

VOLUMEN 1: Introducción y contexto

**La reconversión
tecnológica y empresarial
en un periódico
consolidado: el caso de
“La Vanguardia”**

TESIS DOCTORAL DE:

Carles Castro Sanz

DIRECCIÓN DE LA TESIS:

Doctora **Margarita Ledo Andión**

Departamento de Comunicación Audiovisual
y Publicidad
Universidad Autónoma de Barcelona

Índice

<u>Introducción y aspectos metodológicos</u>	1
1.1.1. Introducción al periódico como realidad física y a su proceso de producción material en la perspectiva del cambio tecnológico	14
1.1.2. Los rasgos del cambio tecnológico: el escenario de partida y el de llegada. Una cronología general de la fotocomposición, el offset y la electronificación de los diarios	16
1.1.3. Introducción panorámica al contexto en que se produce el caso de “La Vanguardia”	20
1.1.3.1. El calendario reconvensor y sus circunstancias.....	20
1.1.3.2. Videoterminal en Estados Unidos y Europa, dos calendarios distintos.....	28
1.1.3.3. Los pasos siguientes de la renovación técnica y su impacto sobre el conjunto del proceso productivo. El cambio en el área de impresión.....	30
1.1.3.4. Los factores locales de la reconversión en el contexto internacional.....	42
1.1.3.4.1. La experiencia norteamericana.....	43
1.1.3.4.2. La experiencia europea.....	47
1.1.3.4.2.1. El contexto de la reconversión en Gran Bretaña.....	47
1.1.3.4.2.2. La República Federal de Alemania.....	52
1.1.3.4.2.3. Francia.....	56
1.1.3.4.2.4. Dos referencias mediterráneas para España: el caso italiano y la experiencia griega.....	64
1.1.3.4.2.5. Los países nórdicos: Suecia, Dinamarca y Finlandia.....	69
Conclusiones y notas	73
1.1.3.5. La reconversión del modelo de diario: la nueva fisonomía de los periódicos.....	84
Conclusiones y notas	96
1.1.4. El proceso reconvensor, sus actores y sus circunstancias	108
1.1.4.1. Incentivos y dificultades para la introducción de nuevos sistemas.....	108
Conclusiones	117

1.1.4.2. La dinámica social y el impacto global del proceso reconvensor: los protagonistas	121
1.1.4.2.1. Editores y directores frente a los obstáculos que planteaba la reconversión.....	121
Conclusiones	132
1.1.4.2.2. Obreros y periodistas ante el reto de la reconversión.....	136
Conclusiones	141
1.1.4.3. Las experiencias paradigmáticas en la dinámica social de la reconversión: una recapitulación de los procedimientos y conflictos de referencia.....	144
Conclusiones	155
1.1.4.4. El papel del Estado: las ayudas a la reconversión.....	159
Conclusiones y notas	165
1.2. El contexto español	186
1.2.1. La situación de la empresa de prensa en España en el umbral de los 80.....	194
1.2.2. Relaciones laborales y capacitación profesional en el contexto de la reconversión ...	207
1.2.3. La dinámica de la reconversión en España: experiencias y líneas de desarrollo.....	212
1.2.4. El calendario reconvensor de referencia	217
1.2.5. La fisonomía de los diarios españoles y el impacto de las nuevas tendencias formales y conceptuales.....	225
Conclusiones y notas	231
<u>1.3. La reconversión de “La Vanguardia” y su contexto más próximo: el mercado de la prensa de Barcelona, su evolución tecnológica y los modelos de diario</u>	250
1.3.1. La evolución comparada de la prensa de Barcelona en términos de difusión y cabeceras	250
1.3.1.1. Quince años de selección natural.....	250
1.3.1.2. Diarios estatales, regionales y metropolitanos.....	258
1.3.1.3. Los límites del espacio vital de mercado: la identidad territorial de la prensa barcelonesa. Prensa catalana en España y prensa española en Catalunya	262
Conclusiones	265

1.3.2. La evolución de los modelos de diario en el mercado principal del periódico objeto de estudio: análisis de casos y aproximación a su reconversión técnica	269
1.3.2.1 Las cabeceras que sucumbieron.....	270
Conclusiones	291
1.3.2.2. Diarios supervivientes, diarios emergentes: el caso de “El Periódico”	296
1.3.2.2.1. Los intentos frustrados de alterar la configuración del mercado de la prensa de Barcelona a finales de los 80	307
Conclusiones globales y notas	310
<u>2. La reconversión de “La Vanguardia”</u>	323
2.1. “La Vanguardia”: aproximación histórica y caracterización del modelo de diario	323
2.1.1. 1970-1980: La redefinición del modelo en un contexto de incertidumbre súbita	328
2.1.1.1. 1975-1980: los años del frenesí formal	335
2.1.1.2. El impulso del centenario a la mejora formal y conceptual del diario como antesala a la instalación de un sistema de redacción y de composición en frío.....	343
2.1.2. La revolución de terciopelo de 1983	353
2.2. La reconversión tecnológica de “La Vanguardia”, un proceso muy gradual	376
2.2.1. La situación de partida.....	376
2.2.2. El impacto de la crisis económica general y la evolución de las finanzas de la empresa como trasfondo de la primera fase del proceso de modernización.....	379
2.2.3. Los pactos internos: prólogo a la reconversión tecnológica y expresión de una política de paz social	383
2.2.4. La definición de un modelo de reconversión	388
2.2.5. Del plomo a la electrónica: la informatización de la composición en “La Vanguardia”	393
2.2.6. Los distintos aspectos de la reconversión	400
2.2.6.1. El punto de partida industrial en el taller de tipografía	400
2.2.6.2. La determinación de la plantilla	403
2.2.6.3. El impacto sobre el factor humano y profesional	409
2.2.6.4. La metodología del proceso.....	415
2.2.6.4.1. Los mecanismos de selección y movilidad	418
2.2.6.4.2. El ajuste de la jornada laboral	424

2.2.7. Balance final: impacto productivo y financiero de la reconversión en el área de composición	426
--	-----

2.3. La segunda fase de la reconversión tecnológica de “La Vanguardia”: el área de impresión y el cambio en la fisonomía del diario437

2.3.1. El interregno: medidas de sostenimiento del modelo en la etapa final de impresión tipográfica	437
--	-----

2.3.2. La gestación del nuevo modelo de diario propiciado por la reconversión al offset....	447
---	-----

2.3.2.1. Las servidumbres tecnológicas del nuevo modelo	457
---	-----

2.3.2.2. La intervención de Glaser y el avance decidido hacia una reformulación innovadora de “La Vanguardia” como diario informativo-interpretativo y de servicios	481
---	-----

2.3.2.3. El influjo concreto de las referencias exteriores	503
--	-----

2.3.2.4 La fase final en la definición del proyecto de “La Vanguardia”	521
--	-----

2.3.2.5. La aparición del nuevo modelo de “La Vanguardia” en el contexto de la “primavera del diseño” de la prensa barcelonesa.....	532
---	-----

2.3.3. La “revolución de octubre” de 1989: el modelo definitivo.....	536
--	-----

2.3.3.1. La fisonomía inicial de la nueva “Vanguardia”	539
--	-----

2.3.4. La renovación del diario y los cambios en la Redacción.....	550
--	-----

2.3.5. El sustento industrial del nuevo modelo y la nueva estrategia empresarial en el ámbito de la impresión	574
---	-----

2.3.5.1. El ajuste industrial del taller de huecograbado y la definición de una nueva estrategia empresarial en el ámbito de la impresión	578
---	-----

2.3.5.1.1. Introducción al problema	578
---	-----

2.3.5.1.2. La estructuración del taller de huecograbado y su funcionamiento histórico ...	582
---	-----

2.3.5.1.2.1. El huecograbado en “La Vanguardia” antes de 1964	582
---	-----

2.3.5.1.2.2. La puesta en marcha del taller de huecograbado (1964-1972)	584
---	-----

2.3.5.1.2.3. Expansión productiva, estancamiento tecnológico (1972-1976).....	588
---	-----

2.3.5.1.2.4. La etapa de las grandes inversiones (1976-1984): una reacción tardía e insuficiente.....	593
---	-----

2.3.5.1.3. El ajuste laboral e industrial	599
---	-----

2.3.5.1.4. La elección estratégica en el ámbito de la impresión diaria (el offset) y el relanzamiento técnico del taller de huecograbado.....	613
---	-----

2.3.5.1.5. El significado empresarial e industrial del taller de huecograbado.....	620
--	-----

2.3.5.2. El impacto industrial y laboral derivado del paso de la tipografía al offset	630
2.3.5.2.1. La sustitución de la maquinaria	631
2.3.5.2.2. El ajuste de la plantilla en las áreas de impresión y expedición	638
2.4. El sustento financiero de la segunda fase de la reconversión	641
2.5. La reconversión empresarial.....	649
Conclusiones finales.....	668
Bibliografía y figuras	684

ANEXOS:

Anexo I: El proceso de producción material de un periódico y el periódico como realidad física diferenciada. El cambio tecnológico.

Anexo II: La reconversión tecnológica, empresarial, formal y conceptual de la prensa. Repertorio de casos.

Anexo III: Una aproximación a la trayectoria histórica de “La Vanguardia”

Introducción¹

Entre 1970 y 1990², tuvo lugar una espectacular transformación de los procedimientos para la confección y producción de los diarios, hasta el extremo de que los escenarios operativos de partida y de llegada no parecían tener nada en común ni formar parte de un mismo sector industrial. De hecho, la envergadura de ese cambio se ha llegado a comparar con la del que se produjo “entre 1820 y 1850 en el proceso industrial de elaboración de los diarios”³ o con la que supuso la incorporación de la linotipia en tanto invención que consolidó la “producción masiva” de textos⁴. Además, el proceso registrado entre 1970 y 1990 se vio acompañado de sustanciales modificaciones formales y conceptuales en la fisonomía de los periódicos⁵, así como de importantes mutaciones en el mercado de la prensa, que se tradujeron en la desaparición de numerosas cabeceras⁶.

La investigación se propone en primer lugar discriminar y describir los rasgos fundamentales de ese proceso, pero con el objetivo esencial de contextualizar y ofrecer pautas de análisis para abordar, más adelante, el objeto central del estudio: la descripción, caracterización e interpretación de un caso concreto de cambio y viabilidad, el del diario “La Vanguardia”, un

¹ La presente versión incorpora en la introducción los aspectos metodológicos expuestos en la lectura formal de la tesis, mientras que en el conjunto del texto se han introducido las correcciones a las erratas señaladas por los miembros del tribunal.

² El periodo especificado alude esencialmente a la etapa de generalización de los cambios, no a su arranque. Es decir, puede afirmarse que la innovación tecnológica (hacia la composición en frío y la computerización) comenzó a irrumpir en los periódicos –especialmente en Estados Unidos- a mediados de los sesenta (Bernardo Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pag.17; Anthony Smith, *Goodbye Gutenberg*, pag.23; Martín Aguado, *Tecnologías de la información impresa. Desarrollo tecnológico y perspectivas*, pag.73), pero la extensión masiva de esos cambios no se apreció (ni resultó interesante para muchos periódicos) hasta la década de los setenta (Smith, *ob.cit.*, pag.130; Dietrich Ratzke, *Manual de los nuevos medios*, pags.218 a 226), y lo mismo cabe decir del uso generalizado del color, la infografía o el offset en la década de los ochenta, pese a que en 1979 el 75,3% de los diarios norteamericanos (aunque no necesariamente los más importantes) se imprimían ya en offset (Díaz Nosty, *ob.cit.*, pags.28 y 67, y Ratzke, *ob.cit.*, pags.230-231).

³ La afirmación es de José A. Martín Aguado, *Tecnologías de la información impresa. Desarrollo tecnológico y perspectivas*, pag.73.

⁴ Dietrich Ratzke, *Manual de los nuevos medios*, pag.218. También Jean-Louis Lepigeon y Dominique Wolton, en *L'information demain*, pag.5, abundan en la tesis de que a partir de 1900 las innovaciones tecnológicas apenas habrían afectado de forma fundamental a la industria de prensa. Josep Maria Casasús (“Renovación tecnológica y diseño de un periódico nacional”, pag.61) expresa un criterio similar con no menos rotundidad: “Estas dos innovaciones tecnológicas [el offset color y la informática] constituyen una revolución en la prensa comparable únicamente a la que supuso, ahora hace cien años, la entrada de las rotativas y de las linotipias en los talleres de unos diarios que hacía unos años habían incorporado también la recepción de textos por telegrafía”, todo lo cual “supuso el nacimiento del moderno diario de información”.

⁵ Martín Aguado, *op.cit.*, pag.73, interpreta esos “importantes cambios [...] en la estructura externa” de los diarios “como culminación de la renovación tecnológica, entre 1986 y 1990”. Además, esas modificaciones abarcaron un incremento de la oferta editorial (*ibídem*, pag.80), “mediante la publicación de cuadernillos especiales y suplementos semanales”. Por su parte, Margarita Ledo Andión, *O diario postelevisivo*, pags.9 a 15 y 19 y 20, alude al producto resultante –un diario más accesible y atractivo, merced a la incorporación intensiva del infografismo y la fotografía y a un nuevo enfoque de contenidos, de entre los que destaca la información de servicios- como un periódico que pretende “ser mejor que la televisión”.

⁶ Se trata de un fenómeno generalizado que se expresó con especial crudeza en el mercado donde operaba “La Vanguardia” –y que se plasmó en la desaparición de más de una decena de cabeceras entre 1975 y 1985-, pero que también es posible detectar en la prensa parisina o en la neoyorquina, donde entre 1967 y 1987 el número de cabeceras se redujo de ocho a tres, según cita Bernardo Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pag.103.

rotativo marcado por una serie de condicionantes que le confieren un cierto valor paradigmático en su género –el de los periódicos centenarios o de la modernidad⁷- y que se resumen en torno a un rasgo básico: el envejecimiento en los planos conceptual y formal, organizativo y empresarial, y tecnológico. Esta circunstancia habría convertido al objeto de esta investigación en un “periódico estático”⁸, y con serias dificultades para renovarse, competir con los medios audiovisuales emergentes y penetrar en nuevos mercados, en consonancia también con su naturaleza de “institución social”⁹ resistente al cambio¹⁰. Un conjunto de características que contribuyen, además, a definir una categoría específica¹¹ de diarios –en la que cabría inscribir muy especialmente a rotativos como “The Times”-, en contraposición a la constituida por los periódicos nacidos durante las décadas de los setenta y los ochenta, marcados por la ausencia de lastres históricos y por la agilidad de sus estructuras¹².

Así pues, el objeto de esta investigación es el proceso de cambio y viabilidad del eventual paradigma que supone un periódico centenario y consolidado en su hábitat, nacido como diario de partido en 1881, en Barcelona, y que adquirió la mayor parte de su fisonomía característica en el primer tercio del siglo XX. Durante ese periodo acometió importantes inversiones en infraestructura y maquinaria y definió un modelo informativo y comercial de calidad¹³, caracterizado por la información abundante y de muy diversos géneros (lo que le confería a veces un talante híbrido, con rasgos de contenido propios del diario popular moderno), así como por

⁷ La mayoría de ellos nacidos al calor de la revolución industrial y que habrían sobrevivido no sólo a los violentos seísmos de la historia contemporánea, sino también a la acelerada revolución tecnológica, formal y conceptual que ha vivido el mundo de la prensa en las últimas décadas del siglo XX.

⁸ El término fue acuñado por por Jackko Rauomo, vicepresidente de la corporación finlandesa Sanoma, en 1981. Revista de la AEDE, n.5, julio de 1981, pag.41.

⁹ El concepto de “institución periodística” aplicable a “La Vanguardia” fue utilizado por Francesc Noy en su toma de posesión como director en septiembre de 1983, aunque ese concepto aparece de manera implícita en textos anteriores: una nota publicada el 1 de enero de 1888 –“A nuestros lectores”- y otra, elaborada por Agustí Calvet, Gaziel, director de la cabecera durante la década de los 30, y publicada en un número extraordinario del 5 de septiembre de 1928. La alusión más explícita es, no obstante, del propio Gaziel y aparece recogida en un artículo de Josep Maria Casasús, “La Vanguardia i Catalunya”, en la revista “Debat Nacionalista”, otoño de 1992, nº19, pags.70 a 73. Por lo que respecta a la identificación entre “institución social” y “resistencia al cambio”, la afirmación figura en el texto de José Tallón, *Empresa y empresario de la información. Temas para un curso de empresa informativa*, pags.155 a 160

¹⁰ José Tallón, *ob.cit.*, pags. 155, 157, 159 y 169.

¹¹ Entre otros rasgos compartidos que esta investigación ha intentado poner de manifiesto, es posible adelantar ya algunas características comunes como el eco transnacional de estas cabeceras, el complejo equilibrio que presentan entre la trascendencia ideológica y los fines de rentabilidad y expansión o el gradualismo coincidente en los procesos de cambio o de renovación tecnológica.

¹² Esta afirmación –que abarca aspectos organizativos, conceptuales o formales que son objeto de desarrollo a lo largo de esta investigación- se sustenta en datos empíricos tan elocuentes como los que surgen de contrastar las plantillas de cualquier periódico de la modernidad (“La Vanguardia”, “The Times” o “Le Monde”), cuyas nóminas se situaban históricamente muy por encima de los 1.000 empleados, frente a las cifras de las cabeceras de nueva creación (“El País”, “El Periódico” o el “Today” británico), que, por lo general, suponen magnitudes mucho más reducidas, a veces en torno a unos pocos centenares de efectivos.

¹³ “La Vanguardia” se inscribe históricamente y sin ningún género de dudas en el modelo informativo-interpretativo, serio y de calidad, de acuerdo con la definición clásica de Josep Maria Casasús y Xavier Roig en su libro *La prensa actual. Introducció als models de diari*. Para los detalles de la evolución histórica del periódico, ver Anexo III.

una nutrida presencia publicitaria y por una innovadora presencia gráfica mediante las cubiertas en huecograbado (lo que lo aproximaba a la revista ilustrada).

