

## periodisme i legitimació del poder

I això deixant de banda la vella polèmica sobre si la notícia, en el periodisme actual, és un suport legitimador del poder polític vigent pel fet de crear una realitat única entorn de les estructures burocràtiques que mouen el món.

Una de les línies d'investigació d'aquesta tesi passa per analitzar la composició dels leads dels quals hem de dir, a priori, que són, en realitat, un empobriment del nostre llenguatge en favor de l'efectivitat del missatge. Encara que fos així, hem d'acceptar-ho?<sup>56</sup>. Serà interessant comprovar l'efecte de les innovacions tecnològiques en l'estructura de les notícies a La Vanguardia i El Periódico de Catalunya.

Deixant de banda la carga ideològica de les NTI, cal preguntar-nos si un diari és millor després de la renovació de la seva tecnologia. Significativament, com es podrà demostrar més endavant, quan una empresa periodística compra ordinadors i millora la pre-impresió, opta per canviar de model, encara que podria seguir mantenint, potser amb alguns canvis, l'anterior.

---

<sup>56</sup>. El llibre d'estil del diari madrileny El Sol (Madrid: El Sol, 1990) fuig del lead clàssic quan diu que l'entradeta "no obedecerá (...) a las normas de la pirámide invertida", assenyalant abans d'aquesta afirmació que "esta entradilla no es el escaparate ni el resumen de la noticia: es el inicio de una información que continua después en el primer párrafo" (p. 15).

La pregunta és si el lector agraeix les fortes inversions, o millor, si el lector agraeix l'esforç de l'editor perquè ha encertat en oferir-li un diari millor, en el qual troba allò que busca.

Caldrà, doncs, que l'editor i l'equip de professionals encerti en el nou producte recolzant-se en les NTI i, per això, en primer lloc, caldrà saber elegir la tecnologia més apropiada no sols a la seva capacitat econòmica, sinó, i molt especialment, a la seva capacitat professional per treure-li profit.

¿Amb això podem aventurar que prima, en els darrers temps, la forma sobre el contingut en els diaris del món occidental que han experimentat una renovació tecnològica prou important i, a més, que ha canviat --influit o no per aquella-- el seu model?

Aquesta és una de les qüestions a respondre al llarg de l'estudi sobre dos exemples concrets, La Vanguardia i El Periódico de Catalunya, encara que s'ha de recordar que aquest darrer correspon al bloc de nous diaris que, quan van aparèixer a finals dels anys setanta, ja ho van fer tot oferint un model innovador, en la línia del que després seria USA Today.

I si continuem preguntant-nos sobre el canvi en els continguts, sobre el text, les imatges i les infografies, descobrirem, potser, com apunta Martin<sup>57</sup>, que

---

<sup>57</sup>. Martin, 1980: 78.

"si en el futuro tuviéramos valores distintos y, por ello viviéramos de forma diferente, una de las causas sería el hecho que nuestros medios de información habrían cambiado".

De fet, els elements d'identificació de la notícia han canviat en poc temps en el periodisme anglosaxó i, per simpatia, en el nostre. Warren <sup>58</sup> ja ha fet clàssics els elements d'identificació de la notícia: actualitat, proximitat, prominència, curiositat, conflicte, intriga, emoció, conseqüències; però Metzler altera l'ordre uns anys després per dir que la notícia s'identifica per la següent escala de valors noticiables: actualitat, conseqüències, prominència, raresa, proximitat, canvi i conflictes.

És a dir, semblaria que ens interessen més les notícies per les conseqüències -pel fet que ens poden afectar a nosaltres o als nostres- que no pas per la proximitat. ¿Existeixen graus de llunyania en la recent crisi del Golf Pèrsic quan sopem veient el missatge televisiu quotidià del president Saddam Husein, contestat de vegades per Georges Bush? o, ¿tenen més importància cinc morts a l'autopista B-30, que passa pel costat de la nostra universitat, notícia recollida en un breu en els diaris, que un accident amb només una nena morta a Tortosa però que un cambre amateur ha pogut captar i que després el passa TV3?

Doncs bé, el concepte conseqüències pot tenir també importància en el canvi estructural de les notícies dels models de diaris

---

<sup>58</sup>. Warren, 1975.

postinnovació tecnològica, com a resposta dels editors a la competència dels mitjans àudio-visuals. La publicació d'una bona fotografia de la nena morta, amb perfils definits i colors ben diferenciats, pot fer vendre més. Obviament caldrà que el diari disposi de la suficient tecnologia per rebre i treballar la foto amb plenes garanties que a l'endemà pot tornar a fer-ho per no defraudar al públic.

I si l'editor disposa d'aquests mitjans i prima la imatge, ¿quines modificacions s'hauran de fer en la maqueta perquè també hi hagi el text suficient?

### El destí del suport-paper

Amb tot el que estem dient podria deduir-se que el paper de la premsa escrita en suport-paper ha canviat, però ningú s'atreveix a preveure, anunciar, profetitzar la seva desaparició, malgrat la terrible competència de la ràdio i de la televisió i potser d'altres tipus de negocis de la comunicació com les agències no institucionals, promotores de vídeo, etcètera.

En tot cas la premsa escrita ha reconduït la seva estratègia i ha creat entitats multimediàtiques que la obliguen a autoredefinir-se. Aquest és el moment processal en què intervenim nosaltres per fer el diagnòstic de la gènesi del nou diari resultant de la confrontació de les noves tecnologies de la informació i la recerca de noves formes d'expressió, és a dir, la recerca d'un nou model.

Acabem aquesta introducció amb una crida a l'esperança a càrrec del Conde de Godó, Javier de Godó<sup>59</sup>, editor i propietari de La Vanguardia:

"La prensa actual tiene frente si un futuro esperanzador, la expansión de medios de comunicación como la radio y la televisión no ha hecho otra cosa que reforzar el papel de los diarios en el mundo contemporáneo. Todos los medios de comunicación se complementan entre ellos (...). El crecimiento del sector periodístico es un crecimiento global".

En tot cas la societat ha acceptat plenament la nova premsa resultant de la incorporació de les NTI i del canvi d'imatge i model. A diferència d'Amèrica Llatina<sup>60</sup>, les noves tecnologies de la informació ja tenen el seu lloc a la nostra universitat. És encoratjador que la facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona disposi de tres aules informatitzades on, des del primer curs, s'ensinistra els estudiants en el domini dels programes que empra la indústria periodística.

Potser posant les NTI a l'abast del poble, especialment a través dels futurs periodistes, aconseguirem garantir l'accés a la cultura

---

<sup>59</sup>. Editorial del suplement especial de La Vanguardia, 3 nov. 1989, p. 3.

<sup>60</sup>. Ana Maria Fadul, coordinadora d'un congrés de noves tecnologies de la comunicació fet el 1986 a São Paulo, Brasil, es queixava que les NTI no havien entrat encara a les universitats d'aquell continent. (Fadul, 1986: 20).

d'una gran part dels habitants de la nostra terra, perquè només un ple domini de les tecnologies pot trencar la dicotomia entre imatge i text, color i negror, frivolitat i reflexió.

## CAPITOL II

### UNIVERS A ESTUDIAR

Tota investigació científica obliga l'estudiós a intentar ser el més rigorós possible, a arribar al límit de les seves forces i possibilitats perquè l'objectiu del seu treball pugui ser assolit amb èxit.

Per poder assolir aquesta fi, que no és altra cosa que una aportació inèdita a la societat en què l'investigador viu, es desenvolupa i a la qual es deu, cal delimitar amb molta exactitud el camp del treball.

