

Anexo

La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

Dra. M^a Luisa Cárdenas Rica

1.- AUGE DE LAS PUBLICACIONES CERCANAS.

La llegada del sistema democrático a España, a partir de 1976, propicia la potenciación de la comunicación regional y local, gracias entre otros factores a la liberalización del sistema político, el paso de una situación de expresión “vigilada” (Ley de Fraga de 1966) al de la libertad democrática, amparada por la Constitución de 1978. El auge de las publicaciones regionales, en mitad de una crisis generalizada que afecta también a los diarios nacionales, cobra su pleno sentido en el marco de las autonomías. Debido a que los medios audiovisuales estaban en posesión del Estado frente a “la independencia” de la prensa escrita¹.

Durante el período citado, además, se presentan unas serie de circunstancias que favorecen el establecimiento de esta modalidad de prensa, según Juan Maciá²: la reconversión tecnológica que va a reducir la distancia entre la de ámbito nacional y la regional, al facilitar y agilizar el acceso a las fuentes, además de mejorar la calidad y los recursos en los procesos de elaboración y producción. Así como una configuración político-administrativa de España como Estado de Autonomías, que propicia la expansión de la Comunicación de regiones, facilitada a través de los gabinetes de prensa que se extenderán hasta la administración local. Y por último, la ampliación de concesiones de emisoras radiofónicas (FM) y la multiplicación y asociación de emisoras locales de televisión, bajo la iniciativa privada, sin regulación jurídica.

Junto a la facilidad de emitir mensajes a través de la creación de nuevos medios, se produce la permeabilidad de éstos, e incluso en el ámbito cercano. Los diarios hispalenses, además, han sido partícipes de la localización informativa: *ABC de Sevilla*, *Diario 16-Andalucía* y *El Correo de Andalucía*³.

Será a partir de 1979, como bien expresa Picos Freire⁴, cuando la mayoría de la prensa nacional, tanto pública como privada, pierde su rentabilidad. Las razones esgrimidas son la aparición de nuevas publicaciones diarias; mejora de la calidad informativa de las emisiones radiofónicas: les son permitidos a las cadenas radiofónicas los informativos propios, en lugar de las conexiones diarias con el “parte” de Radio Nacional; presencia de nuevos seminarios de gran éxito; mayor capacidad de entretenimiento y ocupación del tiempo libre por parte de la televisión, y sucesivas elevaciones del precio de venta de los diarios. Lo que va a provocar que aumenten los costes y baje la publicidad sin que, en compensación, aumenten las tarifas. Ante la crisis, los lectores reducen gastos que consideran superfluos, la prensa entre ellos.

¹ PÉREZ VILARINO, J.: *Los periódicos ante las autonomías*, Akal, Madrid. 1984, pp. 8-9.

² MACIÁ MERCADÉ, J.: *La comunicación regional y local*, Ciencia 3, Madrid, 1993, pp. XXII- XXIII.

³ CÁRDENAS RICA, M. L., Y GONZÁLEZ BORJAS, A.: “Información local: democratización e interacción comunicacional” en AA. VV.: *Comunicar: aprender a vivir*, Congreso Universitario Internacional, Ed. Cronos, Sevilla, 1996.

⁴ PICOS FREIRE, José J.: “Estructura de la prensa local en España” en AA. VV.: *Manual del periodismo*, Ed. Prensa Ibérica, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Barcelona, 1995, p. 609.

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

Frente a la caída que sufrió la prensa nacional, la regional mantenía, en cambio, niveles aceptables de publicidad con menos gastos. “Al liquidar el PSOE en 1982 la cadena de medios del Estado, permite que en diversas ciudades un periódico se convierta en el dominante o en el único medio impreso, normalmente próspero y capaz de resistir esporádicos intentos de competencia. (...) Además de la expansión regional en un sentido horizontal, otra de las iniciativas desarrolladas por las empresas regionales fue la de organizar servicios comunes, es decir, invertir en una expansión vertical, como por ejemplo en distribución o en edición de dominicales en color conjuntos”⁵.

Este resurgimiento también va a influir en la propia configuración de la estructura de la información. Los medios van a recoger los temas de ámbitos más cercanos y no sólo darán relevancia a la actualidad noticiable, de este modo “contribuyen a cohesionar y vigorizar el sentimiento regionalista”⁶.

La información próxima se verá también favorecida porque la prensa nacional va a edicionalizar sus contenidos “para acercarse lo más posible a la comarca y a la localidad”⁷. Es decir a través de la “edición local”, la difusión de ediciones regionales e incluso locales en diarios de tirada nacional, se cambia una parte de su paginación para lograr un nuevo producto para distintos territorios⁸. Una medida que, a pesar de su novedad aparente, era ya patrimonio de periódicos regionales y comarcales que publicaban ediciones de carácter zonal o local, uno de cuyos mejores ejemplos es la prensa catalana⁹. Recientemente periódicos como *El País* y *El Mundo* han puesto en funcionamiento en Andalucía.

Si se avanza hasta la actualidad, también las dificultades de las empresas periodísticas, motivadas por una nueva crisis económica que ha supuesto una recesión en el mercado publicitario y la conciencia de que existe una realidad más cercana al ciudadano que es ignorada por los grandes medios nacionales, han permitido el afianzamiento de la prensa cercana. Es en este sector en el que se están creando o adaptando iniciativas que agilizan el mercado y producen beneficios empresariales hasta ahora insospechados.

En este ambiente se desarrolla la expansión de grupos editoriales regionales¹⁰, como Correo o Prensa Ibérica, y de empresas dedicadas al periodismo especializado y de distribución gratuita como Recoletos. Además de expansionarse en una dimensión horizontal, absorbiendo cabeceras o preparándose para el sector audiovisual local, el desarrollo de estos grupos tiene una dimensión vertical, en busca de la optimización del coste de los servicios propios de su actividad empresarial¹¹.

⁵ Ibídem, p. 609.

⁶ MACIÁ MERCADÉ, J.: op. cit., pp. 231-232.

⁷ CAL MARTÍNEZ, M^a Rosa: “Fórmulas nuevas de información local” en AA. VV.: *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*, Ariel Comunicación, Barcelona, 1989, pp. 488-489.

⁸ MACIÁ MERCADÉ, J.: op. cit., p. 189.

⁹ PICOS FREIRE, José J.: op. cit., p. 609.

¹⁰ La prensa regional es definida por Maciá Mercadé “aquellos diarios que reúnen algunas o todas las siguientes características: Se difunde en toda o en gran parte de una región. Tiene su sede editorial en una de sus ciudades o capitales de provincia, sin que necesariamente sea la que ostenta la capitalidad oficial de la región. La intencionalidad o vocación fundacional es regional y ello refleja en el contenido principal. Tal es la percepción que de ello tiene el lector. Su relación con las instituciones y organismos representativos de la región es directa y permanente. El 15 por 100 de sus ventas se realiza en provincias distinta a la del lugar de edición. La difusión total media es superior a los 50.000 ejemplares. Cuenta con un mínimo de difusión de 25 ejemplares por 1.000 habitantes en el área geográfica que abarca». Vid. MACIÁ MERCADÉ, J.: op. cit., pp. 163- 164.

¹¹ PICOS FREIRE, José J.: op. cit., p. 609-610.

Interés por la información local.

A los motivos económicos y políticos expresado también hay que unir los propios deseos del lector afincado en este ámbito, ciudades y pueblos de la geografía española, porque como expresa Maciá:

“Un periódico regional o nacional nunca satisface plenamente el 'derecho de saber' del lector; en lo que se refiere a su cotidianidad más inmediata, no llega a una profundización tan de cerca ni al detalle a un conocimiento tan próximo. Por razón del espacio disponible, así como la estructura redaccional, ninguna crónica de corresponsal puede competir con la prensa 'in situ'”¹².

El diario interregional, regional, interprovincial o provincial -lo mismo que el comarcal o local-, los diarios de “regiones”, en suma, se aproximan mucho más al lector y le informan de lo cotidiano e inmediato¹³. En la “Edimburg Review”, en 1837, un autor anónimo escribía: “Por baratos que sean los libros y por muy popular que sea su lenguaje, es difícil que los lean ignorantes... Pero en cambio todos los hombres leerán las noticias; y tratándose del periódico que publica la crónica de los sucedido en el mercado de la ciudad vecina, hasta los campesinos, los mozos de cuadra y los jornaleros, no sólo lo leerán, sino que lo devorarán”¹⁴.

Dos rasgos van a definir este fenómeno, según J. Alberto García Avilés, el énfasis en la producción propia y el servicio a la comunidad y, por otro lado, difundir la cultura autóctona, tratar las noticias que no ofrecen otros medios nacionales o regionales¹⁵.

Los medios actuales de información cercana tienen un precedente directo en la prensa regional del siglo XIX, una prensa que va a sobrevivir al régimen franquista, entre ellos ABC (en sus ediciones de Sevilla y Madrid), Pueblo (con varias ediciones desde 1960 en: Sevilla, Bilbao, Valladolid, Zaragoza y un proyecto en Valencia), El Correo Español, la Gaceta del Norte, La Voz de Galicia, La Verdad y El Norte de Castilla¹⁶.

Entre los equipos empresariales y periodísticos de la prensa comarcal, “*existe la conciencia clara de que su producto es complementario al de la prensa de información general y no se plantea la competencia con la misma, sino que entienden que se trata de dos niveles distintos y específicos. Tienen el convencimiento de estar respondiendo a una demanda informativa difícilmente asumible por la prensa diaria de mayor alcance*”¹⁷.

Maciá también expresará que la prensa comarcal y local, “*competencia natural de la prensa regional*”, le ha surgido otras rivales, “*todavía más cercana al lector; reviste básicamente tres modalidades: prensa de barrio, prensa municipal y prensa gratuita*”¹⁸.

2.- OPINIÓN DE LOS PERIODISTAS SEVILLANOS.

Los precedentes históricos citados favorecen la comprensión de la prensa local sevillana de 1998. Sin embargo, la investigación quedaría incompleta si no se une la opinión de sus

¹² MACIÁ MERCADÉ, Juan: op. cit., p. 181-182.

¹³ *Ibíd*em, p. 152.

¹⁴ Citado por MACIÁ MERCADÉ, J.: op. cit., p. 183.

¹⁵ GARCÍA AVILES, J . Alberto: “*Nuevos formatos informativos en TV: el vídeo periodismo y el periodismo cívico*”, Seminario permanente para profesionales de la información, Los nuevos modelos de la televisión, Sevilla, diciembre, 1995.

¹⁶ PICOS FREIRE, José J.: op. cit., p. 607.

¹⁷ MACIÁ MERCADÉ, J.: op. cit., p. 185.

¹⁸ *Ibíd*em, p. 190.

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

protagonistas: directores, jefes de sección, editorialistas, redactores y profesores de la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla. Por ello, se ha contactado con los profesionales que han experimentado su transformación desde la Transición española hasta nuestros días. Proceden de los diarios más representativos ubicados en la capital y pertenecen a distintas generaciones. A través de ellos, de su experiencia y conocimiento 'in situ' de la evolución de la prensa, es posible recomponer la historia e incluso predecir el futuro. No están todos, aunque sí una relevante representación del conjunto, debido a la limitación del espacio, a la negativa de algunos y a las obligaciones de otros. En total se ha reunido la opinión de un total de dieciséis periodistas: Celestino Fernández, José María Javierre, José María Requena, Ma Teresa Garrido Conde, Juan Teba, Román Orozco, Ricardo Ríos Pérez, Francisco Rubiales Moreno, Juan Luis Manfredi Mayoral, José Aguilar Villagrán, Martín Rísquez Aguayo, José Álvarez Marcos, Francisco A. Correal Naranjo, Francisco Gil Chaparro, Antonio Silva y Javier Rubio Rodríguez. El orden seguido obedece a su fecha de nacimiento, el primero en aparecer es el de mayor edad y finaliza con el de menor.

Para poder unificar y cuantificar la información, se elaboró un cuestionario que recoge cuatro preguntas abiertas: la situación de la prensa en general y la de Sevilla en particular; ¿qué características destacaría de la prensa de los diez últimos años? (1988-1998); acontecimientos más importantes que han influido en la prensa actual; y previsiones de la prensa para los próximos años.

El formulario fue remitido a cada uno de los periodistas, la mayoría de ellos lo hicieron por escrito, a excepción de Celestino Fernández, José M^a Requena, Román Orozco y Antonio Silva que fueron entrevistados. Cada uno contestó con la libertad que caracteriza a su profesión y en estas páginas se recoge textualmente lo expresado, respetando el ideal de cada uno.

A lo largo de las siguientes páginas se han resumido parte de las reflexiones aportadas por los encuestados. Aparecen recogidas bajo cuatro epígrafes que hacen referencia a las preguntas formuladas. En ellas se han agrupado las opiniones coincidentes y rescatado aquéllas que conducen al análisis. No obstante, siempre se podrán ampliar los contenidos en el apartado donde se reúnen las encuestas y las respuestas de cada uno de los dieciséis periodistas¹⁹ seleccionados. A su vez, los cuatro epígrafes citados incluyen divisiones temáticas al objeto de agrupar las materias y posibilitar la lectura.

Situación de la prensa en general y la de Sevilla en particular.

Para los periodistas encuestados, la situación tanto de la prensa en general como de la sevillana en particular es muy similar; sin embargo, la opinión que ha despertado esta pregunta en cada uno de ellos es diferente. Algunos se muestran optimistas y describen su estado como positivo. De este modo, Ma Teresa Garrido y Juan Luis Manfredi, entre otros, consideran que se atraviesa por un buen momento porque se ha incrementado el número de publicaciones y se ha conseguido un alto nivel de calidad. Román Orozco añade que la prensa local desde 1982 hasta 1998 ha mejorado en su imagen externa, su diseño y su contenido.

Otros, sin embargo, la definen de poco alentadora, así se expresa José M^a Javierre, quien indica que pierde terreno, es decir, lectores, frente a la proliferación de los medios audiovisuales. A lo que hay que sumar las palabras de Francisco Rubiales, él argumenta que sólo las publicaciones "más atractivas, sólidas y profesionales" van a sobrevivir, ya sea a través de su especialización o por la calidad, éstas serán las que atraigan a la publicidad.

Añade que en lo que afecta a los contenidos, la prensa, ante la competencia audiodivisual, necesitará diferenciarse y avanzará por tres caminos: la publicación de noticias e informes exclusivos (periodismo de investigación); la publicación de críticas, análisis y opinión (periodismo de opinión); y la publicación de informes de gran interés científico-técnico y con alta capacidad didáctica (periodismo de formación).

¹⁹ Se pueden localizar en el epígrafe RESPUESTAS

Según José Álvarez, en Sevilla los índices de difusión y lectura de periódicos siguen siendo un 25 % inferiores a la media nacional. E informa que su prensa sobrevive con dificultades en un mercado cada día más competitivo, estancado y colonizado por los grandes grupos editoriales.

El problema consiste en averiguar si el escaso interés de los sevillanos por la prensa es consecuencia de unos desajustes culturales o, por el contrario, es la respuesta lógica ante unos periódicos que no responden plenamente a sus intereses y demandas informativas.

Como solución a lo expresado, Francisco Gil propone nuevas fórmulas, al margen de la información, que fomente la compra de los diarios: coleccionables, suplementos especiales y revistas. *“La mayoría de los diarios han comprobado cómo a partir del instante en el que se abandona este reciente mundo de las promociones, las ventas de ejemplares caen de forma significativa”*. Otra alternativa manifestada es la oferta de nuevos contenidos. *“La política, siendo como es, la condición de todo lo existente, está dejando cada vez más espacio a aquellos otros temas sociales y humanos, y cada vez más páginas a la información cultural (...), al mismo tiempo que ya se ha hecho habitual la oferta de un suplemento diario y temático”*.

*Publicaciones locales.

Todos relacionan la situación de la prensa sevillana con la que vive la nacional. Las opiniones coinciden y al igual que Juan Teba, la mayoría resalta la mejora de la calidad de la impresión y diagramación, así como sus contenidos, de estos últimos resalta la apuesta por la ciudad, *“sin recurrir a la autocomplacencia, el chauvinismo y el pseudofolklorismo”*. Román Orozco destaca también el papel de la de carácter regional que comenzó con *Diario 16 Andalucía* y se le han unido otras iniciativas, como es *El País* y *El Mundo*, a las que Francisco Gil suma *Marca* y *As*.

Para Juan Luis Manfredi, el buen momento que experimentan estas publicaciones tiene conexión con el incremento de títulos en los kioscos, con su mejor calidad y captación de lectores. En Sevilla aparecen cuatro nuevos diarios, dos de información general y dos deportivos, además de al menos seis revistas generalistas de periodicidad mensual. *“Este crecimiento indica que ha aumentado la demanda, que hay más público e incluso un pequeño incremento en la inversión publicitaria en prensa. Hay, también, más periodistas trabajando”*. Sin embargo, para José Álvarez, exceptuando a *ABC*, éstos sobreviven con dificultades en un mercado cada día más competitivo y colonizado por los grandes grupos. Su evolución, añade, no ha sido paralela al desarrollo económico de la capital andaluza, aunque resalta el impulso que ha cobrado la prensa de difusión gratuita. Antonio Silva incorpora una nueva agravante, la dificultad que tiene Sevilla, como capital de Andalucía, para delimitar sus contenidos regionales. Como solución para aumentar las ventas de diarios recurre a propuestas realizadas anteriormente, opta por la especialización y por diseñar prensa con contenidos localistas (cofradías, deporte, etc.), *“esta ciudad tiene una configuración muy apropiada”*.