Sin embargo, posteriormente, el contexto en el que hubo de sobrevivir “La Vanguardia” –y en especial el régimen de virtual autarquía que para el mercado de la información supusieron los 40 años de dictadura del general Franco¹⁴- redujo los incentivos a la innovación y acentuó la falta de dinamismo del diario, de modo que en la década de los setenta la cabecera presentaba rasgos acentuados de obsolescencia técnica (tanto en el área de composición como, sobre todo, en la de impresión), aunque también de obsolescencia formal y conceptual¹⁵. Además, esos factores negativos se habrían visto agravados por los titubeos que observaron una gestión y unas estructuras empresariales con dificultades de adaptación y respuesta al cambio acelerado y a la situación de crisis que vivió el mundo de la prensa en los años 70 y 80¹⁶ (cambio que, por cierto, en España se vio multiplicado en sus efectos sobre la competitividad por la transición de la dictadura a la democracia y la apertura informativa)¹⁷.

Ahora bien, la investigación se propone resituar el impacto de toda esa serie de condicionantes e inercias históricas, que han sido presentadas generalmente como una rémora letal para muchos periódicos veteranos. Y, sobre todo y en el caso concreto de “La Vanguardia”, la investigación se interroga sobre el retraso técnico como factor decisivo para la supervivencia o la viabilidad de diarios con similar antigüedad. Es decir, la investigación pretende conocer y describir en detalle los orígenes y el proceso de transformación de “La Vanguardia”, en tanto desarrollo que modificó de modo significativo el propio objeto de estudio. Sin embargo, frente a la razón comunmente aceptada de que “la computadora vino a rescatar al periódico al finalizar la década de 1960”¹⁸ y de que fueron las condiciones técnicas las que determinaron la viabilidad¹⁹ de los diarios de la modernidad –o centenarios-, nuestra hipótesis de partida cuestiona esa creencia y trata de

¹⁴ Concepción Alonso Garrán, en *La revolución tecnológica de la empresa informativa española*, pags.23 y 24, ofrece un dato ilustrativo de este estado de cosas: sólo un 4,3% de los diarios españoles (sobre una encuesta remitida a las cabeceras más representativas) habían realizado algún estudio sobre las nuevas tecnologías, y de ellos sólo una ínfima parte (un 4,65%) habían sustentado dichos estudios en el contacto con otros periódicos extranjeros. Y Josep Maria Casasús, en su artículo sobre la reconversión de “La Vanguardia” (“Renovación tecnológica y diseño de un periódico nacional”, pag.59) lo ratifica rotundamente: “Los empresarios españoles de prensa habían investido muy poco, hasta entonces, en investigación y diseño. Éste era un rasgo negativo que diferenciaba, lamentablemente, la prensa española de la prensa de otros países industrializados”.

¹⁵ Ver Anexo III y 2.1.

¹⁶ Díaz Nosty, *ob.cit.* pags.20 a 23; Smith, *ob.cit.*, pags.67 y 68; Ledo, *ob.cit.*, pag.14.

¹⁷ Jesús Timoteo Álvarez, *La nueva identidad de la prensa*, pags.299 y 300.

¹⁸ A. Smith, *Goodbye Gutenberg*, pag.23.

¹⁹ Ciertamente, no se trata de una afirmación tajante, pero sí implícita en numerosos estudiosos. Así, por ejemplo, A. Smith, *Goodbye Gutenberg*, pag.22, afirma que “la electrónica ha sido convocada para resolver [...] las crisis que enfrentan hoy a ese medio de comunicación”. Y un trabajo tan matizado como el de Jesús Timoteo Álvarez, en *La nueva identidad de la prensa*, pags.302, 303 y 333, sitúa en las “Nuevas Tecnologías de la Información” como “elemento aglutinante” la “explicación” de que “los viejos medios impresos (...) se las han ingeniado para sobrevivir”. Es más, en el capítulo de conclusiones de *La nueva identidad de la prensa*, pags.378 y 379, se afirma que “la reconversión (...) ha devuelto a la prensa la competitividad perdida, haciendo viable el negocio periodístico”.

localizar qué otros vectores se relacionan de modo estructural con el tecnológico e intervienen decisivamente en el mapa de la transformación y de la viabilidad.

Ciertamente, la afirmación de que “en una época de gastos crecientes en los capítulos de personal y de material, los medios impresos sólo pueden sobrevivir valiéndose de nuevos sistemas de producción”²⁰, es esencialmente cierta, pero sugiere una visión demasiado taxativa y unidireccional de las claves que explican la supervivencia de algunos diarios de la modernidad en detrimento de otros muchos (a lo largo de un proceso generalizado de selección cuyo balance fue rotundo)²¹.

En este contexto, son numerosos los estudios que, aun matizando en determinados puntos el papel supuestamente “milagroso”²² de las nuevas tecnologías, incluyen afirmaciones que alimentan el tópico de que “cualquier hipótesis de supervivencia [de los periódicos] pasaba por la reconversión tecnológica”²³. Una hipótesis que puede ser cierta a largo plazo, pero que ofrece más reservas manejada como “panacea”²⁴ de salvación inmediata de los periódicos antiguos. De hecho, la anticipación tecnológica no fue en su momento una garantía de supervivencia, como lo demuestra el dato de que el cambio técnico no salvó a diarios cuasicentenarios del entorno de “La

²⁰ Ratzke, *ob.cit.*, pag.218.

²¹ A. Smith, *ob.cit.*, pag.55. No hay más que recordar, por ejemplo, que en 1945 se imprimían en París 31 diarios, mientras que en 1980 sólo existían nueve, y que en 1954, en Alemania, se editaban 255 cabeceras, de las que veinticinco años después únicamente quedaban 121.

²² El término es utilizado irónicamente por O. Martín Bernal en la introducción a la obra *La nueva identidad de la prensa*, pag.9, un texto que parece otorgar en ocasiones un papel taumáturgico a la reconversión tecnológica, pese a que el mismo Bernal destaca que no existen “indicadores tan taxativos” al respecto. Es más, más adelante, los propios autores introducen significativas matizaciones. Así, Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag. 21, subraya que “la realidad urgente es que la supervivencia de los periódicos depende (...) de su habilidad en el control de la publicidad”. Algo en lo que, sin duda, algunos de los “viejos periódicos” supieron manejarse con acierto “utilizando los recursos de su prestigio” (la denominación es de Pedro J. Ramírez, en la revista de la AEDE, pag.74, número 8, de mayo de 1984). Y Nosty (*ob.cit.* pag.87) incide en esta perspectiva al señalar que “no se puede contemplar la prensa al margen de su dimensión como negocio”, y abunda en ello (pag.147) al afirmar que no “debe atribuirse la bonanza [de la situación de la prensa] a los efectos positivos de la reconversión”, ya que “en cinco años [desde 1982] la inversión publicitaria en la prensa diaria se ha multiplicado por tres”. Es decir, aunque “la reducción de costes [consecuencia de la innovación tecnológica] es clara” (pag.196), la “publicidad ha sido la que ha dado alas a la mal disimulada sensación de euforia que se vive hoy” [segunda mitad de la década de los ochenta] en las empresas de prensa. El propio A. Smith, en su obra de elocuente título *Goodbye Gutenberg*, pag.23, recuerda que “la computerización (...) es sólo un aspecto de la actual transformación en las industrias de la información”.

²³ La afirmación es de B. Díaz Nosty, en *La nueva identidad de la prensa*, pag. 23, y aunque el propio autor señala inmediatamente que la reconversión “se convertiría para muchas empresas en el mecanismo de selección que precipitó su muerte”, no deja de insistir en que la innovación técnica fue “una de las claves -la primera desde el punto de vista industrial- del saneamiento de las empresas”. Una afirmación relativizada en la introducción de esa misma obra por O. Martín Bernal (pag.10) al preguntarse “en qué medida este periodo de relativa bonanza [que vive la prensa española a mediados de la década de los ochenta] se debe a las saneadoras innovaciones productivas o más bien a la benéfica multiplicación del *maná* publicitario en un contexto económico favorable”. En cualquier caso, existen afirmaciones aún más tajantes con relación al papel de la tecnología. Por ejemplo, Antonio García de Diego, *Prensa y Tecnología*, pag.97, llega “a la conclusión de que para sobrevivir [ante la competencia de la televisión] era necesario ampararse en procedimiento de alta tecnología”, ya que la “supervivencia” -pag.7- exigía reducir costos y tiempos.

²⁴ Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pag.23.

Vanguardia”²⁵ e incluso estuvo a punto de llevar a la debacle económica, en 1979, a cabeceras tan poderosas como el “Daily Mirror”²⁶ británico.

Es más, el estudio intenta demostrar que la falta de anticipación y de reflejos que observó “La Vanguardia” durante la etapa inicial de cambios generalizados en el ámbito internacional no tuvo consecuencias necesariamente negativas sobre las innovaciones técnicas, conceptuales y formales que experimentó finalmente el producto ni sobre su propia viabilidad. Por tanto, la investigación ha partido de la hipótesis de que la tecnología es un factor necesario pero no suficiente y, en consecuencia, ha buscado establecer que en un desenlace positivo como el que ha registrado la reconversión de “La Vanguardia” influyeron un conjunto de variables interrelacionadas. Entre ellas, el estudio destaca la sólida y sinérgica implantación de la cabecera en un mercado en rápido proceso de “selección natural”, o la coincidencia del momento elegido para afrontar el grueso de la reconversión, que se produjo en paralelo a una fase expansiva de la economía española y catalana²⁷. Esta última circunstancia –considerada en términos generales “decisiva” por algunos autores²⁸- proporcionó, sin duda, un mayor margen de maniobra (esencialmente financiera) para superar sin traumas los retos de la racionalización de una plantilla excesiva y descompensada (racionalización que debía suponer una redistribución y optimización del capital humano de la empresa), así como para afrontar la renovación de una maquinaria obsoleta.

Ahora bien, es necesario insistir de nuevo en que esta investigación ha intentado ampliar los vectores que jugaron un papel relevante en la supervivencia de un periódico centenario como el caso estudiado, frente a la tentación que se desprende de algunos solventes estudios²⁹ que, como mucho, parecen reducir esencialmente a dos las razones que explican la viabilidad de determinados diarios de la modernidad: la innovación tecnológica, por un lado (en tanto clave de la racionalización industrial), y la evolución de la publicidad, por otro (en tanto “variable decisiva” de la rentabilidad). De hecho, esos estudios acaban finalmente por ceñir la viabilidad de los diarios a la sinergia entre ambas variables (ya que la primera ha ofrecido mejores y más efectivos espacios a la segunda y ha puesto, con el apoyo financiero de esta última, las bases que permitían una sustancial mejora formal y conceptual del producto)³⁰.

²⁵ Fue, por ejemplo, el caso de “El Noticiero Universal”, fundado en 1888 y que desapareció finalmente en 1985.

²⁶ Ratzke, *ob.cit.*, pag.226. El cambio arrancó en noviembre de 1978 y siete meses después el diagnóstico no podía ser más alarmista: “El resultado fue catastrófico (...). Dentro del *Mirror* se sabía que se estaba caminando hacia una debacle económica. Los costes adicionales de producción habían subido [entre 1978 y 1979]a más de cinco millones de libras”.

²⁷ Bernardo Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pag.67

²⁸ *Ibidem*, pags.196 y 197.

²⁹ *Ibidem*, pags.378 y 379 (conclusiones). Y también Smith (*Goodbye Gutenberg*, pags.240 y ss.) sugiere esa hipótesis cuando alude al periódico moderno como un producto dirigido a un público de televisión y pagado por los anunciantes.

³⁰ *La nueva identidad de la prensa*, pag.378 y 379.

En cambio, la presente investigación ha intentado superar la óptica unilateral de explicar los fenómenos a partir de un único factor –de modo que ha ido más allá de un mero determinismo causal para adentrarse en un determinismo funcional³¹, más adecuado para el análisis y la interpretación del complejo mundo de la prensa-, y no sólo ha abordado la evolución tecnológica e industrial de “La Vanguardia”, sino que ha indagado también en el contexto orgánico y funcional en el que se ha venido produciendo la mencionada innovación técnica, formal y conceptual del diario; es decir, se ha estudiado paralelamente el proceso histórico de modernización de las estructuras organizativas y empresariales de “La Vanguardia”.

Al respecto, es necesario subrayar que ese proceso venía marcado por un evidente retraso, tanto en la fase de “diferenciación entre dirección y propiedad”³², como en la etapa relativa a “la concepción de la empresa basada en la autoridad y el control” (con el rediseño de los organigramas empresariales que ello supuso en la primera mitad del siglo XX³³). De ahí que sea en este último ámbito donde la investigación intenta situar también los procesos internos de renovación, reestructuración y redistribución del capital humano, normalmente ligados casi exclusivamente a la irrupción de las nuevas tecnologías³⁴, pero que en el estudio del caso se revelan también vinculados a la modernización organizativa de la propia empresa o a las nuevas exigencias cualitativas del mercado lector que supuso la transición a la democracia y la aparición de nuevos competidores.

Finalmente, la investigación se adentra en las claves de la reconversión industrial, empresarial y estratégica del conglomerado -el Grupo Godó- sobre el que se sustenta la cabecera, ya que esa metamorfosis propició la liberación de las energías necesarias para su irrupción en otros ámbitos mediáticos (como la radio y la televisión) aunque también para el propio relanzamiento del periódico. En definitiva, el proceso de penetración en el universo audiovisual -paralelo al que vivieron en España otros grupos de prensa y comunicación³⁵- jugó un papel decisivo como catalizador de la transformación interna del caso estudiado.

³¹ Ezequiel Ander-Egg , *Introducción a las técnicas de investigación social*, pags.41 y 42, y *Técnicas de investigación social*, pags.63 y 64.

³² José Emilio Navas López, *Organización de la empresa y nuevas tecnologías*, pags.174 y 175

³³ José Emilio Navas López, *ob.cit.*, pag.174.

³⁴ *Ibidem*, pags.123 y 124.

³⁵ Jesús Timoteo Álvarez, *La nueva identidad de la prensa*, pags.318 a 326.

Aspectos metodológicos de la investigación: ¡Error! Marcador no definido.

El análisis de “La Vanguardia” desde una perspectiva tecnológica, organizativo-empresarial y formal y conceptual recurre con frecuencia al comparatismo como método de control³⁶ de las hipótesis manejadas –a partir del análisis sistemático de un determinado número de casos- pero también para poder establecer las bases de futuras conclusiones. El objetivo es discernir aquellos aspectos que permitan la reconstrucción de la intrahistoria del producto, así como del paisaje de referencia en el que se produce su proceso de transformación. Esa descripción del contexto permitirá ponderar e interpretar correctamente tanto los rasgos compartidos como específicos del proceso de cambio estudiado. Es decir, sin contradecir el rasgo fundamental de esta investigación como exhaustivo estudio de caso –que de hecho “es justamente la piedra angular de la investigación comparativa”³⁷-, nuestra indagación ha intentado ampliar en lo posible el número de casos observados, conocidos o descritos, con el objetivo de controlar mejor la validez y fiabilidad de las hipótesis de partida³⁸, pero también con la finalidad de evitar que el caso estudiado se convirtiese en un enunciado singular y aislado. Se trataba, en definitiva, de verificar en qué medida un factor dado –sea la tecnología, la evolución financiera o la implantación de una cabecera- tiene el efecto que se le atribuye sobre la viabilidad de los periódicos centenarios y en qué medida, por lo tanto, constituye una condición suficiente o únicamente necesaria o contribuyente³⁹.

De ahí la exhaustiva “enumeración para describir” y la implícita “comparación para distinguir” que caracterizan esta investigación⁴⁰. Una investigación que ha buscado inspiración en el positivismo⁴¹, entendido como un enfoque en el que los hechos no tienen nunca un papel secundario. Es decir, y aun cuando se ha querido evitar “la ceguera de los datos empíricos sin teoría”, se ha intentado eludir, sobre todo, “el vacío de la teoría sin datos empíricos”⁴².

Todo ello explica que los métodos utilizados para esta investigación hayan sido los propios de las ciencias sociales⁴³ y que el proceso de reunión de datos y de acopio de la información hayan seguido sus procedimientos básicos: es decir, preguntar a los sujetos, observar la conducta de las

³⁶ El concepto de comparatismo que se ha manejado es el que aparece definido por Giovanni Sartori y Leonardo Morlino en *La comparación en las ciencias sociales*, pags.29 a 47, y por David Collier en la misma obra, pags.72y 73.

³⁷ David Collier en *La comparación en las ciencias sociales*, pag.75, de Sartori y Morlino.

³⁸ *Ibidem*, pags.72 y 73.

³⁹ Ander-Egg, *ob.cit.*, pags. 41 y 42.

⁴⁰ Ander-Egg, *ob.cit.*, pags. 35 a 40, y *Técnicas de investigación social*, pags.50 y ss.

⁴¹ El significado de este concepto es el que figura en el texto de José María Mardones, *Filosofía de las ciencias humanas y sociales*, pags.5 y ss.

⁴² La afirmación es de Wright Mills pero la utiliza Ander-Egg en *Introducción a las técnicas de investigación social*, pag.33.

⁴³ De acuerdo con la exhaustiva compilación realizada por Leon Festinger y Daniel Katz en *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*, pags.235, 286, 310, 389, 433 y 531.

organizaciones y sus resultados y utilizar los registros o datos existentes⁴⁴. Por supuesto, cualquier análisis –comparativo o no- se construye a partir de indicadores específicos, y en el caso que nos ocupa se han utilizado, entre otros: la agenda tecnológica y sus fases diferenciadas (es decir, la hoja de ruta relativa a los cambios en la composición o la impresión), el calendario del rediseño y el diagnóstico sobre la evolución formal y conceptual, los parámetros de difusión e implantación social, el papel en el proceso de cambio de los distintos actores internos o la situación financiera y empresarial.

A partir de ahí, la aproximación al objeto de estudio y al marco histórico en el que se desarrolla su proceso de transformación se ha realizado a través de tres niveles. El primer nivel ha consistido en la definición del marco general de la reconversión tecnológica en el ámbito internacional y español, especialmente a través de aquellas experiencias que permiten establecer un calendario indicativo y unas pautas del proceso (o, al menos, unos modelos globales de referencia relativos a escenarios tan específicos como los de Estados Unidos, Europa Occidental o la propia España). Y ello en la triple dimensión técnica, empresarial y conceptual-formal (o industrial, social y fisonómica del periódico como producto). Es decir, se trataba de establecer un cúmulo de aproximaciones estratificadas –o de círculos concéntricos- que permitiera, por un lado, controlar desde una perspectiva comparativa⁴⁵ las hipótesis derivadas del caso y, por otro, avanzar en el enunciado clave: ¿qué les sucedió a los diarios entre 1970 y 1990? Y, muy especialmente, ¿qué les sucedió a los diarios de la modernidad, similares a “La Vanguardia”?

