...), que fue **o bien desapareciendo o bien quedando poco a poco**, ya en democracia, **en manos privadas**: sólo algunos periódicos regionales y locales, caso del diario *Córdoba*, hoy del Grupo Zeta, consiguieron, profundamente renovados, sobrevivir. Esto hizo que **los movimientos ultraderechistas** se aglutinasen en diarios como **El Alcázar**, que terminaron por desaparecer.

**En 1976**, como decíamos más arriba, aparecieron dos diarios que revitalizaron el panorama periodístico español: **El País y Diario 16**. El primero, **El País**, inspirado por el hijo de Ortega y Gasset, **José Ortega Spotorno**, fue dirigido en sus primeros tiempos por **Juan Luis Cebrián** y respaldado por un fuerte grupo financiero. Se planteaba como **objetivo** la construcción de **una democracia plena** con una profunda renovación de la sociedad española. **Su éxito fue rotundo** y conseguiría alcanzar **el liderazgo** de ventas de los periódicos de información general hasta la actualidad. En los **años 80** publicará también **una edición internacional** y será la base para la creación del **grupo de comunicación multimedia español más poderoso: Prisa y Sogecable**, que agrupa a productoras y distribuidoras cinematográficas (*Sogecine y Sogepaq*), a periódicos como *El País, As, Cinco Días*, una parte de las grandes cadenas de radio (*SER, Cadena 40, Cadena Dial, M-80*), empresas de televisión (*Cuatro, Digital Plus, Localía*, disuelta en 2008), e importantes editoriales como Santillana, Alfaguara, Aguilar, etc.

Por su parte, **Diario 16** surgió con una firme voluntad de **defender con vigor el sistema democrático** y realizar un periodismo trepidante y de calidad. Junto al semanario **Cambio 16** permitiría la constitución de otra fuerte empresa: **Grupo 16** que controlaba distintas publicaciones y fue muy importante hasta su **declive en los años 90 y final desaparición en 2001**.

#### 5. SITUACIÓN ACTUAL

La aparición en España de las televisiones privadas que comienzan a emitir en 1990 permite completar poderosos grupos de comunicación con intereses en diferentes medios: prensa escrita, tv, radio, libros, cine e Internet. Los grupos empresariales que controlan la información en España son: RTVE, Vocento, PRISA, Planeta, Mediapro, Unidad Editorial, COPE, Mediaset y Grupo Zeta. Sólo el primero, RTVE- al que habría que sumar los diferentes grupos regionales de radio y televisión públicos, controlados por los gobiernos autonómicos respectivos- es de titularidad pública. Esta titularidad pública debería garantizar la veracidad e imparcialidad en las informaciones que se difunden. Sin embargo, es frecuente que se denuncie la manipulación informativa que sufren, en mayor o menor grado, en beneficio de los intereses del gobierno- nacional o regional- de turno. Asimismo, las televisiones privadas se han opuesto tradicionalmente a que la fuente de financiación principal de RTVE sea, como en su caso, la publicidad. Desde 2010 RTVE, como consecuencia de un cambio en el modo de captar ingresos, no disputará la publicidad a las televisiones privadas.

Pero regresamos al relato histórico de la prensa en España. Con la democracia se potencian **las publicaciones económicas**, *Cinco días* (1978) del Grupo Prisa y *Expansión* (1986), del Grupo Unidad Editorial; ganan lectores las revistas del corazón y aparecen algunas **revistas de carácter erótico-satírico** como *Sal y Pimienta* o *El Jueves* (1977). También aparecen nuevas **revistas semanales de información general**, dos con mucho éxito: *Interviú*, nacida en 1976 y *Tiempo* en 1982, ambas del Grupo Zeta.

En los 80 se **refuerza la prensa regional** con nuevos periódicos y la consolidación de otros veteranos, tras la disolución de la prensa del Movimiento. *El Periódico de Catalunya* (del Grupo Zeta) y *La Vanguardia*, los dos periódicos más leídos en Cataluña, *La Voz de Galicia*, *el Heraldo de Aragón* y *El Correo Vasco* (actualmente **el más poderoso en la prensa local y autonómica con 13 cabeceras**) son los que alcanzan las mayores tiradas. Éste último, el Grupo Correo, se fusiona en 2001 con Prensa Española, editora de *ABC*, para formar un nuevo grupo de comunicación, *Vocento*, también propietario de una cadena de radio estatal, *Punto Radio*.