Theodore Caplow<sup>1</sup> assenyala en aquest sentit que:

"La mayor parte de las investigaciones naufragan al principio: las cuestiones son o demasiado banales o demasiado amplias; o bien el campo de la investigación está mal definido o es inaccesible ... "

Seria inútil intentar analitzar quines han estat les influències de les innovacions tecnològiques en els models de premsa occidentals,

---

<sup>1</sup>. Caplow, 1972: 127. L'autor és sociòleg, professor de sociologia de la Columbia University de Nova York, especialitzat en investigacions sobre el treball, va escriure un manual de sociologia, de molta anomenada, en el qual reuneix diferents mètodes d'anàlisi aplicables a les ciències socials.

especialment si no es disposa d'un equip d'investigadors força nombrós, amb molts ajudants i tots ells treballant amb poderosos ordinadors.

També seria inútil plantejar-se l'estudi de la innovació tecnològica en un petit diariet de l'estat nord-americà (no la ciutat) de Nova York si només tenim un mes sencer per poder absentar-nos de Catalunya o, el que seria pitjor, desconeguéssim l'idioma anglès.

Per honestedat científica hem de centrar la nostra investigació en els diaris de l'Estat espanyol.

Per interès personal, ho farem sobre la premsa catalana.

Per continuïtat en la tasca d'investigació dels darrers anys<sup>2</sup>, sembla més aconsellable no sortir de les nostres fronteres idiomàtiques, culturals i personals.

Ja tenim, doncs, unes delimitacions ben concretes sobre el camp del treball: el volem fer sobre la premsa catalana. Però, per obtenir conclusions vàlides sobre la influència de les innovacions tecnològiques en els models dels diaris, ¿quins periòdics, quines

---

<sup>2</sup>. El petit currículum d'aquest doctorand indica que li ha estat produït un vídeo comercial i un estudi, pagats per l'Institut de Ciències de l'Educació de la UAB i per la Generalitat de Catalunya respectivament, sobre el tema de la reconversió tecnològica de la premsa catalana.



capçaleres hem d'agafar?

Cap analista social aconsella estudiar un fet prenent la totalitat del seu univers com a objecte estudiable, ja que el més possible és que no s'acabés mai la investigació o que es donés el cas que les parts d'aquest univers no fossin suficientment vàlides per estudiar-les, per manca d'homogeneïtat.

Analitzar tots i cadascun dels diaris que han aparegut, sobreviscut i mort durant el període a analitzar, 1978-1989, podria ser una tasca inútil per la dispersió del cos a estudiar, la seva incoherència i les variades magnituds empresarials que trobaríem damunt la taula del laboratori d'investigació.

A més, tota anàlisi científica obliga a l'establiment de diferents fases, ben diferenciades entre elles, per anar elaborant el que podríem dir un esquema inductiu, que portaria a l'investigador, a partir d'una concreció, a establir una generalització. Però cal definir ben bé la concreció o seleccionar encara millor les parts per poder edificar finalment una teoria comprobable per altres investigadors que empressin els mateixos mètodes.

La confirmació d'una tesi que al començament era sols una sospita exigeix establir els primers passos amb molt de compte, com apuntava Caplow.

per analitzar la influència d'unes innovacions en uns productes culturals a casa nostra he decidit ser molt rigorós amb el nombre de mitjans a estudiar per tal de poder fer un treball coherent, fiable i comprobable posteriorment a través de diaris que ofereixin magnituds semblants. Això facilitarà l'establiment d'unes lleis comunes i, alhora, que mostrin entre si divergències el suficientment atractives com per enriquir les conclusions finals.

En aquest sentit he decidit centrar la nostra atenció en els diaris d'informació general de Barcelona La Vanguardia i El Periódico de Catalunya.

Considero que són els únics que compleixen uns requisits que els fan, no només aptes, sinó fins i tot indispensables per assolir, amb certes garanties d'èxit, els objectius d'aquesta tesi doctoral.

#### Paral·lelismes entre els dos diaris seleccionats

Aquests serien els aspectes que farien dels dos diaris els instruments idonis per constituir-los com el cos de l'estudi:

- Paral·lelisme de mercat. En efecte, La Vanguardia i El Periódico de Catalunya són dos periòdics diaris d'abast nacional català. Els seus editors, Javier de Godó i Antonio Asensio, no es plantegen, ara mateix i/o ara per

ara, convertir els seus productes en diaris d'abast estatal, encara que La Vanguardia ho aconsegueix, en part, donada la seva influència a Madrid, molt superior a la del diari d'Antonio Asensio<sup>3</sup>. A tall de recordatori, sobre el qual ens estendrem més endavant, val la pena recordar que Antonio Asensio ha estat l'únic editor català que ha intentat fer una edició del seu diari a Madrid, tal com fa ara El País i també ABC. La realitat, ara, és que els dos diaris tenen el seu negoci en el mercat català.

- Paral·lelisme lingüístic. La Vanguardia i El Periódico de Catalunya són dos diaris catalans que s'imprimeixen en castellà. És una de les grans contradiccions del país, que en plena normalització lingüística, quan hi ha més emissores de ràdio de parla catalana i la televisió (TV3 i part de la programació de TVE) emet en aquesta llengua, Catalunya no té encara una premsa d'informació general diària prou consolidada en el nostre idioma, encara que el volum total de la premsa comarcal en català creix,

---

<sup>3</sup>. Segons Jaume Guillamet (Guillamet, 1990), l'any 1987 La Vanguardia tenia a Catalunya una difusió de 180.202 exemplars dels quals en venia a la circumscripció de Barcelona 149.789; 15.314 a la de Girona; 7.047 a la de Lleida i 9.715 a la de Tarragona. Per la seva part, El Periódico de Catalunya tenia acreditada una difusió, segons la mateixa font, de 146.661 exemplars a tota Catalunya i pel que fa a les diferents províncies les vendes eren així: Barcelona, 127.861 exemplars; Girona, 11.311; Lleida, 5.384 i Tarragona, 8.455.

segons veurem més endavant.

Cap dels dos editors ha deixat entreveure quin serà el moment en què els seus diaris passin a ser escrits íntegrament en català --ja fan o han fet alguns suplementes i planes en la nostra llengua-- o, el que seria també molt interessant, quan estarien disposats a crear, amb mitjans suficients, d'altres rotatius d'informació general diària en llengua catalana<sup>4</sup>.

- Paral·lelisme en els tiratges. Tots dos diaris tenen uns tiratges de gran envergadura.

A hores d'ara podríem parlar d'una certa bipolarització de la premsa catalana protagonitzada per aquests diaris, ja que entre tots dos venen el 56,13% del volum total, segons les dades de l'OJD per a 1987. El tercer diari és El País, de Madrid, amb el 8,93%.

- Paral·lelisme empresarial. La Vanguardia i El Periódico de Catalunya són dos diaris editats per empreses nascudes a Barcelona.

---

<sup>4</sup>. Antonio Asensio ha tingut una participació accionarial minoritària en la darrera etapa de Diari de Barcelona. Els seus homes van ser els que dirigiren el periòdic fins la primera gran crisi, retirant-se l'editor i venent les seves accions a la Organización Nacional de Ciegos (ONCE).

Es tracta d'unes societats anònimes caracteritzades pel fet que el poder de decisió és unipersonal o, que en tot cas, hi ha un membre del consell d'administració i del bloc de propietaris suficientment identificat com per parlar-ne, d'aquest tipus de poder.

En el cas de La Vanguardia trobem Javier de Godó com a persona més destacada tant pel volum d'accions que posseeix, per presidir el consell d'administració i pel protagonisme que ha tingut en la darrera onada d'innovacions i renovacions experimentada per l'històric diari.

Quant a El Periódico de Catalunya, Antonio Asensio és, com Javier de Godó, qui posseeix la majoria de les accions, i és editor i president del seu consell d'administració.

Podem dir, doncs, que els dos diaris estan en mans d'empresaris catalans, amb la seva seu social a Barcelona i amb el poder de decisió a Catalunya<sup>5</sup>, encara que els seus propietaris tinguin fortes relacions empresarials amb la resta d'Espanya.