Las fuentes utilizadas para abordar este primer nivel han sido fundamentalmente documentales, a partir de la bibliografía de referencia⁴⁶ que describe las grandes líneas generales de la evolución de la prensa en el último tercio del siglo XX, así como de distintos informes, artículos y boletines técnicos⁴⁷, con objeto de conocer en detalle las experiencias concretas de reconversión (parcial o global) de diversos periódicos; experiencias que han contribuido a enriquecer esa síntesis

⁴⁴ *Ibidem*, pags.235 y ss..

⁴⁵ Algunos comparatistas (véase Collier en la obra de Sartori y Morlino, *La comparación en las ciencias sociales*, pags.72 y 73) consideran perfectamente posible conciliar el estudio de caso con la investigación comparada, ya que creen factible controlar las hipótesis derivadas del caso a través del análisis de la sucesión de acontecimientos que se han registrado en el ámbito del objeto investigado.

⁴⁶ El texto de Anthony Smith, *Goodbye Gutenberg*, ocupa un lugar de privilegio en esa bibliografía por la globalidad con que disecciona la evolución y las expectativas de la prensa en el umbral de los años 80. Sin embargo, y como se especifica en el capítulo correspondiente, existen otros textos que ofrecen valiosas aportaciones, tanto en el ámbito técnico, como en el periodístico o el empresarial. En el ámbito español es necesario aludir al texto de Díaz Nosty, Lallana y Álvarez, *La nueva identidad de la prensa*, como el informe más completo sobre la situación de la prensa –tanto en el contexto internacional como en el español- realizado a mediados de la década de los ochenta.

⁴⁷ Tal como se señala más adelante, los boletines de la IFRA han constituido una materia esencial en este ámbito documental.

de conjunto. En el ámbito español la investigación ha manejado también algunas de las tesis sobre la reconversión tecnológica de la prensa publicadas durante la década de los ochenta⁴⁸.

En cualquier caso, la mayor parte de los datos correspondientes al inventario tecnológico de los periódicos durante la etapa considerada y a su calendario y vicisitudes de aplicación han sido obtenidos a partir de documentación especializada⁴⁹, ya que la recopilación de información a través del contacto directo o de la remisión de cuestionarios es una tarea extraordinariamente difícil en el mundo de la prensa. Valga como muestra el hecho de que una de las investigaciones más sólidas sobre la situación de la prensa en España y en el contexto internacional (*La nueva identidad de la prensa*), elaborada por Bernardo Díaz Nosty, Fernando Lallana y J. Timoteo Alvarez, y patrocinada por una institución como Fundesco, se encontró con que de 100 cabeceras a las que se envió un cuestionario, sólo 21 respondieron (y once de ellas tras una visita personal)⁵⁰.

Sin embargo, más allá de “las dificultades para informar [en el Estado español] sobre la información”⁵¹, los problemas para investigar la situación de la prensa en general son algo común a los diversos trabajos de campo. Así, un estudio tan paradigmático como el de Nancy Carter y John B. Cullen⁵² -por cuanto su cuestionario base es considerado “el que mejor detecta y sintetiza el grado de automatización en los procesos productivos de los diarios”⁵³- se encontró con que sólo un 17,3% de las empresas periodísticas interpeladas (68 sobre 392) respondieron a la consulta remitida.

Pese a todo, las técnicas que se han venido demostrando pertinentes para este tipo de investigación se centran en la entrevista y el cuestionario -dentro de las de tipo cuantitativo-, y en la observación participante, entre las de tipo cualitativo. El autor de esta investigación elaboró un cuestionario bastante más sencillo que el de Carter/Cullen, aunque con especial incidencia en las fechas básicas de las transformaciones, y lo remitió a los principales diarios de referencia de Madrid, Barcelona, País Vasco y Galicia, con un éxito lógicamente no mayor que el de investigadores mucho más autorizados, ya que no recibió respuesta prácticamente de ningún rotativo. La solución pasó, en consecuencia, por algunas entrevistas personales y, sobre todo, por la consulta de la bibliografía relativa a los cambios en la prensa (tanto en el ámbito internacional

⁴⁸ Se trata, fundamentalmente, de *Prensa y tecnología*, de Antonio García de Diego, y, sobre todo, de *La revolución tecnológica en la empresa informativa española* -una investigación basada en un amplio cuestionario, configurado por 30 ítems relativos a la situación del sector y al impacto de las nuevas tecnologías, remitido a 62 periódicos representativos del mercado español de prensa-, de Concepción Alonso Garrán.

⁴⁹ Boletines de la IFRA, como *Techniques de Presse*; publicaciones como la *Revista de la AEDE*, etc.

⁵⁰ Bernardo Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pag.178. En cambio, el cuestionario elaborado por Concepción Alonso Garrán para su trabajo sobre *La revolución tecnológica de la empresa informativa española*, y remitido a 62 cabeceras, obtuvo (después de realizar hasta tres envíos del mismo cuestionario a lo largo de varios meses) un índice de respuestas del 50% (pag.5).

⁵¹ Enrique Bustamante, *Los amos de la información en España*, pag.7.

⁵² Carter y John B. Cullen, *The computerization of newspaper organizations*, 1983.

⁵³ Díaz Nosty, *op.cit.*, pags.177-178.

como en el español), así como de las publicaciones especializadas y de los informes específicos sobre las transformaciones técnicas, conceptuales y formales de algunos diarios de referencia.

El segundo nivel de la investigación lo constituye el contexto directo en el que “La Vanguardia” ha operado y sobrevivido como cabecera: el mercado de la prensa de Barcelona en el periodo comprendido entre 1970 y 1990. Es decir, se ha pretendido indagar en la interacción concreta entre un determinado contexto de mercado y la viabilidad del propio objeto de estudio, más allá de los procesos universales, y aun cuando ese mercado reprodujera algunas de las pautas de comportamiento observadas en el ámbito general y verificara incluso –en línea con los mecanismos de control que propugnan los comparatistas para los estudios de caso⁵⁴- varias de las hipótesis de la investigación, como el papel relativo –que no secundario- de la tecnología.

La investigación de este ámbito se ha sustentado sobre dos pilares: por un lado, la evolución general de las cifras de difusión de las distintas cabeceras, y, por otro, el proceso específico que vivieron los principales diarios (tanto los emergentes y supervivientes, como aquellos que no lograron superar los retos de la modernización). El estudio ha abordado en consecuencia la evolución conceptual y formal de las diversas cabeceras, pero también su evolución tecnológica y empresarial en el contexto del mercado en el que operaban.

El tipo de investigación en este caso ha incluido la vertiente documental (a través de la bibliografía general o específica y de los artículos aparecidos en la prensa o en revistas especializadas, a lo que hay que añadir informes de diversa naturaleza y la propia tarea hemerográfica sobre cada cabecera), aunque también ha contemplado la investigación directa o de campo. Esta última ha tenido como principales recursos las entrevistas con algunos de los protagonistas o testigos de los procesos de transformación (fallida o exitosa) más relevantes de la prensa de Barcelona, y el acopio directo de todo tipo de testimonios, informes y documentos (sindicales, empresariales, etc.), relativos a la situación y evolución de cada medio.

El tercer y principal nivel de la investigación lo constituye el propio objeto de estudio: el diario “La Vanguardia”. Sin embargo, el caso investigado presenta dos vertientes diferenciadas sobre las que ha sido preciso indagar: en primer lugar, los antecedentes originarios y la evolución histórica del diario desde su nacimiento en 1881 (tramo que figura en un anexo), y, en segundo, el

⁵⁴ David Collier -en obra de Sartori y Morlino, *La comparación en las ciencias sociales*, pags.72 y 73- resume en estos términos las posiciones de quienes consideran compatible el estudio de caso con los mecanismos de control propios del comparatismo. Para ello, propone controlar las hipótesis mediante cuidados análisis de la sucesión de acontecimientos en el ámbito de ese caso, para verificar si un caso singular refleja el mismo modelo causal sugerido por la confrontación con otros casos.

proceso de cambio que experimenta el rotativo a lo largo de la década de los ochenta, tras una etapa de depresión y degradación que se expresa visiblemente entre 1975 y 1980.

Por lo que respecta a la construcción del relato histórico, la investigación se ha basado en diversas fuentes documentales (relatos inéditos, informes y documentos internos de la empresa, además de la propia publicación diaria), así como en las referencias que aparecen en la limitada bibliografía que aborda en detalle la evolución histórica de “La Vanguardia”⁵⁵. Por ello, el trabajo hemerográfico ha ocupado un papel dominante, que ha permitido, posteriormente, analizar y determinar la evolución formal y conceptual del producto. De especial utilidad han sido los testimonios directos (bien a través de narraciones publicadas por el propio diario, bien a través de entrevistas personales), que han hecho posible en muchos casos reconstruir algunas de las características estructurales y funcionales del periódico como empresa a lo largo de su devenir histórico.

En lo relativo a la historia reciente de “La Vanguardia” y a su específico proceso de transformación, hay que subrayar en primer lugar que las categorías abordadas han sido cuatro: la evolución formal y conceptual del periódico y su impacto sobre la Redacción; la reconversión técnica e industrial en sus distintas fases y escenarios (en tanto cabecera y en tanto grupo); el sustento financiero de la sociedad, y la modernización y racionalización empresarial. Para el primer aspecto –la evolución formal y conceptual de “La Vanguardia”–, el trabajo hemerográfico y las entrevistas personales con responsables de la Redacción han constituido la base fundamental, complementada y contrastada con algunas referencias bibliográficas⁵⁶ de especial utilidad y pertinencia.

Para el resto de apartados, el recurso principal lo ha constituido la numerosa documentación interna (informes y documentos oficiales de la empresa, notas y actas de la representación sindical, etc.), que ha permitido conocer lo que se podrían denominar “situaciones empresariales históricas”, y a la que ha tenido acceso el autor de esta investigación, sin olvidar, naturalmente, el trabajo de campo. Este último se ha centrado en la observación participante en el propio proceso, así como en entrevistas puntuales con varios de sus protagonistas, tanto en los niveles directivos como intermedios. Ello ha propiciado un nivel de detalle en el relato que,

⁵⁵ Al margen de la investigación comparatista de José Ignacio Armentia –*Las nuevas tendencias en el diseño de la prensa española: el cambio de La Vanguardia y la aparición de El Mundo*, tesis doctoral (UPV, 1993)- y de la tesis doctoral de Manuel López sobre la influencia de la reconversión tecnológica en la prensa de Barcelona (UAB, 1993), sólo existe una tesis doctoral que se centre exclusivamente en el caso de “La Vanguardia” –la de María Moya Valimaña: *El rediseño de La Vanguardia*, 1999-, aunque aborda esencialmente la transformación formal del periódico –el rediseño- a raíz del pase al offset en 1989. Más utilidad tiene a efectos históricos la tesina de Joaquim Ibarz Melet, *La Vanguardia*, 1964. Sin embargo, para la etapa comprendida entre el nacimiento del diario y la Guerra Civil, la obra imprescindible de referencia es la *Història de La Vanguardia (1884-1936)*, de Agustí Calvet, *Gaziel*.

⁵⁶ Es necesario citar de nuevo al respecto la tesis doctoral de María Moya Valimaña, *El rediseño de “La Vanguardia”*, así como el texto de José Ignacio Armentia, *Las nuevas tendencias en el diseño de la prensa*.

probablemente, pueda resultar excesivo en algunos capítulos. Eso sí, la investigación ha prescindido deliberadamente de la entrevista formal⁵⁷ con tres de los máximos protagonistas del proceso (el editor, el director general y el director de “La Vanguardia”) y ha preferido reflejar sus juicios e intenciones a partir de las numerosas manifestaciones formales y por escrito vertidas en las actas internas o en diversas publicaciones, incluida por supuesto la propia cabecera.

Finalmente, y por lo que hace a la exposición y desarrollo de los resultados de esta investigación, su disposición formal presenta algunas características que es necesario mencionar.

En primer lugar, y con carácter previo a la primera parte del estudio -destinada a describir el contexto y los distintos escenarios en los que se produce la reconversión de “La Vanguardia”-, se ha incluido un anexo en el que se describe el periódico como realidad física (pero también formal y conceptual a la luz de los distintos modelos de diario) y se detalla su proceso de producción material en la perspectiva del cambio tecnológico experimentado en las últimas décadas (lo que supone precisar los escenarios de partida y de llegada de dicho proceso industrial y de elaboración, así como su cronología básica). **¡Error! Marcador no definido.** La razón de incluir este segmento en un anexo se debe, tal como se explica en 1.1.1., a la conveniencia de no perturbar con prolijidades descriptivas el relato central de la investigación.

Asimismo, y como complemento de la introducción panorámica al contexto en que se produce el caso de “La Vanguardia” (punto 1.1.3.), se ha incluido un segundo anexo, en el que figura una relación exhaustiva de casos de referencia. Esa relación aparece ordenada por ámbitos geográficos y, en menor medida, por tramos de la reconversión y pretende, a partir de las experiencias que recoge, reforzar las interpretaciones y conclusiones que aparecen en los puntos 1.1.3. y 1.1.4.

Finalmente, los antecedentes históricos del diario objeto de esta investigación figuran, asimismo, en un tercer anexo, con objeto de no apartar el hilo argumental del estudio de la etapa en la que se registra el fenómeno observado: la reconversión tecnológica, formal y conceptual de la prensa entre 1970 y 1990.

Por lo demás, y tal como se ha indicado anteriormente, los niveles de aproximación al caso estudiado se estructuran del siguiente modo. En primer lugar, una introducción panorámica, que aborda la experiencia y las pautas establecidas en el ámbito internacional y, en mucha menor medida, en el contexto español (puntos 1.1.3., 1.1.4. y 1.2.). En segundo lugar, una lectura

⁵⁷ La razón de esta omisión se debe a que, aunque la entrevista es considerada un “poderoso instrumento” dentro de los métodos de las ciencias sociales (Leon Festinger y Daniel Katz, *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*, pags.235 y ss.), también presenta serias limitaciones debido a la parcialidad del sujeto implicado.

argumentada de lo ocurrido en el contexto más próximo: el mercado de la prensa de Barcelona (punto 1.3.). Y, finalmente, la propia intrahistoria de la reconversión de “La Vanguardia” (punto 2.), estructurada a partir de cuatro categorías básicas: la dimensión conceptual-formal del diario y su posición en el mercado; la evolución industrial y productiva (con una especial distinción de las dos fases de la reconversión tecnológica: composición e impresión y sus implicaciones estratégicas sobre la naturaleza del grupo); el sustento financiero de la cabecera, y el proceso de racionalización de las estructuras empresariales.

Por lo que respecta a los puntos 1.1.3., 1.1.4., 1.2. y 1.3., las conclusiones aparecen al final de cada capítulo, con el objetivo de sistematizar más claramente los parámetros y experiencias propios de cada ámbito (internacional, español y catalán). En cambio, en la segunda parte -dedicada al tema central de la investigación-, las conclusiones generales se disponen de forma conjunta al final, con objeto de cerrar de forma global, articulada e integrada las hipótesis que se han dejado abiertas en esta introducción.

1.1.1. Introducción al periódico como realidad física y a su proceso de producción material en la perspectiva del cambio tecnológico; Error! Marcador no definido.

El objeto de este estudio es el caso particular de un diario, por lo que parece oportuno caracterizar previamente el periódico en tanto realidad general, así como el contexto tecnológico que lo ha venido haciendo viable. Sin embargo, para evitar que esa introducción descriptiva distorsione el relato central de la investigación y sus ejes argumentales básicos, se ha procedido a situarla en un anexo (el **Anexo I**), que describe los elementos tradicionales del periódico y de su base productiva; todo ello en la doble perspectiva de definir claramente conceptos que se barajarán con frecuencia a lo largo del estudio de caso y, sobre todo, de establecer las realidades convencionales de partida que la reconversión tecnológica ha contribuido a modificar o incluso a erradicar. Ahora bien, con objeto de que una eventual omisión de la lectura del anexo no dificulte la fácil comprensión del relato central, se ha incluido en este primer punto un esquema resumido (1.1.2.) del cambio tecnológico y procedimental que han experimentado los periódicos en el tránsito desde la composición en caliente y la impresión tipográfica a la informatización y el offset, así como una cronología (ampliada en el Anexo I) de algunos de los eventos más significativos de ese proceso.

En cualquier caso, la transformación radical que experimentó el proceso de producción de los diarios ente 1970 y 1990 hunde sus raíces en las décadas anteriores, que vieron nacer o desarrollarse la fotocomposición, el offset y la informática¹. Sin embargo, sólo a partir de 1970 el nivel de desarrollo de cada uno de esos procedimientos y, sobre todo, su sinérgica combinación operativa, aplicada a las distintas fases de la elaboración del producto, hicieron posible e interesante la sustitución de los anteriores sistemas productivos por un nuevo escenario industrial². Paralelamente, los nuevos procedimientos de composición e impresión propiciaron un cambio cualitativo en la fisonomía y los modelos de diario que, aunque incentivado por razones de índole comercial, social y cultural, constituyó el corolario del proceso de reconversión en la mayoría de los periódicos veteranos³, sin que “La Vanguardia” pueda ser considerada una excepción sino al contrario.

¹ Ver nota 1 de la introducción.

² *Ibidem*.

³ Ver nota 4 de la introducción. Eso sí, ese cambio fisonómico no afectó sólo a los diarios centenarios sino incluso a cabeceras de reciente aparición, sometidas a procesos de permanente puesta al día formal.

Ahora bien, el hecho de establecer una etapa tan amplia (los veinte años que van desde 1970 a 1990) no significa que el proceso empiece y acabe en las mismas fechas para todos los periódicos. Se trata simplemente de situar en un determinado periodo el núcleo básico de la transformación de la mayoría de diarios (en lo que respecta a la fotocomposición, la electrificación y la impresión en offset, tanto en los rotativos más adelantados como en los más rezagados), aun cuando después se haya abierto una etapa de innovación permanente, especialmente acentuada en el ámbito de la preimpresión (y que excede de los límites temporales de este trabajo).

Eso sí, y como ya se ha señalado⁴, no todos los periódicos acometieron la reconversión técnica al mismo tiempo, ya que unos empezaron antes (a mediados de los setenta) mientras que otros aplazaron los cambios hasta bien entrada la década de los ochenta. Y del mismo modo, unos se modernizaron de golpe, frente a otros que experimentaron una transformación muy gradual y dilatada en el tiempo. Sin olvidar a aquellas cabeceras afortunadas que partieron de cero y nacieron ya pertrechadas con las nuevas tecnologías.