**En 1989** el director de *Diario 16* -**Pedro J. Ramírez**- junto a un grupo de sus redactores y con el apoyo de distintos financieros, decide lanzar **un nuevo periódico: *El Mundo del siglo XXI***, cabecera importante del Grupo Unidad Editorial junto a *Expansión* y *Marca*, líderes respectivamente de la prensa económica y deportiva. *El Mundo* ha conseguido ser el **segundo periódico** de información general de mayor difusión.

**Anson**, reconocido director de *ABC*, funda y dirige en 1998 **el diario *La Razón***, del Grupo Planeta, también accionista mayoritario de la cadena de tv *Antena 3* y de la cadena de radio *Onda Cero*.

En 2007 aparece otro periódico de información general en los quioscos españoles, *Público*. Se trata de una publicación del grupo Mediapro, muy activo en la producción televisiva y cinematográfica, y también accionista de la cadena de tv *La Sexta*, que comenzó sus emisiones en 2006.

En los últimos años, además de la incorporación de nuevas cabeceras de ámbito estatal (como *Público* o *La Razón*), varios hechos, novedosos, han conmovido profundamente el periodismo: la prensa gratuita, Internet y la concentración de medios.

De un lado, la irrupción de la prensa de distribución gratuita, que se caracteriza por practicar el denominado "periodismo ciudadano", esto es, recoger noticias muy próximas a los intereses del ciudadano (hipotecas, impuestos, consultorio legal, etc. y fomentar la participación de los lectores en el medio a través de las cartas al director, encuestas, etc. No obstante, voces críticas señalan que estos periódicos carecen de rigor periodístico, a saber, no estructuran la información de modo adecuado-figuran en primera página noticias irrelevantes- ni contrastan debidamente las fuentes, por lo que tienden al sensacionalismo. En cualquier caso, uno de estos periódicos, *20 minutos*, que comienza a distribuirse en 2001, es hoy el periódico más leído de España, con otra cabecera gratuita, *Qué!*, del grupo Vocento, situado en cuarta posición (tras *Marca* y *El País*), pese a que fue lanzado en 2005.

De otro lado, Internet ha socavado los cimientos de la prensa escrita. Todas las principales cabeceras- *El País*, *El Mundo*, *ABC*, *Público*, *La Vanguardia*, *20 minutos*...- de los periódicos españoles cuentan con ediciones en Internet con acceso, generalmente, total y gratuito a las ediciones en papel que se distribuyen mediante pago en los quioscos. En los primeros años, algunos de estos medios- *El País* de 2002 a 2005- optaron por diferenciar el acceso a la edición digital: limitado a determinados contenidos de modo gratuito y total mediante el pago de una cota. Sin embargo, este modelo de negocio fue pronto descartado porque se tradujo en la pérdida de posiciones en la difusión de las versiones digitales de los medios, ya que otros medios no introdujeron el pago para el acceso por Internet. Como medio y soporte diferente al papel, Internet ha provocado diferentes cambios<sup>1</sup> en la prensa escrita: creación de blogs y foros, cesión de generosos espacios para el comentario y participación de los lectores; introducción de elementos audiovisuales (vídeos, ficheros de audio, infografías...) o el apoyo a las noticias con enlaces a versiones íntegras de documentos que, por su extensión, no pueden ser publicados en papel. No obstante, pese a estos cambios y adaptaciones, Internet continúa siendo un problema para los medios escritos. Los lectores jóvenes no tienen hábito de pagar por acceder a la información y, por su lado, los periódicos no parecen capaces de rentabilizar las inversiones sólo mediante los ingresos publicitarios en Internet. En consecuencia, algunos prestigiosos medios internacionales- *The Wall Street Journal*, *The Economist*, *Libération*, *Le Monde*- anuncian o ya disponen de ediciones digitales especiales sólo para abonados.

Por último, como consecuencia de la crisis económica de 2008 y de la necesaria renovación del modelo de negocio a que obliga internet, se anuncian en diciembre de 2009 varias operaciones de integración de empresas de medios: Tele5 y Sogecable, de un lado, y Antena3 y LaSexta, de otro. Si estas operaciones empresariales de fusión culminan, es evidente que se empobrecerá la diversidad ideológica en el tratamiento de la información en aras de una mayor homogeneidad que permita aumentar beneficios.

---

<sup>1</sup> Periodistas y bloggers han firmado un manifiesto sobre las relaciones entre periodismo e Internet: <http://uberblogged.com/periodismo/como-funciona-el-periodismo-hoy-manifiesto/>.