

LA EMPRESA PERIODÍSTICA EN ANDALUCÍA DESDE LA TRANSICIÓN: DEBILIDAD, EXILIO O CONCENTRACIÓN (II)

Ensayo

Si bien la Transición española suele situarse en el periodo 1975-1982, en el caso de la prensa es pertinente demarcar el inicio de la transformación del sistema tras la promulgación de la Ley de Prensa e Imprenta de 1966 (conocida como Ley Fraga). Aquella norma jurídica no eliminó la censura y las sanciones a la prensa, pero sí devolvía la hegemonía a la empresa periodística privada: libertad de nombramiento de director y disposición legal para crear nuevas empresas. En Andalucía esta nueva situación tuvo poco impacto.

Realizado por **Dani Moya López**

La empresa periodística andaluza se ha caracterizado desde 1975 por su debilidad, su exilio o su concentración. Son factores, no obstante, relacionados entre sí. La debilidad de la empresa local/regional más la falta de una identidad regional en estas esferas ha imposibilitado que nacieran cabeceras con dicha personalidad y cobertura. El resultado ha sido la ausencia de una prensa regional que cristalizara el efervescente sentimiento surgido en la lucha por la autonomía. Bajado el fervor social, y sin medios de comunicación que puedan canalizar esa recuperación, Andalucía ha sufrido un claro estancamiento en ese aspecto.

Se habla de debilidad porque aquellas cabeceras que fueron iniciativas empresariales locales fueron incapaces de mantenerse: hubieron de vender a estructuras superiores o desaparecieron. Se habla de exilio porque varias de estas cabeceras acabaron en estructuras superiores cuya raíz estaba más allá de Despeñaperros. A ellas se unen las que ya de por sí estaban integradas en esas empresas periodísticas nacionales. Por último, se habla de concentración porque, ya fuera en una matriz

andaluza o nacional, las varias cabeceras han quedado integradas en pocos grupos. En estas líneas se va a analizar el caso de algunas de las principales cabeceras andaluzas¹.

La Cadena de Prensa del Movimiento

En una publicación anterior ya se mencionó la notable presencia de la Cadena de Prensa del Movimiento en Andalucía. La debilidad empresarial de sus periódicos, unido a un pasado de difícil separación, provocaron la desaparición de varias de estas cabeceras. El paso intermedio a la subasta de 1984 fue su integración en los Medios de Comunicación Social del Estado (MCSE). Se convertían en prensa estatal. El onubense *Odiel* cerró en 1984 tras no encontrar comprador. Apenas logró superar los 5.000 ejemplares de tirada en su mejor momento (Reig, 2011). No ayudó, como señala el estudio de Núñez García y Calero Delgado (2009) su tímida reconversión en el periodo democrático: rechazó todo lo que estuviera en la izquierda y apoyó en exceso a la UCD, partido en el Gobierno.

Tampoco encontró comprador el jerezano *La Voz del Sur*. Ni siquiera alcanzaron en vida la subasta el malagueño *La Tarde* (cerrado en 1975); *Sevilla* (en 1976), sustituido por *Suroeste* (en 1983); y *Patria* (en 1983). Es decir, más de la mitad de los periódicos andaluces de la Cadena de Prensa del Movimiento no sobrevivieron más allá de 1984.

Antagónico de todos ellos fue *Sur*, de notable tirada y rentabilidad, perteneciente también a la Cadena de Prensa del Movimiento. Claro que el periódico malagueño se anticipó rápido a lo que estaba por venir. Como señala Fábregas Martínez (2016), el diario suprimió el yugo y las flechas al día siguiente de morir Franco -el resto de la cadena tardaría meses- y buscó además alternativas empresariales para la supervivencia del medio. Todo ello cristalizó en que en 1984 el periódico no sólo encontrase comprador, sino que éste además fuera una cooperativa surgida de la unión entre trabajadores y empresarios locales. Fue el único caso en toda la subasta. La misma autora considera que el periódico no asumió los postulados de UCD durante su pertenencia a los MCSE (Fábregas Martínez, 2016).

¹ Esta entrada analiza el caso de los principales periódicos de las capitales de provincia más Jerez de la Frontera.