Las razones que explican por qué el cambio de “La Vanguardia” se produjo de una determinada manera -y en un espacio de tiempo concreto- se detallan en la segunda parte de este estudio. Antes, sin embargo, la investigación deberá remitirse a la amplia diversidad de situaciones y procesos de reconversión, ya que ese conjunto de experiencias genera algunos modelos o pautas de referencia que permiten situar el diario objeto de la investigación, así como analizar sus características y establecer sus especificidades.

⁴ Ver nota 1 de la introducción y más detalles en 1.1.3., puntos relativos al calendario reconvensor.

1.1.2. Los rasgos del cambio tecnológico

El escenario de partida¹:

- La información gráfica o literaria (manuscrita o mecanografiada) llegaba a la redacción a través del télex, la telefoto o el teléfono, y allí era distribuida manualmente a las secciones correspondientes.
- La documentación complementaria se encontraba en los archivos, clasificada mediante ficheros manuales y almacenada en forma de dossiers y recortes en papel.
- Los responsables de las distintas secciones de la Redacción elaboraban sobre papel unas maquetas aproximadas de las páginas en las que tenían previsto disponer las informaciones.
- Los textos mecanografiados de acuerdo con las magnitudes previstas (en número de líneas) eran enviados a la imprenta, donde los operarios los transformaban mediante las linotipias (componedoras mecánicas) en líneas de plomo justificadas, a razón de unas cinco líneas por minuto. Paralelamente, y de forma manual o mecánica, se elaboraban los títulos, de acuerdo con los cuerpos, líneas y columnas previstas.
- Otros operarios (denominados cajistas) agrupaban los paquetes de líneas de cada artículo y realizaban una copia impresa sobre papel (galerada) que remitían a los correctores.
- El servicio de corrección devolvía los originales corregidos a la imprenta, que sustituía las líneas de plomo que contenían errores.
- Paralelamente, y mediante un sistema de fotograbado, el contenido de las fotografías e ilustraciones se trasladaba, a través de una trama, a una plancha metálica (que reflejaba los claros y las sombras en base a la desigual densidad y tamaño de una retícula de puntos).
- Los cajistas montaban y ajustaban la página -lo que significa que el taller cortaba las informaciones para que encajaran con el resto de elementos, especialmente los anuncios-, de acuerdo con la maqueta previa y a partir de los textos y títulos compuestos en líneas de plomo, de los grabados metálicos de las ilustraciones y de los recursos tipográficos (filetes, corondeles, etc.). En este punto, lo normal era imprimir una prueba de página sobre papel para efectuar las últimas correcciones.
- A partir de la página montada, se elaboraba una matriz en negativo sobre cartón que permitía trasladar la imagen plana en relieve a una forma semicilíndrica similar a la de las planchas de impresión tipográfica.
- Tras obtener las planchas, estas se colocaban en el cilindro de la rotativa y se procedía a imprimir. La calidad de impresión de la tipografía -especialmente en lo relativo a las ilustraciones fotográficas- era muy limitada y sólo mejoró, aunque no de forma espectacular, mediante la sustitución de las planchas metálicas por otras de base plástica (fotopolímeras)
- Los diarios eran empaquetados y expedidos manualmente para su distribución.

¹ Este esquema descriptivo se ha elaborado tomando como base de partida el que figura en el texto de Jean-Louis Lepigeon y Dominique Wolton en *L'Information demain*, pags.17 a 19

El escenario de llegada:

-La información literaria (y más tarde también la gráfica) llegaba a la Redacción sobre un soporte electrónico y a través de la conexión en línea, por vía telefónica, con los diversos emisores (agencias o periodistas dotados de videoterminals portátiles). Cualquier redactor provisto de una pantalla podía acceder a las informaciones, almacenadas en una memoria compartida y que por lo general aparecían clasificadas temáticamente.

-Los responsables de cada sección disponían de los textos (y posteriormente de las imágenes) a través de la pantalla y conocían con toda precisión sus medidas, por lo que podían elaborar un esquema bastante preciso de las páginas.

-Los compaginadores -un nuevo tipo de periodista especializado que trabajaba primero sobre una maqueta en papel y luego a través de una pantalla capaz de integrar textos e imágenes- diseñaban las páginas, especificando con total exactitud las dimensiones de los textos e ilustraciones y dotando a cada artículo de las codificaciones tipográficas correspondientes a su cuerpo de letra, anchura de columna, etc.

-Los redactores y editores redactaban y ajustaban sus textos y títulos a las medidas previstas. Las ilustraciones no se circunscribían a la imagen fotográfica sino que incluían sofisticados gráficos elaborados mediante ordenadores personales.

-Los textos eran supervisados y corregidos en la propia Redacción a través de videoterminals.

-A continuación, y sin necesidad de proceder a una reescritura, los textos eran enviados a través del sistema informático a una fotocomponedora que, inicialmente, filmaba artículos -con todos los elementos de titulación incluidos- y, posteriormente, páginas enteras (que en la fase final incluían las ilustraciones).

-Los artículos filmados sobre papel -en el caso de que las fotocomponedoras no elaborasen aún páginas completas- eran montados por los sucesores de los cajistas -que ahora trabajaban sobre una mesa de luz, con goma adhesiva y tijeras- hasta configurar la página completa.

-La Redacción y los distintos talleres (de preimpresión y de impresión) podían encontrarse en lugares distintos e incluso alejados, sin que esa circunstancia afectase de forma relevante al proceso productivo. Las páginas podían ser enviadas a través de líneas telefónicas (facsimiles) desde el taller de composición al centro de impresión.

-A partir de la página montada, y mediante procedimientos fotográficos, se elaboraba un negativo que servía, a su vez, para insolar la plancha de impresión en offset (es decir, el traslado de la imagen a través de procedimientos fotoquímicos). Sin embargo, en la fase final de la reconversión, la nueva tecnología ofrecía la posibilidad de trasladar directamente las páginas montadas sobre pantalla a las planchas de impresión mediante el láser.

-La impresión se realizaba en offset, lo que ofrecía una calidad -especialmente en las ilustraciones y el color- incomparable. Además, el control y el manejo de la rotativa no era ya manual sino automático (por ejemplo, en el cambio de las bobinas de papel), y los ajustes (para optimizar la calidad de la impresión, corregir las desviaciones en el registro o equilibrar los colores) se llevaban a cabo a través de un ordenador centralizado en la cabina de mando.

-El empaquetado y la expedición de los ejemplares para su transporte a los puntos de venta y distribución se realizaba a través de cadenas automatizadas que respondían a instrucciones introducidas previamente a través de un ordenador.

Una cronología general de la fotocomposición, el offset y la electronificación de los diarios:

1939: Primer periódico impreso en offset.

1949: Aparece en el mercado la primera fotocomponedora.

1954: Aparecen las fotocomponedoras de segunda generación.

1954: Primera patente de un computador que realiza la justificación automática de las líneas de composición.

1957: El "New York Times" instala la fotocomponedora Photon 200, de segunda generación.

1959: El "Asahi Shimbun", primer diario que emplea el facsímil para la impresión de ediciones remotas.

1961: Aparece en EE.UU. el primer diario confeccionado en offset que resulta competitivo.

1962: El diario "Los Angeles Times" impulsa la creación del primer programa de justificación de textos.

1966: Primer banco de datos periodístico, en el "New York Times" (en marcha a partir de 1973) .

1968: Primer periódico de gran difusión, en Estados Unidos, que imprime en offset (el "Sacramento Union").

1969: "Pravda" envía facsímiles de sus páginas completas, a través de satélites, a los centros de impresión del periódico a lo largo de la Unión Soviética.

1969: "Los Angeles Times" introduce dentro de sus programas informáticos el sistema de diagramación publicitaria.

1970: La multinacional Harris presenta la primera terminal electrónica expresamente diseñada para su utilización en periódicos.

1971: La agencia UPI instala el primer sistema de redacción.

1972: Un periódico de EE.UU. (el "Tribune", de Indiana) instala uno de los primeros programas de maquetación informatizada.

1973: La agencia AP instala el sistema Laserfoto, para la transmisión de imágenes mediante el láser.

1973: Instalación de los primeros sistemas de redacción de gran capacidad: "Detroit News", en 1973, con 72 videoterminales, y "Newsday", en 1975, con 224.

1974: Irrupción de las fotocomponedoras de tercera generación.

1976: El mayor constructor alemán de rotativas anuncia que no construirá ninguna rotativa tipográfica más.

1977: Nace el ordenador personal (PC), aunque IBM no saca el primer modelo al mercado hasta 1981.

1978: La agencia EFE instala los primeros videoterminales y comienza a ofrecer los textos de los teletipos sobre soporte electrónico.

1978: Prolongada huelga de impresores en Nueva York a causa de la reconversión tecnológica.

1979: Disponible en el mercado el primer sistema de redacción electrónica con representación de los cortes de columna y la puesta en página.

1980: France Press comienza a trabajar con el sistema Argo, un banco de datos accesible desde una terminal mediante un módem y línea telefónica.

1980: El 75% de los diarios de EE.UU. emplea el offset como sistema de impresión.

1981: Comienzan a funcionar los primeros sistemas de compaginación electrónica.

1981: Primer equipo digital de grafismo electrónico en un medio de comunicación (la CBS).

1981: Primer equipo plano de compresión de datos para la transmisión de facsímiles.

1982: “El País” dispone en España la primera instalación para obtener a distancia planchas electrostáticas con vistas a imprimir su edición en Cataluña.

1982: Comienza la automatización de los procesos de manipulado (cierre) de un diario.

1982: Aparece “USA Today”.

1983: Las primeras páginas compaginadas electrónicamente se transfieren de forma directa al estereotipo de impresión mediante rayo láser y sin intermediaciones (fotolito).

1984: Edición vía satélite del diario “USA Today”, con aplicación del color.

1.1.3. Introducción panorámica al contexto en que se produce el caso de “La Vanguardia”

1.1.3.1. El calendario reconvensor y sus circunstancias

La reconversión tecnológica de “La Vanguardia” coincide en el tiempo con la fase final de una etapa de crisis profunda de la prensa, que se inicia en 1960 bajo el impacto y la competencia de los nuevos medios audiovisuales, y se cierra hacia 1985, cuando se constata una generalización del empleo de nuevos sistemas producción¹. La crisis presentaba en términos generales los siguientes rasgos: aumentos constantes de los costes de producción; competencia de los medios audiovisuales, tanto en la dimensión informativa como publicitaria, y dificultades para aplicar ventajosamente los avances tecnológicos a causa, entre otras razones, de la hostilidad de los tipógrafos a las innovaciones técnicas, organizativas y funcionales². Un diagnóstico que podría encajar en líneas generales con la situación de “La Vanguardia” a finales de la crítica década de los setenta.

Los retos de la prensa escrita eran tanto cualitativos (lograr productos de mayor calidad y atractivo frente al luminoso colorido de los medios audiovisuales) como cuantitativos (mayor rapidez y agilidad frente al dinamismo de los nuevos medios). La reconversión tecnológica en los ámbitos de composición e impresión ofrecía, sin embargo, respuestas a ambos retos, así como a la necesidad de redimensionar las abultadas y desequilibradas plantillas (elefantiásicas en los talleres, con nóminas cifradas en miles de empleados, en detrimento de unas escuálidas redacciones) y de reducir los costes generales (en papel, distribución, etc.). En este capítulo, los diarios de difusión territorial extensa (o intensa localmente) -especialmente en EE.UU.- se enfrentaban cada vez más a problemas de velocidad de confección e impresión del producto y con dificultades casi insalvables de distribución que sólo la descentralización podría resolver. Tal vez por ello -aunque las razones son diversas-, la reconversión en Europa arrancó lentamente a mediados de los sesenta, pero sin el impulso que experimentaba en la prensa norteamericana³.

En cualquier caso, la situación de retroceso de los medios impresos resultó bastante visible en la década de los 70. En EE.UU, la difusión media cayó en 2,5 millones de ejemplares entre 1973 y 1975⁴, mientras que en Europa la prensa francesa, por ejemplo, perdió más de tres millones de compradores entre 1968 y 1976⁵. Y fenómenos similares se produjeron en Italia o Gran Bretaña. Por otra parte, en lo que se refiere a la publicidad -sustento básico de los diarios-, “al comenzar la

¹ Bernardo Díaz Nosty, *La Nueva identidad de la prensa*, pags.19-20

² Angelo del Boca, *Giornali in crisi*, pag.9

³ Bernardo Díaz Nosty, *La Nueva identidad de la prensa*, pag. 22

⁴ Bernardo Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.22. Margarita Ledo –*O diario postelevisivo*, pag.14- ratifica esta tendencia al recordar que en ese mismo mercado “Usamericano” los índices de lectura de prensa cayeron en un 22% entre 1967 y 1988.

Segunda Guerra Mundial, los periódicos [de EE.UU.] llevaban el 38,6 por ciento del volumen publicitario total, pero esa cifra comenzó a decaer casi imperceptiblemente, al terminar los años de la guerra y comenzar la difusión de la televisión. En 1950 esa cifra había bajado al 36,3 por ciento, en 1960 al 30,8 por ciento y en 1963 llegó a su punto más bajo, con el 29 por ciento, aunque después se mantuvo en el nivel de un 30 por ciento” (datos referidos a EE.UU., citados por Anthony Smith⁶).

Eso sí, aunque muy pronto se vislumbró la reconversión como única salida para abaratar costes y mejorar el producto, lo cierto es que éste proceso de renovación configuró también un mecanismo de selección -como se observará en el contexto más cercano de “La Vanguardia”: la prensa de Barcelona- que implicó la desaparición de aquellos diarios que no disponían de los medios para financiar la renovación técnica –entre otras razones por su débil anclaje en el mercado- o que erraron con la estrategia adoptada.

La primera fase de la reconversión tecnológica, según Díaz Nosty⁷, consistió en la sustitución de la composición e impresión tipográficas por la fotocomposición y la impresión en offset. La siguiente fase, según el mismo autor, comportaba la implantación de los sistemas de redacción informatizada y su integración global en el proceso de producción. Se trata, no obstante, de una clasificación descriptiva que, aunque válida y lógica para el conjunto del proceso de renovación en general, no coincide con el itinerario seguido por “La Vanguardia” o por otros diarios de magnitud y antigüedad similar, especialmente en España (donde el eventual doble sentido de la aseveración de B. Bagdikian⁸: “A medida que los diarios crecen, se hacen más lentos” - tendría especial vigencia). En el caso objeto de estudio han existido también dos fases claramente diferenciadas (composición e impresión), pero su articulación y linealidad (primero composición y luego impresión) no coincide con la del modelo esbozado por Díaz Nosty. Por supuesto, en “La Vanguardia” se habían acumulado visibles retrasos y desfases técnicos, lo que ha provocado una incorporación más desordenada de las nuevas tecnologías, siempre dentro de una lógica particular que expresa las inevitables dudas y titubeos sobre el camino a seguir. Sin embargo, el propio Nosty⁹ alude a un texto de Mario Santinoli y Antoni Cases¹⁰ que justifica que el calendario de la modernización tecnológica haya dejado para el final el área de impresión: “El retraso técnico de la impresión respecto a la composición tiene su explicación en los distintos costes de maquinaria. El coste de las máquinas impresoras, las rotativas, es muy superior al de las máquinas necesarias para realizar la composición [por ejemplo, en 1972 una rotativa offset para un periódico con una tirada no superior

⁵ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.22

⁶ Anthony Smith, *Goodbye Gutenberg*, pag.94

⁷ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.25

⁸ Bagdikian, *Las máquinas de información*, pag.173

⁹ Díaz Nosty, *op.cit.*, pag.26

a los 100.000 ejemplares costaba más de un millón de dólares, que podían acercarse a quince si la tirada a cubrir sobrepasaba los 300.000 ejemplares]. [Por eso] Incluso hoy [segunda mitad de los ochenta], diarios de los Estados Unidos, con redacciones equipadas con vídeoterminals, mantienen las rotativas tipográficas”.

Existen, no obstante, otros calendarios de la reconversión. Así, Jean Louis Lepigeon y Dominique Wolton¹¹ explican que el primer paso consistió “en la informatización de la gestión, de la venta y de la difusión. Después, a partir de 1967-1969, el ordenador fue introducido en la cadena de producción, para la composición programada. A partir de los años 1972-1974, el ordenador ha sido utilizado para guiar la fotocomponedora, lo que ha permitido aumentar las capacidades de producción”. Y ya en 1980, “la informatización es utilizada en todas las etapas de fabricación” y se imponen las redacciones electrónicas.

De cualquier modo, la implantación del offset y, en paralelo, de la fotocomposición empezó a producirse en pequeños diarios norteamericanos en el umbral de los años sesenta¹². Como resultado de ello, la calidad final de esos productos mejoró, aunque la extensión de ambos procedimientos a los grandes diarios se vio limitada por la menor velocidad de las rotativas offset¹³ y, sobre todo, por el elevado coste -cifrado en millones de dólares- de sustituir grandes y caras rotativas tipográficas con una larga vida útil por delante, por otras de offset (lo que explica el empleo de sistemas de transición, como los fotopolímeros -planchas plásticas en relieve obtenidas a partir de la fotocomposición, que operaban en las rotativas tipográficas de algunos diarios desde 1968- o el DiLhito, que suponía el uso de planchas de offset -sin relieve- aunque mediante contacto directo.

A los costes de la sustitución de la maquinaria habría que añadir que la renovación técnica del área de impresión no suponía reducciones espectaculares del número de trabajadores¹⁴, ni de gastos, sino al contrario (y de hecho, en nombre de la cuenta de resultados y de estudios comparativos como el realizado por el Christian Michelsens Institutt de Bergen¹⁵, hubo periódicos -es el caso del noruego “Bergens Tidende” - que todavía en 1980 adquirieron rotativas tipográficas). De hecho, esas justificadas reticencias a la sustitución de los viejos sistemas de impresión (y la correlativa tentación a recurrir a procedimientos de transición, pese a sus inconvenientes¹⁶, como el

¹⁰ *Las opciones de presente y futuro en la prensa escrita*, pag.349, citado por Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.69

¹¹ Lepigeon y Wolton, *L'information demain*, pags.5 y 6

¹² Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.25. Antonio García de Diego -*La empresa periodística ante las nuevas tecnologías*, pag.98- sitúa en 1956 la primera instalación de un sistema de fotocomposición en un periódico.