---

<sup>5</sup>. El Grupo Zeta ha traslladat a Madrid bona part de les seves publicacions, però la seu social del diari que estem estudiant roman a Barcelona i la presència a Madrid d'Antonio Asensio i del seu staff no hem trobat que hagi modificat per a res les propostes empresarials vers El Periódico de Catalunya.

Així mateix, la semblança empresarial entre La Vanguardia i El Periódico de Catalunya s'estén al caràcter multimèdia dels grups econòmics als què pertanyen.

Els dos diaris pertanyen a sengles grups de comunicació amb interessos en la premsa escrita, els mitjans àudio-visuals i el món editorial, com veurem més endavant.

I encara hi ha més base per confirmar la coincidència entre els diaris esmentats si assenyallem que els seus propietaris no només tenen interessos en el món de la comunicació sinó que diversifiquen les seves inversions en d'altres sectors econòmics com ara el tèxtil, l'alimentació i les finances.

- Paral·lelisme en la innovació. En efecte, La Vanguardia i El Periódico de Catalunya són dos diaris que els darrers vuit anys han realitzat fortes inversions econòmiques per innovar i renovar les instal·lacions.

Aquest fet, se'ns dirà, que és comú a la resta de la premsa catalana i, com no, de l'occidental. És veritat, però no deixa de ser més veritat el fet que el volum de les inversions d'aquests dos diaris no es pot ni comparar, en absolut, a la dels altres de casa nostra, la qual cosa els converteix en capdavanters, quant a volum financer i tecnològic, de la renovació de la premsa a

Catalunya.

Tots dos diaris han innovat utilitats i sistemes en les seves fases de pre-producció i han renovat els seus sistemes d'impressió durant aquest període.

- Paral·lelisme del producte. I també aquí trobem un clara semblança ja que La Vanguardia i El Periódico de Catalunya ofereixen als seus lectors un producte amb els mateixos ingredients, encara que, quant a model pròpiament dit, potser hi hagi més diferències.

Ambdós diaris s'estructuren temàticament, encara que La Vanguardia utilitzi el sistema compartimental geogràfic com a definidor d'algunes seccions, cosa que El Periódico de Catalunya fa menys.

Ambdós diaris empren un sistema de titulació basat en cossos grans, nombre limitat de paraules, subtítols força informatius i un estil de llenguatge en la mateixa línia, encara que molt més popular en el diari d'Asensio.

Estem, doncs, dins de la definició de models de diari popular-interpretatiu en el cas de El Periódico de Catalunya i interpretatiu i de serveis quant a La Vanguardia.

A més, La Vanguardia i El Periódico de Catalunya comparteixen el criteri d'unificar seccions amb la fórmula que anomenen "macro", fent compartir un espai molt ben definit del diari amb les seccions de local, comarques, societat, sucesos, tribunals, sanitat (o salut), consum, ordenació territorial, medi ambient i afers de tot tipus, en el sentit d'afers de corrupció i prevaricació administrativa, per exemple, un tema que està donant magnífics resultats periodístics.

- Paral·lelisme organitzatiu. Tots dos rotatius disposen d'unes fermes estructures organitzatives basades en staff --equips de direcció-- ben consolidats que jerarquitzen un organigrama, en forma de piràmide, amb la particularitat que a La Vanguardia s'ha creat, a principis de l'any 1989, la figura dels coordinadors, que estan per sobre dels redactors caps, organitzant-los dins de grans àmbits.

Aquesta estructura piramidal de gran envergadura sospitem que té molt a dir sobre les possibles influències de les innovacions tecnològiques en el canvi de model dels seus diaris respectius, per això trobem que la coincidència en les estructures organitzatives és, també, un element més per seleccionar aquests dos periòdics.



- Paral·lelisme quant a la ininterupció. Es tracta d'una realitat molt aspra: només dos dels diaris d'informació general diària que es publicaven a Barcelona l'any 1977 han sobreviscut. Es tracta de La Vanguardia i Diari de Barcelona, nova versió de Diario de Barcelona.

Considerem com una dada molt a tenir en compte que La Vanguardia i El Periódico de Catalunya han sortit ininterrompudament durant els dotze anys que comprèn el període del nostre estudi. No són els dos únics diaris que han innovat i renovat la seva maquinària, però sí els que ho han fet i han sobreviscut, cosa que no va passar amb El Noticiero Universal, El Correo Catalán i els diaris del Grupo Mundo.

Podríem parlar també de paral·lelismes de conceptes periodístics, de paral·lelismes quant a les prioritats informatives, però també d'asincronia en el contingut polític i això és molt important. L'autèntica manca de semblances respecte a la seva història, no fa res més que enriquir les perspectives científiques d'aquest treball ja que podríem estudiar la influència de les innovacions en un diari vell i en un altre de jove, dins de la mateixa ciutat i amb coordenades empresarials, de producte i volums de venda molt semblants o, al menys, equiparables.

## Motius per a elegir a LA VANGUARDIA i EL PERIODICO DE CATALUNYA

Els motius pels quals he escollit La Vanguardia i El Periódico de Catalunya com a univers a estudiar són els mateixos que servirien per explicar la decisió de deixar fora del camp d'investigació la resta de diaris catalans.

A Catalunya, els darrers dotze anys, s'han publicat 27 diaris d'informació general. Aquesta és la relació:

Província de Barcelona

Diario de Barcelona/Diari de Barcelona (1792- )

La Vanguardia (1881- )

El Noticiero Universal (1888-1985)

El Correo Catalán (1876-1985)

Solidaridad Nacional (1939-1979)

La Prensa (1941-1979)

Tele/eXpres (1964-1981)

Mundo Diario (1974-1981)

Catalunya/Expres (1976-1980)

Avui (1976- )

El Periódico de Catalunya (1979- )

El Día de Catalunya (1989-1989)

ABB (1988-1988)<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>. En Jaume Guillamet diu a La Premsa a Catalunya (Barcelona, Diputació de Barcelona, 1988. 134 pp), pàgina 15, que ABB va ser un diari esportiu. Aquesta afirmació no és del tot encertada ja que estem davant d'un rotatiu especialitzat en temes socials i, també, esportius, com es pot comprovar si repassem la seva petita i

Diari de Sabadell (1942- )  
Diario de Terrassa (1939- )  
Manresa (1942-1982)  
Regió 7 (1978- )  
Gazeta de Manresa (1982-1982)  
El Pla de Bages (1982-1982)  
La Veu de la Ciutat (1981-1981)

Província de Lleida

La Mañana (1938- )  
Diari de Lleida (Diario de Lérida) (1966- )  
Segre (1982- )

Província de Tarragona

Diario Español/Diari de Tarragona (1939- )  
Catalunya Sud (1986-1987)

Província de Girona

Los Sitios/Diari de Girona (1942- )  
Punt Diari/El Punt (1979- )

Hem tingut diaris que sortien quatre cops a la setmana. D'altres que només van fer-ho nou dies en la seva vida. N'hi ha hagut que han canviat de mans i de línies editorials diversos cops durant la seva existència.

---

desaparcebuda història.

També ens trobem exemples de productes periodístics d'informació general diària que han variat de model i de format per conveniències empresarials, per raons personals, per pressions polítiques i/o econòmiques o que han canviat sense cap raó justificada, seguint una moda i sense que darrera d'aquesta decisió hi hagués cap estudi previ.

Molts d'aquests diaris han desaparegut ja, com he assenyalat a la relació dels 27. Per això es fa difícil prendre bona part d'ells com elements d'estudi comparables amb els periòdics que sí han continuat sortint, encara que es podria intentar establir factors correctors per poder crear una base comparativa homogènia. Sí que els tindrè en compte pel que fa a la seva aportació a la història del periodisme català i enriqueirà aquesta la tesi fer esment dels seus processos de renovació i d'innovació tecnològica.

Quant als diaris que encara surten, tampoc tots permeten fer d'ells objecte d'estudi per les seves manques de perspectiva homologadora.

Vegem de què estem parlant.