Precariedad laboral.

Muchos de los encuestados han mostrado su preocupación por el alto número de desempleados en la profesión, fruto de una situación generalizada y por el crecimiento del número de los periodistas, debido a la implantación de Facultades de Ciencias de la Información entre ellas la ubicada en Sevilla, así se expresa Celestino Fernández, quien argumenta, mirando al pasado, que antes la colocación en los diarios *“dependía de la capacidad para desarrollar este oficio, hay se supedita a la titularidad universitaria”*. Además, manifiesta su temor ante profesores *“que no son periodistas y no han escrito un artículo en su vida”*.

Juan Teba denuncia la ausencia de inversiones en el capítulo humano, mientras que José Aguilar y Javier Rubio revelan la precaria situación por la que atraviesan los periodistas.

A nadie se le ha pasado por alto la aparición de nuevos diarios que han permitido el crecimiento de la oferta laboral como *Diario de Andalucía*, no obstante a ninguno de ellos se les ha olvidado el cierre de *Diario 16 Andalucía* y de varias publicaciones de otra periodicidad. Y es

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

que como apunta José M^a Requena: *“El periódico se ha arraigado tanto en la vida moderna que cuando falta: ¡hay que ver el daño que nos hace su ausencia!”*. Francisco Correal sufrió la experiencia que él describe como *“inicialmente impagable (porque no tenía precio) y finalmente impagable (porque dejaron de pagarnos un grupo de mafiosos de Diario 16 Andalucía), un proyecto hermosísimo que se hundió por lo que decía mi abuelo Andrés: lo que empieza mal acaba pronto”*.

* Manipulación mediática.

La denuncia es unánime cuando se refieren a la objetividad. Duras críticas se recogen en sus respuestas. José M^a Javierre detecta una *“sumisión 'escandalosa' de los periódicos a directrices políticas, expresas o confidenciales, según el talante de la empresa editora o de los mismos periodistas, que apenas disimulan sus preferencias; lo que es peor; ‘juzgan’ cada noticia desde su ‘trinchera’ propia. La objetividad ha pasado a recuerdo histórico”*. Entre las soluciones sugiere conocer la verdadera situación financiera y las cuentas de explotación de los periódicos, aunque como él bien indica: *“Esto es soñar con la luna”*.

En la prensa actual se localizan dos bandos políticos, José M^a Requena dirá *“casi dos trincheras, los diarios se alinean de un lado o de otro”*, dominados por el PP y por el PSOE. Juan Teba especifica y habla de la *“guerra del fin del mundo”* que viene enfrentando *“al gran lobby mediático gubernamental (TVE, El Mundo, ABC, entre otros) con el holding Prisa y ‘frente asociados’ (Cadena SER, El País, medios cercanos al PSOE, etcétera). El resultante final es una prensa reduccionista, sectaria en muchas ocasiones, y desvirtuadora de la realidad en no pocas ocasiones”*.

En relación a la prensa regional y local las declaraciones incluyen la descalificación directa. Según Francisco Correal, El Correo de Andalucía y ABC mantienen *“una encarnizada batalla político-jurídica, versión autóctona de la guerra mediática, una de las mayores vergüenzas que uno puede contemplar como periodista (me refiero a la guerra, no a los guerreros)”*.

La competencia en Sevilla, como bien expresa Francisco Gil, *“es tal vez una de las más encarnizadas de las que se puedan encontrar en todo el conjunto del país, al margen de las terroríficas que tienen lugar en Madrid o Barcelona. Nuevas ofertas locales, como lo fue en su momento el ya desaparecido Diario de Sevilla y el actual Sevilla Información, se han sumado al proyecto de hacerse con una plaza en la capital sevillana, lo que ha hecho que la tensión informativa aumente y que la oferta de todos los medios escritos suba, sobre todo en cuanto a la calidad”*.

Otro de los temores señalados que amenazan a la enarbolada objetividad es la concentración mediática en muy pocas manos. Este peligro, según Javier Rubio, *“puede anular el proceso a voces críticas e independientes y reafirmar las estructuras de los editores bien conectados con el poder político. Este riesgo es particularmente intenso con la aparición de nuevas tecnologías como la televisión por cable o las plataformas digitales. El grave peligro de que una sola voz interprete un mundo tan cambiante y plural como el siglo XXI es la gran amenaza”*.

No obstante, hay periodistas como Ricardo Ríos que conservan su optimismo y expresan que la prensa *“sigue cumpliendo un importante papel estabilizador en la sociedad actual, a la vez que mantiene su tradicional poder, enumerando clásicamente como el cuarto”*. Añade que la cantidad de informaciones e interpretaciones que ofrecen los medios impresos enriquecen a la democracia y ayudan a estabilizarla y mantenerla. *“Su pluralismo es beneficioso y ofrece al lector la posibilidad de elegir libremente sobre diversas maneras y enfoques de comunicar”*.

Características de la prensa en los últimos diez años (1989-1998).

Las voces vuelven a ser coincidentes y hay temas que se repiten como la denuncia de la situación que sufre la profesión periodística, motivada entre otros factores por la aplicación de las nuevas tecnologías; *Diario 16 Andalucía* nuevamente es recordado con nostalgia, y se propone la información local y especializada como alternativa.

Para introducir las características de la prensa en el último decenio es necesario hacer historia y contextualizar los acontecimientos que preceden al presente. Francisco Gil aporta un personal resumen de los eventos que han influido inevitablemente en las publicaciones que arrojan las rotativas:

“La prensa vivió en España, sin duda, un período vitalista a partir del instante en el que muere el general Franco y el país se encamina hacia un, afortunadamente, prolongado y ya consolidado régimen democrático, el que siempre caminó en paralelo a los medios de comunicación en general, y de la prensa de forma muy particular

El nacimiento, primero, de periódicos como El País y Diario 16, que nada tenían que justificarse ante el pasado dictatorial que España había vivido en los treinta años largos que siguieron al final de la Guerra Civil, la desaparición de los periódicos del régimen y de los pertenecientes a la Cadena del Movimiento, entre otros bien aferrados al pasado como El Alcázar; y la inevitable conversión de otros periódicos consolidados que trataban de olvidar este pasado, hizo que los primeros años de la pre-democracia (1976-78) fueran vitales para el cambio en el que se aventuraba el país.

El nuevo estilo de la España periodística la marcó, sin duda, el nacimiento del diario madrileño El País -4 de mayo de 1976-, y no sólo por nacer totalmente desprendido políticamente del anterior régimen, sino por abanderar uno de los que deben ser principios básicos de la prensa: la alta calidad de sus contenidos. El País, sin duda, rompió moldes, y rápidamente se convirtió no sólo en el periódico más vendido de España -por primera vez en el año 1978, con 297.000 ejemplares, superando ya a ABC, que había bajado hasta los 127.000 en ese mismo año-, sino en el más influyente, tanto para la clase política, económica, cultural y social, y en el espejo en el que muchos otros periódicos comenzaron a mirarse.

La clave de El País, para mí, estuvo, sobre todo en un factor: la calidad. El País apostó, de la mano de su primer director, Juan Luis Cebrián, por la profesionalidad, por la exigencia y por la calidad, guiado, además por un estilo único y distinto, que lo convirtió, como ya he comentado, en referencia no sólo para los demás periódicos, sino también para la vida del país en general.

Y junto con El País, otro periódico madrileño, Diario 16, que salió por primera vez a ¿la calle el 18 de octubre de 1976 -sólo unos meses después del que sería su más directo rival, El País- y que primero de la mano de Ricardo Utrilla, de Miguel Ángel Aguilar a continuación y, sobre todo, de Pedro J. Ramírez -a partir del año 1980-, consiguió situarse entre los tres más vendidos de España, e, igualmente, jugar un papel importantísimo no sólo en la consolidación de la democracia en España, sino en la revitalización de la prensa. Su estilo, mucho más agresivo que el de El País, en directa proporción con la personalidad de Pedro J. Ramírez -el director que lo marcó más política y socialmente, y el que más tiempo permaneció al frente del mismo-, y su maquetación original y moderna, con fórmulas novedosas y atrevidas, le hicieron convertirse en cabecera de aquellos otros lectores que no eran seguidores de El País, ni de ABC -por lo que aún arrastraba de recuerdo con el pasado- y que apostaban por el periodismo de investigación y de denuncia.

A estos dos estilos distintos se fueron sumando poco a poco el resto de los periódicos tanto ya existente en España como los que irían naciendo -con mayor o menor suerte- en el período de la democracia consolidada. Pero, salvo excepciones, todos a mucha distancia de estos dos grandes periódicos.

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

Hoy, la historia reciente nos ha hecho ver cómo el mundo de los grandes periódicos en España ha dado un ligero vuelco, que aunque mantiene al diario El País como el periódico de información general más vendido de España -aunque el deportivo Marca los supere en venta desde hace ya varios años-, ha visto cómo el histórico Diario 16 ha pasado a la casi desaparición y, por el contrario, cómo el diario El Mundo -nacido el 23 de octubre de 1989-, con Pedro J. Ramírez al frente, le haya quitado ese mismo puesto para ser uno de los periódicos más vendidos de España.

Todo esto se ha registrado, sin embargo, cuando ya la guerra entre los medios no sólo se limita a cabeceras de periódicos con peso, sino a grandes grupos de comunicación, que tratan de controlar la vida periodística, política económica y social del país. Y, entre éstos, tres grandes grupos privados (Prisa, El Correo Español y Zeta) frente a uno público el Estado-, que llevan el peso de la comunicación en España; y frente a los pequeños periódicos que se reparten por las distintas provincias españolas.

Sevilla, por supuesto, no ha permanecido al -margen de todo este entramado periodístico, sino que ha visto como su plaza ha tratado de ser controlada no sólo por los periódicos locales de siempre -ABC y El Correo de Andalucía- sino por otros que lo intentan con mayor o menor suerte, y por los periódicos nacionales, que han fijado en su capital las sedes de las redacciones de sus ediciones regionales».

* Nuevas tecnologías.

La aplicación de las nuevas tecnologías en las empresas periodísticas es señalada por todos los encuestados, quienes observan en ella una importante aportación a la confección y diseño de los diarios. Así lo manifiesta Juan Luis Manfredi, para él la evolución de las linotipias a los ordenadores ha modificado los perfiles profesionales, cambia “*la fisonomía de los medios*” y facilita la aparición de nuevos títulos “*al abaratar y simplificar el proceso de producción*”. Como consecuencia se facilita el acceso a medios impresos propios a “*personas físicas y jurídicas, organizaciones o grupos que de esta manera ya no necesitan de intermediarios para hacer oír su voz. (...) Hay, pues, más información y más Opiniones a disposición del público, lo que enriquece y da sentido a la democracia*”. M^a Teresa Garrido añadirá que la nueva imagen de la prensa permitirá la presencia “*de personas de todas las clases sociales. Se trata de un intento de implicar a más estamentos de la sociedad en los medios. No sólo para vender más periódicos, sino para hacer a la sociedad más solidaria*”.

El avance tecnológico también va a propiciar, según José Álvarez, la evolución del diseño hacia formatos más visuales, con predominio del color y la infografía. “*Los editores de periódicos son conscientes de que hasta los más fieles lectores de periódicos viven bajo la influencia de los medios audiovisuales*”.

Las opiniones se repiten y una de las aportaciones más jóvenes, la de Javier Rubio, recae en que lo más destacado es la impresionante renovación tecnológica que ha sufrido la prensa sevillana. “*Del plomo se ha pasado a Internet en apenas una década*”. No obstante, a su satisfacción suma la crítica, “*paralelamente la reconversión ha hecho que las plantillas de las empresas informativas adelgazaran y, en muchos casos, sufrieran despidos traumáticos. Las condiciones de trabajo no han mejorado de forma paralela*”. También José Aguilar delata la precariedad que sufren los profesionales, “*subempleado o en paro en elevado número, al coincidir la salida de las primeras promociones de la Facultad con las restricciones al empleo en todas las empresas a causa de la ferocidad de la competencia, la debilidad del mercado anunciante y la informatización de las redacciones*”.

La protesta continúa, Juan Teba a la mejora de calidad de la impresión y distribución que experimenta la prensa añade como aspecto negativo el empobrecimiento creciente de la redacción periodística.

* Auge de la opinión.

Cuando la prensa roza el fin de siglo, una de las características que merecen un epígrafe aparte es, como bien define Celestino Fernández, su papel como *“formadora de opinión”*. También José M^a Requena destaca el predominio del comentario, del columnista. El narra su experiencia y crítica *“el fenómeno típico, antipático, de Madrid y Barcelona con respecto a las provincias, marginándose a estas últimas, se le tiene un gran respeto a lo expresado por las articulistas de las ciudades citadas, no ocurriendo lo mismo con los afincados en el resto de las provincias españolas”*. Los contenidos de sus columnas desde que escribió *“tanto sobre política durante ‘la Transición’ y tan peligrosamente”* en *El Correo de Andalucía* cuando lo dejó no volvió a hacerlo. *“¿Por qué?, porque hay que estar dentro de un periódico para saber la línea editorialista, lo que se puede o no decir Actualmente, escribo de cosas, llevo 15 años colaborando en ABC con artículos humanos. Me fijo en un objeto y escribo sobre él, también entran personas pero termino cosificándolas”*.

Ricardo Ríos, sin embargo, considera que hay un exceso de opinión frente a la información. *“Cada vez son más los columnistas que indudablemente enriquecen el arco de opiniones, pero éstas se dan con la urgencia de la cita diaria, de la obligación de acudir al espacio señalado, desde el que en muchas ocasiones se pontifica con criterios personales y, por lo tanto, subjetivos”*. Él echa de menos la reflexión pausada, *“cuestión ésta que a veces alcanza hasta el editorial que debería seguir siendo lo más emblemático del periódico y por ello lo más cuidado”*. E incluso denuncia que muchos editoriales *“están lejos de parecer aquellas reflexivos opiniones que se discutían, antes de escribirlas por periodistas y por especialistas, y que luego daban como resultado un editorial sobre el que se podía estar o no de acuerdo, que indudablemente se veía trabajando y pensando, y no producto de una ‘sentada’ ante el ordenador con la urgencia de defender una opinión que no puede esperar porque la competencia dará la contraria”*. A su vez, resalta que la característica principal que se puede apreciar en la última década, es la falta de claridad entre lo que es información y opinión. *“En muchos casos, en demasiados, ambos géneros aparecen solapados. La diferencia debería ser radical y clara para el lector; alcanzando incluso a la tipografía para hacerla más evidente”*.

En otra de las opiniones recogidas se observa una nueva crítica, aportada por Martín Riquez, él denuncia que se le da más importancia a lo que se dice que a lo que se hace, *“la escasez de información con datos, la falta de análisis de las cuestiones expuestas y el desconocimiento previo de los temas tratados son cuestiones que inciden en la calidad de la información recibida”*. Aduce que prevalece la cantidad sobre la calidad; *“cantidad tanto en la longitud de textos como en el número de ellos y en las páginas (¿tal vez porque teniendo más páginas hay más sitio para la publicidad?)”*.

Otros periodistas apenas observan diferencias entre el pasado y el presente, así Celestino Fernández expresa que en la época de la dictadura todos los diarios parecían iguales porque sólo se permitía el mismo tipo de noticias, debido a la censura. *“En la actualidad también, el objetivo es ofrecer mucha información, con una pequeña línea editorial que todos conocemos. Dentro de que lo informativo se respeta, además, incluyen unas ligeras interpretaciones que distinguen a unos medios de otros”*.

* Novedad temática.

Entre las aportaciones que incluye la prensa del último decenio están sus nuevos contenidos. José Álvarez resalta el auge de la información local, que gana cada día terreno en detrimento de las noticias de otros ámbitos, especialmente las internacionales. *“Este hecho ha favorecido, junto a las innovaciones tecnológicas, el desarrollo de las multidediciones”*. De este mismo modo se manifiesta Francisco Correal, quien observa como en pleno proceso de globalización, se incrementa la importancia periodística del individuo. *“La vida cotidiana empieza a asomarse a los periódicos”*.