Los periódicos *Córdoba* y *Jaén* también encontraron comprador, en este caso empresas surgidas para esta subasta y ligadas al PSOE. Ambos compartían su pertenencia al Movimiento y su condición hegemónica al ser los únicos diarios de sus ciudades. En el caso cordobés, este hecho se rompió en el periodo 1981-1984, en el que coexistió con *La Voz de Córdoba*, perteneciente a la misma empresa que tras adquirir *Córdoba*, lo cerró. *La Voz de Almería*, renombrado así en los sesenta (su anterior título, *Yugo*, era lo suficientemente explícito), también halló comprador en la empresa local Novotécnica. También era el único diario de la capital almeriense.

Viaje de ida y vuelta: de lo local a lo nacional y de vuelta a lo local

No fue la única confluencia que tuvieron los diarios subastados. Su compra por propietarios de índole local no tendría mucho recorrido. *Sur* pasó a formar parte del Grupo Correo en 1990, empresa periodística vasca que culminaría su salto nacional (tras el fallido intento después de adquirir el *Ya* a la Editorial Católica en 1988) después de absorber el 80% de Prensa Española en 2001. *Córdoba* también saltaría a estructuras foráneas como la del Grupo Zeta, que lo adquirió. Hoy Zeta pertenece a Prensa Ibérica tras la adquisición de esta última empresa en 2019. *Odiel Información*, nacido en 1999, también haría el mismo recorrido: fue comprado por el Grupo PRISA y éste lo vendió más tarde al Grupo Zeta. Finalmente desaparecerá en 2013.

Jaén y *La Voz de Almería* vivirían un proceso parecido tras ser adquirido por el mastodóntico Grupo PRISA. En el caso jiennense el porcentaje sería superior al 50% mientras que en el almeriense de un 30%, transacción realizada en 1999. En 1983 nace *Diario Málaga-Costa del Sol*, que también pasó a formar parte de capital foráneo, concretamente el de Construcciones Salamanca. La cabecera cierra en 2006.

Este camino también fue recorrido por *El Correo de Andalucía*, propiedad de organizaciones católicas como el Arzobispado de Sevilla, el Obispado de Córdoba y también, en un 18%, de la Editorial Católica, una de las grandes empresas periodísticas nacionales. El periódico sevillano es un ejemplo del reposicionamiento de las familias del régimen franquista. En consonancia con el Concilio Vaticano II de 1962, el diario comenzó a dar protagonismo en sus páginas a otros colectivos, de manera que se configuró como un periódico que apoyaba los valores democráticos (Méndez Muros,

2011). En 1986 la cabecera conoce cambios accionariales que lo ligan a Arturo Moya, ex diputado de UCD, y a Emilio Martín, de Mundicón, empresa cercana al PSOE que adquirió varios periódicos de la propia Cadena de Prensa del Movimiento (Fuentes y Fernández Sebastián, 1997). Acabará más tarde integrado, también, en el Grupo PRISA.

Otro ejemplo lo constituye *Huelva Información*, perteneciente a la Federación Onubense de Empresarios y con una importante influencia de la Asociación de Industrias Químicas y Básicas de Huelva, protectoras del polo industrial de la ciudad (Tellechea Rodríguez, 2004). Su posicionamiento con los problemas de contaminación, señala este autor, fue tibio. La élite económica onubense vendería el periódico a Prensa Española, que más tarde quedaría integrada en Vocento tras la absorción del Grupo Correo.

La prensa regional fue, por tanto, desde tiempos de la Transición uno de los últimos nichos de mercado a ocupar por los grandes conglomerados (Moya López, 2016). Sin embargo, la caída del soporte papel ha provocado la crisis de numerosas cabeceras y las grandes empresas nacionales compraron billete de vuelta para algunas de estas inversiones. Sobre todo por parte del Grupo PRISA, que vendía el 100% de *El Correo de Andalucía* y más del 50% de *Jaén* al Grupo Gallardo. El 30% que tenía sobre *La Voz de Almería* fue a parar, de nuevo, a Novotécnica. En el caso del diario jiennense, acabará en sus manos actuales, un grupo de empresarios locales. *El Correo de Andalucía* lo hará del grupo Morera y Vallejo, que no pudo retener el papel y mantiene la versión digital. Vocento también hará una pequeña desinversión con *Huelva Información*, cabecera que vendería en 2002 al andaluz Grupo Joly.