Els diaris catalans que es publiquen avui són, com dèiem, a la relació de la plana anterior, La Vanguardia, El Periódico de Catalunya, Avui, Diari de Barcelona, Diari de Sabadell, Diario de Terrassa, Regió 7, La Mañana, Diario de Lérida, Segre, Diari de Tarragona, Diari de Girona, i El Punt.

d'aquests, descartarem els que no surten diàriament, és a dir, Diari de Sabadell, Diario de Terrassa, i Regió 7, que només surten cinc dies a la setmana. Diari de Girona, El Punt, Diari de Lleida i Diari de Tarragona, que surten sis cops cada set dies.

se'ns faria difícil establir un camp de treball comú basat en periòdics de diferent periodicitat.

A més, el seu àmbit d'influència i els seus objectius de mercat semblen prou diferents. En efecte, es declaren diaris comarcals, intercomarcals i/o locals i les seves planes són ben riques en material informatiu identificat amb aquests propòsits i, per tant, no tenen gaire en consideració la informació política internacional i espanyola, encara que sí informen de la política catalana, però especialment amb tot allò que els afecta més directament.

Quant als seus objectius de mercat no sembla que vulguin competir en els quioscos amb la resta de diaris catalans, sinó convertir-se en complementaris dels "grans" rotatius.

Aquesta darrera realitat afecta també a la premsa no barcelonina i que, essent provincial o intercomarcal, té la seva seu social en una de les capitals de circumscripció. És a dir, parlem dels diaris de Girona, Tarragona i Lleida, que no semblen desitjar convertir-se en competència dels de Barcelona en tant que no pretenen vendre's a tota Catalunya, i si ho volguessin, ara per ara fracassarien,

segons es desprèn de l'estudi de Guillamet.

Hi ha també un altre motiu per considerar que no hem de prendre com objecte del nostre cos d'estudi els diaris no barcelonins i és la seva dimensió econòmica, molt reduïda si la comparem a la de La Vanguardia i a la de El Periódico de Catalunya.

Amb això intento dir que l'univers de l'estudi ha d'establir-se en funció de subjectes homologables, la qual cosa no impedeix fer referència explícita d'aquells diaris que no formaran part del cos principal de la tesi doctoral però que, per un o altre motiu, poden oferir dades i situacions aclaridores d'alguns dels episodis que s'analitzaran.

Fins ara he indicat els valors inherents de La Vanguardia i de El Periódico de Catalunya per convertir-los en objecte substancial de l'estudi; és a dir, l'univers d'aquest treball sobre les influències de les innovacions tecnològiques en la premsa diària. He dit, també, que els diaris comarcals, per la seva dimensió econòmica, tiratge, antiguitat, mercat i objectius no els he considerat tan vàlids per formar part del cos analitzable. Però encara no he demostrat perquè he descartat la resta de diaris barcelonins.

Diari de Barcelona, el més antic d'Europa tret del Times, és un

periòdic de molt baix tiratge<sup>7</sup>, escrit en català des del 1988, d'interès general, estructurat per seccions temàtiques i geogràfiques, però amb unes dimensions empresarials molt petites si les comparem amb les de les empreses periodístiques de Godó i d'Asensio.

A més, no té patrimoni propi homologable al de La Vanguardia i al de El Periódico de Catalunya, ja que s'imprimeix en tallers aliens i la seva tecnologia, tant pel que fa a la maquinària com als programes informàtics, ha estat aportada per Edicions Primera Plana SA, editora de El Periódico de Catalunya. Amb això volem dir que Diari de Barcelona no s'ha vist obligat a buscar una sortida per a la seva obsolescència d'infraestructures, sinó que la renovació i la innovació tecnològica li ha vingut de la mà de la constitució d'una nova corporació empresarial fruit de la unió temporal de la Organización Nacional de Ciegos de España, l'Ajuntament de

<sup>7</sup>. Segons es desprèn de les dades que per a l'any 1989 ofereix l'Oficina de Justificación de la Difusión, relatives a Catalunya, i que configuren el següent quadre:

Diari (ordre alfabètic)	Tiratge	Difusió
<u>Avui</u>	48.149	37.220
<u>Diari de Barcelona</u>	25.064	13.674
<u>Diari de Girona</u>	9.238	7.432
<u>Diari de Sabadell</u>	7.821	6.787
<u>Diari de Tarragona</u>	10.510	8.443
<u>Diari de Terrassa</u>	6.330	5.390
<u>El Periódico de Catalunya</u>	202.704	157.192
<u>Punt Diari</u>	14.540	12.203
<u>Regió-7</u>	6.907	6.204
<u>Segre</u>	10.318	7.656
<u>La Mañana</u>	8.439	6.385
<u>La Vanguardia</u>	225.068	202.741

Barcelona, a través d'Iniciatives SA, i del Grupo Zeta.

sense patrimoni, ni dimensió econòmica, ni reconversió tecnològica realitzada per necessitats pròpies, no es pot prendre a Diari de Barcelona com a exemple d'estudi sobre la influència de les innovacions a les empreses periodístiques catalanes, ja que l'empresa Publicacions de Barcelona SA no ha tingut els problemes comuns dels dos diaris que, de moment, són els protagonistes principalíssims d'aquest treball.

Amb aquestes característiques ja seria impossible posar dins d'un mateix laboratori a Diari de Barcelona junt amb La Vanguardia i El Periódico de Catalunya.

Però, potser hi ha més, ¿el fet d'escriure en català seria un altre element dissuasori per deixar a un costat a Diari de Barcelona com element protagonista de l'estudi?, o ¿les empreses que publiquen periòdics en català es plantegen la renovació i la innovació tecnològica de forma diferent a com ho fan les que publiquen diaris en castellà?

Ara per ara no considerem, a priori, que el fet que un diari s'escrigui en català o en castellà sigui un tret diferenciador a l'hora d'analitzar els efectes que han tingut la renovació i la innovació tecnològica, encara que sí seria interessant de veure els efectes que provoquen uns software convencionals, i pensats per a



diaris espanyols, en mitjans escrits en la nostra llengua.

En el cas del diari Avui estem davant de la primera experiència de premsa nacional catalana i en català de la democràcia, experiència que pel volum de vendes<sup>a</sup>, no podem considerar que hagi tingut l'èxit que mereixen els seus promotors.

És cert que l'Avui té un patrimoni important quant a equipament tecnològic i tallers, també quant al seu fons d'art, però, a l'igual que succeeix amb Diari de Barcelona, les seves dimensions empresarials són molt petites comparades amb les dels diaris dels senyors Godó i Asensio. D'aquesta forma també es descarta l'Avui com a objecte fonamental d'estudi.

Per últim, només queda fer un comentari sobre la resta de diaris d'informació general diària que s'editen parcialment a Barcelona. Ens referim a El País i a ABC, i que tampoc considerem idonis per constituir-se en base sòlida d'estudi. Vegem-ne les raons.

En primer lloc, estem davant de productes periodístics no catalans. El País i ABC, deixant de banda les seves orientacions polítiques, són dos diaris que tenen la majoria de la informació elaborada a Madrid i només una relativament petita part de les seves planes es

---

<sup>a</sup>. En els controls de l'OJD analitzats anteriorment es pot comprovar que la difusió és molt baixa, sols 37.220 exemplars durant l'any 1989.

fa a casa nostra.

És cert que El País disposa a Barcelona d'una delegació equipada amb tecnologia molt moderna, capaç de produir un o més periòdics al dia. Però no és menys cert que la seu social és a Madrid<sup>9</sup>, així com també hi és el centre de decisions.

A més, el volum més important d'informació està fet a Madrid per periodistes no catalans i no estem segurs que alguns temes d'internacional, política espanyola i esports, per exemple, els vegin de la mateixa manera els informadors madrilenys i els barcelonins.

No es pot negar la importància de l'edició catalana de El País, però hem de ser seriosos en el moment d'assenyalar la seva dependència de centres de decisions allunyats, moltes vegades, dels nostres interessos.