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

Otros contenidos se han potenciado como es el caso de la prensa deportiva. *“Resulta sorprendente que el periódico nacional de mayor audiencia sea un diario deportivo y que la aventura editorial que con más fuerza ha arraigado en Sevilla durante los últimos años sea, precisamente, la de Estadio Deportivo”,* según Álvarez. Además ha surgido como nuevo elemento informativo el poder judicial, añade Correal, *“que le disputa a cantantes y futbolistas el estrellato de los titulares”*. *La información internacional interesa menos, “quizás porque como todos somos ya internacionales, nada internacional no es ajeno y por tanto nos importa un pimiento. la gente viaja más, se fueron guerras que invitaban a cierto romanticismo (Vietnam)”*. También para este último periodista, la sección de Sucesos, que pasó a estar mal vista en todos los periódicos, hoy ha vuelto a ser la reina, *“aunque la llamen de Sociedad u otras mandangas”*. Y denuncia la ignorancia camuflada de la especialización. *“En un periódico te puedes encontrar a alguien que se sabe de memoria el articulado de la ley sobre la regulación de los gorrillas y desconoce quién diablos fue Jacques Tati o Modigliani. Como dicen en las películas de Antena 3, basado en hechos reales”*.

Para Javier Rubio es relevante la aparición de los medios públicos autonómicos, *“supusieron a primeros de los años 90 un revulsivo para la profesión y abrió vías insospechadas para centenares de periodistas. Sin embargo, al cabo del tiempo percibimos el riesgo de concentración del que hablábamos antes precisamente en los medios públicos. Por decirlo de un modo gráfico: la Junta, a través de cualquiera de sus empresas y organismos, es el principal empresario de comunicación de Andalucía”*. Para él también Expo 92 supuso para la prensa sevillana un espaldarazo definitivo *“porque nos demostró a nosotros mismos y lo hizo ver a los ojos de todos que el nivel del periodismo sevillano rayaba a la altura del mejor que pueda hacerse en Madrid o Barcelona”*.

Las publicaciones hispalenses de los diez últimos años, comparada con etapas anteriores, posee las siguientes características dominantes, según Francisco Rubiales: han acentuado la importancia de lo local; se ha vuelto cada vez más partidista, radical e inamoviblemente posicionada; es más especializada y ha dado entrada en sus páginas a nuevas secciones (páginas económicas, cuadernos y suplementos temáticos, etc.); ha perdido independencia y libertad en su relación con los poderes (administraciones, empresas, grupos, lobbies, anunciantes, etc.) y la propia empresa editora (el poder de la empresa y de los sectores gerenciales han crecido constantemente en detrimento de la redacción).

Las últimas características citadas por Rubiales se vuelven aún más críticas en la boca de José M^a Javierre que mantiene que no hemos mejorado, *“ni vamos camino de mejorar: Hay esfuerzos de profesionalidad en pequeños círculos periodísticos, y algún intento meritorio, que no cito por respeto al conjunto. En general, la presión de las Administraciones sobre la prensa me parece escandalosa. Los intentos de despegue ‘crítico’ o ‘independiente’ merecen aplauso..., y alguna compasión: Lo tienen verdaderamente difícil”*.

Para finalizar, transcribiendo a Antonio Silva, habría que resaltar el papel que la prensa ha jugado en las decisiones del país. *“Se ha convertido en un poder fáctico, sin que deba serlo. Debe ser una herramienta al servicio de la comunidad y no para usos particulares”*, también ha sido clave en la Transición democrática, en el cambio de gobierno socialista y en la unidad frente al terrorismo. Sin embargo, le ha faltado *“que la propia prensa se autorregule con un código ético. La sociedad será la que pasará factura, ya que todo ello deteriora su credibilidad”*.

Acontecimientos que han influido en la prensa actual.

La consolidación de España en un estado democrático de derecho ha sido uno de los acontecimientos más citados por los periodistas consultados. Aunque nuestra democracia sea aún joven, como expresa Ricardo Ríos, y por lo tanto con defectos propios de lo que está madurando. *“El pluralismo de nuestra prensa es muestra democrática que se ha puesto a prueba con las alternativas de poder -nacionales, autonómicos y municipales- acaecidas en la última década”*. Según Juan Luis Manfredi, este acontecimiento cambió radicalmente el marco de actuación de la prensa, *“la manera de hacerla sobre todo de leerla. El ejercicio de la libertad de*

expresión se ha hecho casi siempre de manera responsable, lo que ha convertido a la prensa en un referente social, que goza del respeto del público”.

Para José M^a Requena, uno de los temas más importantes fue la admisión del Partido Comunista, *“éste fue un golpe que dio Suárez a espaldas del ejército. Y algo que a mi me costó la salida del periódico, elaboré un editorial diciendo que me alegraba y las fuerzas vivas de la ciudad no me lo perdonaron. En un solo mes estuve en los juzgados 28 veces, hubo un gobernador que la tomó conmigo y con el periódico; desayunaba, por lo visto, con su lápiz rojo y me denunciaba”.* Entonces lo requería el juzgado en donde era preguntado: *“¿Usted ha permitido la publicación ésta y admite la responsabilidad?”.* A lo que él contestaba: *“Sí, totalmente”.* Y el juez respondía: *“Bueno, pues, adiós, muy buenas”.* Agrega que a él la amnistía general le salvó de la cárcel. *“También sufrimos numerosas amenazas de bombas de los grupos de ultraderecha”.* Otros de los temas importantes que destaca fue el 23 de Febrero, *“fundamental porque confirmó la figura del Rey”.* A su vez, resalta la llegada de Felipe González al poder, *“provocó una gran apertura. Pasando por alto sus defectos, fue un creador de expectativas para el pueblo español, muchas de las conquistas de la democracia se le deben precisamente a él y también el tema de los GAL».* A ello hay que sumar, según Juan Teba, los macro juicios actuales, la corrupción generalizada en el sector público de los últimos tiempos y la liberalización de las costumbres.

En el plano internacional, Celestino Fernández destaca la caída del comunismo. Mientras que en España fue importante la del poder militar a consecuencia del fracaso del golpe del 23 de Febrero. *“A partir del último evento citado, la vida se ha hecho civil hasta el extremo que se va a abolir el ejército civil obligatorio”.* Además, señala la falta de ideología en la panorámica del mundo. *“Hoy los partidos luchan todos por el poder, con la Unión Europea se lucha por principios generales. El socialismo ya no es lo que era ni la derecha tampoco. La lucha política no es por ideas sino por ocupar el poder; lo que buscan los políticos es colocarse; la burocracia avanza más, cada vez tiene más reclutas, más personas trabajando”.*

* Incidencias.

Entre los acontecimientos que han marcado la trayectoria de la prensa se siguen citando la reconversión informática llevada a cabo en las redacciones, además de la Transición política vivida en España.

Uno de los requisitos a los que se enfrenta todos los días los medios, como bien recoge Francisco Gil es que hay que ser el mejor, buscando la máxima calidad, *“la única que te permite luchar contra la posible desidia del posible comprador de periódicos y contra la feroz competencia que hay un periódico encuentra en los demás medios de comunicación -radio y, sobre todo, televisión-”.* Por eso, añade, los periódicos en general han ido dando una mayor presencia a las informaciones sociales, en detrimento de las políticas, y, sobre todo, a las especializadas, como es buen ejemplo la económica. *“Hoy en día no hay periódicos que quieran ganar lectores que no busquen esa otra información, empleando para ello los géneros periodísticos más adecuados, que se escapa a la radio y a la televisión, y que cada vez encuentran más seguidores, informaciones sobre el medio ambiente, salud, comunicación o ciencia”.* Al mismo tiempo, argumenta, el hecho de que salvo excepciones, la mayoría de los compradores de periódicos sean personas de un cierto nivel cultural, han hecho que las páginas que tienen que ver con la cultura y el espectáculo aumenten en presencia, y casi siempre éstas recaigan en manos de auténticos especialistas, casi en directa competencia con las revistas temáticas.

La eclosión de los medios audiovisuales también han reubicado a la prensa en los hábitos de consumo de información y opinión, según Juan Luis Manfredi. *“La radio y la televisión son más rápidos, lo que ha dejado a la prensa un papel más reflexivo, más de intérprete de la realidad que de simple testigo de la misma”.*

Por otra parte, el periodista tiene un acceso más fácil a la fuente de la noticia, afirma Ricardo Ríos. La consolidación del gabinete de prensa y consultores externos que sirven de puentes para la información, marcan también el periodismo de hoy.

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

Actualmente, uno de los acontecimientos que han influido en la prensa, expresa Francisco Correa], debido a sus repercusiones en el tratamiento informativos, fue, por lo que significó, la trágica muerte de lady Di en el puente del Alma de París con su amante egipcio Al Fayed. *“Por primera vez en su historia El País subvirtió su sobriedad tipográfica para publicar una serie de páginas gráficas en el estilo del ¡Hola! recogiendo las exequias de la princesa de Gales. Por otro lado, Canal Sur se vio políticamente obligado a suprimir de su programación el programa “Tómbola”, que dedicó un especial a tan trágico suceso. Curiosamente, meses después, el defensor del espectador en la televisión autonómica admitía que se habían recibido numerosas llamadas criticando los contenidos de “Tómbola”, pero que muchas más protestando por la supresión del programa. También desapareció el programa de Tele 5 “¿Qué me dices! y Antena 3 ofreció la fórmula del rosa almibarado: “Extra Rosa”, que con el tiempo acudió a un complemento de sucesos y casquerías para no perder audiencia. Por la repetición de las imágenes en las que aparecía con Diana de Gales, la muerte poco después de Teresa de Calcuta tuvo un tratamiento de jefe de estado. La demonización de los fotógrafos, acusados de casi todo al conjuro de una palabra que se inventó Fellini: paparazzi. Menos mal que este año le han dado el Príncipe de Asturias a un fotógrafo brasileño Sebastiao Salgado. P.D. Todo eso se llevó el coche bajo el puente del Alma”.*

Concretando en la prensa hispalense, Ma Teresa Garrido recalca la irrupción de los medios audiovisuales, radio y televisión, en el entorno social sevillano. *“Estos medios, que han proliferado en los últimos años, han buscado un hueco (o ‘nichos’ como se dice en comunicación) en todos y cada uno de los actos o sucesos que tienen lugar en Sevilla que no eran objeto de atención de los periódicos y han obligado a éstos a ocuparse también de ellos».* Manifiesta, además, que es curioso, porque al aparecer después de la prensa, tuvieron que abrirse un hueco *“y ahora es la prensa la que va detrás, explicando, profundizando e incluso actualizando lo que los medios audiovisuales han adelantado”.* A su vez, destaca el papel que han jugado ABC y El Correo de Andalucía aumentando el número de páginas y de temas referidos a la información local, y los recién creados Sevilla Información y Diario de Andalucía. *“Por otra parte, el hecho de que periódicos de Información general de la categoría de El País y El Mundo del siglo XXI hayan comenzado a sacar ediciones para Andalucía con periodistas y colaboradores de gran categoría profesional, ha obligado también a los periódicos locales a no quedarse atrás y cubrir en calidad y cantidad los más diversos aspectos ciudadanos”.* En estas ediciones andaluzas de los diarios nacionales, Garrido observa la incorporación de todo tipo de contenidos, políticos, económicos y sociales, *“después de que en épocas anteriores sólo se hablara de Andalucía en temas de violencia, sucesos, racismo o morbo”.*

Por supuesto, no podía faltar como acontecimiento la creación de la Facultad de Ciencias de la Información, como apunta Antonio Silva, *“ha dado opción a que exista una nueva visión del periodismo. Ha tenido los roces propios de adecuar un oficio a una licenciatura, porque no se estaba acostumbrado a hacer un periodismo más académico”.* José Álvarez la estima como una *“cantera inagotable de magníficos profesionales”.* Mientras que la voz crítica de José M^a Javierre señala como incidente: *“¿La mejor o peor preparación de los jóvenes periodistas?”*, añade que es un tema específico *“que requiere tratamiento especial”.*

* Eventos locales.

Entre los acontecimientos autóctonos citados han resaltado Expo’92, la que a juicio de Antonio Silva influyó *“porque rompió el ‘catetismo’ de la prensa regional. Al principio la prensa jugó un papel más de control político del evento que de información de cara ciudadano. La prensa local tardó mucho en comprometerse con este evento, aunque al final lo hizo”.* También potenció, según José Álvarez, la innovación tecnológica y permitió a los periódicos sevillanos medirse con los medios internacionales de mayor prestigio. Javier Rubio se adhiere a lo expresado y añade, además, otros eventos que también fueron decisivos en la valoración de la prensa sevillana de los últimos años: la visita del papa, boda de la Infanta Elena, Congreso Eucarístico, campeonatos deportivos...

Román Orozco destaca otros dos acontecimientos: la pérdida del Partido Socialista de la alcaldía de Sevilla y la creación del AVE. Mientras que Francisco Rubiales resalta la configuración del estado de la autonomías y, concretamente, la conformación de Andalucía como comunidad autónoma; la consolidación de Sevilla como capital de la región; el desarrollo económico experimentado por la sociedad hispalense; la alternancia política en su Ayuntamiento (PSOE, PA, PP); y el éxito como ciudad diestra en acontecimientos de masas (Semana Santa, Feria de Abril, Rocío) y como destino turístico atractivo en ocio y congresos.

Para José Aguilar sobresalen el 28 de Febrero de 1980, hegemonía socialista en la política andaluza, entre otros. Y José Álvarez considera la capitalidad política de Andalucía, *“que ha multiplicado tanto la demanda como la oferta informativa de Sevilla”*.

Previsiones para la prensa en los próximos años.

La predicción que ofrecen los periodistas consultados es pesimistas. La escasez de contenidos y la calidad informativa les preocupan, además del crecimiento de la *“chismografía”*, como expresa Celestino Fernández. Por otra parte, la tecnología renovará el concepto actual, permitirá la interacción a un medio unidireccional y posibilitará una nueva lectura.

Las opiniones vuelen a ser unánimes cuando miran a los lectores y al crecimiento que la prensa pueda experimentar. José M^a Javierre pronostica un futuro difícil y arriesgado, *“veo espinosos que la prensa recupere audiencia fuerte, por ahora”*. Para José M^a Requena todos los periódicos van a menos porque éstos exigen una fuerza de lectura, *“menos mal que se han inventado los titulares, ellos son el resumen para los que no van a leer el contenido de las noticias”*. Añade que la gran vergüenza en España es que haya personas con estudios que presuman de no leer periódicos. *“La influencia de la televisión es enorme”*. A su vez, argumenta que no comprende por qué los periódicos se dedican a dar noticias que no leen la gente. Otro factor que, según él, hace que triunfen los periódicos es el propio tamaño. *“Anteriormente se utilizaba el formato sábana porque no existía el papel para envolver El Ya antes de reducir sus medidas realizó una encuesta y salió que no, porque las amas de casas lo querían para envolver el pescado. Al propio Francisco Franco le gustaban estas dimensiones para forrarse con papel de periódico en invierno”*.

A los escépticos se une Martín Ríquez, quien revela que no cree que en los medios escritos vayan a cambiar mucho las cosas; tal vez que se acentúen cuestiones como *“la adscripción partidaria de los medios, la precariedad laboral, la concentración empresarial y la dependencia de los grupos de prensa de los grandes conglomerados multimedia”*. Piensa que éstos cada vez tiene menos que ver con la información y más *“con el entretenimiento y el espectáculo”*.

Sin embargo, no todos presentan una actitud negativa en sus previsiones, M^a Teresa Garrido se muestra más optimista y considera que el avance experimentado en los últimos años no tiene marcha atrás. *“La profesionalidad, el buen hacer y la originalidad en la búsqueda de temas abarca tanto a los periódicos grandes, como a los modestos”*. Observa una tendencia clara hacia los temas de carácter social, de interés humano y de periodismo del corazón, cotilleo o rosa. *“No me escandaliza por ello”*. Agrega que si los grandes fines del periodismo, tal y como se enseña desde el principio en las Escuelas de Periodismo son: informar, formar y recrear, estima que vamos hacia una prensa que busca distraer y trata seriamente la cultura del ocio. Esto se amplía al procesamiento, cada vez más ligero, que se da a los temas serios, *“a los que más afectan a la vida del ciudadano”*. También cree que es influencia de la televisión: *“Se busca explicar con infografía, dibujos, imágenes, y cada vez menos texto, todo tipo de cuestiones para llegar a más público y hacer más fácil la comprensión”*. Además observa que no hay miedo a usar textos de agencia con su correspondiente tratamiento. *“Se reconoce que en todos sitios no se puede tener corresponsal y se tratar de salir airoso y dignamente de todos los temas”*.

En esta misma línea se muestra Ricardo Ríos para quien la prensa seguirá teniendo su propio peso específico dentro de los medios de comunicación social. El periodismo impreso deberá tender al análisis, investigación y documentación, con mayores dosis de reflexión. *“Sin*

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

que ello quiera decir que renuncie a la búsqueda de la noticia que, pese a la competencia de la radio y de la televisión, sea primicia y la explote en todas sus vertientes informativas". Francisco Rubiales pronostica que será más especializada y habrá incrementado su capacidad para la crítica y la formación, al mismo tiempo que pugnará por captar informaciones exclusivas y elaborar informes de gran valor. La prensa va a crecer, según Antonio Silva, siempre que continúe, como se indicaba anteriormente, especializándose. Tendrá un espacio importante si se les ofrece a los lectores lo que les interesa a ellos y no a los periodistas. "Tenemos que acostumbramos a elaborar un periódico para los lectores, de utilidad pública".