¹³ *Ibidem*, pags.25 y 26

¹⁴ Mario Santinoli y Antoni Cases, “Las opciones de presente y futuro en la prensa escrita”, *Nuevas tecnologías en la vida cultural española*, pag.349, citado por Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.69

¹⁵ *Techniques de Presse*, agosto de 1980, pag.66

¹⁶ Ver pags 7, 20 a 30, 45 y 118 del Anexo II, donde se detallan diversos casos relativos a fórmulas de transición en el capítulo de impresión.

DiLitho o la flexografía) se prolongaron hasta bien entrada la década de los ochenta en numerosos diarios importantes que -como ocurrió en “La Vanguardia” hasta 1989- imprimían en tipografía pese a contar con videoterminals y fotocomposición.

En el caso europeo, la extensión de la reconversión tecnológica se enfrentó, además, a dos factores de ralentización: la resistencia sindical -especialmente virulenta en países como Gran Bretaña aunque más tenida en cuenta por los empresarios del continente- y un concepto empresarial de los periódicos distinto -es decir, con menor sentido del negocio- del que ha imperado en EE.UU.

Así las cosas, Estados Unidos ofrecía en 1969 el siguiente balance: frente a 1.066 periódicos editados en tipografía, sólo 494 se imprimían en offset, a lo que hay que añadir que los primeros suponían 13 veces más ejemplares que los segundos. De hecho, hasta 1973 ningún periódico con una tirada superior a los 250.000 ejemplares imprimía en offset (y el primero fue el “Sant Louis-Dispatch”, con 265.000 ejemplares¹⁷). Y por lo que se refiere a los diarios con tiradas en torno al medio millón de ejemplares, estos rotativos no empezaron a sustituir su maquinaria pesada hasta la segunda mitad de esa misma década. Es más, en 1985 -año en que “La Vanguardia” imprimía aún en tipografía- el 83% de los diarios norteamericanos imprimían ya en offset, pero seis de los quince mayores seguían empleando rotativas tipográficas, hasta el extremo de que el 45% de la tirada global se efectuaba todavía por ese sistema (según datos de la American Newspapers Publisher Association, ANPA¹⁸).

De ahí que la mayor y más rápida renovación afectase esencialmente a la fotocomposición, aun cuando sólo el offset traducía nítidamente en el acabado del producto las ventajas de ambos sistemas (como se evidencia al comparar dos ejemplares idénticos de “La Vanguardia” tras su rediseño, uno impreso en fotopolímeros y el otro en offset). En consecuencia, aunque el empleo de la fotocomposición no tuviese una inequívoca traducción en la imagen del producto, las reducciones de tiempo que este sistema suponía en la fase de pre-impresión justificaban sobradamente su rápida implantación en los grandes diarios (incluso frente a la agilización de la tipografía que supusieron las cintas perforadas y la posibilidad que ofrecían de eliminar los repicados -aunque no las impresiones sobre papel para la corrección- a partir de un único y primer impulso del periodista sobre un teclado de TTS). En favor de la fotocomposición, en el caso de los grandes rotativos se daba la circunstancia, además, de que en paralelo a su inevitable mayor lentitud funcional, existía una necesidad acuciante de cerrar páginas cuanto antes sin que, al mismo tiempo, quedasen descolgados los contenidos de última hora¹⁹. Por último, la posibilidad de encajar las

¹⁷ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.26

¹⁸ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.28

¹⁹ Para contrastar los respectivos itinerarios de confección en los procesos de composición en caliente -tipografía- y en

innovaciones en la fase de composición sin necesidad de sustituir simultáneamente la costosa maquinaria de impresión -mediante adaptaciones en las rotativas que permitieran el uso de modalidades de transición ya mencionadas como los fotopolímeros o la dilhitografía- facilitó la implantación de la composición en frío.

La fotocomposición comenzó a extenderse de forma significativa en los años 60 (hasta entonces, en EE.UU. sólo 53 pequeños periódicos se habían dotado de fotocomponedoras)²⁰, de modo que casi un 40% de los diarios poseía instalaciones de fotocomposición a finales de esa década²¹. Además, en esa misma década se produjo también la irrupción de la electrónica -mediante programas de partición de palabras y justificación de líneas como el que instaló el diario “Los Angeles Times” en 1962- que, o bien se aplicaba a las linotipias -de modo que las cintas perforadas incluían instrucciones sobre el ancho de columna y la partición ortográficamente correcta de las palabras-, o bien acompañaba a las nuevas máquinas de composición en frío. La evolución de las fotocomponedoras no alcanzó, no obstante, una envergadura significativa (desde la primera generación “opto-mecánica” a las configuraciones “opto-electrónicas” mediante rayos catódicos o láser, que permitieron pasar de 100 a miles de líneas por minuto) hasta los años setenta²².

Sin embargo, fue precisamente en esos años cuando se produjo el cambio verdaderamente revolucionario en los procedimientos de composición de los textos del periódico, y de ahí que autores como Díaz Nosty definan esa etapa como el segundo ciclo de la reconversión tecnológica. De hecho, las innovaciones de esa etapa tuvieron un mayor impacto sobre los procesos productivos, ya que la implantación de los videoterminals trasladó al periodista la carga y manipulación del texto que iría directamente a las fotocomponedoras (y que eliminaba, en el proceso de producción, la reescritura de los textos, desde el original mecanografiado a la composición tipográfica, obra del linotipista o del teclista). En realidad, la implantación de instrumentos informáticos comportó modificaciones en la estructura de funciones dentro de la redacción de los periódicos, así como la creación de nuevas figuras (algunas transitorias y otras definitivas), como la del maquetista-codificador (que no sólo debía dibujar cada página sino también traducir las instrucciones tipográficas al lenguaje de la máquina, ya que las primeras pantallas sólo reflejaban signos alfabéticos o numéricos), la del periodista encargado de la gestión y circulación de

frío -fotocomposición-, ver Anexo I

²⁰ Dineh Moghdam en *Computers in Newspapers Publishing*, pag.26, citado por B.Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.30.

²¹ Una encuesta realizada por la IFRA (Inca Fiej Research Association) en 1978 -y citada por Antonio García de Diego en *La empresa periodística antes las nuevas tecnologías*, pag.98- arrojaba el siguiente calendario relativo a la fotocomposición y la informática en los diarios: un 38% de los 69 periódicos consultados -y editados en la RFA, Gran Bretaña, Países Bajos, Bélgica, Japón, España, Canadá, Francia, Suiza, Irlanda y África del Sur- habían instalado la fotocomposición en la década de los sesenta, mientras que un 35% lo había hecho entre 1975 y 1978. En cambio, uno de cada cuatro (un 27%) tenía previsto introducir la fotocomposición antes de 1982. Y por lo que respecta a las aplicaciones de la informática, un 50% había introducido sistemas de esa índole en la contabilidad de nóminas antes de 1973, y un 90% lo utilizaba para la contabilidad general desde ese mismo año.

los textos en el sistema o la del redactor de enlace entre la redacción y los talleres (encargado de ajustar los textos en la fase del montaje por pegado, en contraste con la situación anterior, cuando era el regente del taller quien decidía por su cuenta los ajustes de las informaciones²³).

Es decir, se producía un claro deslizamiento del centro de gravedad de las decisiones formales hacia la redacción, a diferencia de lo que ocurría con la composición caliente -la era del plomo-, en la que siempre “había un cierto margen para la iniciativa [de los talleres], por no decir para la improvisación”²⁴. Y es que hasta ese momento, las innovaciones (algunas de ellas tan desiguales como la implantación de lectores ópticos como mecanismos para introducir los textos en los ordenadores de composición²⁵) apenas habían afectado a la redacción de los periódicos y únicamente habían obligado a los empleados de los talleres a reciclajes limitados (por ejemplo, de linotipistas a teclistas). En cambio, la irrupción de los vídeoterminals -que como ya se ha señalado evitaban la reescritura a partir de un primer impulso en manos del periodista y permitían la manipulación del texto sin que éste tuviese que abandonar su soporte electrónico inmaterial, al unificar tratamiento informativo y productivo- modificó la arquitectura de las redacciones y dejó finalmente sin funciones al taller de composición (algo que, eso sí, encajaba con la necesidad empresarial de reducir costes en los grandes diarios, cuyas plantillas de centenares o miles de operarios encarecían extraordinariamente el producto).

Según Díaz Nosty²⁶, el final del primer ciclo reconvertor y el inicio de la segunda fase se produjo en Estados Unidos a finales de los años 70, mientras que en Europa “se observaba un retraso medio de [al menos] unos cinco años”. En ambos casos, sin embargo, las organizaciones corporativas de editores (la ANPA en EE.UU y la Federación Internacional de Editores de diarios, en Europa) definieron con bastante precisión -durante los diez años inmediatamente anteriores- las líneas de reconversión que iban a permitir reducir costes y acortar tiempos. Estas líneas se resumían en la utilización de VDTs en las redacciones, la integración electrónica de las ilustraciones, la automatización de la gestión y administración de la empresa, el control electrónico de las principales

²² Para conocer en detalle sus características, ver Anexo I

²³ Antonio García de Diego; *Prensa y tecnología*, pag.18.

²⁴ Jean Louis Lepigeon y Dominique Wolton, *L'information demain*, pag.37

²⁵ Uno de los ejemplos visible del relativo fracaso de los lectores ópticos para introducir con sencillez y rapidez textos en los sistemas informáticos de composición se aprecia en la experiencia -relativamente simultánea a su implantación masiva en algunos diarios de Barcelona- del “Giessener Anzeiger”, un diario de la localidad de Giessen, en Alemania federal, con una difusión de 70.000 ejemplares. “La tentativa -*Techniques de Presse*, mayo de 1980, pag.30- de hacer escribir sus trabajos a las redacciones exteriores mediante máquinas de escribir para OCR puede considerarse no acertada. En razón de la presión y las limitaciones de tiempo, los redactores no estaban en condiciones de remitir unas copias con la calidad apropiada para su procesamiento por las máquinas de leer. De ahí que muchas copias debían ser escritas hasta tres veces antes de ser enviadas a la redacción central (primero en un borrador inutilizable por el reportero externo, después por el redactor de mesa en forma de una versión corregida y editada, y finalmente por la persona encargada de la introducción -mediante máquinas de escribir adaptadas a los OCR-, que elaboraba una nueva versión adecuada a la lectura del sistema”.

²⁶ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.33

actividades productivas -y especialmente de la impresión en offset-color- y la descentralización de los centros de impresión, separados de las áreas de redacción y composición aunque unidos a ellas mediante la transmisión facsimilar. En el plano laboral, estas líneas de prospectiva se completaban con la sustitución de buena parte de los trabajadores manuales (linotipistas, operadores, etc) por un infinitamente menor número de especialistas en informática²⁷.

Las primeras propuestas de redacciones electrónicas fueron formuladas en 1967 por la ANPA (según un proyecto desarrollado por la casa Harris) y aplicadas en un diario de Florida²⁸. En cualquier caso, no fue hasta mediados de los 70 que la extensión de los videoterminals comenzó a ser significativa. Así, en 1973, el “Detroit News” -un periódico centenario con una tirada superior a los 600.000 ejemplares- instaló 72 videoterminals en su redacción. Dos años después, el “Newsday” -con una difusión de medio millón de ejemplares diarios- instaló 224 videoterminals. Y en 1977, “The New York Times” se dotó de 325 videoterminals, con unidades portátiles para los reporteros, mientras que en 1979 fue el “Washington Post” el que instaló más de 300 pantallas en la sala de redacción. De ese modo, en 1978 el número de VDTs instaladas en periódicos se elevaba a 16.000 en EE.UU²⁹. Y ello a pesar de que en algunos casos emblemáticos -como el “Washington Post”³⁰, que sufrió una huelga de cuatro meses- la reconversión no estuvo exenta de tensiones y conflictos.

Ese mismo año, en Europa sólo funcionaban 500 unidades de videoterminals, que se encontraban esencialmente en las secciones de composición de los talleres para producir anuncios clasificados. Por contra, en 1979 un 40% de los periódicos de EE.UU. trabajaban con sistemas de redacción electrónica, lo que suponía 22.000 terminales a disposición de los periodistas (en concreto, y según estadísticas de la Asociación de Editores de Diarios Americanos³¹, las cifras habían evolucionado en los siguientes términos: en 1970 funcionaban 10.290 máquinas de componer en plomo en los diarios de la asociación, frente a 23 videoterminals. Nueve años después, en 1979, el número de videoterminals se elevaba a 21.689 mientras que las máquinas de componer en plomo se habían reducido a 626).

En el caso europeo, la resistencia sindical frenó la implantación de los sistemas de redacción electrónica, especialmente en Gran Bretaña, donde “The Times” -representativo de los rotativos que venían imprimiéndose tradicionalmente en la Fleet Street londinense- estuvo entre 1978 y 1979 al borde de la desaparición por la oposición de los trabajadores a un sistema redaccional

²⁷ B. Díaz Nosty, *ob.cit.*, pags. 35 y 39

²⁸ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.39

²⁹ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pags.39 y 40. Y para ejemplos concretos, ver Anexo II

³⁰ Smith, *Good Bye Gutenberg*, pag.138

³¹ *Techniques de Presse*, abril de 1981, pag.18

compartido inicialmente entre la redacción y los talleres y cuya aplicación era gradual y no suponía despidos -de hecho, el mismo modelo de reconversión que se implantó en “La Vanguardia” seis años después. A partir de ahí, el conflicto del “Times” se convirtió en una referencia para muchos editores, y como consecuencia de la actitud sindical -que en países como Alemania se plasmó en acuerdos generales que cerraban el paso a la introducción de los textos por parte de los periodistas-, “la generalización de los sistemas redaccionales no comenzó en Europa hasta la década de los ochenta, prácticamente con diez años de retraso sobre la prensa norteamericana”³²; lo cual supuso, eso sí, que se evitaran los drásticos efectos que sobre el empleo hubiese supuesto una reducción no escalonada. Anthony Smith³³ matiza esta interpretación al señalar que “quizás en Europa Occidental, la diferencia más importante, frente a los casos de Estados Unidos e Inglaterra, es que la nueva tecnología no es entendida por las patronales como una forma urgentemente necesaria de reducir un exceso de personal. Casi todos los editores de Europa Occidental prevén futuras economías en personal, pero no sufren la sensación de que lo tengan en exceso, en relación con los equipos ahora [comienzos de los 80] asequibles”. Asimismo, según recuerda Smith³⁴, en EE.UU. la Administración “exige que los periódicos sustituyan su equipamiento, cuando está amortizado, a fin de quedar habilitados para la exención de impuestos”, lo que, unido a la mayor economía en mano de obra que han venido ofreciendo los nuevos equipos, empujaba a los editores a amortizar cuanto antes la maquinaria y conseguir la máxima desgravación de impuestos, con el objetivo de adquirir una nueva generación de equipamiento técnico.

De ahí que en Europa, en 1980, los escasos sistemas redaccionales se encontraran fundamentalmente en Alemania Federal, Holanda y Finlandia, con una cifra total de 758 vídeoterminals instalados (algunos desde 1976, lo que suponía un 80% sobre el porcentaje total europeo³⁵). Por ejemplo, en Austria, Bélgica, España, Italia y Portugal no funcionaba ningún VDT redaccional³⁶. En cambio, un diario sueco propiedad de los sindicatos -el “Arbetet” - trabajaba ya en 1978 con un sistema de redacción, y lo mismo ocurría con algunos periódicos de la prensa regional británica desde 1976³⁷.

³² Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.41

³³ Smith, *Goodbye Gutenberg*, pags.283 y 284

³⁴ Smith, *ob.cit.*, pag.169

³⁵ *Techniques de Presse*, mayo de 1980, pag.4

³⁶ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.41

³⁷ Ver pags. 45 a 52 del Anexo II.

1.1.3.2. Videoterminales en Estados Unidos y Europa, dos calendarios distintos

Los distintos ritmos que la reconversión tecnológica adoptó en EE.UU. con relación a Europa responden a una diversidad de motivos que vale la pena analizar en detalle, con objeto de ponderar adecuadamente el propio calendario reconversor de “La Vanguardia” más allá de la mera referencia contextual que ofrecen los respectivos calendarios del viejo y el nuevo mundo. En este sentido, se ha señalado ya que “la generalización de los sistemas redaccionales no comenzó en Europa hasta la década de los ochenta, prácticamente con diez años de retraso sobre la prensa norteamericana”³⁸. Y se ha hablado también del concepto más puramente de negocio que preside la gestión de los periódicos en EE.UU. por parte de los editores. Al respecto, los elevados porcentajes de ingresos por publicidad que se registran en aquel país, superiores al 80% y muy por encima de los de las ventas y suscripciones, suponen “la base más sólida” de las empresas de prensa y permiten vender los diarios a precios “simbólicos”, de hasta una quinta parte de los que se registran en Europa³⁹. Y esta circunstancia amplía las cotas de difusión pero exige también una elevada productividad que garantice la rentabilidad del producto.

Asimismo, y como otro factor que jugó en favor de calendarios diferentes, se ha hecho mención a la resistencia sindical a los cambios (mucho más fuerte a este lado del Atlántico). Sin embargo, algunos autores interpretan la existencia de distintos calendarios tecnológicos a partir de explicaciones más ligadas a la especificidad de los contenidos y de las características de los diarios en uno y otro continente. Así, Anthony Smith⁴⁰ señalaba en 1979 que “los europeos se concentran en encontrar formas de hacer las mejores adaptaciones de las nuevas tecnologías, a fin de ajustarse a los tipos más variados que el periódico tiene en Europa”, ya que “el periódico europeo exige niveles superiores de impresión, diseño y funcionamiento, dentro de mercados más competitivos que los de sus equivalentes norteamericanos”. Este razonamiento justificaría, en cierto modo, una política prudente en la elección e implantación de las tecnologías de sustitución, aun cuando Xavier Batalla afirma⁴¹ que la experiencia americana demostró claramente y desde el principio que la adopción de sistemas *on line* desde la redacción genera beneficios, incluso en tiempos de crisis.

En este sentido, en el prólogo a la edición española de la obra de Smith⁴² -aunque escrito tres años después-, Xavier Batalla citaba un estudio sobre el cambio tecnológico en la prensa norteamericana que subrayaba “algunas de las características que pueden facilitar o acelerar la introducción de las redacciones electrónicas”. Y entre estas mencionaba:

³⁸ Díaz Nosty, *op.cit.*, pag.41

³⁹ Díaz Nosty, *op.cit.*, pags.106-108

⁴⁰ Smith, *Goodbye Gutenberg*, pag.108

⁴¹ Prólogo a la edición española de *Goodbye Gutenberg*, pags. 10 y 11.