Pel que fa a l'ABC, es tracta d'un cas similar, encara que en escala més reduïda, al de El País, per la qual cosa he convingut deixar-lo també fora d'estudi.

Amb totes aquestes consideracions em confirmo amb el propòsit de convertir en objecte del nostre estudi únicament, que no

---

<sup>9</sup>. El diari El País va ser fundat l'any 1976 i l'edició de Barcelona es publica des del 6 d'octubre de 1982, sempre en castellà, però amb un quadern en català intitulat "Quadern".

exclusivament, a La Vanguardia i a El Periódico de Catalunya.

1. La Vanguardia, el diari d'un grup editorial històric i amb personalitat

Ja tenim perfilat l'univers. Expliquem ara qui i què són aquests dos diaris i, en primer lloc, La Vanguardia, pel privilegi de la seva llarga i fecunda història. Vegem abans unes dades introductòries referents al Grupo Godó.

L'estructura d'aquesta empresa multimèdia és, segons es desprèn de l'estudi del professor Enrique Bustamante<sup>1</sup>, molt centralitzada. Té com a base TISA (Talleres de Imprenta, SA), que edita La Vanguardia i des d'on s'estenen les relacions de control a El Mundo Deportivo, SA, Difusión y Comunicaciones, SA, (L.I.D.) i Antena 3 Radio i Antena 3 Televisión, TEVISA.

En diverses etapes del període 1940-1980 la família Godó va tenir el control empresarial o va participar en diversos diaris com ara Tele/eXpres, Dicen, Nuevo Diario i Diario de Barcelona. Això pel que fa a premsa diària. Si parlem de la premsa no diària, hem de recordar la seva relació amb Gaceta Ilustrada, Historia y Vida, La Codorniz, Barrabás, Bocaccio, Siesta, Gaceta Junior, Nuevo Fotogramas y Cristal, a més d'Editorial Euros.

El seu imperi periodístic va néixer, com veurem en parlar de La

---

<sup>1</sup>. Bustamante, 1988.

Vanguardia, del tèxtil, i la relació amb altres negocis no relacionats amb el sector de la comunicació ha estat continu, com es comprova amb la propietat de paquets d'accions en el món de les finances, de les assegurances i del sector immobiliari.

### Perspectiva històrica de LA VANGUARDIA

Fundada el mes de febrer de 1881 pels germans Carles i Bartomeu Godó i Pié va tenir en la seva primera època una clara utilitat política: sostenir al polític liberal Sagasta i al seu partit i, també, per "manifestar sus discrepancias con Rius i Taulet"<sup>2</sup>, aleshores alcalde de Barcelona i gran promotor de l'exposició de 1888.

Estem davant d'un diari que Josep Maria Cadena<sup>3</sup> qualifica com "un dels més influents de l'Estat espanyol" pels mitjans tècnics, pel tiratge, pels ingressos publicitaris i per la seva capacitat informativa. Ibáñez Escofet<sup>4</sup> diu encara més, potser donant la clau d'aquesta il.lustre família en dir que la seva primera actitud d'oposició al progrés de la ciutat

"(...) no duró mucho, porque los fundadores ... eran

---

<sup>2</sup>. Ibáñez Escofet, 1989: 37.

<sup>3</sup>. Cadena, 1980: 280.

<sup>4</sup>. Ibáñez Escofet, 1989: 37.

inteligentes y [es van adonar] que un diario servía para algo más que para expansionarse con las desavenencias de la política local"

Es podria dir que tota la seva història ha estat marcada, per dos trets fonamentals: la propietat, sempre de caràcter familiar, i la definició del diari com un negoci, fet que ha comportat sempre una actitud molt benevolent i comprensiva respecte al poder establert, excepció feta de l'etapa de la Guerra Civil espanyola.

La família Godó prové de la comarca de la Llitera i de l'Anoia, tenint les primers notícies documentals sobre ella l'any 1717, quan va néixer Ramon Godó a Valldelou, un poble de la Llitera. A mitjan segle es traslladà a Igualada i s'hi establí com a teixidor. Els seus descendents no han deixat mai aquest negoci, ficant-se de seguida en política, com ho demostra Leopold Godó i Domingo (Igualada 1777-1830), que va aconseguir una acta de diputat per la seva localitat, i Ramon Godó i Llucià (Igualada 1801-1865), que va fer compatible la seva fàbrica d'indianes amb l'alcaldia. Hi ha un altre Godó a la llista d'alcaldes igualadins.

Els fills de Ramon Godó i Llucià van fundar La Vanguardia. Els dos germans es van establir a Barcelona on Carles Godó i Pié es dedicà a la indústria dels tints, ampliant el negoci cap a Bilbao i Oviedo. Les guerres carlines els van obligar a liquidar aquells experiments empresarials i tornaren a Barcelona.

d'Utrillo, de Narcís Oller i de Santiago Rusiñol.

A Modesto Sánchez se li ha de reconèixer, a més, que va convertir el diari en una

"fórmula inèdita de premsa local, on el neguit de superació que empenyia i animava les noves generacions catalanes, sense voler-ho, quedava enfrontat amb l'arteriosclerosi creixent del vell Diario de Barcelona"<sup>6</sup>.

A aquest periodista andalús el va succeir una fórmula directòria dos cops repetida al llarg de la història de La Vanguardia: la direcció a tres. Ezequiel Boixet, Alfred Opisso i Miquel dels Sants Oliver van ser els hereus del primer gran dinamitzador, malgrat que en realitat qui manava era aquest últim.

Durant aquest període van escriure a la Vanguardia Azorín, José María de Salaverria, Concha Espina, Wenceslao Fernández Flores y Baldomero Argente entre d'altres. Gaziél apunta que durant aquesta etapa es va configurar el que serà el discurs de castellanització uniformista del diari<sup>7</sup>. És clar, com també el mateix Gaziél apunta,

---

<sup>6</sup>. Gaziél, Agustí Calvet. És l'autor d'un llibre famós que narra una part de la història d'aquest diari, Història de La Vanguardia, una fotocòpia del qual està dipositat a la Biblioteca de la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona.

<sup>7</sup>. Gaziél, 1971: 38.

De procedència agrària i industrial, els Godó han estat l'arquetipus d'aristòcrata per mèrits econòmics i per serveis a la corona.

Curiosament, bona part dels directors de La Vanguardia han nascut fora de Catalunya i, paradoxalment, alguns d'ells han estat els que l'han duta a la posició de líder i d'altres li han provocat les crisis més agudes.

Per exemple, l'andalús Modesto Sánchez Ortíz, un dels primers directors, li donà la primera gran empenta i va atreure l'atenció d'una burgesia catalana fidel, desitjosa de disposar de tres o quatre símbols permanents, un d'ells un diari de caire conservador. Manuel Ibáñez Escofet<sup>5</sup> ha dit d'aquest periodista que "un director catalán no habría hecho lo que hizo él ..."

Molt aviat, i preveient que la premsa, a més d'influir políticament, podia ser un negoci, La Vanguardia es deslliurà del seu compromís amb el Partido Liberal per adoptar una posició respectuosa amb el poder constituït que alguns, com l'esmentat Cadena, consideren que ha mantingut fins ara.

Des dels seus inicis, aquest diari ha intentat tenir en plantilla a bona part dels intel·lectuals catalans de centre, política que va començar amb Sánchez Ortíz que va aconseguir la col·laboració

---

<sup>5</sup>. Ibáñez Escofet, 1989: 37.



que la culpa també la van tenir els propis intel·lectuals catalans en excloure's ells mateixos de participar en el diari dels Godó i acantonar-se en "els esquifits diaris partidistes"<sup>8</sup>.

Oliver va morir l'any 1920, enmig d'una gran vaga al diari que va impedir-ne la publicació durant prop d'un mes. La família Godó va renovar la fórmula designant Agustí Calvet (Gaziel), Manuel Rodríguez Codolà, Josep Escofet i Dídac Priu com a nous directius, però a curt termini va ser Gaziel qui es va fer amb la direcció.