La empresa periodística nacional en Andalucía

Además de estas cabeceras, otros importantes periódicos ya tenían su matriz fuera de la delimitación geográfica andaluza. Es el caso de *ABC de Sevilla*, cuya propiedad estaba en manos de Prensa Española, editora de *ABC*, y que acabará en Vocento. La edición *ABC de Córdoba* también pertenece a esta rama. Ya se ha comentado también, en el caso de Sevilla, la situación de *El Correo de Andalucía*, perteneciente en un 18% a la Editorial Católica.

Esta empresa tendría otra gran cabecera andaluza: *Ideal*, de Granada. De hecho, el periódico granadino ha sido uno de los más solventes, lo que le ha llevado a intentar el difícil reto de superar los límites locales para convertirse en regional. *Ideal* tiene sus ediciones también en Jaén y Almería e intentó penetrar, sin éxito, en Málaga. Una aventura a la que, por cierto, aspiró *Sur* con *Granada 2000*, también sin éxito (Checa Godoy, 1991). Esta orientación regional es mencionada por Vázquez Allegue (2010), que recuerda cómo el periódico cambió su subtítulo de “Diario Regional de Andalucía Oriental” a “Diario Regional de Andalucía”. Lema, este último, que coincide al 100% con el que llevó a cabo el mencionado *Suroeste* (1976-1983). Al igual que otras cabeceras defendió posturas andalucistas dentro de la identidad española.

En 1988 la Editorial Católica desaparece después de haber sido una de las más importantes empresas periodísticas españolas del siglo. Es el Grupo Correo quien adquiere sus medios, entre ellos *Ideal*, que forma parte hoy del mismo conglomerado, ahora Vocento.

En los ochenta se iniciará el desembarco de las ediciones andaluzas de las marcas periodísticas nacionales. Será *Diario 16 Andalucía*, del Grupo 16, el que marque el punto de salida en 1982. Desde Sevilla, pero con vocación regional (Farias, 2000), tendrá un hermano en Málaga, *Diario 16 Málaga*, nacido en 1989. Ambos desaparecerán en la segunda mitad de los noventa con la enorme crisis sufrida por la empresa. *El País* y *El Mundo* serán los siguientes en penetrar en Andalucía con ediciones propias.

La concentración del Grupo Joly

Como grupo mediático andaluz se ha consolidado desde tiempos de la Transición el Grupo Joly. A la muerte de Franco disponía de *Diario de Cádiz*, periódico en activo más longevo de la región. En la década de los ochenta nacería *Diario de Jerez* (1984), que sustituye a *La Voz del Sur*, y *Europa Sur* (1989). Este crecimiento se confirmaría a finales del Siglo XX y entrada del Siglo XXI: *Diario de Sevilla* (1999), *El Día de Córdoba* (2000), *Huelva Información* (2002, comprado a Vocento), *Granada Hoy* (2003), *Málaga Hoy* (2004) y *Diario de Almería* (2007). Sólo Jaén no posee una cabecera perteneciente a esta empresa.

La situación desde la Transición hasta nuestros días ha germinado en una concentración mediática que ha estado presente en todas las escalas (regional, nacional e internacional). Grupo Joly y Vocento son hoy los dominadores de la prensa andaluza, pues mantienen sus principales cabeceras por tirada y rentabilidad. Apenas *Jaén* y *La Voz de Almería* sobreviven aparte, puesto que *El Correo de Andalucía* está muy lejos de sus mejores años.

Hay, en este periplo, un ejemplo que muestra la dificultad de sobrevivir fuera de la gran estructura mediática. Es el caso de *Sol de España*, que nace en 1967 pero desaparece en 1982. La cabecera malagueña llegó a pelear con el hegemónico *Sur* (Reig, 2011) y constituyó una aventura que dio matices a la monolítica prensa de Málaga, aunque su debilidad empresarial se llevó por delante una iniciativa caída en el olvido drásticamente (Sarria Gómez, 2012).

Vaivén de publicaciones sin mercado

Esta concentración propició que Andalucía viviera también el vaivén de nacimiento y desaparición de periódicos que se vivió a raíz de la Transición. Sevilla y Granada se llevan la palma en este sentido. En la ciudad hispalense nacerían dos vespertinos. *Informaciones de Andalucía*, de Prensa Castellana (participada en un 25% por Prensa Española), apenas saldría los años 1976 y 1977. En 1976 nacería también *Nueva Andalucía*, hermano de *El Correo de Andalucía*, que cerraría en 1984. El periódico vespertino había quedado desfasado: la radio ya podía informar y la televisión seguía ganando adeptos. Aquellas iniciativas respondían a un viejo anhelo, a la formación de un tándem que en el primer tercio del siglo XX daba réditos (*El Sol* y *La Voz* o *El Debate* y *Ya*), que el nuevo mercado periodístico ya no podía abordar.