Para otros, es difícil hacer previsiones, en vista a la rapidez con la que se producen los cambios tecnológicos. Así se manifiesta Juan Luis Manfredi, él estima que es posible que se consolide una tendencia que cada día tiene más fuerza: "La interacción de la prensa impresa en el periodismo electrónico, que permite la presencia simultánea en los kioscos y en la Red, una relación diferente con los lectores/navegantes y un grado de interactividad que el tiempo dirá hasta qué punto convertirá al público en coautor de informaciones y opiniones".

También para Francisco Gil jugar a ser futurista es complicado, porque lo que se pueda prever está siempre expuesto a los giros que marque cualquier acontecimientos. Para él, Internet ya está incidiendo en la prensa actual, "simplemente por estar conectados a esta red de redes, cualquier persona tiene acceso desde su casa a aquellos periódicos que navegan por ella, con un coste más bajo que el periódico en papel y, por supuesto, con mucho menos esfuerzo". En esta misma línea, considera que el futuro de los periódicos, refiriéndose exclusivamente al que se vende en los kioscos, no corre peligro a corto plazo, pero siempre será una incógnita a medio o largo. "El corazón y las ganas me piden, en mi caso concreto, que nunca desaparezca el papel impreso tal como lo conocemos hoy, por lo que significa y ha significado hasta ahora, arguye Gil, pero el miedo está comenzando ya a meterse en el cuerpo; al menos, en lo que se refiere a la prensa a gran escala, porque en lo que afecta a las pequeñas empresas es probable que mantengan la forma tradicional de impresión de periódicos en papel. Eso sí, la competencia es cada vez mayor, y nadie que se precie debe dejar de evolucionar si no quiere verse condenado a la desaparición".

Del mismo modo, Martín Riskey se cuestiona el futuro atendiendo a la tecnología, "¿nos acostumbraremos a consultar la información en el ordenador antes que en papel impreso? A corto plazo no creo; más bien, pienso (¿o es sólo que lo deseo?) que desaparecerán estas experiencias por falta de rentabilidad". Y afirma que de cómo se resuelva la cuestión de la seguridad en las operaciones comerciales y la gratuidad del acceso puede depender la respuesta a esa pregunta.

Hay periodistas que narran sus sueños, Francisco Correal declara su deseo de que cese "la guerra mediática, el intrusismo más zafio (misses, entrenadores cesados, bdrtolines, señorías recicladas) y el dequeísmo. Que se desmitifique el aura literaria del periodista, que muchas veces no es otra cosa que una 'puta' de la palabra apoyada en el quicio del ordenador; que se reduzca la tiranía de los informáticos, los verdaderos Bokassas de los periódicos". A su propuesta añade una descripción de lo que considera que es el periodismo, "un oficio que siempre está entre el amor y el odio, entre la gloria y el cadalso. Cuando tienes algo bueno, te sientes Walter Conkrite; cuando no tienes nada entre manos, eres la persona más inútil. Siempre se vivirá en esta disyuntiva, salvo los que hacen terapia del gabinete de prensa. Otros trabajan de periodistas y reconocen abiertamente que carecen de vocación". Dirá, atendiendo a lo que le decía "en un ataque de pragmatismo un hijo de la televisión autonómica", que el médico o el abogado son oficios necesarios, "pero lo nuestro sólo es robar". Aclarando que por esa regla de tres, "en una sociedad falansteriana sin enfermos, sin desigualdades, tampoco serían necesarios el médico y el abogado". A lo argumentado, sin salirse de la actualidad, propone una nueva definición de periodista: "Persona sin escrúpulos ni ideales por culpa del cual España perdió con Nigeria y empató con Paraguay".

Riskey también sueña en voz alta y confía en una mejora de la información suministrada, "siempre y cuando no afecte a los intereses políticos defendidos por el medio".

Además, mantiene la esperanza en que la formación universitaria y la competencia terminen por mejorar la calidad de la información.

* Expectativas locales.

La prensa local despierta expectativas. Javierre expresa: *“Quizá, no sé, nos vayamos orientando hacia la existencia y difusión de diarios nacionales, acompañados en cada ciudad o comarca por un diario dedicado a información 'cercana', preferentemente local, casi “de barrio... No sé”.*

Para José Álvarez es probable que aparezcan nuevas cabeceras y que las actuales *“realicen un gran esfuerzo tecnológico y periodístico para sobrevivir y arañar nuevas cuotas de mercado”.* Aunque para él no existe duda de que ABC *“seguirá siendo el gran periódico de Sevilla durante bastantes años. la batalla se libraré por el segundo puesto en difusión y por la conquista de nuevos grupos de lectores”.*

Otros periodistas, como Ricardo Ríos, manifiestan que frente a los grandes rotativos nacionales y a la prensa especializada, el periódico local tendrá su gran opción, aun contando con la presumible rivalidad de las televisiones locales, *“competencia que puede ser dinamizadora de una prensa local de servicio, siempre que ésta sepa encontrar su hueco en el que influirá desde la relación calidad-precio a la búsqueda de una publicidad adecuada al medio”.*

Juan Teba no se pronuncia porque considera que sería *“como caer en el delirio suponer que la prensa sevillana (en general) maneja previsiones de futuro”.*

Resulta interesante la aportación que realiza Román Orozco sobre las tendencias que experimenta la prensa local. Argumenta que se va hacia la concentración en cadenas o grupos más fuertes, para asumir los nuevos retos e inversiones con vista a elaborar publicaciones de calidad. El grupo *Correo* ha entrado muy fuerte y seguirá haciéndolo en Andalucía. *El País* se plantea profundizar más aún su presencia en esta Comunidad, con nuevas iniciativas que surgirán en los próximos meses: nuevas secciones, cuadernillos, suplementos y la apertura de nuevas oficinas en Málaga y Granada, todo ello enfocado más hacia lo local.

A lo expresado hay que añadir las observaciones de M^a Teresa Garrido, ésta analiza el interés creciente en todos los periódicos sevillanos por hacer partícipes a los lectores de los temas del resto de Andalucía. *“Un intento de conseguir la famosa ‘vertebración’ haciendo que la capital de Andalucía sea un poco menos ‘chauvinista’ y se preocupe de las otras provincias que tienen parecidos problemas que antes apenas mencionaban”.*

Por su parte, Javier Rubio advierte en Sevilla movimiento por explorar mercados que hasta ahora se habían mantenido al margen.

José M^a Requena no apuesta por la prensa localista, *“siempre he mantenido que una noticia local cuando es muy importante se transforma en nacional y se ha de tratar como tal. Esta viene de antiguo, ya hace bastante tiempo en el suroeste de Francia se aplicó para defenderse del centralismo, para cultivar la línea regional y local”.*

* La profesión periodística.

En las previsiones que realizan para el futuro también existen palabras dirigidas a la profesión periodística. Celestino Fernández preocupado arguye que ésta es la única profesión que no es dueña de los medios, *“cuando los periodistas tienen problemas no tienen a quién dirigirse, ningún medio de comunicación los escucho, antes por lo menos existía la Hoja del Lunes”.*

Un sector que crecerá, según Rubiales, es el de las firmas y colaboraciones, se establecerá una clara competencia entre las empresas de comunicación por conseguir a los mejores. *“Sus equipos de profesionales se reducirán y los criterios de rentabilidad impondrán*

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

unos sistemas de trabajo basados en la productividad y en la eficiencia (máximo de logros con los recursos mínimos)”. Añade que los periódicos se abrirán cada vez más a más colaboraciones externas y llegarán a contratar con agencias y gabinetes secciones completas como el deporte, la economía, páginas empresariales, ocio, cobertura provincial, nacional e internacional, etc. “Mientras que concentran sus propios recursos en tres tareas concretas: captación de ingresos, producción de medio y captación de informaciones especiales de gran valor (exclusivas, informes, investigación, etc.)”.

José Aguilar cita en su resumen personal del futuro: “Una pérdida progresiva de poder por parte de los periodistas, renovación juvenil y femenina de las redacciones, disminución de la profesionalidad a consecuencia del subempleo, menor calidad”.

3.- ENCUESTAS.

1. La situación de la prensa en general y la de Sevilla en particular.
2. ¿Qué características destacaría de la prensa de los diez últimos años? (1988-1998).
3. Acontecimientos más importantes que han influido en la prensa actual.
4. Previsiones de la prensa para los próximos años.

RESPUESTAS

CELESTINO FERNÁNDEZ ORTIZ (Benacazón, Sevilla, 1919) Periodista y abogado

Licenciado en Derecho. Locutor de trinchera en la Guerra Civil. Redactor jefe en el *Yugo de Almería*, editorialista en *Patria de Granada*, director de *Diario de Sevilla* (1950-56), *Radio Nacional* (1956-60) y *Hoja del Lunes* (1965-76). Presidente de la Prensa de Sevilla durante 25 años.

En la actualidad es columnista de *ABC*.

1. El problema general que sufre el país, debido a la gran desocupación, se multiplica en la prensa porque en ésta también se han incrementado considerablemente sus profesionales. Antes la colocación en los diarios dependía de la capacidad para desarrollar este oficio, ahora se supedita a la titularidad universitaria.

La producción de medios va en proporción aritmética. Hoy, su número es mayor, aunque han desaparecido algunos, otros nuevos se han formado. Esto obedece a una necesidad democrática de difundir información. Mientras tanto, el crecimiento del número de profesionales va en progresión geométrica; aumenta gracias a la creación de Facultades de Periodismo, aunque muchos de sus profesores no son periodistas y no han escrito un artículo en su vida.

2. Hay una mejora general en relación a la tecnología y en relación a la calidad del papel, antes éste último encarecía el producto y estaba limitado. Recuerdo a los periódicos norteamericanos, estaban llenos de cuadernillos especializados. En España, hoy, hay mejores periódicos impresos.

La prensa es importante como formadora de opinión, aunque los informativos de la radio y la TV son los que primero escuchan los ciudadanos, son más rápidos.

Se producen más periódicos y se leen menos, el lector les dedica menos tiempo. Anteriormente una persona compraba un periódico y lo leían doce, hoy una sola compra tres y no

lee ninguno. Todos ofrecen los mismos contenidos informativos, eso también pasa con la televisión, aunque hayan aumentado el número de canales. El pueblo hace muy bien haciendo deporte aunque no viéndolo.

En la época de la dictadura todos los diarios parecían iguales, sólo se permitía el mismo tipo de noticias, debido a la censura. En la actualidad también, el objetivo es ofrecer mucha información, con una pequeña línea editorial que todos conocemos. Dentro de que lo informativo se respeta, además, incluyen unas ligeras interpretaciones que distinguen a unos medios de otros.

3. Destacaría en primer lugar la Transición española porque elevó la inquietud política de la gente. Ortega y Gasset decía que todo hombre apolítico es tonto pero si sólo habla de política es majadero. Hoy todos somos majaderos. Aunque es cierto que cada vez el ciudadano se muestra más apático hacia estos temas.

También en el plano internacional resaltaría la caída del comunismo. En España fue importante la caída del poder militar a consecuencia del fracaso del golpe del 23 de Febrero. A partir del último evento citado, la vida se ha hecho civil hasta el extremo que se va a abolir el ejército civil obligatorio, es curioso que esta conversión se hace desde un Gobierno de derechas. Además, habría que unir la falta de ideología en la panorámica del mundo. Hoy los partidos luchan todos por el poder, con la Unión Europea se lucha por principios generales. El socialismo ya no es lo que era ni la derecha tampoco. La lucha política no es por ideas sino por ocupar el poder, lo que buscan los políticos es colocarse; la burocracia avanza más, cada vez tiene más reclutas, más personas trabajando.

4. No es fácil, la prensa tiene más medios tecnológicos y menos contenidos. Los contenidos educativos van acortándose y los informativos se transforman cada vez más en chismografía. Se cubre los sucesos más nimios, con el objeto de ofrecer más información. Puede ocurrir que la publicidad se canse, se produzca una limitación de la prensa y como consecuencia ésta última se haga más selectiva.

El mundo está sufriendo una uniformidad aburrida. Cuanto más se busca el regionalismo más iguales somos todos.

Existe otro problema, ésta es la única profesión que no es dueña de los medios, cuando los periodistas tienen problemas no tienen a quién dirigirse, ningún medio de comunicación los escucha, antes por lo menos existía la *Hoja del Lunes*.

JOSE MARÍA JAVIERRE ORTAS (Lanaja, Huesca, 1924) Periodista y escritor

Doctor en Teología. Fue vicerrector del Colegio Español de Roma y rector del Colegio Español de Munich. Subdirector de la revista *Ecclesia*; editorialista, corresponsal y enviado especial del diario *Ya*, por los cinco continentes. Director de *El Correo de Andalucía* y del semanario *Tierras del Sur*. Es autor de una veintena de libros y director de la *Gran Enciclopedia de Andalucía*. En la actualidad dirige el programa Testigos y es columnista de *ABC*.

1. La prensa en general pierde terreno, es decir, lectores: las cifras globales son escasamente alentadoras. Noto que la caída de los lectores, o al menos su falta de crecimiento, se produce entre los ciudadanos de formación intelectual media o baja: Si presta atención a los columnistas conocidos, la clase intelectual, el segmento de “ejecutivos”; y por supuesto, los complicados en patrullas políticas.

Me parece claro que esta “flojera” de la distribución de prensa se debe en gran parte al avance de la radio, importante, muy importante; y a la terrible fijación de nuestra masa nacional

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

ante los televisores. Ya hoy conseguir que niños y muchachos lean un libro al mes resulta empresa inútil. A este paso, pronto sucederá exactamente igual con los mayores ante un periódico: Habrá que darles un premio...

Detecto la sumisión “escandalosa” de los periódicos a directrices políticas, expresas o confidenciales, según el talante de la empresa editora o de los mismos periodistas, que apenas disimulan sus preferencias; lo que es peor, <<juzgan» cada noticia desde su «trinchera» propia. La “objetividad” ha pasado a recuerdo histórico.

Me parece que sería instructivo conocer la verdadera situación financiera y las cuentas de explotación de los periódicos: Pero esto es soñar con la luna.

A la situación de la prensa en Sevilla le aplico los mismos criterios que a la prensa en general: Creo que uno a uno la cuadran.

2. No hemos mejorado, ni vamos camino de mejorar. Hay esfuerzos de profesionalidad en pequeños círculos periodísticos, y algún intento meritorio, que no cito por respeto al conjunto. En general, la presión de las Administraciones sobre la prensa me parece escandalosa.

Los intentos de despegue “crítico” o “independiente” merecen aplauso..., y alguna compasión: Lo tienen verdaderamente difícil.

3. En sus áreas de interés: la transición democrática, naturalmente. En la prensa regional: la Autonomía, con sus ilusiones y sus decepciones.

El talante más abierto, ahora más <<europeo», de nuestra sociedad.

La mejor o peor preparación de los jóvenes periodistas? Es un tema específico que requiere tratamiento especial.

La perfección de los instrumentos técnicos, sin duda.

4. Difíciles, arriesgadas. Veo espinosos que la prensa recupere audiencia fuerte, por ahora.

Quizá, no sé, nos vayamos orientando hacia la existencia y difusión de diarios nacionales, acompañados en cada ciudad o comarca por un diario dedicado a información “cercana”, preferentemente local, casi “de barrio”... No sé.

JOSÉ M^a REQUENA (Carmona, Sevilla, 1925) Periodista y escritor

Licenciado en Derecho (1947) y titulado en Periodismo (1956). Redactor de *La Gaceta del Norte* (1956-64), subdirector (1964-76) y posteriormente director (1975-78) de *El Correo de Andalucía*. Actualmente es columnista de *ABC*. Autor de diferentes obras: *El Cuajarón* (Premio Nadal 1971), *Pesebres de caoba*, *Los naranjas de la capital son agrios*, *Agua del-Sur*, *La cuesta y otros cuentos* y *Etapa fin de sueño*.

1. La prensa en general la encuentro bien, quizá haya demasiadas publicaciones. Si la comparamos con la de principio de siglo, eran innumerables los diarios que habían en España, se explica por la ausencia de medios audiovisuales. En ella, hoy, se detectan, tanto en la nacional como en la sevillana, dos bandos por la fuerza política, casi dos trincheras, los diarios se alinean de un lado o de otro. En Andalucía los medios audiovisuales están bajo el control de la Junta de Andalucía y, en menor medida, TV Española está dominada por el Partido Popular, actualmente en el poder; antes lo estaba de forma aplastante por el PSOE. Hay demasiadas cabeceras de prensa y eso justifica que, de vez en cuando, haya más de una caída administrativa. Se hace una prensa como antes no se hacía, va progresando. En los diarios antes cuando protestábamos, nos

decían: “No sabes que el periodismo es la legión”, un barco de pirata. Había un desorden tremendo y muy pocas personas para trabajar. Había publicaciones con una mentalidad más organizada en su redacción pero la mayor parte de ellas no, eran un lío. Sobre mediados de los 50, cuando yo estaba en *La Gaceta del Norte*, era tal la entrada de publicidad que tuvieron que rechazar porque, según el cálculo de coste, les salía menos rentable gastar más papel que admitirla.