⁴² *Ibidem*, pags.10 y 11.

- 1) “Los periódicos estadounidenses publican mayor número de despachos de agencia, cuya entrada en la redacción puede hacerse directamente a través de un ordenador [lo que, sin embargo, no ocurrió con algunas agencias europeas hasta después de 1979⁴³]”;
- 2) “generalmente, estos diarios disponen de menor espacio para la información, lo que, por otra parte, se traduce en un mayor volumen de publicidad [especialmente local y clasificada] a procesar (de hasta el 70% de la superficie de los diarios, lo que explica la aceptación de una tecnología que acelere su inserción, desde el tarifado al cliente a la disposición en el número)”,
- y 3) “la prensa de carácter nacional -tal y como se entiende en Europa- prácticamente no existe en EE.UU., y la mayoría de los diarios norteamericanos disfrutaban de las ventajas del monopolio (...) y tienen menos necesidad de efectuar cambios de última hora”, aunque “su elevado número de páginas incentiva la rapidez (o la velocidad como rasgo esencial de la maquinaria de sustitución)”.

Como puede apreciarse, se trata de rasgos que no forzosamente pesan más, con vistas a la reconversión, que los que pueden encontrarse en la prensa europea, pero cuya influencia operativa resulta indiscutible.

En cualquier caso, y a efectos de la estadística cronológica, vale la pena recordar que, pese a su retraso con relación a Estados Unidos, Europa inició a partir de 1979 un proceso acelerado de reconversión, de modo que, por ejemplo, entre 1979 y 1980 hubo países (como la República Federal de Alemania) que duplicaron el número de videoterminals instaladas en los talleres y redacciones⁴⁴. Aun así, una buena muestra de la distancia entre ambos continentes lo ofrecen las siguientes cifras: en 1978, se habían instalado ya en Estados Unidos 16.000 terminales (que se elevaron a 21.000 un año después, sobre 700 diarios que contaban con redacciones electrónicas⁴⁵), mientras que en Francia, en 1979, sólo existían tres redacciones electrónicas, y una de ellas correspondía a la edición europea de un diario norteamericano, el “Herald Tribune”⁴⁶.

Y en 1982, el propio boletín de la Ifra⁴⁷, aun subrayando que la prensa europea “dispone ahora de una experiencia concreta” (sobre la implantación de videoterminals en las redacciones), señalaba la existencia de desfases entre los países más avanzados. Así, establecía tres categorías: países punteros (como los Países Bajos), países de desarrollo intermedio (como la República Federal de Alemania) y países o zonas, como Italia, Gran Bretaña o Escandinavia, donde, salvo

⁴³ Ver pag.55, Anexo II.

⁴⁴ Xavier Batalla, *La Nueva Tecnología en la prensa europea*, prólogo a la edición castellana de *Goodbye Gutenberg*, de Anthony Smith, pag.11

⁴⁵ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.40

⁴⁶ Jean Louis Lepigeon y Dominique Wolton, *L'information demain*, pag.8.

algunas excepciones notables (el “Nottingham Evening Post” británico o el “Arbetet” sueco), no se había iniciado un verdadero proceso de introducción de sistemas redaccionales.

Eso sí, a ambos lados del Atlántico -y no sólo en el ámbito europeo- hubo periódicos que, más allá del calendario reconversor, adoptaron un enfoque cauteloso en relación con las nuevas tecnologías, lo que dió pie a procesos de innovación gradual similares en cierto modo al del periódico objeto del estudio de caso. En este sentido, Anthony Smith⁴⁸ llegaba a señalar a finales de la década de los setenta que “existen aún periódicos que han rechazado los sistemas de ‘principio a fin’ por sus propios motivos (aparte de los problemas sindicales en la sala de composición) y que probablemente no accederán nunca a ellos (...). A veces, un periódico comienza por comprar un par de vdt y algún equipo de procesamiento; luego agrega un equipo de fotocomposición para que el periódico pueda familiarizarse con toda una cadena de procesos, pero hará todo en una pequeña escala, sin transformar completamente ninguna de las funciones”. En cambio, “otros periódicos han convertido de un solo golpe sus secciones de redacción, y han esperado a ver los resultados antes de comenzar con la publicidad gráfica o los anuncios clasificados. Y a veces sólo han introducido computadoras para los servicios comerciales y de distribución” (De hecho, todavía en 1982 bastantes periódicos consideraban que los sistemas de composición electrónica no respondían adecuadamente a las necesidades de elaboración de determinado tipo de anuncios -o exigían para este ámbito concreto unas desmesuradas capacidades de memoria-, por lo que optaban por el montaje manual⁴⁹).

1.1.3.3. Los pasos siguientes de la renovación técnica y su impacto sobre el conjunto del proceso productivo. El cambio en el área de impresión

Apenas se extendió el uso de videoterminales y la electrificación de las redacciones, muchos diarios -esta vez de forma paralela a un lado y otro del Atlántico- se plantearon la sustitución de las primitivas pantallas por PC's (ordenadores personales dotados de programas de autoedición), tanto para tratar textos como para generar gráficos u operaciones de compaginación electrónica (a lo que contribuyó el lanzamiento del ordenador Macintosh, en 1984, fabricado por la casa Apple y que ofrecía una extensa y relativamente novedosa capacidad gráfica). En Europa, Finlandia, Suecia y Noruega comenzaron a estructurar redacciones basadas en PC's durante la

⁴⁷ *Techniques de Presse*, mayo de 1982, pag.1

⁴⁸ Smith, *ob.cit.*, pag.138

⁴⁹ *Techniques de Presse*, noviembre de 1982, pag.37

segunda mitad de la década de los ochenta⁵⁰. Y en Estados Unidos, en 1987, el “Chicago Tribune” fue el primer gran diario que adoptó esa opción, e incluso la agencia AP reemplazó ese mismo año 500 VDTs -instalados en 1977- por ordenadores personales. Hasta aquel momento -y pese a los riesgos de averías, pérdidas de información o enlentecimiento operativo a causa de las sobrecargas⁵¹-, las ventajas de los grandes sistemas centralizados habían superado los inconvenientes que siempre plantea cualquier tecnología de nueva creación. Y aunque a partir de 1980 empezaron a vislumbrarse los beneficios de una “multiplicación de unidades de depósito” y el uso de “terminales inteligentes”⁵², todavía en 1982, un periódico de nueva creación y tecnológicamente puntero como “USA Today” se inclinó por un sistema Atex, centralizado, similar al que instaló “La Vanguardia” en las mismas fechas. Y, de hecho, en el caso español, la incorporación significativa de PC’s a las redacciones de los grandes diarios no comenzó a producirse hasta comienzos de los años noventa⁵³.

Eso sí, mediante programas de autoedición y el software necesario, en la segunda mitad de la década de los ochenta ya era posible utilizar equipos de bajo coste con una amplia capacidad resolutive, para procesar textos, incorporar imágenes y compaginar páginas completas (lo que suponía su filmación sin pasar previamente por el montaje manual de los distintos elementos -textos y fotografías-, eventualidad que, no obstante, exigía avances en la capacidad de memorización masiva de información y que los diarios sólo empezaron a implantar a partir de 1985). En cualquier caso, desde ese momento los PC's comenzaron a sustituir a las terminales convencionales en los diarios de gran tirada, sobre la base de redes internas interconectadas entre sí que proporcionaban “estaciones de trabajo baratas, descentralizadas e inteligentes”⁵⁴. Ese instrumental facilitaba, además, una autonomía y velocidad de trabajo a los redactores muchas veces implantables en las grandes configuraciones, con frecuentes problemas de rigidez y sobrecarga (Y, de hecho, las nuevas exigencias respecto a los sistemas de redacción se plantearon ya, con notable sentido de la perspectiva, en 1980⁵⁵).

Es más, la integración de la puesta en página completa dentro de los sistemas redaccionales -que constituían una de las principales ventajas de los sistemas descentralizados- fue considerada ya

⁵⁰ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.55

⁵¹ Ver ejemplos en pags.3, 7, 29 y 39 del Anexo II

⁵² *Goodbye Gutenberg*, de Anthony Smith, pag.136

⁵³ *Noticias de la Comunicación*, nº130, octubre de 1994, pag.34, equipamiento en la prensa diaria.

⁵⁴ John W. Iobst, “La revolución de la edición de escritorio”, *El Boletín*, nº251, citado por Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.56

⁵⁵ A principios de la década de los 80 - *Techniques de Presse*, número de mayo de 1980, pag.1-, se consideraba que el periodo de amortización para un sistema de tratamiento de textos rondaba entre cinco o seis años. En consonancia con esta perspectiva, los sistemas en proyecto en aquel momento debían ser operativos hasta mediados los años 80. Sin embargo, el catálogo de exigencias estaba experimentando algunas modificaciones que exigían ser incluidas a la hora de diseñar y planificar los sistemas de tratamiento de textos. Fundamentalmente, esas modificaciones contemplaban una relación entre los sistemas de redacción y dos importantes sistemas: el de archivos electrónicos -con acceso directo a textos desde los terminales de la redacción- y el de la puesta en página electrónica -lo que debía permitir la filmación

en 1982 “la segunda [e inmediata] fase de la automatización electrónica de la prensa”⁵⁶, tras la introducción de dichos sistemas a partir de mediados de los setenta (una introducción convertida en irreversible por la propia experiencia práctica a principios de los ochenta). Eso sí, el concepto de sistemas de puesta en página debió superar un dilema inicial entre un planteamiento orientado hacia la composición de páginas enteras en la redacción y un enfoque centrado en el montaje electrónico de páginas, en el taller⁵⁷. Muy pronto, sin embargo, la virtualidad, funcionalidad y ventajas prácticas de un sistema de ensamblaje de páginas integrado en la redacción -es decir, plenamente *on line* y que evitara, en consecuencia, la duplicidad de tareas o los errores del trabajo “a ciegas”-, impusieron esta perspectiva, aun cuando muchos diarios (como el propio caso de estudio, que no empezó a aplicarlo hasta la década de los noventa pese a que algunos de sus vecinos lo hacían desde mucho antes) tardaron bastantes años en dar ese paso. Entre otras razones porque muchas veces se planteaba un problema de encaje con el sistema redaccional ya operativo o se consideraba insólitamente que la implantación de pantallas de maquetación podía poner en peligro la soberanía de la redacción sobre la puesta en página (como paradójicamente señalaba el responsable del diario alemán “Emder Zeitung”^{NOTA 1}, en 1983⁵⁸). A ello hay que añadir el hecho⁵⁹ de que a mediados de la década de los ochenta “los equipos que [permitían] la incorporación simultánea [de textos e imágenes tenían] todavía costes muy altos”, mientras que “la digitalización completa, con la posibilidad de tener almacenadas las imágenes [en color, requería] memorias gigantescas”. Y de hecho, Díaz Nosty⁶⁰ observa que aunque “en la primera mitad de los años 80 se conocieron algunos casos de integración de textos e imágenes, fue mediada la década cuando comenzó, realmente, un periodo progresivo de aplicaciones”. Es más, incluso en la década de los setenta y en los albores de los ochenta hubo periódicos -como el “Mirror” británico y otros en la RFA y Finlandia⁶¹- que ensayaron sistemas de puesta en página electrónica pese a los problemas operativos que todavía planteaban los incipientes sistemas y, por supuesto, generalmente sin incluir las ilustraciones más que a efectos de reserva de espacio (aunque con expectativas de éxito a corto plazo)⁶².

directa de la planchas de impresión a partir de la página memorizada en el sistema.

⁵⁶ *Techniques de Presse*, mayo de 1982, página 18

⁵⁷ Tal como se explica en la pag.45 del Anexo I; punto 1.1.2.4 .

⁵⁸ Según se indica en *Techniques de Presse*, número de marzo de 1983, pag.16. Y en concreto, el responsable de la redacción del “Emder Zeitung” descartaba el uso de una pantalla específica para la puesta en página, considerándola “no indispensable, ya que la mejor pantalla de puesta en página para una redacción como la del ‘Emder’ es la maqueta sobre papel, ya que, de ese modo, la puesta en página reside en la redacción y no es transferida a otros, mientras que una pantalla gráfica representaría un paso atrás”.

⁵⁹ Fernando Lallana, *La nueva identidad de la prensa*, pag.263.

⁶⁰ *La nueva identidad de la prensa*, pag. 49.

⁶¹ Ver Anexo II; pags. 20, 39, 57, 72, 76 y 135.

⁶² La revista *Techniques de Presse*, en su número de abril de 1981, apuntaba en ese momento que “el desarrollo de la puesta en página electrónica de páginas enteras llegará a madurar en el curso de la presente década. Unos sistemas informáticos enteramente interactivos permitirán acabar completamente la página antes de ser transferida a la composición o a la

Paralelamente, a principios de los ochenta la informatización se extendió a otras áreas cruciales para los contenidos del diario como los servicios de documentación. En concreto, algunos periódicos norteamericanos comenzaron a aplicar -en un contexto en el que los más importantes habían transformado sus archivos de recortes en depósitos de microfichas gestionadas por computadoras- sistemas de almacenamiento y recuperación por ordenador de las notas informativas íntegras (depositadas en discos informáticos), a partir de los textos originales procesados por las computadoras de composición, y a los que se había suprimido la codificación formal. Y es que, tal como señalaba Anthony Smith en aquel momento⁶³, “desechar la versión electrónica [de todo el material que produce un periódico en forma localizable] es en sí mismo un desperdicio absurdo” ya que empeñarse en conservar “papeles escritos” supone “desbordar continuamente el espacio de archivo asignado”.

La ventaja del sistema intermedio -las microfichas- era que, en aquel momento, ese procedimiento permitía acceder a los artículos en el contexto de la página en que fueron publicados. Al mismo tiempo, varios diarios metropolitanos de EE.UU habían descubierto que sus archivos

producción de la plancha. Y ello, a pesar de los complejos problemas que presenta este desarrollo”. Un desarrollo cuyas fases iniciales arrancaban de los años 70 y que, según Nils Enlund, director a la sazón del departamento de investigación de la IFRA, “comenzaban [en 1981] a verse coronados por el éxito”. De hecho, no hay más que contrastar los proyectos en marcha en 1981, con los que operaban apenas dos años más tarde. Ahora bien, en 1981, los problemas desaconsejaban lanzarse sin más a la implantación de este tipo de sistemas. Así, la experiencia del diario belga “Le Soir” sobre sistema de puesta en página electrónica (*Techniques de Presse*, abril 81) aportaba en su momento las siguientes conclusiones:

- 1) Resulta excepcional que un programa comprado “en paquete” se adapte exactamente al tipo de trabajo para el cual ha sido confeccionado inicialmente.
- 2) Las modificaciones [para la adaptación] deben ser realizadas mientras los programas operan, lo que provoca alteraciones en diversos ámbitos. En este sentido, las correcciones deben ser efectuadas en tiempo real, a riesgo de perturbar la realización de las páginas en curso de elaboración.
- 3) Toda estimación de tiempos, y, en consecuencia, de impacto presupuestario, deberá tener en cuenta las incidencias anteriores en el momento en que se estudie la instalación de un programa de puesta en página electrónica.

Sin embargo, no eran estas las únicas objeciones. Así, Paul S. Brainerd, uno de los vicepresidentes de la empresa Atex (de Bedford, USA), admitía en la primavera de 1981 (*Techniques de Presse*, número de abril de 1981, pags.18-19) que la realización de un sistema completo de puesta en página que pudiese servir a un gran número de diarios “no es todavía más que un objetivo ilusorio”. En cualquier caso, en 1981, Atex predicaba su fe en los sistemas modulares y pensaba que la base de todo sistema de puesta en página se hallaba en el banco de datos, que debía contener no sólo el texto y las ilustraciones sino también las instrucciones para la composición; es decir, todos los datos necesarios para la producción de una página de diario, a partir de una estrecha interacción entre la base de datos y las funciones de aplicación. Y sólo en ese contexto, se podía dividir las funciones de aplicación según la tarea a cumplir (entendiendo por esa tarea un grupo que incluía la presentación, la creación del fondo y la forma, la planificación y el control de los productos específicos, la producción y la relación con otros sistemas). Según Brainerd, cada tarea podía ser analizada a partir de sus componentes, y cuando tales tareas y sus ramificaciones habían sido definidas, se disponía del cuadro de un sistema “total” de puesta en página. En la época en que data esta observación, Atex había conseguido enlazar numerosos ordenadores dentro de una gran red, con una base de datos común. A partir de esas configuraciones, Atex ofrecía varias posibilidades para la puesta en página de textos y anuncios, después de tres años de investigación dedicados a la confección de maquetas sobre soporte electrónico. Entre otras posibilidades, Atex trabajaba en 1981 sobre un sistema interactivo de puesta en página para los pequeños anuncios. Aun así, el propio Brainerd reconocía que, aunque “la tecnología está disponible y a unos precios razonables, es todavía necesario comprender las necesidades de los usuarios”.

⁶³ *Goodbye Gutenberg*, pag.149

-siempre que estuviesen bien atendidos y fuesen accesibles- constituían una fuente informativa de utilidad para la enseñanza o la economía, hasta el extremo de convertirse en rentables servicios públicos de consulta. De ahí que “The New York Times” pusiera en marcha ya en 1973 un archivo periodístico con resúmenes y citas de otros periódicos o revistas, accesibles a través de videoterminals que ofrecían también referencia de las microfichas que contenían los documentos íntegros (aunque, eso sí, con un costo de uso prohibitivo). Y también otro diario norteamericano, el “Boston Globe”, informatizó sus archivos en 1976, mediante un banco de datos alimentado por bandas magnéticas remitidas desde la redacción del rotativo y con acceso interactivo a través de terminales⁶⁴. El problema, en cualquier caso, es que ni los métodos tradicionales (de recortes y carpetas), ni los soportes electrónicos -al menos en el estadio en que se hallaban de comienzos de los ochenta- resolvían las dificultades de almacenamiento y manejo de tan ingentes cantidades de documentación^{NOTA 2}, y buena prueba de ello es que en 1984 sólo tres diarios norteamericanos disponían de archivos electrónicos.