En Granada el resultado no fue distinto, aunque sí se trató de otras iniciativas. En el año 1982 nacía *Diario de Granada*, que desaparece en 1986. Dejó como legado el Robinson Urbano de Muñoz Molina (Ruiz Rico, 2013). Checa Godoy (1991) señala su aproximación al PSOE. Misma aproximación de un periódico que le sustituía, *El Día de Granada*, cuya vida se extendió tan sólo entre 1986 y 1987. Entre medio, en 1983, nacía *El Defensor de Granada*, cuyo título ya evocaba a uno de los titanes de la prensa

granadina. Quedó indefenso en el nuevo mercado y desapareció un año más tarde, en 1984.

En conclusión, la prensa andaluza vivió de primera mano los enormes cambios producidos en el mercado periodístico desde los tiempos de la Transición. El vaivén de publicaciones acabó en un mercado más estable pero también concentrado. El espacio se ha reducido y subsistir fuera de los grandes grupos mediáticos es una proeza. Andalucía conoció esa debilidad empresarial, el exilio hacia una matriz más allá de su geografía o la concentración enorme de su grupo mediático. Debilidad, exilio y concentración.

Referencias bibliográficas.

CHECA GODOY, Antonio (1991). Historia de la prensa andaluza. Sevilla: Fundación Blas Infante.

FARIAS, Pedro (2000). 16 años de Diario 16 Historia y análisis empresarial (1976-1992). Málaga: Asociación para la Investigación y el desarrollo de la Comunicación (I+D.COM).

FUENTES, Juan, y FERNÁNDEZ SEBASTIÁN, Javier (1997). Historia del periodismo español prensa, política y opinión pública en la España contemporánea. España: Síntesis.

MARTÍNEZ FÁBREGAS, Jezabel (2016). “De pro Franquista a anti Gobierno. La evolución de “Sur” con respecto a la política nacional durante la transición española (1975-1978)”. Política y Sociedad, Vol. 53 (nº2), pp. 285-307.

MÉNDEZ MUROS, Sandra (2011). La transición democrática española a través de los editoriales de El Correo de Andalucía. Hologramática, nº 14 (vol. 2), pp. 17-44.

MOYA LÓPEZ, Daniel (2016). Las empresas periodísticas de España en el siglo XX (1881-1989). Antecedentes de los actuales conglomerados mediáticos. Trabajo Fin de Máster: Universidad de Sevilla.

NÚÑEZ GARCÍA, Víctor Manuel, y CALERO DELGADO, María Luisa (2009). Diario Odiel, evolución del discurso periodístico en el contexto de la transición a la democracia en España. Historia Actual Online, nº 18, pp. 77-90.

REIG, Ramón (2011). *La comunicación en Andalucía: historia, estructura y nuevas tecnologías*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces.

SARRIA GÓMEZ, Carlos (2012). Un diario en transición: Sol de España (1967-1982). Isla de Arriarán, XXXIX, pp. 327-344.

TELLECHEA RODRÍGUEZ, José Manuel (2004). El conflicto "info-ambiental": el caso de Huelva Información (agosto de 1983 - diciembre de 1992). Ámbitos. Revista internacional de comunicación, nº 11-12, pp. 319-340.

VÁZQUEZ ALLEGUE, Jaime (2010). El Ideal de la Transición. Melchor Saiz-Pardo, periodista granadino. Tesis doctoral: Universidad de Sevilla.

Cómo citar: Moya López, Dani (2021). "La empresa periodística en Andalucía desde la Transición: Debilidad, exilio o concentración (II)". En Gutiérrez Jiménez, M.E. (coord.), *Guía del Patrimonio Periodístico Andaluz* [en línea]: <https://grupo.us.es/hicpan/la-empresa-periodistica-en-andalucia-desde-la-transicion-debilidad-exilio-o-concentracion-ii/> Sevilla, Proyecto I+D+i FEDER Andalucía 2014-2020 "Historia Crítica del Periodismo Andaluz" (US-1253132), Universidad de Sevilla.