2. El periodismo evoluciona constantemente y lo sigue haciendo, sobre todo en el aspecto tecnológico. Una de las características más sobresaliente que he detectado es el predominio del comentario, del columnista. En este sentido, al igual que en otros muchos aspectos, en la columna ocurre el fenómeno típico, antipático, de Madrid y Barcelona con respecto a las provincias, marginándose a estas últimas, se le tiene un gran respeto a lo expresado por los articulistas de las ciudades citadas no ocurriendo lo mismo con los afincados en el resto de las provincias españolas, no se atiende a la calidad que pueden mostrar estos últimos. Aunque escribí mucho sobre política durante ‘la Transición’ y tan peligrosamente, desde que dejé *El Correo de Andalucía* no he vuelto a hacerlo. ¿Por qué?, porque hay que estar dentro de un periódico para saber la línea editorialista, lo que se puede o no decir. Actualmente, lo hago sobre cosas, llevo 15 años colaborando en *ABC* con artículos humanos. Me fijo en un objeto y escribo sobre él, también entran personas pero terminó cosificándolas.

3. Uno de los temas más importantes fue la admisión del Partido Comunista, éste fue un golpe que dio Suárez a espaldas del ejército. Y algo que a mí me costó la salida del periódico, elaboré un editorial diciendo que me alegraba y las fuerzas vivas de la ciudad no me lo perdonaron. En un solo mes estuve en los juzgados 28 veces, hubo un gobernador que la tomó conmigo y con el periódico; desayunaba, por lo visto, con su lápiz rojo y me denunciaba. Entonces me requería el juzgado en donde era preguntado: “¿Usted ha permitido la publicación ésta y admite la responsabilidad?”. A lo que yo contestaba: “Sí, totalmente”. Y el juez respondía: “Bueno, pues, adiós, muy buenas”. A mí, la amnistía del Rey me salvó de la cárcel. También sufrimos numerosas amenazas de bombas de los grupos de ultraderecha.

Otros de los temas importantes que destaca fue el 23 de Febrero, fundamental porque confirmó la figura del Rey. También está la llegada de Felipe González al poder, provocó una gran apertura. Pasando por alto sus defectos, fue un creador de expectativas para el pueblo español, muchas de las conquistas de la democracia se le deben precisamente al él, y también el tema de los GAL.

4. Hay una frase que dice: Un libro es un acto de voluntad y un periódico es una costumbre. El periódico se ha arraigado tanto en la vida moderna que cuando falta: ¡hay que ver el daño que nos hace su ausencia! No pueden paliarla ni la radio ni la televisión. Pero todos los periódicos van a menos porque éstos exigen una fuerza de lectura, hay una parte del público que no tiene formación suficiente como para verse obligado a leer, esto será siempre así, nunca será mayoritario. Menos mal que se han inventado los titulares, ellos son el resumen para los que no van a leer el contenido de las noticias. La gran vergüenza en España es que hay personas con estudios que presumen de no leer periódicos. La influencia de la televisión es enorme.

No entiendo por qué los periódicos se dedican a dar noticias que no leen la gente. Estuve en el *The New York Times* y el jefe de relaciones públicas me hablaba del porcentaje aproximado que salía España en primera página, una vez cada dos años. A lo que le respondí que me daba la sensación, primero, que Nueva York considera extranjero a todo lo que no está en su callejero y, luego, que el *The New York Times* estima que el mundo se termina en la Bahía Hudson.

En los diarios hay una serie de cosas que no deben publicarse y resaltar los temas de mayor interés. Hay que ver la cantidad de noticias que queremos saber, por ejemplo si van a dar un determinado partido de fútbol en la TV y tenemos que cansarnos de buscarlo. Son cosas que realmente interesan al ciudadano. Antes había informaciones emocionantes, ahora ya no.

Otro factor que hace que triunfen los periódicos es el propio tamaño. Anteriormente se utilizaba el formato sábana porque no existía el papel para envolver. El Ya antes de reducir sus

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

medidas realizó una encuesta y salió que no, porque las amas de casas lo querían para envolver el pescado. Al propio Francisco Franco le gustaban estas dimensiones para forrarse con papel de periódico en invierno.

Yo no apuesto por la prensa localista, siempre he mantenido que una noticia local cuando es muy importante se transforma en nacional y se ha de tratar como tal. La prensa local viene de antiguo, ya hace bastante tiempo en el suroeste de Francia se aplicó para defenderse del centralismo, para cultivar la línea regional y local.

M^a TERESA GARRIDO CONDE (Sevilla, 1941) Profesora de La Facultad de ciencias de la Información

Licenciada en Periodismo y en Filosofía y Letras, ejerce como profesora en la Facultad de Ciencias de la Información y lo ha sido también en Filosofía y Letras. Es redactora en excedencia de Radio Televisión Española y autora de diversas publicaciones.

1. Creo que la prensa, en general, y la de Sevilla en particular, pasa por un buen momento. O mejor dicho, que ha conseguido un gran nivel de calidad que ya no va a perder. No sólo ha aumentado el número de publicaciones, sino que los periódicos “de siempre” se preocupan por abarcar más y llegar a los rincones más lejanos.

2. Destaca la mejor calidad de la impresión, la calidad de la imagen que es también más frecuente, la presencia de la prensa en foros e instituciones que antes no habían sido objeto de interés de los medios de comunicación y el intento por hacer protagonista a personas de todas las clases sociales. Se trata de un intento de implicar a más estamentos de la sociedad en los medios. No sólo para vender más periódicos, sino para hacer a la sociedad más solidaria.

3. Los acontecimientos que, según mi punto de vista han influido son, precisamente, la irrupción de los medios audiovisuales, radio y televisión, en el entorno social sevillano. Estos medios, que han proliferado en los últimos años, han buscado un hueco (o “nichos” como se dice en comunicación) en todos y cada uno de los actos o sucesos que tienen lugar en Sevilla que no eran objeto de atención de los periódicos y han obligado a éstos a ocuparse también de ellos. Es curioso, porque al aparecer después de la prensa, tuvieron que abrirse un hueco y ahora es la prensa la que va detrás, explicando, profundizando e incluso actualizando lo que los medios audiovisuales han adelantado.

Creo que no sería justo dejar de destacar el papel que han jugado *ABC* y *El Correo de Andalucía* aumentando el número de páginas y de temas en la información local, y los recién creados *Sevilla Información* y *Diario de Andalucía*. Por otra parte, el hecho de que periódicos de Información general de la categoría de *El País* y *El Mundo* del siglo XXI hayan comenzado a sacar ediciones para Andalucía con periodistas y colaboradores de gran categoría profesional, ha obligado también a los periódicos locales a no quedarse atrás y cubrir en calidad y cantidad los más diversos aspectos ciudadanos. En estas ediciones andaluzas de los diarios nacionales observo la intención de llevar a las páginas de los periódicos todo tipo de temas, políticos, económicos y sociales, después de que en épocas anteriores sólo se hablaba de Andalucía en temas de violencia, sucesos, racismo o morbo.

4. Veo el futuro con optimismo. Creo que el avance experimentado en los últimos años no tiene marcha atrás. La profesionalidad, el buen hacer y la originalidad en la búsqueda de temas abarca tanto a los periódicos grandes, como a los modestos. Observo una tendencia clara hacia los temas de carácter social, de interés humano y de periodismo del corazón, cotilleo o rosa. No me escandalizo por ello. Si los grandes fines del periodismo, tal y como se enseña desde el principio

en las Escuelas de Periodismo son: Informar, formar y recrear, creo que vamos hacia una prensa que busca distraer y trata seriamente la cultura del ocio y la del entretenimiento. Esto se amplía al tratamiento cada vez más ligero que se da a los temas serios, a los que más afectan a la vida del ciudadano. También creo que es influencia de la televisión: se busca explicar con infografía, dibujos, imágenes, y cada vez menos texto, todo tipo de cuestiones para llegar a más público y hacer más fácil la comprensión.

A su vez, observo que no hay miedo a usar textos de agencia con su correspondiente tratamiento. Se reconoce que en todos sitios no se puede tener corresponsal y se tratar de salir airoso y dignamente de todos los temas.

Por último quiero hacer constar que observo en todos los periódicos sevillanos un interés creciente por hacer partícipes a los lectores de los temas del resto de Andalucía. Un intento de conseguir la famosa “vertebración” haciendo que la capital de Andalucía sea un poco menos “chauvinista” y se preocupe de las otras provincias que tienen parecidos problemas que antes apenas mencionaban.

JUAN TEBA (Madrid, 1944) Redactor en Canal Sur

Licenciado en Periodismo. Ha trabajado en la Redacción Fundacional de *El País*, en *Diario 16* y colaborador en otras revistas nacionales. Fue director adjunto en Andalucía de TVE y director de Informativos. Es autor de los libros *Sevilla de Rojas Marcos* (1981) y *No te olvidaré* (1995).

1. Los medios actuales, especialmente los escritos, acusan claramente la ausencia de inversiones en el capítulo humano. El diario *El País*, por ejemplo, ha descendido en sus niveles de calidad, mientras, por otra parte, la prensa española se está resintiendo de esa “guerra del fin del mundo” que viene enfrentando al gran lobby mediático gubernamental (*TVE, El Mundo, ABC*, entre otros) con el holding *Prisa* y “frente asociados” (*Cadena SER, El País*, medios cercanos al PSOE, etcétera). El resultante final es una prensa reduccionista, sectaria en muchas ocasiones, y desvirtuadora de la realidad en no pocas ocasiones. Con respecto a la prensa andaluza, subrayar la mejora de la calidad de impresión y diagramación de la prensa provincial, así como sus contenidos, y la ausencia persistente de una prensa local sevillana que apueste por la ciudad sin recurrir a la autocomplacencia, el chauvinismo y el presudofolklorismo.

2. Lo más destacable de la última década es negativo: la desaparición de *Diario 16 Andalucía*, mientras que otros periódicos nacidos en el último quinquenio no han cubierto el espacio de aquel diario. Y en cuanto a las características de los medios en la última década, hay que destacar en primer lugar la mejora de calidad de la impresión y distribución, y en sentido negativo el empobrecimiento creciente de la redacción periodística.

3. Desde 1975, la Transición Política, evidentemente, y en los últimos años las reconversiones informáticas llevadas a cabo en las redacciones. En otro sentido, los macro juicios actuales, la corrupción generalizada en el sector público de los últimos tiempos y la liberalización de las costumbres.

4. Sería como caer en el delirio suponer que la prensa sevillana (en general) maneja previsiones de futuro.

ROMÁN OROZCO (Iznatoraf, Jaén. 1945) Delegado de El País en Andalucía

Director adjunto de *Diario 16*, Director de la revista *Cambio 16*, FUNDADOR Y DIRECTOR DE *DIARIO 16 ANDALUCÍA* (1982-84). CORRESPONSAL EN EL EXTRANJERO, ENTRE EE.UU. Y MEXICO.

1. Se ha cambiado para bien el panorama de la prensa en Andalucía por dos causas. En primer lugar, la prensa local desde el 1982 hasta 1998 ha mejorado en su imagen externa, su diseño y su contenido. La de ámbito provincial ha mejorado espectacularmente, con la incorporación de las nuevas tecnologías y del color. Y, en segundo lugar, la regional que empezó con *Diario 16 Andalucía*. En este sentido, no considero que *ABC de Sevilla* sea regional, sino subregional ya que tiene un ámbito de difusión en Andalucía Occidental. Además de *Diario 16 Andalucía* han existido otras iniciativas autonómicas, como es *El País* y *El Mundo*. *El País* se ha convertido en el periódico más leído en toda la región, siendo el número dos a nivel local en Andalucía.

Eso significa que ha habido un aumento de lectores y, por otro lado, de la importancia que las empresas periodísticas le han dado a la prensa escrita. Por ejemplo, *El País* tiene su propia planta de impresión en Dos Hermanas (Sevilla) y ello quiere decir, una atención cada vez mayor a la prensa escrita.

2. Hay que lamentar que se haya perdido una cabecera como *Diario 16 Andalucía* por la pésima gestión de sus responsables gerenciales.

Hay que felicitar de que una nueva empresa intente resucitar *Diario 16 Andalucía* y de otras iniciativas locales, como Sevilla Información, que inciden en la información cercana, y una mejora en *El Correo de Andalucía*. La oferta es más variada y más independiente.

3. Ha habido tres grandes acontecimientos: la Expo '92, la pérdida del Partido Socialista de la alcaldía de Sevilla y la creación del AVE. En cuanto a la Expo, parece que todo lo que hicieron los socialistas estuvo mal hecho y hoy, que se inaugura la Expo de Lisboa, se cometen los mismo errores que en Sevilla, por ejemplo unas obras no terminadas y la subida desorbitada de los precios. Todo ello, no se debe a un partido, sino a la organización de la Expo.

En lo referente a la pérdida del PSOE de la alcaldía, hay que indicar que la prensa conservadora ha sustituido sus permanentes ataques a los socialistas en el Ayuntamiento por el halago permanente a la derecha que gobierna actualmente en el municipio. Lo que la hace poco objetiva. Esa falta de objetividad se observa también en la forma en que se analiza la Expo'92.

En relación al AVE, la prensa conservadora ha tenido que variar su opinión sobre lo que en principio consideraba que era una obra faraónica, para reconocer que es uno de los grandes éxitos económicos y financieros de este siglo en Sevilla.

4.

- Se va hacia la concentración de la prensa local en cadenas o grupos más fuertes, para asumir los nuevos retos e inversiones con vista a elaborar una prensa de calidad. El grupo *Correo* ha entrado muy fuerte y seguirá haciéndolo en Andalucía.
- *El País* se plantea profundizar más aún su presencia en Andalucía, con nuevas iniciativas que surgirán en los próximos meses: nuevas secciones, cuadernillos, suplementos y la apertura de nuevas oficinas en Málaga y Granada. Todo ello enfocado más hacia lo local.

- Los Medios locales se agruparán.
- Los regionales ofrecerán cada vez más información.

RICARDO RÍOS PEREZ (Sevilla, 1946) Presidente de la Asociación para el Progreso de la Comunicación

Licenciado en Ciencias de la Información comenzó su andadura en el diario *AS*. En *ABC* pasó por todas sus secciones, fue jefe de la de Sevilla y Cierre, ha realizado críticas diversas y actualmente es colaborador de dicho rotativo. Además, fue director de *Radio 80* en Sevilla y director regional de informativos en *Antena 3 Radio*.

1. La prensa sigue cumpliendo un importante papel estabilizador en la sociedad actual, a la vez que mantiene su tradicional poder, enumerando clásicamente como el cuarto. La cantidad de informaciones e interpretaciones que ofrecen los medios impresos, las numerosas investigaciones sobre asuntos que gracias a la prensa han salido a la luz pública y el manifiesto pluralismo en base a una amplia gama de opiniones, enriquecen a la democracia y ayudan a estabilizarla y mantenerla. Por eso estimo que la prensa sigue desarrollando un importante rol en nuestra sociedad que ayuda a hacerla más transparente y a guardar un equilibrio. De esta actuación de la prensa en general, participa también la sevillana. Su pluralismo es beneficioso, ya que ofrece al lector la posibilidad de elegir libremente sobre diversas maneras y enfoques de comunicar.

2. Quizá la característica principal que se puede apreciar en la última década, desde mi personal punto de vista, es la falta de claridad entre lo que es información y opinión. En muchos casos, en demasiados, ambos géneros aparecen solapados. La diferencia debería ser radical y clara para el lector, alcanzando incluso a la tipografía para hacerla más evidente.

Por otra parte, hay un exceso de opiniones frente a las informaciones. Cada vez son más los columnistas que indudablemente enriquecen el arco de opiniones, pero éstas se dan con la urgencia de la cita diaria, de la obligación de acudir al espacio señalado, desde el que en muchas ocasiones se pontifica con criterios personales y, por lo tanto, subjetivos. Se echa de menos la reflexión pausada, cuestión ésta que a veces alcanza hasta el editorial que debería seguir siendo lo más emblemático del periódico y por ello lo más cuidado. Muchos editoriales están lejos de parecer aquellas reflexivas opiniones que se discutían, antes de escribirlas por periodistas y por especialistas, y que luego daban como resultado un editorial sobre el que se podía estar o no de acuerdo, pero que indudablemente se veía trabajando y pensando, y no producto de una "sentada" ante el ordenador con la urgencia de defender una opinión que no puede esperar porque la competencia dará la contraria.

3. En lo general, la consolidación de un estado democrático de derecho. Aunque nuestra democracia sea aún joven, y por lo tanto con defectos propios de lo que está madurando, el pluralismo de nuestra prensa es una muestra democrática que se ha puesto a prueba con las alternativas de poder -nacionales, autonómicos y municipales- acaecidas en la última década.