Por lo que respecta a la fase inmediatamente previa a la impresión, la innovación tecnológica planteó a comienzos de los años ochenta la eliminación de la película como soporte de intermediación para grabar las planchas de impresión, corolario lógico, ya en 1981, del montaje y la puesta en página electrónica. En concreto, el primer diario que aplicó el sistema de grabación directa fue el “Daily Press”, en 1983, un diario del grupo Gannett que se imprime en el Estado de Nueva York. Y en 1985 “The Wall Street Journal” ya había incorporado esa tecnología, que suponía tiempos de producción de una página por minuto. Sin embargo, y tal como se explica más adelante, los problemas de velocidad y resolución (en cuanto a calidad visual) no acabaron de resolverse satisfactoriamente hasta mediada la década⁶⁵.

Finalmente, y en cuanto a la innovación tecnológica en la específica área de impresión, es necesario señalar que la expansión económica que se registró en la segunda mitad de la década de

⁶⁴ Para una reflexión sobre los objetivos y los medios con que se planteó la reconversión de los servicios de documentación de los diarios -acompañada de algunas experiencias relevantes-, ver la notas del apéndice final, a partir del texto de Jean Louis Lepigeon y Dominique Wolton, *L'information demain*, pags. 80 a 93. Asimismo, ver Anexo II, pags. 28 y 29, en base a un informe publicado por *Techniques de Presse*, febrero de 1984, pags.4 a 7. También Smith (*op.cit.*, pag.146) situó ya a comienzos de los ochenta las dificultades de un problema, el almacenamiento y manejo de la documentación, para el que muchos diarios importantes no han encontrado, más de diez años después, una solución óptima y, al tiempo, asumible financieramente: “Muchos periódicos poseen archivos que llegan hasta los días previos al momento en que los periodistas comenzaron a usar máquinas de escribir [...] Transferido a microfilm o a sistemas vinculados a la computadora, ese decaído depósito de conocimiento puede convertirse en un bien vivo, asequible a escuelas, universidades e investigaciones [...] Muchos periódicos han agregado fotografías a sus sistemas de archivo [...] y sus sistemas de almacenamiento han quedado penosamente recargados, mientras el personal de archivo se ya vuelto incapaz de manejar los métodos tradicionales de depósito y búsqueda”.

⁶⁵ Citado por Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pag. 50. Algunos antecedentes técnicos de este procedimiento -en tanto desenlace subsiguiente a la composición electrónica de páginas enteras- figuran en el Anexo I.

los ochenta y su reflejo en la inversión publicitaria -siempre exigente con la calidad formal e interesada en el estampado en color por comparación con las prestaciones de los medios audiovisuales- propició y aceleró el proceso de renovación de las rotativas y el cambio de la tipografía al offset. Un proceso, cabe recordar, que hasta entonces había sido abordado con timidez dados los inconvenientes que presentaba⁶⁶ y, sobre todo, dadas las enormes magnitudes financieras que suponía una inversión de esa naturaleza (hasta el extremo de que algunos responsables técnicos consideraban, todavía en 1982⁶⁷, que “la impresión en color no es realista, al menos para los diarios de gran tirada”, ya que las fluctuaciones publicitarias llevarían a una utilización de la cuatricromía por debajo del 60% de las ediciones anuales, que no compensaría el elevadísimo coste de una rotativa para la impresión en color). De hecho, “el alto coste de la renovación técnica en la impresión, siempre con una insignificante reducción del número de trabajadores y con elevados plazos de amortización, ha sido un freno importante a las innovaciones este terreno”⁶⁸.

Ahora bien, una vez superados los recelos y los obstáculos, la traducción de esos cambios en la imagen de los diarios resultó espectacular, ya que supuso en muchos casos la incorporación del color en un contexto de renovación de la maqueta, mientras que el conjunto de innovaciones técnicas que habían afectado hasta entonces a la fase de pre-impresión no habían marcado “una gran diferencia [de imagen] sobre el periódico fabricado según las técnicas tipográficas”⁶⁹. Díaz Nosty⁷⁰ ratifica y precisa el calendario de esa fase de la reconversión al señalar que “a partir de 1985 [los datos son de EE.UU.] las inversiones se incrementaron notablemente, debido (...) al comienzo de una fase de renovación generalizada en los sistemas de impresión, mucho más costosos que las dotaciones redaccionales integradas, en las que, con preferencia, se centraron las inversiones entre 1975 y 1985”.

Así las cosas, la renovación de la fase de impresión supuso, además, la automatización integral de los sistemas de carga de papel, cambio de bobinas y colocación de las planchas impresoras, así como el control electrónico de la impresión y de la robotización del cierre (que actuaba sobre los encartes, el empaquetado, las rutas, etc., y sobre el que habrá que volver más adelante, dado el crecimiento de los volúmenes de papel que experimentaron los periódicos durante los años 80⁷¹. Este proceso culminó antes de 1990. Diarios como “Los Angeles Times” o “The New York Times” gastaron centenares de millones de dólares en esa reconversión, en un proceso

⁶⁶ Tal como se explica en las páginas 56 y siguientes del Anexo I

⁶⁷ *Techniques de Presse*, enero de 1983, pag.24

⁶⁸ Mario Santinoli y Antoni Cases, *Las opciones de presente y futuro en la prensa escrita*, citados por Díaz Nosty en *La nueva identidad de la prensa*, pag. 69.

⁶⁹ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.68.

⁷⁰ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.105

⁷¹ Para más detalles prácticos de estas innovaciones, ver ejemplos en las pags.32 a 34 del Anexo II

que se desarrolló paralelamente en el mundo anglosajón y en Europa occidental. La cristalización de ese proceso de innovación en el conjunto del área de impresión supuso una gran diferencia estética y de acabado entre los periódicos que llevaron a la práctica el cambio y los que no pudieron hacerlo, al tiempo que permitía visualizar los esfuerzos de rediseño de imagen que, simultáneamente, acometieron numerosos diarios.

Dentro de las innovaciones que afectaron a la fase final de la producción del periódico, a partir de principios de los ochenta fue ya posible automatizar el transporte de las bobinas de papel desde los almacenes hasta las entradas de las rotativas. De hecho, esa posibilidad existía desde 1979, aunque en 1982 lo aplicó por primera vez un diario norteamericano y poco después el finlandés “Helsingin Sanomat”⁷². En esa misma década, la industria japonesa desarrolló la *total robot systems* (TSR) para el manejo de rotativas y que comprendía la casi totalidad de las funciones: carga automática de bobinas de papel, instalación de planchas impresoras y empalmado del papel a altas velocidades de rotación, etc. El primer diario en aplicar esa tecnología fue el “Nikon Keizei Shimbun”⁷³.

En contraste, y como muestra de las dificultades de amortización que suponía la reconversión del área de impresión de los diarios, hay que subrayar que aún a finales de los 80 un diario de la importancia del “Washington Post” -con 110 cuerpos de impresión en servicio- mantenía un nutrido grupo de rotativas tipográficas rectificadas (ocho de ellas transformadas en flexográficas) que coexistían con otras de offset (que, por cierto, presentaron algunos problemas al comienzo de su andadura, hacia 1982⁷⁴). En este sentido, es necesario señalar que el sistema flexográfico -aun cuando fue contemplado por muchos diarios estrictamente como un procedimiento de transición que alargara la vida de las rotativas tipográficas antes de pasar al offset- parecía haberse consolidado en la primera mitad de los ochenta como un sistema de impresión más para periódicos, y ello pese a que inicialmente constituyó un procedimiento para la impresión de envoltorios. Sus virtudes se resumían en el “efecto brillante de sus tintas” -que además no manchaban las manos de los lectores-, el rápido secado y los escasos márgenes de pérdidas de papel, que incluso conservaba mejor su blancura pese a exigir menor gramaje⁷⁵. Así, en 1988 media docena de periódicos italianos empleaban ese sistema, entre ellos “Il Gazzettino de Venecia” (un rotativo con una tirada de 150.000 ejemplares y 40 páginas, cuatro de ellas en color). Ese mismo año, el periódico norteamericano “Presidence Journal Bulletin” -con más de 200.000 ejemplares de tirada- se convertía en el primer diario de EE.UU. impreso enteramente en flexografía.

⁷² B.Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.70

⁷³ *Ibidem*, pag.70

⁷⁴ Ver pags. 6 a 8 del Anexo II

Simultáneamente, diarios de mayor envergadura, como “The Miami Herald” o el “San Francisco Examiner”, imprimían parte de sus páginas con rotativas flexográficas.

La razón de la pujanza de la flexografía -además de una calidad homologable al offset⁷⁶- se sitúa en las economías que suponía: un 30% menos en los costes de construcción de las rotativas (frente al offset), menos personal a su servicio, menor consumo de energía, admisión de papeles de baja calidad y menores pérdidas de papel⁷⁷. En este sentido, en un diario como el “Washington Post” la impresión íntegra en flexografía habría supuesto un ahorro de 13 millones de dólares al año⁷⁸. Todo ello en un contexto en el que el precio del papel se multiplicó por tres en algunos países europeos y por más de dos en Estados Unidos en el periodo comprendido entre 1973 y 1986⁷⁹.

Algunos ejemplos emblemáticos ilustran a la perfección los esfuerzos por aplazar la implantación del offset (a lo largo de la década de los setenta y comienzos de los ochenta) mediante el empleo de sistemas transitorios, a los que hay que añadir el DiLitho. Se trataba, en definitiva, de prolongar la vida de la maquinaria de impresión por relieve, pero a través de procedimientos que permitieran, al mismo tiempo, “explotar la fotocomposición y la composición en frío, sin los problemas de desperdicio y de alto coste de planchas que derivan de los métodos del offset”⁸⁰. De entre tales ejemplos de utilización de sistemas de transición, vale la pena destacar por su valor referencial -dada su envergadura como periódicos diarios- el caso de “Los Angeles Times” -un rotativo condicionado por el tamaño de su tirada y por el número de páginas a imprimir: hasta 900 en las ediciones dominicales-, o el de las cabeceras del grupo británico Birmingham Post & Mail (una de las cuales suponía más de 300.000 ejemplares diarios y múltiples ediciones) y el del propio grupo alemán Springer -editor del millonario “Bild”- que se planteó una solución de urgencia y “económicamente razonable” para adaptar el área de impresión tras el paso del plomo a la fotocomposición en 1976⁸¹.

Eso sí, el propio Smith pronosticaba⁸² que “en la década de 1980, ‘Los Angeles Times’ terminará [como así fue finalmente] por abandonar ese sistema singular y revolucionario de confección”, pues “la tecnología *offset* está reduciendo su costo y [ampliando] la durabilidad de las planchas, hasta el punto en que resultará económica incluso para aquellos periódicos que tengan

⁷⁵ B.Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.72

⁷⁶ Según Santinoli y Cases en “Las opciones de presente y futuro en la prensa escrita”, pag.350.

⁷⁷ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.72

⁷⁸ *L'Echo de la Presse et la Publicité*, 8-VII-1987, pag. III, citado por Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.72.

⁷⁹ *Ibidem*, pag.79

⁸⁰ Smith, Anthony, *Goodbye Gutenberg*, pags.125 y 126.

⁸¹ *Techniques de Presse*, enero de 1983, pag.15 y ver pags. 82 a 85 del Anexo II, así como la página 27 de este mismo capítulo, en la que se recogen las experiencias con otros procedimientos -por ejemplo, para lograr un entintado más uniforme y una reducción de las pérdidas de papel- como el Anilox

⁸² *Goodbye Gutenberg*, pag. 126.

ochenta páginas y un millón de ejemplares por día”. E idéntica reflexión realizaban los responsables técnicos del grupo Springer en relación con el sistema DiLitho adoptado provisionalmente “como una solución ideal a medio plazo”, pero no “como una verdadera solución de recambio para el offset”, cuya calidad de impresión no consideraban “comparable”⁸³. Y de ahí que a finales de 1983 el mismo grupo Springer emplazara “las mayores [instalaciones] de Europa en bobina para offset”⁸⁴. De hecho, lo que explicaba la utilización de sistemas intermedios era que el coste de transformación de una rotativa tipográfica para adaptarla al sistema DiLitho se cifraba en, al menos, una décima parte de lo que podía suponer una máquina nueva a principios de los ochenta⁸⁵, mientras que la conversión podía ser relativamente rápida (unas cinco semanas en el caso de “Birmingham Post”).

Además, algunos fabricantes interesados en seguir colocando en el mercado máquinas tipográficas de diseño relativamente reciente, se dedicaron a sobrevalorar los sistemas de transición, temerosos, además, de los efectos que sobre sus pedidos pudiese tener una psicosis de “espera” por parte de potenciales clientes, tentados de aplazar el recambio tecnológico en el área de impresión hasta que los inconvenientes del offset no quedasen definitivamente resueltos. Por ello, esos fabricantes no dejaban de argumentar en favor de las ventajas (básicamente económicas) de los sistemas de transición, presentándolos de hecho como opciones parejas al offset y tranquilizando a los editores frente al miedo a la precipitación “porque los cambios técnicos importantes [en el área de impresión] no se producen más que en el intervalo de muchas décadas, sin aniquilar brutalmente las técnicas existentes”, y, por eso, “las decisiones sobre nuevas adquisiciones no pueden ser aplazadas”⁸⁶.

Aun así, las experiencias de sustitución de la tipografía por el offset que algunos diarios de gran envergadura -como los de la corporación finlandesa Sanoma, con una tirada diaria superior a los 600.000 ejemplares⁸⁷- venían desarrollando desde finales de 1979, ofrecían, pese a los inconvenientes puntuales que supuso el insuficiente rodaje de algunos equipos (o la propia adaptación del personal), resultados globalmente positivos. Esos resultados se extendían tanto en lo que respecta a lograr aumentos de calidad [homogénea y constante], como en lo relativo a una mayor tirada y paginación sin incrementar la plantilla, y ello en un contexto de automatización y mejora de las condiciones de trabajo⁸⁸. Eso sí, hay que subrayar que en todos esos casos de sustitución precoz

⁸³ *Techniques de Presse*, enero de 1983, pag.18.

⁸⁴ Fernando Lallana, *La nueva identidad de la prensa*, pag. 247.

⁸⁵ *Techniques de Presse*, enero de 1983, pag. 17.

⁸⁶ Hans B. Bolza-Schünemann, directivo de la empresa alemana de fabricación de rotativas Koenig & Bauer, en *Techniques de Presse*, enero de 1983, pags. 26 y 27. Las páginas 58 y 59 del Anexo I ofrecen un resumen extenso de esta posición y el análisis de perspectivas sobre el que se sustentaba (que incluye los argumentos en sentido contrario).

⁸⁷ Ver Anexo I, pag.61, y Anexo II, pags.127 y ss.

⁸⁸ *Techniques de Presse*, enero de 1983, pag.4. Asimismo, en el Anexo II figuran varios ejemplos similares que confirman

de la tipografía por el offset, la decisión del cambio tecnológico se había adoptado varios años antes.

Finalmente -y como un ejemplo de los múltiples intentos de abaratar mediante fórmulas originales de reciclaje el cambio en el área de impresión-, vale la pena reseñar la experiencia del grupo norteamericano Gannet -editor de "USA Today"-, que cambió al offset a comienzos de los ochenta. Eso sí, a la vista de los problemas para amortizar los elevados costes que suponía reconvertir el área de impresión, esa empresa optó por transformar directamente unas rotativas tipográficas relativamente nuevas; una opción que, no obstante, presentó numerosas dificultades⁸⁹

La reconversión de la impresión incluyó, asimismo, una derivación no menos trascendental: la denominada impresión "multilocacional" o descentralizada (producto de los avances registrados en la fase de preimpresión y en las telecomunicaciones, como los circuitos telefónicos o los satélites que permitían enviar un facsímil del periódico para su confección y distribución en otras áreas). Esa innovación ha favorecido la expansión de la prensa nacional a través de ediciones locales, especialmente en países de gran extensión⁹⁰, y Díaz Nosty⁹¹ subraya que "el rápido desarrollo del primer diario de información vendido en todos los Estados Unidos, 'USA Today', no se entendería sin la satelización impresora en 30 plantas distintas", que vienen a cubrir radios de distribución de 300 kilómetros.

En definitiva, la creencia de que las pequeñas plantas producen más eficientemente y benefician la calidad final del producto explicaría parcialmente la extensión, desde mediados de la década de los ochenta, de la descentralización a países de Europa como Gran Bretaña (grupo Maxwell), Francia (grupo Hersant) o Italia ("Corriere della Sera", "La Repubblica"). Paralelamente, diarios japoneses, como el "Yomiuri Shimbun" y el "Asahi Shimbun", utilizaban en 1986 un sistema de "salida directa de ordenador a transmisión", denominado Perfect, que convertía en imagen codificada toda la información -textos y fotografías- y modulaba el láser de salida que actuaba sobre la película de la página o directamente sobre la plancha. Eso sí, la transmisión facsimilar debió superar los iniciales déficits (aún presentes a comienzos de los ochenta) de resolución -para satisfacer las exigencias de una impresión de calidad- y de velocidad -para la transmisión de páginas montadas, con vistas a su impresión-, condiciones indispensables para la

como en poco tiempo las innovaciones técnicas iban despejando el camino hacia una impresión en color de alta calidad o hacia configuraciones del diario consideradas complejas en cuanto a volumen y paginación.

⁸⁹ *Techniques de Presse*, enero de 1983, pag.14. Paralelamente, en el Anexo II se relatan otros casos similares de transformación directa y los problemas que presentó esta opción antes de obtener resultados satisfactorios, lo que sin duda disuadió a algunos editores de seguir fórmulas parecidas de "reciclaje".

⁹⁰ Sin embargo, y tal como se recuerda en 1.2., el proceso se puso en marcha en España -un país de extensión media- en la primera mitad de los ochenta y posteriormente ha sido utilizado con profusión por los grandes diarios de Madrid -"ABC" y "El Mundo", tras la iniciativa pionera de "El País"- para ampliar su difusión en el conjunto del Estado.

⁹¹ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.73.

utilización por los periódicos de los canales de comunicación en banda ancha. Asimismo, en un principio, los precios elevados de esos canales influían desfavorablemente en su empleo para la impresión a distancia (tal como se describe en el anexo II).