Sánchez Ortíz i Gaziel van ser els dos grans impulsors del que ha estat històricament La Vanguardia, --parlem de l'època en què manava Ramon Godó-- tot canviant la forma de fer la informació, incorporant noves tècniques i contractant els serveis literaris dels més destacats intel·lectuals o establint relacions amb les agències europees i americanes.

L'empresari, segons Gaziel<sup>9</sup>, havia resumit en una "fórmula admirable" el que s'hauria de fer per seguir essent el líder del periodisme català i el segon diari de l'Estat:

" Màquines modernes x Tones de paper imprès = Milions de pessetes".

Però també es va invertir en maquinària, introduint el rotogravat,

---

<sup>8</sup>. Gaziel, 1971: 62.

<sup>9</sup>. Gaziel, 1971: 48.

els teletips i noves rotatives. Ningú no va poder competir amb La Vanguardia.

Ramon Godó va crear, fins i tot, una paperera pròpia desafiant el que es podia considerar el monopoli de La Papelera Española. En efecte, la seva nova indústria es va situar al Poble Sec de Barcelona, no gaire lluny de la primera fàbrica que van tenir els Godó a ciutat, dedicada al tractament del cànem. D'aquesta manera La Vanguardia tenia garantit el subministre de primeres matèries.

I com a filosofia política, segons Gaziel<sup>10</sup>, Ramon Godó va establir dues directrius:

- L'acatament automàtic a les institucions triomfants, i
- La defensa, sense discussió possible, de l'ordre establert.

No deixa de ser lògic que en un període de confusió política un dels grans propietaris catalans, propietari del principal diari, es plantegés aquests objectius.

Val a dir que l'obra de Gaziel té molt valor històric i professional, però l'hem de veure amb un cert distanciament si no volem caure en una base falsa ja que el propi periodista va haver d'agafar el primer vaixell als inicis de la guerra civil espanyola ja que era considerat home conservador.

---

<sup>10</sup>. Gaziel, 1971: 66.

sobre La Vanguardia d'aquella època també va escriure un altre periodista de la casa, Puig i Ferrater, del qual Gaziell diu que "de la missa, en sabia a penes l'introit perquè es pot dir que no havia passat dels entrants de la casa"<sup>11</sup>.

La Guerra Civil espanyola va interrompre la contínua evolució de les vendes del diari. La interrupció la podem entendre, fins i tot, literalment, ja que malgrat que va sortir gairebé sempre durant aquesta etapa bèl·lica de la història, el propietari va manar, un cop es va fer novament càrrec de La Vanguardia l'any 1939, que es reprengué la numeració del mes de juliol de 1936<sup>12</sup>.

La Vanguardia va ser dirigida, per primera i única vegada en la seva història, per una dona, María Luz Morales, que va compartir la direcció amb Paulí Massip i Artur Pérez, encara que per sobre hi havia una mena de director polític, el secretari de Negrín, Vázquez Ocaña.

---

<sup>11</sup>. Gaziell, 1971: 71.

<sup>12</sup>. Javier de Godó veu així aquest capítol de la història del seu diari:

"Potser Gaziell va ser un poc injust. Quan llegeixes una biografia del teu pare, o del teu avi, on hi ha coses estranyes i xocants, home, és clar, et molestes, però després, quan ho sedimentes, potser sí, potser captes aquesta admiració que comentem. L'època del meu pare, des del punt de vista de la informació va ser molt difícil. Ell es va mostrar molt hàbil. Cal no oblidar que ens van incautar La Vanguardia durant els anys de la guerra civil. I és tot un signe empresarial que la numeració posterior no reflectís aquella època d'incautació".

(Sanchis, 1988: 8)

Manuel Aznar va ser el primer director de la postguerra civil, ajudat en la sots-direcció per Josep Pla, però tots dos van deixar el diari perquè el govern i l'empresa van decidir col·locar un periodista fet a Sevilla, al diari ABC, fruit típic del nou règim: Luis Martínez de Galinsoga. Josep Maria Cadena<sup>13</sup> diu que "el periodista madrileny (...) cobrí una de les etapes més tristes" del diari.

Protagonitzà, per exemple, una forta polèmica en insultar el poble català cap a finals dels anys cinquanta, però, així i tot, no va ser cessat fins l'any 1960<sup>14</sup>. Carles de Godó, pare de l'actual propietari i editor, va patir, segons recorda Sanchis<sup>15</sup> "una incautació, una guerra i un director --Galinsoga-- que va aconseguir recordar temps antics del rotatiu, amb la crema d'exemplars en la via pública de Barcelona"<sup>16</sup>.

---

<sup>13</sup>. Cadena, 1980: 281.

<sup>14</sup>. Javier de Godó ho recorda en l'entrevista de Cambio 16

<sup>15</sup>. Sanchis, 1988.

<sup>16</sup>. Javier de Godó va viure aquells moments amb por, segons es desprèn de l'entrevista que li va fer Cambio 16 el 18 d'abril de 1988.

"El meu pare no era dels que comenten molt les coses a casa, però jo vaig viure aquells moments i els recordo. En mantinc, sobretot, dues anècdotes. Un dia que estava en la universitat --on estudiava Ciències Econòmiques--, en acabar les classes, me'n vaig anar al cinema. Després, em van dir que havien cremat molts exemplars de La Vanguardia a l'estany universitari. Segurament no m'hi haurien llançat a mi, però sempre va ser millor no haver-hi estat.

La segona va passar a casa dels meus pares. Vaig assistir a una conversa que mantenia el meu pare, a la biblioteca, per telèfon, amb no sé quin ministre de Madrid. El meu pare era molt moderat. Pels crits que feia, pel to, crispat, em penso



El diari va prendre, immediatament després de l'entrada de les tropes franquistes a la capital catalana, l'epítet d'"Española" afegit al seu nom i no el va deixar fins l'any de la nova constitució, el 1978.

De vegades s'ha acusat a la família Godó d'editar un diari anticatalà. Javier de Godó es defensa tot dient que :

"tota la trajectòria de la família Godó, durant les quatre generacions, s'ha marcat per estar molt presents en la vida de Catalunya, per estar despolititzats, però també per estar molt presents en el que representava Catalunya. Una família que hagi aportat fortuna, diners, activitat, negocis i vida, ací, no pot rebre acusacions de no estar integrada dins el cor de Catalunya"<sup>17</sup>.

A Galinsoga el va succeir Manuel Aznar i, a continuació, i fins ara, Xabier de Echarri (fins que morí l'any 1969), Horacio Saénz Guerrero, Lluís Foix, Francesc Noy i, l'actual, Joan Tapia. La família Godó ha mantingut sempre la tradició de tenir molta cura pel negoci, tant és així que Javier de Godó no dubta en reconèixer a la revista Cambio 16<sup>18</sup> que "des fa deu anys, la política general d'aquesta casa, juntament amb les grans línies, les he dutes jo".

---

que no li feian cap cas. Nosaltres estàvem espantats. La gent escridassava al carrer i cremava diaris".

<sup>17</sup>. Javier de Godó a l'entrevista publicada a Cambio 16. Setze

<sup>18</sup>. Sanchis, 1988.

políticament La Vanguardia és, ara, "liberal i otanista"<sup>19</sup>. Aquesta actitud li comporta, per exemple, que publiqui a vegades anuncis sorprenents per a bona part dels seus lectors, que comparteixen la seva línia editorial: per exemple, el 20 de novembre de 1985, deu anys després de la mort el dictador Francisco Franco, La Vanguardia va publicar una esquela de dues columnes per sis mòduls d'alçada commemorant la mort d'aquell personatge i la de José Antonio Primo de Rivera, a més de recordar, en una llarga relació, la mort violenta de capellans, militars, advocats, metges, enginyers i farmacèutics. Pel contrari, no he pogut trobar cap anunci inserit pels grups independentistes que recolzessin, per exemple, ofertes polítiques violentes com les de Terra Lliure.