En lo particular, es decir en lo que se refiere estrictamente al medio prensa, creo que el acontecimiento más importante es la aparición de las nuevas tecnologías que ofrecen un producto de elaboración más rápido. Desaparecieron las linotipias y los viejos procesos de diagramación e impresión. Por otra parte, el periodista actual tiene un acceso más fácil a la fuente de la noticia. La consolidación del gabinete de prensa y consultores externos, que sirven de puentes para la información, marcan también el periodismo actual.

4. La prensa seguirá teniendo su propio peso específico dentro de los medios de comunicación social. El periodismo impreso deberá tender, en opinión personal de este periodista, a ser más de

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

análisis, investigación y documentación. Un periodismo con mayores dosis de reflexión. Sin que ello quiera decir que renuncie a la búsqueda de la noticia que, pese a la competencia de la radio y de la televisión, sea primicia y la explote en todas sus vertientes informativas.

Frente a los grandes rotativos nacionales y a la prensa especializada, económica o deportiva, el periódico local, el de mayor proximidad y familiaridad, tendrá su gran opción, aun contando con la presumible competencia de las televisiones locales, competencia que puede ser dinamizadora de una prensa local de servicio, siempre que ésta sepa encontrar su hueco en el que influirá desde la relación calidad-precio a la búsqueda de una publicidad adecuada al medio.

Importante papel jugará la formación del periodista que necesitará de una revisión a fondo respecto a los actuales planes de estudios.

FRANCISCO RUBIALES MORENO (Villamartín, Cádiz, 1948) Presidente del Grupo Euromedia

Licenciado en Periodismo, Filosofía y Letras y Magisterio. Ha sido corresponsal de la agencia EFE en Méjico y director en La Habana, Centro América y Roma. También fue director de esta misma agencia a nivel nacional. Director de Comunicación e Imagen de Expo'92. Autor de tres libros y numerosas publicaciones. Actualmente es director del foro de debate Encuentros 2000.

1. La prensa goza de buena salud, pero cada vez quedan menos lectores y los que quedan son cada vez más exigentes, de modo que sólo las publicaciones más atractivas, sólidas y profesionales podrán sobrevivir en un mundo cada día más dependiente de los medios audiovisuales y más proclive a recibir la información sin esfuerzo. La prensa escrita sobrevivirá sólo si consigue destacar, ya sea por la vía de la especialización o por la de la calidad.

El análisis es similar en lo que afecta a los ingresos de los medios por publicidad. Los anunciantes, bombardeados por ofertas muy ricas y rentables de otros medios (televisión en sus distintas vertiente -local, cable, satélite, nacional, internacional, temática, etc.-, Internet, periódicos electrónicos, revistas...) sólo podrán anunciarse en los medios líderes y los demás tendrán que arrojar la toalla y desaparecer.

En Sevilla, la aplicación de este análisis es de una fidelidad casi milimétrica. Sólo los medios potentes y algunos especializados consiguen atraer publicidad y resistir en la situación presente.

En lo que afecta a los contenidos, la prensa, ante la competencia audiovisual y de otros medios como la radio, también en alza, necesitará diferenciarse de los medios audiovisuales y avanzará por tres caminos paralelos: la publicación de noticias e informes exclusivos (periodismo de investigación); la publicación de críticas, análisis y opinión (periodismo de opinión); y la publicación de informes de gran interés científico-técnico y con alta capacidad didáctica (periodismo de formación). Entre las escasas ventajas que tiene los medios de prensa escrita sobre los audiovisuales figuran su mayor capacidad para "fijar" los contenidos en la mente humana (informan más intensamente), para aportar criterios y para "forjar" (educan y enseñan mejor), lo que va a obligarles a explotar esas ventajas en su labor de competencia.

Veo la prensa sevillana en los diez últimos años con sólo dos periódicos diarios locales de información general y con decenas de publicaciones especializadas (información de barrios, temática, empresariales, deportivas, profesionales, económica, amarillas, etc.).

2. La prensa sevillana de los diez últimos años, comparada con la de etapas anteriores, tiene las siguientes características dominantes:

-

- Han acentuado la importancia de lo local.
- Se ha vuelto cada vez más partidista, radical e inamoviblemente posicionada.
- Es más especializada y ha dado entrada en sus páginas a nuevas secciones (páginas económicas, cuadernos y suplementos temáticos, etc.).
- Ha perdido independencia y libertad en su relación con los poderes (administraciones, empresas, grupos, lobbies, anunciantes, etc.) y la propia empresa editora (el poder de la empresa y de los sectores gerenciales han crecido constantemente en detrimento de la redacción).

3. Los acontecimientos que más han influido en la prensa local desde la transición han sido los siguientes:

- La configuración del estado de la autonomías y, concretamente, la conformación de Andalucía como comunidad autónoma.
- La celebración de la Expo 92.
- La consolidación de Sevilla como capital de la región.
- El desarrollo económico experimentado por la sociedad sevillana.
- La alternancia política en el Ayuntamiento de Sevilla (PSOE, PA, PP).
- El éxito de Sevilla como ciudad diestra en acontecimientos de masas (Semana Santa, Feria de Abril, Rocío) y como destino turístico atractivo en ocio y congresos.

4. La pregunta se responde en la número 2, pero caben matices:

La prensa será más especializada y habrá incrementado su capacidad para la crítica y la formación, al mismo tiempo que pugnará cada vez más intensamente por captar informaciones exclusivas y elaborar informes de gran valor. Otro sector que crecerá es el de las fumos y colaboraciones, en el que se establecerán una clara competencia con otros medios por conseguir a los mejores.

Sus equipos de profesionales se reducirán y los criterios de rentabilidad impondrán unos sistemas de trabajo basados en la productividad y en la eficiencia (máximo de logros con los recursos mínimos). Los periódicos se abrirán cada vez más a más colaboraciones externas y llegarán a contratar con agencias y gabinetes secciones completas como el deporte, la economía, páginas empresariales, ocio, cobertura provincial, nacional e internacional, etc. Mientras que concentran sus propios recursos en tres tareas concretas: captación de ingresos, producción de medio y captación de informaciones especiales de gran valor (exclusivas, informes, investigación, etc.).

JUAN LUIS MANFREDI MAYORAL (Espiel, Córdoba, 1948) Profesor de la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla

Doctor en Historia de América y licenciado en Periodismo. Trabajó como redactor- en *ABC*, *Cadena Ser* y *TVE*, además de ser el primer jefe de prensa de la Universidad de Sevilla. Fue miembro del Comité de Dirección y, primer jefe de Producción Ajena de *Canal Sur Televisión* y director de Relaciones Externa de RTVE. También ha sido redactor, entre otros, del documento fundacional dela PORTA.

1. La prensa está en un buen momento, cada vez con más títulos en los kioscos, mejor hechos, más rentables y con una mayor capacidad de captación de lectores. Esta apreciación de carácter general es válida también para Sevilla, en la que han aparecido en los últimos años cuatro nuevos diarios, dos de información general y dos deportivos, además de al menos seis revistas generalistas de periodicidad mensual. Este crecimiento indica que ha aumentado la demanda, que hay más público e incluso un pequeño incremento en la inversión publicitaria en prensa. Hay, también, más periodistas trabajando.

Junto a estos datos optimistas hay que reseñar el cierre de un diario de Información general y de varias publicaciones de otra periodicidad, además de un tremendo crecimiento de la oferta de trabajo profesional, muy por encima de la demanda real.

2. Para mí, lo más relevante ha sido el cambio tecnológico de las linotipias a los ordenadores, porque ha modificado los perfiles profesionales, cambiado la fisonomía de los medios y facilitado la aparición de nuevos títulos al abaratar y simplificar el proceso de producción.

Consecuencia de esa simplificación y abaratamiento es la facilidad de acceso a medios impresos propios por parte de personas físicas y jurídicas, organizaciones o grupos que de esta manera ya no necesitan de intermediarios para hacer oír su voz. En un clima de libertad de expresión, ello ha conducido a un crecimiento espectacular del número de títulos, en su mayor parte de publicaciones especializadas, dirigidas a públicos muy concretos que no encontraban en los medios convencionales los asuntos que les interesaban.

Hay, pues, más información y más opiniones a disposición del público, lo que enriquece y da sentido a la democracia.

3. Ninguno más importante que el advenimiento y consolidación del Estado de derecho, que cambió radicalmente el marco de actuación de la prensa, la manera de hacerla y sobre todo de leerla. El ejercicio de la libertad de expresión se ha hecho casi siempre de manera responsable, lo que ha convertido a la prensa en un referente social, que goza del respeto del público.

En los últimos años, ese papel se ha compartido con los medios audiovisuales, cuya eclosión ha reubicado a la prensa en los hábitos de consumo de información y opinión. La radio y la televisión son más rápidos, lo que ha dejado a la prensa un papel más reflexivo, más de intérprete de la realidad que de simple testigo de la misma.

4. No es fácil hacer previsiones, en vista a la rapidez con la que se producen los cambios tecnológicos, pero es posible que se consolide una tendencia que cada día tiene más fuerza: la interacción de la prensa impresa en el periodismo electrónico, que permite la presencia simultánea en los kioscos y en la Red, una relación diferente con los lectores/navegantes y un grado de interactividad que el tiempo dirá hasta qué punto convertirá al público en coautor de informaciones y opiniones.

JUAN LUIS MANFREDI MAYORAL (Espiel, Córdoba, 1948) Profesor de la Facultad de Ciencias de la Información de Sevilla

Doctor en Historia de América y licenciado en Periodismo. Trabajó como redactor- en *ABC*, *Cadena Ser* y *TVE*, además de ser el primer jefe de prensa de la Universidad de Sevilla. Fue miembro del Comité de Dirección y, primer jefe de Producción Ajena de *Canal Sur Televisión* y director de Relaciones Externa de RTVE. También ha sido redactor, entre otros, del documento fundacional de la PORTA.

1. La situación de la prensa española se caracteriza en estos momentos por: bajo nivel de difusión, mejorado insuficientemente en los últimos años; precarización del empleo para los profesionales; excesivo alineamiento político de los grandes periódicos nacionales y sumisión de los periodistas a las estrategias de sus empresas; alto grado de libertad. En Sevilla se produce esta misma situación y algún condicionamiento esencial, como es el dominio del mercado por un solo periódico, de ideología conservadora, que controla casi el 60% de la difusión.
2. La ya citada hegemonía de una cabecera de derechas en una ciudad de voto mayoritariamente de izquierdas, que junto con las ediciones andaluzas de los dos periódicos nacionales se reparten casi el 90% de la venta en ciudad y provincia. Precariedad absoluta de los profesionales, subempleo o en paro en elevado número, al coincidir la salida de las primeras promociones de la Facultad con las restricciones al empleo en todas las empresas a causa de la ferocidad de la competencia, la debilidad del mercado anunciante y la informatización de las redacciones.
3. Llegada de la democracia, 28 de Febrero de 1980, hegemonía socialista en la política andaluza, Expo 92...
4. Afianzamiento de los periódicos provinciales y locales, mantenimiento de la prensa nacional sin muchos cambios, pérdida progresiva de poder por parte de los periodistas, renovación juvenil y femenina de las redacciones, disminución de la profesionalidad a consecuencia del subempleo, menor calidad.

MARTÍN RISQUEZ AGUAYO (Torredonjimeno, Jaén, 1949) Asesor de Comunicación del Gabinete del Consejero de Trabajo e Industria, Junta de, Andalucía

Periodista por las Escuela Oficial, además realizó Magisterio. Redactor en *El Correo de Andalucía*, corresponsal en *Cambio 16*, *Cinco Días* y el programa de *Canal Sur* “*Vox Populi*”, jefe en distintas secciones de *Nueva Andalucía*, y director y presentador del “*Programa Informativo Regional*” de *Radio Nacional de España*, También ha sido colaborador en la “*Gran Enciclopedia de Andalucía*” y autor de numerosos artículos.

1. y 2. Creo que la prensa, en general, ha resistido el empuje de los medios audiovisuales de las últimas décadas “pasándose al enemigo”, como suele decirse, es decir, copiando sus tics y sus defectos, respecto a lo que es la información y sus funciones sociales. Si se ha dicho que tres eran las funciones de los medios de comunicación (informar, formar y entretener), hoy entiendo que, a duras penas, cumplen el primero, en nada el segundo y casi todo se basa en el tercero. Esto, en la Prensa, no es tan exagerado, pero casi.

La necesidad de competir por el público parece que ha llevado a los periódicos y revistas a olvidar que una información no es sólo contar las cosas que han pasado, sino a decir porqué pasan (puede contar incluso varios motivos) y qué efectos pueden tener. Con la aceptación sin más del criterio básico de que hay que dar al público lo que pide, se ha rebajado

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

el nivel de exigencia sobre la seriedad de los temas seleccionados, lo que ha llevado, a la banalidad, la falta de contextualización, la escasez de explicación, la aceptación de todo lo que se nos dice sin someterlo a un mínimo análisis. Todo ello hace que, muchas veces, los medios de comunicación más que informarnos lo que hacen es confundirnos.

La personalización, el darle más importancia a lo que se dice que a lo que se hace, la escasez de información con datos, la falta de análisis de las cuestiones expuestas y el desconocimiento previo de los temas tratados son cuestiones que inciden en la calidad de la información recibida. Creo que prevalece, en general, la cantidad sobre la calidad; cantidad tanto en la longitud de textos como en el número de ellos y en las páginas (¿tal vez porque teniendo más páginas hay más sitio para la publicidad?). Incluso en el número de publicaciones y esto tiene más que ver con las grandes posibilidades que hoy se tiene de explotar el trabajo de tantos como desean tenerlo en malas condiciones laborales.

En Sevilla creo que algunos de estos defectos están exacerbados, especialmente el de muchas publicaciones (¿se ha hecho un censo de publicaciones de zonas, pueblos, sectoriales, etc.?) y el de la falta de credibilidad sobre la información proporcionada, por razones como falta de contraste, no identificación de la fuente, posicionamiento partidista, falta de preparación de las redacciones, falta de resistencia de los profesionales a las descaradas manipulaciones de las direcciones ideológicas del medio, etc.

Andalucía tiene otro problema añadido: la falta de empresas andaluzas fuertes en esta actividad. Fluctuamos entre la prensa nacional (sometida a grandes grupos) y una enorme cantidad de empresas locales que no son capaces de articular informativamente la Comunidad. Esta es una situación que puede afectar a la identidad cultural y a la defensa de los intereses económicos andaluces; esto no significa que defienda una prensa de matiz nacionalista, pero hay que llamar la atención sobre el dato de que la comunidad autónoma que tiene mayor población (un 18% de la España) no disponga de ningún grupo empresarial de prensa entre los quince o veinte primeros de España, al tiempo que sus periódicos más leídos son propiedad de empresas de fuera. Eso no es más que el reflejo de la situación empresarial general, pero tiene su importancia específica en este tema.

Por lo demás, no creo que haya peligro de crisis de la Prensa escrita en los próximos años, porque el papel de analista de los acontecimientos siempre lo tendrá en exclusividad y esta función siempre será demandada por un público tanto más amplio cuanto más formada es la sociedad. El problema es que en determinadas sociedades (la andaluza me parece un ejemplo de ello) no parece que se valore mucho una información de calidad.

3. En el ámbito global, creo que el gran desarrollo de los medios audiovisuales ha sido básico para configurar la situación actual. Internet todavía no ha desarrollado, al menos en España, toda la potencialidad que tiene, pero tengo la esperanza de que su incidencia no sea para peor, porque cabe la posibilidad de que un medio en el que las informaciones, notas o textos deben ser breves no compita con lo que esperamos (una información en su contexto, análisis, información amplia, etc.) de un medio escrito.

Por otro lado, el proceso de concentración de las empresas periodísticas, que hoy son más empresas dependientes de grandes grupos empresariales vinculados a otros intereses económicos que empresas hechas en esa actividad.

En España, el cambio cultural que se va operando poco a poco (mayor importancia a las cuestiones económicas, mayor exigencia en rigor técnico, por ejemplo) han abierto campos nuevos a los profesionales de la información. Esa apertura, no obstante, ha condicionado la independencia de la información y hoy mayor colaboración que antes por parte de los profesionales con el poder económico.

La proliferación de las Facultades de Ciencias de la Información de los centros propios de grandes grupos mediáticos es otra de las novedades que están influyendo en el sector, ampliando el número de formas de acceso profesional y proporcionando una mejor formación.

Casi todo el crecimiento de empleo se ha producido en los medios audiovisuales, mientras que en los medios escritos tengo la impresión que se ha reducido, al menos en lo que respecta al empleo estable y con condiciones laborales dignas. Esto no significa que en los medios audiovisuales haya mejores condiciones, más bien al contrario, pero, al menos, parece que hay más posibilidades de generación de empleo en un futuro.

4. No creo que en los medios escritos vayan a cambiar mucho las cosas; tal vez que se acentúen cuestiones como la adscripción partidaria de los medios, la precariedad laboral, la concentración empresarial y la dependencia de los grupos de prensa de los grandes conglomerados multimedia. Pienso que éstos cada vez tiene menos que ver con la información y más con el entretenimiento y el espectáculo. Sí confío en una mejora de la información suministrada, siempre y cuando no afecte a los intereses políticos defendidos por el medio: la formación universitaria y la competencia creo que, al fin y al cabo, terminarán por mejorar la calidad de la información.

Está por ver qué pasa con los medios en Internet. Si ahora empieza a haber personas que hacen sus “periódicos” en este medio -costeados por alguna publicidad o por algún poder fáctico- ¿nos acostumbraremos a consultar la información en el ordenador antes que en papel impreso? A corto plazo no creo; más bien, pienso (¿o es sólo que lo deseo?) que desaparecerán estas experiencias por falta de rentabilidad. De cómo se resuelva la cuestión de la seguridad en las operaciones comerciales y la gratuidad del acceso puede depender la respuesta a esa pregunta.

JOSE ÁLVAREZ MARCOS (Jerez de la Frontera, Cádiz, 1954) Profesor en la Facultad de Ciencias de la información de Sevilla y Doctor en Periodismo.

Jefe de sección, en El Correo de Andalucía y Director de *Diario Expo 92*. En la actualidad es subdirector de la revista *Blanco y Oro* y profesor de Tecnología de la Información en la Facultad de Ciencias de la Información. Autor de centenares de artículos y varias publicaciones.

1. España es uno de los pocos países desarrollados donde la difusión de la prensa ha crecido, aunque de forma leve, durante el último año. Se trata de un fenómeno muchos más ligado al auge de los periódicos deportivos y la agresiva política comercial de algunos diarios, que al crecimiento de los índices y hábitos culturales de nuestro país, como sería deseable. En este tema estamos aún lejos de la convergencia europea.

En Sevilla los índices de difusión y lectura de periódicos siguen siendo un 25 por ciento inferiores a la media nacional, muy por debajo todavía del umbral establecido por la UNESCO para fijar el desarrollo cultural de una comunidad.

La prensa sevillana, por tanto, si exceptuamos a *ABC* -líder indiscutible en audiencia, inversión publicitaria y potencial tecnológico- sobrevive con dificultades en un mercado cada día más competitivo, estancado y colonizado por los grandes grupos editoriales.

La evolución de la prensa sevillana en los últimos años no ha discurrido, por desgracia, de forma paralela al desarrollo económico, político, social y cultural de la capital andaluza. Sin embargo, sí es notable el impulso que está experimentando la prensa de difusión gratuita.

El problema consiste en averiguar si el escaso interés de los sevillanos por la prensa es consecuencia de unos desajustes culturales o, por el contrario, es la respuesta lógica ante unos periódicos que no responden plenamente a sus intereses y demandas informativas.

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

2. En primer lugar, la evolución del diseño hacia formatos más visuales, con predominio del color y la infografía. Los editores de periódicos son conscientes de que hasta los más fieles lectores de periódicos viven bajo la influencia de los medios audiovisuales.

En segundo término destacaría el auge de la información local, que gana cada día terreno en detrimento de las noticias de otros ámbitos, especialmente las internacionales. Este hecho ha favorecido, junto a las innovaciones tecnológicas, el desarrollo de las multimedios.

Finalmente subrayaría el crecimiento experimentado por la prensa deportiva. Resulta sorprendente que el periódico nacional de mayor audiencia sea un diario deportivo y que la aventura editorial que con más fuerza ha arraigado en Sevilla durante los últimos años sea, precisamente, la de *Estadio Deportivo*.

3. Considero que los tres grandes acontecimientos son los siguientes:

- La capitalidad política de Andalucía, que ha multiplicado tanto la demanda como la oferta informativa de Sevilla.
- El desarrollo de Expo 92, que potenció la innovación tecnológica y permitió a los periódicos sevillanos medirse con los medios internacionales de mayor prestigio.
- La apertura en Sevilla de la Facultad de Ciencias de la Información, cantera inagotable de magníficos profesionales.

4. Es probable que aparezcan nuevas cabeceras y que las actuales realicen un gran esfuerzo tecnológico y periodístico para sobrevivir y arañar nuevas cuotas de mercado, ABC seguirá siendo el gran periódico de Sevilla durante bastantes años. La batalla se libraré por el segundo puesto en difusión y por la conquista de nuevos grupos de lectores.

FRANCISCO A. CORREAL NARANJO (Ciudad Real, 1957) Redactor de *El País*

Licenciado en Ciencias de la Información. Ha pasado por *El Correo de Andalucía* y fue fundador de la redacción de *Diario 16 Andalucía*.

Actualmente escribe en *El País* y colabora en *Cambio 16*. Guionista de "El loco de la colina", del programa de Carlos Herrera en TVE, entre otros. Autor de varios libros. Además, ha recibido distintos premios, entre ellos, el Andalucía de Periodismo y el Ciudad de Sevilla.

1. Estamos en unos momentos de hiperpolitización del papel de los periodistas. Esto coincide con tres movimientos que podrían ser simultáneos, pero nunca homogéneos: a) El llamado periodismo de investigación, que nada tiene que ver con lo que antes se llamaba periodismo científico. Es un periodismo de llaneros solitarios, muy loables algunos casos -verbigracia, José María Irujo, el primero que descubrió los trapos sucios de Luis Roldán cuando estaban a punto de nombrarlo ministro del Interior-, discutibles en otros: un periódico con fuentes de dudosa catadura o de periodistas que dedican 10 años de su vida a darles mil vueltas a una declaración judicial de Arnedo y después publican un libro. b) Un periodismo alternativo, que implica medio ambiente, defensa de nuevos valores. c) Una potenciación del periodismo local, que no tiene por qué ser provinciano.

En Sevilla a mí me cogió *El Correo de Andalucía* entre cura y cura, llegué después de la primera etapa de Javierre como director y me fui antes de que volviera; ABC defendía un concepto legitimista de la información: noticia es aquello que aparece publicado en ABC. Ambos periódicos mantienen una encarnizada batalla político-jurídica, versión autóctona de la guerra mediática, una de las mayores vergüenzas que uno puede contemplar como periodista (me

refiero a la guerra, no a los guerreros). Viví la experiencia inicialmente impagable (porque no tenía precio) y finalmente impagable (porque dejaron de pagarnos un grupo de mafiosos de *Diario 16 Andalucía*, un proyecto hermosísimo que se hundió por lo que decía mi abuelo Andrés: lo que empieza mal acaba pronto).

2. Se pueden citar varios factores:

- En pleno proceso de globalización, se ha potenciado la importancia periodística del individuo. La vida cotidiana empieza a asomarse a los periódicos.
- La precarización laboral. En el periódico donde trabajo ahora ya no se ven obreros, hasta que caigo en la cuenta: hombre, si el obrero soy yo.
- La precarización lingüística. Cada vez se escribe peor, pese a la nueva y revisada edición del Quijote: si yo fuera Rico.
- Han surgido como nuevo elemento informativo el poder judicial, que le disputa a cantantes y futbolistas el estrellato de los titulares.
- La información internacional interesa menos. Quizá porque como todos somos ya internacionales, nada internacional no es ajeno y por tanto nos importa un pimiento. La gente viaja más, se fueron guerras que invitaban a cierto romanticismo (Vietnam).
- Un buen día, la sección de Sucesos pasó a estar mal vista en todos los periódicos. Hoy ha vuelto a ser la reina, aunque la llamen de Sociedad u otras mandangas. Lo que escribía Patricia Higsmitth en *El amigo americano*: no existe el crimen perfecto, lo que ocurre es que hay muchos asesinos que no han sido descubiertos. Y una red de reporteros dispuestos a mandar a los albañiles a Poirot.
- La ignorancia camuflada de especialización. En un periódico te puedes encontrar a alguien que se sabe de memoria el articulado de la ley sobre la regulación de los gorrillas y desconoce quién diablos fue Jacques Tati o Modigliani. Como dicen en las películas de Antena 3, basado en hechos reales.

3. Se podrían enumerar varios: la caída del muro de Berlín, el nombramiento de Miguel Ángel Rodríguez como portavoz del gobierno o el viaje equinoccial a la fama de la hermana de Jesulín de Ubrique. Hablando en serio, por remitimos a un hecho concreto y a sus repercusiones en el tratamiento informativos, es muy llamativo lo que significó la trágica muerte de lady Di en el puente del Alma de París con su amante egipcio Al Fayed:

- Por primera vez en su historia desde que apareció el 4 de mayo de 1976 (el mismo día, por cierto, que nació Iván de la Peña), *El País* subvirtió su sobriedad tipográfica para publicar una serie de páginas gráficas en el estilo del *¡Hola!*, recogiendo las exequias de la princesa de Gales.
- *Canal Sur* se vio políticamente obligado a suprimir de su programación el programa “Tómbola”, que dedicó un especial a tan trágico suceso. Curiosamente, meses después, el defensor del espectador en la televisión autonómica admitía que se habían recibido numerosas llamadas criticando los contenidos de “Tómbola”, pero que muchas más protestando por la supresión del programa.
- También desapareció el programa de Tele 5 *¿Qué me dices!* y Antena 3 ofreció la fórmula del rosa almibarado: “Extra Rosa”, que con el tiempo acudió a un complemento de sucesos y casquerías para no perder audiencia.
- Por la repetición de las imágenes en las que aparecía con Diana de Gales, la muerte poco después de Teresa de Calcuta tuvo un tratamiento de jefe de estado.

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

- La demonización de los fotógrafos, acusados de casi todo al conjuro de una palabra que se inventó Fellini: paparazzi. Menos mal que este año le han dado el Príncipe de Asturias a un fotógrafo brasileño Sebastiao Salgado.

P.D. Todo eso se llevó el coche bajo el puente del Alma.

4. Es deseable que cese la guerra mediática, el intrusismo más zafio (misses, entrenadores cesados, bartolines, señorías recicladas) y el dequeísmo. Que se desmitifique el aura literaria del periodista, que muchas veces no es otra cosa que una “puta” de la palabra apoyada en el quicio del ordenador; que se reduzca la tiranía de los informáticos, los verdaderos Bokassas de los periódicos. Es un oficio que siempre está entre el amor y el odio, entre la gloria y el cadalso. Cuando tienes algo bueno, te sientes Walter Conkrite; cuando no tienes nada entre manos, eres la persona más inútil. Siempre se vivirá en esta disyuntiva, salvo los que hacen terapia del gabinete de prensa. Otros trabajan de periodistas y reconocen abiertamente que carecen de vocación. “El médico o el abogado son oficios necesarios, pero lo nuestro sólo es robar”, me decía en un ataque de pragmatismo un hijo de la televisión autonómica. Por esa regla de tres, en una sociedad falansteriana sin enfermos, sin desigualdades, tampoco serían necesarios el médico y el abogado. Pensé en este amigo al leer en *Sobre héroes y tumbas*, la novela de Sábato, el motivo por el que la protagonista de la novela acepta trabajar en una boutique vendiendo ropa, trabajo que detesta: confiesa encontrar placer ganando dinero en algo que desprecia. Entre Robin Hood y el impuesto revolucionario.

Por no salirme de la actualidad que nos invade, propongo una nueva definición de periodista: persona sin escrúpulos ni ideales por culpa del cual España perdió con Nigeria y empató con Paraguay.

FRANCISCO GIL CHAPARRO (S. Juan de Aznalfarache, Sevilla, 1959) Jefe, de sección de *El Correo de Andalucía*

Licenciado en Ciencias de la Información comienza su andadura profesional en *El Correo de Andalucía* en donde ha trabajado en sus distintas secciones. Además ha colaborado en el periódico *Nueva Andalucía* y el diario deportivo *Marca*. Es profesor en el Centro Andaluz de Nuevas Profesiones (CENP).

1. La España de la prensa en general está viviendo tal vez uno de los momentos de mayor interrogante y, al mismo tiempo, expectación, debido sobre todo al hecho de que aún no ha sabido encontrar la respuesta a lo que, dentro de la totalidad de los medios de comunicación se refiere, vaya a pasar en un futuro inmediato, con tanta televisión convencional, tanta televisión por cable, tanta televisión local, tanta televisión por satélite y tantas emisoras de radio y oferta digital.

Así como en España hay una serie de periódicos consolidados que mantienen su hegemonía dentro del conjunto del Estado -*El País, ABC, El Mundo*-, y otros que mandan con autoridad en las plazas de sus Comunidades autónomas -*El Periódico de Cataluña, la Vanguardia, El Correo Español-El Pueblo Vasco, La Voz de Galicia...*-, la tensión entre éstos no está bajando, como lo prueba la constante búsqueda de nuevas fórmulas -al margen de la información- que lleguen entre los lectores y los mantengan como compradores habituales de su medio, sin desviarse hacia otros de la competencia. Así, coleccionables -vídeos, libros, juegos...-, suplementos especiales y revistas son ya oferta común en la mayoría de los diarios, que han comprobado cómo a partir del instante en el que se abandona este reciente mundo de las promociones, las ventas de ejemplares caen de forma significativa.

Con todo, y al margen de lo que pueda suceder mañana, creo que España viven en la actualidad uno de los momentos más atractivos desde el punto de vista periodístico, y me refiero en exclusiva al de la prensa, con medios muy potentes, y que ofrecen una oferta diaria de bastante calidad y con contenidos cada vez más interesantes, sobre todo desde el punto de vista

social y cultural. La política, siendo, como es, la condición de todo lo existente, está dejando cada vez más espacio a aquellos otros temas sociales y humanos, y cada vez más páginas a la información cultural y de espectáculos -literatura, teatro, música, cine...-, al mismo tiempo que ya se ha hecho habitual la oferta de un suplemento diario y temático, bien sobre Salud, Ciencia, Comunicación, Artes, Cultura, Ocio o Deportes.

De igual forma, la vista de los responsables de los periódicos cada vez está más puesta en la mirada de los lectores, y en buscar ese atractivo que posibilitan los ordenadores. El diseño ha entrado con fuerza en el mundo de la prensa, de forma que ya hay quienes hablan de la prensa audiovisual, en referencia a ésta que trata de ganar parte de su sitio a través de la imagen; muy importante, sin duda, a la hora de hojear un periódico. Las fotos, así, tienen cada vez una mayor presencia en las páginas, y éstas, al mismo tiempo, le dan mayor importancia a los blancos en detrimento del gris, cada vez más reducido a la mínima expresión.

Todos estos esfuerzos por parte de la prensa en general van en busca de atraer a un mayor número de lectores, a pesar de la escasa cultura periodística que aún existe en España -sobre todo, en relación a determinados países europeos como Inglaterra, Alemania, Francia...- y al poco hábito de lectura entre la población en general, mucho menor en cuanto descendemos hacia las provincias del Sur.

En cuanto a Sevilla, como capital política, administrativa e histórica de Andalucía, ésta no puede escapar a la dura batalla del día a día y, sobre todo, de los grandes grupos de comunicación, que han fijado en esta ciudad el lugar desde donde librar sus batallas por conseguir una mayor presencia en ella y, de camino, en toda la Comunidad.

La capital sevillana continúa siendo controlada, en cuanto a venta e influencia, por el diario *ABC*, simplemente manteniéndose fiel a su línea conservadora. Sin embargo, esa bonanza de la que disfrutó durante los años setenta y ochenta, comenzó a quebrarse algo en los actuales noventa, no sólo por la aparición de otros medios de la competencia, sino por la consolidación, después de un período agrio que a punto estuvo de costarle la existencia, de su más directo competidor en Sevilla, y actual decano de la prensa sevillana: *El Correo de Andalucía*.

El Correo, además, se significó a partir del año 1993 como pionero en Sevilla -y prácticamente en toda España- en el lanzamiento de otras ofertas, al margen de la periodística, que le hicieron aumentar de venta de forma tan espectacular como sorprendente. Sus coleccionables sobre la Semana Santa sevillana, El Rocío o todos aquellos temas que afectan directamente a su tierra, cultura y sociedad son ya un clásico, de forma que ningún otro medio de prensa ha podido permanecer al margen de ella, como lo prueba el hecho de que ya absolutamente todos incluyen diariamente el gancho de uno de estos coleccionables. Al mismo tiempo, su marcada diferencia política con respecto a *ABC* -este último, conservador; y el primero, progresista-, le sitúan en un línea editorial que cada vez va a más.

La competencia en Sevilla, sin embargo, es tal vez una de las más encarnizadas de las que se puedan encontrar en todo el conjunto del país, al margen de las terroríficas que tienen lugar en Madrid o Barcelona. Nuevas ofertas locales, como lo fue en su momento el ya desaparecido Diario de Sevilla, y el actual Sevilla Información, se han sumado al proyecto de hacerse con una plaza en la capital sevillana, lo que ha hecho que la tensión informativa aumente y que la oferta de todos los medios escritos suba, sobre todo en cuanto a la calidad.