Aquest anunci, més que per una actitud liberal per part de l'editor, és degut més aviat, m'inclino a dir, als criteris empresarials que han privat sempre a l'empresa. Recorda Gaziél al seu famós llibre<sup>20</sup> que durant els primers temps de la seva estada a la redacció del diari dels Godó, l'administrador no dubtava en fer saltar qualsevol notícia, encara que fos important, si arribava alguna necrològica.

Per sort, i pels nous criteris de l'empresari, aquests anuncis posats per quatre recalitrants no han tornat a sortir més.

---

<sup>19</sup>. Es tracta de l'entrevista ja esmentada feta per Sanchis a Godó.

<sup>20</sup>. Gaziél, 1971.

Javier de Godó no dubta en gaudir del seu diari quan assenyala que

:  
"los éxitos empresariales han sido (...) el fruto de un espíritu de constante modernización adaptada a las realidades de cada período histórico (...), especialmente en el mantenimiento de la independencia profesional y en la defensa de lo que estimamos como valores fundamentales del periodismo moderno: la verdad en las informaciones, la pluralidad en las opiniones ajenas y la máxima ponderación en sus editoriales"<sup>21</sup>.

#### Les relacions empresarials dels Godó

Quant a la dimensió econòmica de la família Godó val a dir que un dels seus principis ha estat no barrejar mai "negocis, uns altres negocis, amb La Vanguardia. Ni tampoc ideologies personals"<sup>22</sup>.

D'una banda, la família Godó és una de les promotores d'agrupacions d'empreses de comunicació més conegudes per multimèdies.

L'any 1974 els Godó compraren el diari esportiu Dicen als seus propietaris, fent-lo compatible amb un altre rotatiu dedicat a

---

<sup>21</sup>. La Vanguardia, suplemento especial, 1989.

<sup>22</sup>. Javier de Godó a Cambio 16. Setze.

aquest tema, El Mundo Deportivo (1970), i també Tele/eXpres, Diario de Barcelona i Nuevo Diario.

Entre 1956 i 1984 va treure al carrer Gaceta Ilustrada, editant també Historia y Vida, La Codorniz, Barrabás, Bocaccio, Siesta, Nuevo Fotogramas i Cristal<sup>23</sup>.

Segons el professor Enrique Bustamante, autèntic especialista en la informació sobre la dimensió empresarial de la premsa de l'Estat espanyol, el Grup Godó tenia diverses empreses relacionades amb la comunicació no necessàriament periodística: Papelera Godó, Sapisa-Colpisa (fins 1981), passant després (1981) a crear l'agència Cover Prensa i més tard la petita però productiva LID (Línea Independiente para Diarios de la Sociedad Difusión y Comunicaciones, S.A.).

Com a prova de la iniciativa multimediàtica de la qual parlàvem abans ens hem de referir també a la seva presència en el món de la ràdio i de la televisió.

Per exemple, el 5 de maig s'anuncià que Antena 3 Televisión havia sol·licitat la concessió d'un canal privat de televisió, que li va ser concedit poc després. Javier de Godó n'era el president; Manuel Martín Ferrand el director general i com a consellers hi figuraven Rafael Jiménez de Parga, Alberto Garrofé i Luis Ezcurrea.

---

<sup>23</sup>. Bustamante, 1988: 65.



Els objectius eren ben clars, segons anunciava La Vanguardia del 15 de maig d'aquell mateix any: "una programación digna, una audiencia buena en número y calidad y hacer rentable la empresa".

Amb 10.000 milions invertits i 280 accionistes, TISA, l'editora de La Vanguardia, tenia la participació més important amb el 18% del capital. Un altre 10% estava en mans de Prensa Española, Comecosa (El Correo Español), La Voz de Galicia, Ultima Hora, Diario de Navarra, El Norte de Castilla, Federico Joly y Cia (Diario de Cádiz i Diario de Jerez), Las Provincias, Informaciones Canarias, SA, Tele 4 (¡Hola!, Semana, Diez Minutos i Lecturas), Majorca Daily Bulletin i Leoncio Rodríguez (El Día i Jornada Deportiva).

A més, hi comptaven amb diferents empreses que posseïen el 35% del capital: Lladró, Unipapel, Abengoa, Mercadona, Zara, Orlando, Conservas Escuris, Conservas Calvo, Metalúrgicas Galaicas, Caja de Ahorros de Zaragoza y Asfín.

També hi participaven entitats financeres internacionals com Rotschild (França), Dillon Read Limited i Scottish Equitable Stain (Regne Unit), Rabobank (Països Baixos) i Fidelity International (EEUU).

La resta d'accions, un 10%, estava en mans de particulars i diversos directius d'Antena-3 i La Vanguardia.

La família Godó té, a més, la majoria d'accions a Antena 3 de ràdio (1983), que va facturar l'any 1988 5.435 milions de pessetes, amb uns guanys de 490 milions. Disposa d'una xarxa de 98 emissores, 485 persones en plantilla i una audiència estimada en 1.741.000 persones. El seu capital social era, aquell any, de 1.150 milions de pessetes.

## 2. El Periódico de Catalunya, un producte bàsic per al desenvolupament del Grupo Zeta

Ens trobem davant d'un dels pocs, raríssims, grans èxits de la premsa espanyola i, més concretament, de la catalana. El Periódico de Catalunya s'ha situat en poc més de deu anys entre els cinc primers diaris de l'estat; serveix com a referència a altres diaris i és el segon quant a nombre de lectors per exemplar des de fa cinc anys.

El Periódico de Catalunya va sortir al carrer el 26 d'octubre de l'any 1978, impulsat per l'empresari Antonio Asensio, que cinc anys abans només era el fill del propietari d'un petit taller de planxes de gravats al buit.

Abans d'entrar a estudiar la història de El Periódico de Catalunya convindrà que estudiem la base de partida del diari, és a dir, l'empresa que va crear Asensio sota el nom de Grupo Zeta.

Antonio Asensio parla de la història dels inicis del grup amb el periodista Paco Mora, (a qui després fitxaria per a Interviú) en una entrevista publicada el 26 de febrer de 1980 a Diario de Barcelona, tot recordant que s'havien superat les primeres crisis del Grupo Zeta amb esforç i molt treball.

Reconeixia, això sí, que alguns problemes podrien obligar "a una reducció de personal". Al mateix temps, Asensio deia, a principis dels vuitanta, que no era pas veritat que el seu holding estigués descapitalitzat, encara que admetia que havien baixat les vendes de la seva principal revista i també la publicitat. Però, com veurem, més aviat semblava que els problemes eren només una crisi de creixement.

Recordem, però, que a principis dels vuitanta la indústria espanyola, i molt particularment el món periodístic, encara estava afectat per una crisi econòmica general que va provocar molts problemes a la premsa espanyola.

Les aparicions d'Antonio Asensio en els diferents mitjans de comunicació escrits van ser, durant molts anys, per defensar-se dels atacs dels seus enemics, tant de dretes com d'esquerres.

L'audàcia i valentia d'Antonio Asensio són proverbials en els moments més difícils i es converteixen en autèntiques màquines de tren quan els comptes van bé. Ja a l'any 1982 es comença a perfilar un gran canvi estratègic del Grupo Zeta.

El 9 de setembre El Periódico de Catalunya informa que Asensio s'ha venut les revistes Sal y Pimienta i El Jueves mentre que compra Gráficas Industriales, SA.

El subtítol de la informació explicava aquest gir tot assegurant : "Nueva etapa de consolidación para El Periódico de Catalunya, Tiempo, Dinero, Viajar y Penthouse" i a l'entradeta es diu que "El Grupo Zeta está llevando a cabo una importante reorganización para consolidar sus publicaciones con una mayor solvencia en el mercado y continuar su expansión en el terreno individual así como en el de los medios audiovisuales".

Aquesta és la primera vegada que Asensio deixa ben clar que vol participar en el futur mercat televisiu.