Porque no hay que olvidar que Sevilla es, además, plaza de mucho interés para los grandes periódicos nacionales, como lo demuestra el hecho de que en ella se hayan ubicado las sedes redaccionales regionales de periódicos como *El País* o *El Mundo*, en cuanto a periódicos de información general, o como *Marca* o *As*, en cuanto a prensa especializada deportiva. La última oferta la ha abierto, hace tan poco unos pocos meses, *Diario de Andalucía*, que trata de hacerse con el espacio que durante tantos años ocupara el ya desaparecido -al menos en nuestra Comunidad- *Diario 16 Andalucía*.

Esto quiere decir, nada más y nada menos, que cuando una persona acude por la mañana al kiosco en Sevilla, se encuentra con una oferta tan variada como competitiva, y sobre la que, habitualmente, se suele decidir por sólo una de ellas. Algo que aún no se sabe por cuánto

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

tiempo se mantendrá, y si, como por desgracia suele ocurrir en ciertas ocasiones, dejará algún cadáver -*Diario 16* es un reciente ejemplo- por el camino.

2. La prensa vivió en España, sin duda, un período vitalista a partir del instante en el que muere el general Franco y el país se encamina hacia un, afortunadamente, prolongado y ya consolidado régimen democrático, el que siempre caminó en paralelo a los medios de comunicación en general, y de la prensa de forma muy particular.

El nacimiento, primero, de periódicos como *El País* y *Diario 16*, que nada tenían que justificarse ante el pasado dictatorial que España había vivido en los treinta años largos que siguieron al final de la Guerra Civil, la desaparición de los periódicos del régimen y de los pertenecientes a la Cadena del Movimiento, entre otros bien aferrados al pasado como *El Alcázar*, y la inevitable conversión de otros periódicos consolidados que trataban de olvidar este pasado, hizo que los primeros años de la pre-democracia (1976-78) fueran vitales para el cambio en el que se aventuraba el país.

El nuevo estilo de la España periodística la marcó, sin duda, el nacimiento del diario madrileño *El País* -4 de mayo de 1976-, y no sólo por nacer totalmente desprendido políticamente del anterior régimen, sino por abanderar uno de los que, creo, deben ser principios básicos de la prensa: la alta calidad de sus contenidos. *El País*, sin duda, rompió moldes, y rápidamente se convirtió no sólo en el periódico más vendido de España -por primera vez en el año 1978, con 297.000 ejemplares, superando ya a *ABC*, que había bajado hasta los 127.000 en ese mismo año-, sino en el más influyente, tanto para la clase política, económica, cultural y social, y en el espejo en el que muchos otros periódicos comenzaron a mirarse.

La clave de *El País*, para mí, estuvo, sobre todo en un factor: la calidad. *El País* apostó, de la mano de su primer director, Juan Luis Cebrián, por la profesionalidad, por la exigencia y por la calidad, guiado, además por un estilo único y distinto, que lo convirtió, como ya he comentado, en referencia no sólo para los demás periódicos, sino también para la vida del país en general.

Y junto con *El País*, otro periódico madrileño, *Diario 16*, que salió por primera vez a la calle el 18 de octubre de 1976 -sólo unos meses después del que sería su más directo rival, *El País*- y que primero de la mano de Ricardo Utrilla, de Miguel Ángel Aguilar a continuación y, sobre todo, de Pedro J. Ramírez -a partir del año 1980-, consiguió situarse entre los tres más vendidos de España, e, igualmente, juega un papel importantísimo no sólo en la consolidación de la democracia en España, sino en la revitalización de la prensa. Su estilo, mucho más agresivo que el de *El País*, en directa proporción con la personalidad de Pedro J. Ramírez -el director que lo marcó más política y socialmente, y el que más tiempo permaneció al frente del mismo-, y su maquetación original y moderna, con fórmulas novedosas y atrevidas, le hicieron convertirse en cabecera de aquellos otros lectores que no eran seguidores de *El País*, ni de *ABC* -por lo que aún arrastraba de recuerdo con el pasado- y que apostaban por el periodismo de investigación y de denuncia.

A estos dos estilos distintos se fueron sumando poco a poco el resto de los periódicos tanto los ya existentes en España como los que irían naciendo -con mayor o menor suerte- en el período de la democracia consolidada. Pero, salvo excepciones, todos a mucha distancia de estos dos grandes periódicos.

Hoy, la historia reciente nos ha hecho ver cómo el mundo de los grandes periódicos en España ha dado un ligero vuelco, que aunque mantiene al diario *El País* como el periódico de información general más vendido de España -aunque el deportivo *Marca* los supere en venta desde hace ya varios años-, ha visto cómo el histórico *Diario 16* ha pasado a la casi desaparición y, por el contrario, cómo el diario *El Mundo* -nacido el 23 de octubre de 1989-, con Pedro J. Ramírez al frente, le haya quitado ese mismo puesto para ser uno de los periódicos más vendidos de España.

Todo esto se ha registrado, sin embargo, cuando ya la guerra entre los medios no sólo se limita a cabeceras de periódicos con peso, sino a grandes grupos de comunicación, que tratan de controlar la vida periodística, política económica y social del país. Y, entre éstos, tres grandes

grupos privados (*Prisa, El Correo Español y Zeta*) frente a uno público -el Estado-, que llevan el peso de la comunicación en España; y frente a los pequeños periódicos que se reparten por las distintas provincias españolas.

Sevilla, por supuesto, no ha permanecido al margen de todo este entramado periodístico, sino que ha visto como su plaza ha tratado de ser controlada no sólo por los periódicos locales de siempre -*ABC y El Correo de Andalucía*- sino por otros que lo intentan con mayor o menor suerte, y por los periódicos nacionales, que han fijado en su capital las sedes de las redacciones de sus ediciones regionales.

3. Al margen de las cuestiones tecnológicas -posibilidades técnicas para la maquetación e impresión de periódicos con alta calidad-, políticas -que siempre caminan de la mano de los periódicos, y que han llevado a identificar a algunos grandes y pequeños periódicos con los partidos políticos actuales o económicas -siempre importantísimas, por cuanto no podemos olvidar que un periódico es una empresa y si ésta no obtiene buenos resultados acaba cerrando-, yo destacaría dos acontecimientos que afectan más que los anteriormente apuntados: el social y cultural.

Comprar un periódico no es sólo cuestión de tradición, ni de formato, ni de grapas, ni de páginas a color, sino de cultura general y, por tanto, de exigencia por parte de los potenciales lectores. Tomando como ejemplo esa máxima periodística de que el periódico que pierde un lector en un día, tardará al menos un año en recuperarlo, nos hace situarnos en un mercado periodístico muy competitivo, dentro del cual los diarios -grandes o pequeños- no pueden permitirse el lujo de perder el tiempo o quedarse estancados. Hay que ser el mejor, y esa apuesta se ha ido amoldando a lo largo de los últimos años hasta encaminarse en un proceso actual -que aún va a más- de buscar la máxima calidad; la única que te permite luchar contra la posible desidia del posible comprador de periódicos y contra la feroz competencia que hoy un periódico encuentra en los demás medios de comunicación -radio y, sobre todo, televisión-.

Por eso, los periódicos en general -dentro, cada uno, de sus posibilidades y aspiraciones-, han ido dando una mayor presencia a las informaciones sociales, en detrimento de las políticas y, sobre todo, a las especializadas, como es buen ejemplo la económica. Hoy en día no hay periódicos que quieran ganar lectores que no busquen esa otra información, empleando para ello los géneros periodísticos más adecuados, que se escapan a la radio y a la televisión, y que cada vez encuentran más seguidores, informaciones sobre el medio ambiente, salud, comunicación o ciencia nunca como hoy, han encontrado tanta cabida en las páginas de un periódico. Al mismo tiempo, el hecho de que salvo excepciones, la mayoría de los compradores de periódicos -distinta a la de lectores, como todos sabemos- sean personas de un cierto nivel cultural -con estudios universitarios, con profesiones liberales, exigentes y con deseo de estar bien informados-, han hecho que las páginas que tienen que ver con la cultura y el espectáculo aumenten en presencia, y casi siempre éstas recaigan en manos de auténticos especialistas, capaces de responder a las exigencias de quien se acerca a un kiosco todos los días y sacar dinero de sus bolsillo para pagar un periódico. En los despachos de los directores y empresarios esto se sabe, y cada vez se observa una mayor presencia de todas estas informaciones, al margen, como ya comentaba, de aquellas muy especializadas, casi en directa competencia con las revistas temáticas.

Por tanto, sin tratarse ningún acontecimiento concreto -como podríamos pensar si este término lo entendemos como un hecho de cierta importancia que marca las diferencias entre un antes un después-, si es una condición social que, sin duda, afecta al mundo de la prensa, hasta el punto de dirigirla hacia ese camino.

4. Aunque jugar a futurista siempre es complicado, porque lo que se pueda prever está siempre expuesto a los giros que puedan marcar cualquiera de los acontecimientos en los que casi a diario nos vemos envueltos -y el tecnológico es un claro ejemplo-, sí hay un hecho que ya está marcando la prensa de hoy y, sin duda, la del futuro a corto y medio plazo: Internet.

Hoy en día ya muchos saben -aunque no todos los que pensamos- que simplemente por estar conectados a esta red de redes, cualquier persona tiene acceso desde su casa a aquellos periódicos que navegan por ella, con un coste más bajo que el periódico en papel y, por

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

supuesto, con mucho menos esfuerzo. Pero es que, además, no sólo puedo leer desde mi habitación los periódicos de mi ciudad, sino los de mi comunidad, los de mi país, los de mi continente o los del resto del mundo.

Ningún periódico que se precie puede permanecer hoy al margen de la red Internet, como nadie que piense siquiera un poco puede imaginarse los acontecimientos que la tecnología nos deparará, y que no se detendrán sólo en la llegada a esta red. Desde mi punto de vista, el futuro de los periódicos -y me refiero "exclusivamente al que se vende en los kioscos- no corre peligro a corto plazo, pero siempre será una incógnita a medio o largo plazo, por cuanto pocos pueden imagina hoy qué nos deparará el mundo de la ciencia y la tecnología.

El corazón y las ganas me piden, en mi caso concreto, que nunca desaparezca el papel impreso tal como lo conocemos hoy, por lo que significa y ha significado hasta ahora, pero el miedo está comenzando ya a meterse en el cuerpo; al menos, en lo que se refiere a la prensa a gran escala, porque en lo que afecta a las pequeñas empresas -ésas que tienen sus objetivos en lo más próximo, ya sea en una ciudad, un barrio o un pueblo-, es probable que mantengan la forma tradicional de impresión de periódicos en papel.

Eso sí, la competencia es cada vez mayor, y nadie que se precie debe dejar de evolucionar -como ya de forma más detallada he comentado en respuestas anteriores-, si no quiere verse condenado a la desaparición.

ANTONIO SILVA (Sevilla, 1962) Director de Sevilla Información

Director de Diario de Sevilla. Trabajos desarrollados en *El Correo de Andalucía*, *ABC*, *SER*, *Canal Sur Radio* y *Onda Cero*. Colaboraciones en *Tiempo*, *Tribuna*, *Diario 16*, *Radio América*. Documentalista en la Serie de *Canal Sur TV*, *Malas Artes*, Premio Andalucía de Periodismo 1992. Jefe de Prensa del Pabellón de Andalucía Expo'92. Secretario de la Asociación de la Prensa de Sevilla. Profesor del CENP.

1. La prensa general se está distanciando del interés por lo cercano, de lo que interesa a la ciudadanía. Los medios audiovisuales, radio y TV, son una competencia en cuanto al tratamiento informativo. En parte se debe al bajo índice de lectura, porque el contenido de los periódicos no les interesa, ya que los ciudadanos conocen previamente, por la radio y TV, la información que posteriormente le sirven los periódicos.

Los periódicos se están manteniendo económicamente a través de las colecciones, promociones y suplementos, que son alternativas para incrementar la venta.

La prensa que mayor índice de lectura tiene es la deportiva y está compitiendo en su contenido con lo visual. Mediante recursos infográficos y promocionales, es decir, a través de la espectacularidad del diseño. Aunque también existen honrosas excepciones, como las que se producen en diarios como *El Mundo*, *La Vanguardia* y en el suplemento *El País de las Tentaciones*, donde aplican dichos recursos.

En relación a la prensa de Sevilla, opino que ésta pasa por unos parámetros similares a la general, con el agravante de que al ser Sevilla capital de Andalucía hace difícil que delimite sus contenidos regionales. Existe los denominados "nichos de mercado", es decir, que en Sevilla va a tener un amplio campo la prensa especializada, la de baño, ya que esta ciudad tiene una configuración muy apropiada. También está la prensa especializada en contenidos locales, como la de cofradías y fútbol. Por ejemplo, nuestro periódico saca los sábados un suplemento denominado *Nervión Información*, los miércoles ofrecemos información de deportes en los barrios, ésa es la especialización. Por ello, incido en que existe un "nicho de mercado". Hemos detectado un crecimiento importante de lectores y eso no se ha experimentado en otros diarios.

Tenemos previsto sacar Sevilla Información en inglés y suplementos de cada distrito.

2.

- Ha jugado un papel importantísimo en las tomas de decisiones del país.
- Se ha convertido en un poder fáctico, sin que deba serlo. Debe ser una herramienta al servicio de la comunidad y no para usos particulares.
- También ha sido clave en la transición democrática.
- Ha faltado que la propia prensa se autorregule con un código ético. La sociedad será la que pasará factura, ya que todo ello deteriora su credibilidad.
- Cambio de gobierno socialista y el papel jugado por la prensa.
- Papel clave en la unidad frente al terrorismo.

3. La Expo '92 influyó porque rompió el “catetismo” de la prensa regional. Al principio la prensa tuvo un papel más de control político del evento que de información de al cara ciudadano. La prensa local tardó mucho en comprometerse con este evento, aunque al final lo hizo.

También ha influido la Facultad de Ciencias de la Información, ya que ha dado Opción & que exista una nueva visión del periodismo. Ha tenido los roces propios de adecuar un oficio a una licenciatura, ya que no se estaba acostumbrado a hacer un periodismo más académico.

4. La prensa va a crecer siempre que continúe especializándose. Tendrá un espacio importante en Sevilla, siempre que les ofrezcamos a los lectores lo que les interesa y no a los periodistas. Tenemos que acostumbrarnos a elaborar un periódico para los lectores, de utilidad pública.

JAVIER RUBIO RODRÍGUEZ (Sevilla, 1966) Redactor de *El Mundo de Andalucía*

Licenciado en Periodismo desarrolló su actividad profesional desde 1987 en *Diario 16 Andalucía*, donde llegó a desempeñar la jefatura de sección de local y, con anterioridad, de la información relativa a la Exposición Universal así como de los suplementos semanales del periódico.

1. En mi opinión, la prensa corre un riesgo evidente de concentración mediática en muy pocas manos. Este peligro puede anular el proceso a voces críticas e independientes y reafirmar las estructuras de los editores bien conectados con el poder político. Este riesgo es particularmente intenso con la aparición de nuevas tecnologías como la televisión por cable o las plataformas digitales. El grave peligro de que una sola voz interprete un mundo tan cambiante y plural como el siglo XXI es la gran amenaza.

En el caso sevillano, detecto un renovado interés por la información local y el panorama actual no puede ser más halagüeño: hasta seis cabeceras compiten en el mercado local. La situación laboral de los periodistas, sin embargo, no es tan boyante y merecería una explicación aparte.

2. Lo más destacado, la impresionante renovación tecnológica que ha sufrido la prensa sevillana. Del plomo se ha pasado a Internet en apenas una década. Paralelamente la reconversión ha

ANEXO. La prensa sevillana en la actualidad. Testimonios profesionales

hecho que las plantillas de las empresas informativas adelgazaran y, en muchos casos, sufrieran despidos traumáticos. Las condiciones de trabajo no han mejorado de forma paralela.

Por otro lado, la aparición de los medios públicos autonómicos, que supusieron a primeros de los años 90 un revulsivo para la profesión y abrió vías insospechadas para centenares de periodistas. Sin embargo, al cabo del tiempo percibimos el riesgo de concentración del que hablábamos antes precisamente en los medios públicos. Por decirlo de un modo gráfico: la Junta, a través de cualquiera de sus empresas y organismos, es el principal empresario de comunicación de Andalucía.

Por último, la Expo 92 supuso para la prensa sevillana un espaldarazo definitivo porque nos demostró a nosotros mismos y lo hizo ver a los ojos de todos que el nivel del periodismo sevillano rayaba a la altura del mejor que pueda hacerse en Madrid o Barcelona.

3. En la respuesta anterior incluía la Exposición Universal de 1992 como elemento decisivo en la valoración de la prensa sevillana de los últimos años. La Expo tal vez sea el acontecimiento más relevante, pero no el único. Una sucesión de grandes eventos han ido marcando los hitos de la prensa sevillana: visita del papa, boda de la Infanta Elena, Congreso Eucarístico, campeonatos deportivos...

4. La irrupción del periodismo electrónico marcará en los próximos años la tendencia de la prensa general. En Sevilla se advierte movimiento e interés por explorar mercados que hasta ahora se habían mantenido al margen.