Quant a la compra de Gráficas Industriales SA s'havia fet per replantejar-ne la producció i convertir l'empresa en una mena de fàbrica de revistes, amb capacitat per tirar quatre milions d'exemplars setmanals. Aquest és un dels projectes que mai no ha arribat a dur a terme pels darrers pactes d'Asensio amb el grup Bettelman.

La venda de les revistes Lib, Sal y Pimienta i El Jueves, responia al fet que no "encajaban ya en la orientación profesional del grupo, al tiempo que pesaban de forma desproporcionada sobre su estructura general".

En el mes de juny de 1984 Univisión es constitueix com a Societat Anònima: els seus fundadors van ser Antonio Asensio, José Luis Erviti, Ladislao Azcona, Narciso Ibáñez Serrador y José María

García. Com es pot comprovar, el propietari majoritari de Grupo Zeta es va envoltar de noms molt coneguts del món de la ràdio i de la televisió espanyola. Noms de gent amb programes d'una alta audiència.

Pocs dies després es van unir al projecte les diferents publicacions de Zeta (Interviú, Tiempo, Dinero, La Revista, Conocer, Viajar, Penthouse, Primera Linea, Guiacocina, Nueva i Hilo y Lana) a més de El Periódico de Catalunya, la qual cosa vol dir que hi va haver transvasament econòmic d'aquestes publicacions a la nova societat de ràdio i de televisió.

En una conferència que va fer Antonio Asensio el 29 d'agost a la Universitat Internacional del Mediterrani va desmentir novament que pertanyés a cap partit polític, tot afegint que "ni tan solo he llegado a votar en ninguna elección". En aquesta mateixa sessió va assenyalar que el paper de la premsa "es la crítica constante a quien tiene el poder [aunque], como es lógico, no le hace gracia"<sup>1</sup>.

L'operació d'ampliació de relacions per part d'Asensio va continuar al llarg dels mesos posteriors, adquirint una participació del 20% d'Eurohueco SA, una empresa amb majoria de capital del grup alemany

---

<sup>1</sup>. Disposo d'una fotocòpia del tèlex enviat pel corresponsal de El Periódico de Catalunya.

Bertelsman<sup>2</sup> que havia anunciat una inversió de 4.000 milions en la construcció d'una nova fàbrica dedicada al gravat al buit i a l'edició de revistes a Castellbisbal<sup>3</sup>.

El 3 de març de 1986 surt al carrer una altra publicació de Zeta. Es tracta del diari esportiu Record que, segons informava El Periódico de Catalunya<sup>4</sup>, treballaria amb "seriedad, rigor e independència". Asensio ampliava la definició tot dient que volia un rotatiu "de una seriedad alegre, un rigor incontestable y una independencia absoluta".

També es parlava a El Periódico de Catalunya dels motius que havia tingut el Grupo Zeta per entrar en aquest mercat: "la importancia social del deporte y la posible celebración en Barcelona de los JJ.OO. han animado al equipo redaccional".

Aquest diari el va dirigir Alex Botines amb Joaquim Regàs com a

---

<sup>2</sup>. Segons publicà El País del 29 de novembre de 1986 (p. 1 i 3 del suplement Negocios), "Bertelsman se ha convertido en el primer grupo de comunicacion internacional". A més s'hi deia que en aquest gegant hi treballaven 40.000 empleats i que les empreses de Bertelsman no publicaven balanços conjunts. Aquest holding controlava Printer, Círculo de Lectores, Plaza & Janés, Orbis, Gruner and Jahr, RCA, Publienvío y Eurohueco, on coincidia amb Antonio Asensio. A la resta del món, Bertelsman era coneguda per publicar la revista Stern, amb 1.000 periodistes arreu del món i que venia més de 10 milions d'exemplars.

<sup>3</sup>. Segons publicà El Periódico de Catalunya el 27 d'octubre de 1984.

<sup>4</sup>. Edició del 1 de març de 1986, p. 26.

subdirector. El tiratge anunciat era de 80.000 exemplars i es recordava al diari de la casa que la premsa esportiva barcelonina havia perdut els darrers anys 45.000 compradors.

Paral·lelament Asensio creava una empresa de serveis per fer-se amb algun dels contractes generats per la candidatura olímpica.

Aquesta política d'obertura cap als temes esportius es va veure confirmada amb la compra del 25% de les accions del diari Sport, un diari que en teoria era la competència de Record i, a més, mantenia una línia editorial molt diferent de la de El Periódico de Catalunya, ja que un bon paquet d'accions estava en mans del vicepresident del F.C. Barcelona, Joan Gaspart. Segons publicava el diari d'Asensio<sup>5</sup>, "Sport, el primer diario deportivo de Catalunya, ha conocido un cambio de accionariado que no responde a ningún otro objetivo que consolidar su excelente situación en el mundo periodístico y afrontar con las máximas garantías el reto que suponen los JJ.OO. de 1992".

La política expansiva d'Asensio el porta a saltar fronteres, anunciant el 26 de febrer de 1987<sup>6</sup> que Zeta entrava com accionista al diari francès Le Matin a través del grup Medias Prensa Comunicación, presidit pel socialista Paul Quiles, ex ministre de Defensa del país veí.

---

<sup>5</sup>. El Periódico de Catalunya, 19 de març de 1987, p. 38.

<sup>6</sup>. El Periódico de Catalunya, 26 de febrer de 1987, p. 13.



segons manifestà Quiles "Zeta es el primer grupo español de ediciones y prensa". La incorporació d'Asensio com a accionista li va donar un lloc al consell d'administració d'aquell diari, anunciat-se que Le Matin tindria, a partir d'aquell moment, vocació europea. El diari francès tenia un tiratge de 100.000 exemplars i els seus punts forts eren la informació nacional i la implantació local. Le Matin comptava amb noms famosos com ara Jane Birkin, Costa Gravas, Juliette Greco, Jean Lacotoure, Georges Moustaki i Charlotte Rampling, segons es feia ressò El Periódico de Catalunya.

Les coses sembla que tornen a anar bé per a Antonio Asensio i el 31 de març de 1987 el propietari de Zeta recordà que el grup compliria 11 anys de vida aviat i que durant aquest temps s'havia caracteritzat pel seu pluralisme i la defensa de la llibertat d'expressió.

L'aniversari significa una nova promoció de José Luis Erviti, que és anomenat vice-president. En una entrevista a la contraportada de El Periódico de Catalunya del 5 de maig de 1987, el nou càrrec assenyala que espera que Zeta "no solo se convierte en el primer grupo de comunicación de España, sino que también sea un representante genuino de este estilo de hacer prensa".

I dóna més dades per saber a qui es dirigeixen des de Zeta:

"Nuestra estrategia se basa, fundamentalmente, en unas realidades muy concretas. Primera realidad, algunos de

nuestros diarios y revistas son líderes en sus respectivos sectores de mercado. Segunda realidad, contamos con profesionales jóvenes y competentes que forman parte de esta generación que ha dado el salto a Europa; nos faltan algunos, pero ya se irán incorporando. Tercera realidad, tenemos la capacidad de saber comunicar conectando los deseos de la gente corriente, que es la gran mayoría de la población".

La internacionalització de Grupo Zeta continua un any després. La revista Panorama informa en una nota editorial, és a dir, de la pròpia empresa, que el holding amplia capital. En realitat es volia dir que des d'aquell moment es donava entrada a un dels grups més audaçs del món financer espanyol, KIO, a través de Torras Hostench.

Exactament, el grup que encapçala Javier de la Rosa va comprar el 15% de les accions de Zeta, equivalents a 1.625 milions de pessetes, destinades a "la consolidación del Grupo Zeta y a reafirmar sus proyectos de desarrollo futuro".

En cap moment es parla de KIO, només apareix el nom de Torras Hostench.

La inversió es va justificar per l'especialització de Torras Hostench, fer paper, encara que en realitat era més coneguda pel