Asimismo, en 1982 la mayoría de los sistemas de transmisión facsimilar depositaban todavía la página sobre película. La posibilidad de hacerlo directamente sobre una plancha de impresión, con la supresión de la fase correspondiente a la película, debía contemplarse en ese momento con prudencia, a la luz de las limitaciones de los propios sistemas de salida directa sobre plancha, tanto en cuanto a los tiempos exigidos como en lo relativo a los gastos que exigía una instalación adecuada⁹²

En cuanto al dilema entre línea telefónica o satélite, Brian A. Lawrence, director técnico del “Financial Times”⁹³, recordaba que, desde el punto de vista económico, una línea telefónica ordinaria entre Londres y Ginebra costaba alrededor de 45.000 dólares por año, con una capacidad de transmisión en torno a 50.000 bits/segundo, y, en cambio, el alquiler de una conexión por satélite entre California y Nueva York costaba únicamente 4.000 dólares, con una capacidad de transmisión de hasta 1 millón de bits por segundo. De hecho, la capacidad de los sistemas de transmisión por satélite crecía en 1982 a razón de un 25% anual. Además, un satélite podía cubrir una zona bastante extensa, lo que daba una cierta libertad en la elección del punto donde instalar las antenas de recepción. De hecho, a comienzos de los ochenta, los satélites ya eran ampliamente utilizados en Estados Unidos. En cambio, en Europa la multitud de lenguas y el parcelamiento de las unidades geográficas frenaban su desarrollo. Pese a ello, el mercado potencial de los sistemas por satélite era importante, máxime si se tiene en cuenta que el concepto de impresión descentralizada se había convertido en una opción barajada por muchos rotativos. Y es que si los satélites permitían realizar, suprimiendo las limitaciones de velocidad, la transmisión facsimilar de páginas enteras, el procedimiento se abarataría forzosamente. Por tanto, si el alquiler de circuitos de

⁹² Brian A. Lawrence, director técnico del “Financial Times”, *Techniques de Presse*, número de noviembre de 1982, pag.23, y ver páginas 66 y 67 del Anexo I. Desde un punto de vista retrospectivo, el procedimiento de transmisión facsimilar de las páginas montadas a las plantas satélites lo aplicó por primera vez el “Asahi Shimbun” en 1959, mientras que “The Wall Street Journal” empezó a emplear un sistema analógico en 1960. Asimismo, en 1967 se produjo la primera transmisión facsimilar mediante un satélite -que quince años después podía costar hasta una décima parte de una línea telefónica y ofrecer una capacidad de transmisión veinte veces mayor, según se especifica en el punto 1.1.2.4.7. del Anexo I-, a través de un transmisor similar al empleado para enviar fotografías. Cuatro años antes, en 1963, el flujo facsimilar había empezado a ganar en definición y velocidad (al reducirse a cinco minutos por página), y a finales de los ochenta -mediante las técnicas de compresión de la información digitalizada- la velocidad de envío de una página se había reducido a un minuto, en un contexto de alta definición y calidad gráfica. Desde el punto de vista del calendario, a finales de los 60, la experiencia facsimilar se extendió a Europa, y en concreto a Gran Bretaña (“Manchester Guardian”) y Suecia (“Aftonbladet”).

⁹³ *Techniques de Presse*, número de noviembre de 1982, pag.23

transmisión por satélite llegaba a ser económico, la impresión descentralizada para facilitar la recepción en diferentes puntos podría llegar a ser muy provechosa, como así ocurrió.

En cualquier caso, esa descentralización de la impresión ha sido un factor añadido en favor del offset, pues “la copia facsimilar recibida, reproducida en soporte fotográfico, era idónea para su traslación sobre la plancha impresora fotosensible”⁹⁴. Además, y pese a las dificultades iniciales ya señaladas, la experiencia ha venido demostrando que una planta satélite es rentable a partir de transferencias de tirada de 20.000 o incluso menos ejemplares (especialmente si la transmisión se produce a través de satélites, y no mediante conducción telefónica o enlaces por microondas), lo que se produce merced a los ahorros de transporte y a los ingresos por la publicidad añadida de carácter local (sin olvidar que la rentabilidad incluía muchos casos en los que, gracias a la transmisión facsimilar, un rotativo había podido enajenar a buen precio sus talleres situados en el centro de la ciudad, y sustituirlos por una moderna planta industrial en la periferia, mucho más barata⁹⁵. De hecho, a finales de los 80 era ya posible enviar páginas montadas, salidas del ordenador, hacia un periférico de grabación directa de planchas situado en las plantas descentralizadas⁹⁶.

Por último, la automatización de las salas de expedición que posibilitaba la nueva tecnología se había convertido en una necesidad agudizada por los creciente volúmenes de papel -entre preimpresos y el propio diario-, que muchas ediciones dominicales (incluido el diario objeto de la presente investigación) exigían manipular. En este sentido, la renovación perseguía reducir tiempos y precios de producción, ya que, por ejemplo, ente 1975 y 1986, el trabajo de manipulado se elevó en casi un 100% en la prensa de Estados Unidos, y los encartes crecieron en un 206%, hasta suponer más del 25% de los ingresos publicitarios⁹⁷. La automatización del cierre permitió la adición simultánea y en línea de los productos complementarios, bien suministrados desde bobinas previamente impresas, bien añadidos como productos ya plegados (ya que su volumen impedía su impresión simultánea a la del conjunto del diario, como ocurría en el caso de “La Vanguardia”). El caso del “Bangor Daily News”⁹⁸ es ilustrativo, ya que fue uno de los primeros rotativos en experimentar antes de 1980 con máquinas de encarte automático, a velocidades de 22.000 ejemplares la hora por cada una de sus “bocas” de entrega, con un límite de 96 páginas. Este diario, aunque de circulación pequeña (menos de 100.000 ejemplares), tenía previsto ahorrar en los cuatro

⁹⁴ Nosty, *ob.cit.*, pag.75

⁹⁵ Los casos concretos que confirman esta estrategia se encuentran en las pags.37, 39 y, sobre todo, 42 del Anexo II.

⁹⁶ Benjamin Compaine, *The Newspaper industry in the 1980s*, pag.157, citado por Díaz Nosty en *ob.cit.*, pag.76. Para conocer algunas experiencias con valor referencial relativas al impacto de la transmisión facsimilar sobre la dinámica y las magnitudes globales de un diario -incluida la rentabilidad-, así como las dificultades y limitaciones que planteó en su momento la descentralización en su conjunto, ver pags. 3, 7, 21, 32, 40, 41, 42, 83 a 86, 91, 108, 109, 110 y 127 del Anexo II, y pags. 37 y 66 a 68 del Anexo I.

⁹⁷ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pags.77 y 109.

primeros años de funcionamiento del sistema el coste de la maquinaria, ya que la reducción de la plantilla en una “noche de encarte” podía ir desde los 34 empleados a 20 (es decir, hasta un 40% de la plantilla).

1.1.3.4. Los factores locales de la reconversión en el contexto internacional

La diversidad de calendarios que se registró en el arranque y en la primera fase de la reconversión (composición y electrificación de las redacciones) entre Estados Unidos y Europa respondió también a factores que iban más allá de los rasgos exclusivos de los diarios. Es decir, a factores como la propia tradición empresarial de la prensa estadounidense o el distinto grado de desarrollo del mercado audiovisual a ambos lados del Atlántico. En concreto, y desde el punto de vista de la organización global y del concepto empresarial de los diarios, el reto de preservar la competitividad de la prensa escrita en un contexto de eclosión de los medios audiovisuales, generó estrategias relativamente distintas -o, más exactamente, asincrónicas- en la prensa norteamericana y en la europea occidental⁹⁹. Así, “en Estados Unidos, los grupos de prensa, dada su gran capacidad financiera, pudieron iniciar un proceso de diversificación de su actividad desde principios de los años setenta”, algo que hicieron ante “el temor a que las empresas ajenas al sector de las comunicaciones que mantenían redes de transmisión de datos (...) decidiesen utilizar sus redes y su infraestructura para canalizar información”. Ese temor “aceleró en Estados Unidos la introducción de la nueva tecnología y la consecuente transformación de las empresas de prensa en empresas [proveedoras] de información y comunicación global”. Curiosamente, éste es un proceso que también se produjo en España en torno a las cadenas de televisión privadas y del que, asimismo, participó “La Vanguardia”, aunque con bastantes años de retraso. La perspectiva que justificaba esta orientación se amparaba en que “los nuevos esquemas publicitarios priorizan a los grupos multimedia”, ya que “los grandes grupos publicitarios prefieren optar por quien puede ofrecer una cadena multimedia que permita vehicular globalmente una campaña”¹⁰⁰.

En definitiva, más allá de la asincronía como rasgo diferenciador básico del proceso de modernización en EE.UU. con respecto al de Europa occidental, en ambos casos “la respuesta del sector prensa [al reto de su propia supervivencia] ha pasado principalmente por su propia estructura, modificando ampliamente su organización económica, su gestión, su distribución, su

⁹⁸ Anthony Smith. *Goodbye Gutenberg*, pag.196.

⁹⁹ “El nuevo marco de la comunicación mundial”, dentro de la obra de Eduardo Giordano y Carlos Zeller, *Europa en el juego de la comunicación global*, pags.48 y 49.

concepción informativa y su estética, e introduciendo progresivamente el color y diversificando los contenidos con suplementos temáticos”¹⁰¹. El problema a uno y otro lado del Atlántico fue que ese “proceso de reconversión tecnológica y de gestión no está[ba] al alcance de todos los medios, ni mucho menos. En la práctica, la racionalización de las estructuras de la prensa en toda Europa occidental se ha traducido, al final, en una mayor concentración de todo el sector”¹⁰², pues “sólo los grupos con gran poder financiero han podido desarrollar verdaderas estrategias industriales, introduciendo masivamente la informática y las nuevas tecnologías de impresión” (o desarrollando en paralelo estrategias multimedia). Ese proceso de concentración supuso en el caso norteamericano que “entre 1982 y 1986, y sólo en los periódicos de más de 100.000 ejemplares de tirada, se registraron cambios de titularidad en la propiedad por valor de más de 3.000 millones de dólares”¹⁰³.

Ahora bien, para definir la magnitud y orientación del conjunto de cambios y sopesar la influencia de los factores locales en el ritmo de la modernización tecnológica, es necesario aludir a la experiencia concreta de cada país. Este capítulo se desarrollará, no obstante, a través de dos líneas paralelas. Por un lado, en los puntos siguientes se ofrecerá un relato de la experiencia reconvertora de los principales estados -y del contexto en el que ésta se produjo-, con mención específica de aquellos casos representativos o que puedan ser útiles como referencia para el objeto de estudio. Por otro lado, y a través del anexo II, se incluye una extensa enumeración de casos concretos, que, además de ampliar el universo de referencias en el que puede mirarse “La Vanguardia”, permiten contrastar empíricamente las conclusiones relativas a los plazos del calendario tecnológico que figuran en las conclusiones del apartado 1.1.3.

1.1.3.4.1. La experiencia norteamericana

En 1985 -un año que puede considerarse el ecuador de la reconversión tecnológica de “La Vanguardia” y de muchos otros diarios europeos-, las cifras de difusión de los principales periódicos norteamericanos reflejaban una realidad cuantitativamente homologable a la de algunos países de Europa, pese a que el índice de difusión (280 periódicos por cada 1000 habitantes) era bastante inferior al de Gran Bretaña o Alemania, y pese al hecho, también, de que el diario de mayor tirada en EE.UU. quedaba bastante lejos de la difusión de que disfrutaban los principales

¹⁰⁰ *Ibidem.*, pag.50.

¹⁰¹ “El nuevo marco de la comunicación mundial”, en *Europa en el juego de la comunicación global*, de Eduardo Giordano y Carlos Zeller, pag.49.

¹⁰² *Ibidem.*, pag.50.

¹⁰³ *Ibidem.*, pag.51.

rotativos alemanes o británicos. Sin embargo, la realidad norteamericana era muy distinta de la europea en lo cualitativo -al menos en lo que se refiere a áreas de difusión del periódico, muy focalizadas y mayoritariamente en régimen de monopolio-, y en conjunto escasamente comparable a la escualida realidad española y catalana en que se inscribe la reconversión del objeto estudio del caso. Así, en 1985, cinco periódicos norteamericanos disfrutaban de una difusión superior al millón de ejemplares (que alcanzaba casi los dos millones en el caso de “The Wall Street Journal”), y diez más se situaban entre el medio millón y una cifra superior a los 900.000 ejemplares¹⁰⁴, todos ellos con ediciones dominicales cuya masa de papel podía superar los dos kilos de peso. El panorama se completaba con un total de 1.676 periódicos, cuya circulación se elevaba -siempre en 1985- a más de 62 millones de ejemplares diarios. Ello suponía un 25% de todos los diarios del mundo. Eso sí, el mercado de la prensa en EE.UU. aparecía dominado por periódicos de ámbito regional o local, con más de 600 rotativos con una difusión que se situaba por debajo de los 10.000 ejemplares diarios, y más de 1000 que se editaban en localidades cuya población no supera los 50.000 habitantes.

Las cifras de 1977¹⁰⁵, año en que muchos diarios estadounidenses -a diferencia de sus homólogos europeos- ya se habían adentrado en la senda de la modernización técnica, no eran sustancialmente distintas. En ese momento, existían 353 diarios de mañana -con una tirada global cercana a los 27 millones de ejemplares, sobre una paginación media de 59 páginas- y 1.433 de tarde (una proporción bien distinta de la existente en Europa y España), con una tirada total de casi 35 millones ejemplares y una paginación media de 50 páginas. Los periódicos dominicales se elevaban a 665 y su difusión rondaba los 52 millones de ejemplares; eso sí, con una paginación media sensiblemente superior: 177 páginas. Por lo que se refiere a los niveles de difusión, en 1977, 36 diarios vendían más de 250.000 ejemplares; 83 difundían entre 100.000 y 250.000; 131, entre 50.000 y 100.000, y los más de mil rotativos restantes tenían tiradas menores a los 50.000 ejemplares.

Paralelamente, los diarios de EE.UU. disfrutaban del hecho de que “más del 70 por ciento de la inversión mundial en publicidad se concentra en Estados Unidos”¹⁰⁶, de modo que no resultaba extraño que algunos periódicos “cubran sus páginas de publicidad en porcentajes que van desde el 50 hasta el 80 por ciento”. Así, el “Miami Herald” llegaba a dedicar un 70% de su espacio a la publicidad, un porcentaje similar al de “Los Angeles Times”, mientras que “The New York Times” lo superaba¹⁰⁷. En conjunto, la inversión publicitaria en la prensa diaria se elevó a casi 30.000 millones de dólares en 1987, y las previsiones la situaban en más de 50.000 en 1991, de

¹⁰⁴ Eduardo Giordano y Carlos Zeller, *Europa en el juego de la comunicación global*, pag.58, y Bernardo Diaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pags.102 y 103.

¹⁰⁵ D.Wolton y J.L. Lepigeon, *L'information demain*, pag.53.

¹⁰⁶ Giordano y Zeller, *Europa en el juego de la comunicación global*, pags.60 y 61.

¹⁰⁷ *Ibidem*, pag.61.

modo que por término medio los ingresos publicitarios suponían más del 80 por ciento de las entradas¹⁰⁸ (es decir, un porcentaje infinitamente superior al que representaban las ventas y suscripciones, pese a que el número de suscriptores de un diario norteamericano [800.000 en el caso de “Los Angeles Times”] se encontraba a años luz de las cifras que registraban sus homólogos europeos, y un buen ejemplo es “La Vanguardia”, con menos de 100.000 en sus mejores tiempos). Ahora bien, el escaso peso financiero de la venta se explicaba al mismo tiempo por el bajísimo precio de los diarios.

En cualquier caso, esa privilegiada situación no impidió, sin embargo, un proceso de reducción de cabeceras -a veces por la vía de la fusión o integración- que, por ejemplo, en Nueva York redujo el número de diarios en 1987 a sólo tres, cuando veinte años antes eran ocho¹⁰⁹, una evolución que -pese a las extraordinarias diferencias de partida- también se produjo en el entorno más próximo de “La Vanguardia”.

La realidad estadounidense presentaba, además, otros rasgos significativos. Por ejemplo, la extraordinaria concentración, que se expresaba en la existencia de grupos como Gannett -el editor de “USA Today”-, que controlaba en 1985 cerca de 100 periódicos -frente a 77 apenas ocho años antes- y empleaba a 36.000 trabajadores, después de haber absorbido sólo en cuatro años publicaciones que sumaban más del millón de ejemplares¹¹⁰.

De hecho, una docena de grupos controlaban 400 cabeceras y más de 40 millones de ejemplares diarios (el 65% de la tirada global), y en 1987 sólo quedaban 500 diarios independientes¹¹¹. Diez años antes, en 1977, existían 167 grupos de prensa, aunque los veinte más importantes -que incluían, además de los ya citados, el Times Mirror (“Los Angeles Times”), el “Washington Post” y “The New York Times”- imprimían más de la mitad de los casi 62 millones de ejemplares diarios¹¹².

Paralelamente, esa realidad se completaba con el hecho de que muy pocos de los casi 1.700 periódicos norteamericanos disponía de medios para cubrir la información que insertaba en sus páginas. De hecho, eran las dos grandes agencias (UPI y AP) y los seis o siete primeros diarios quienes suministraban (mediante diversas fórmulas de abono a sus *news service*, como los que tenían montados en común “Washington Post” y “Los Angeles Times”, o “The New York Times” en

¹⁰⁸ Bernardo Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pags.107 y 108.

¹⁰⁹ *Ibidem*, pag.103.

¹¹⁰ Giordano y Zeller, *Europa en el juego de la comunicación global*, pag.62, y D.Wolton y J.L. Lepigeon, *L'information demain*, pag.64. Otros grupos -que por lo general participaban en el negocio editorial y/o en el televisivo- eran el Knight Ridder (segundo del país, tras Gannett); Dow Jones&CO., que editaba el diario de mayor tirada de EE.UU. (“Wall Street Journal”, con ediciones para Asia y Europa); el mítico Hearst (que editaba quince periódicos y 13 revistas, y poseía tres estaciones de televisión) y el New House (que editaba 26 diarios que sumaban más de tres millones de ejemplares).

¹¹¹ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.104.

¹¹² D.Wolton y J.L. Lepigeon, *L'information demain*, pag.53.

solitario)¹¹³ la información nacional e internacional a la mayor parte de diarios, revistas y estaciones de radio y televisión.

De hecho, menos de un tercio de los periódicos y únicamente un 5% de las estaciones de televisión disponían de un corresponsal en la capital federal¹¹⁴. Tal vez porque “lo que en algunos países europeos aparece como ediciones zonales de un mismo periódico, en Estados Unidos se localiza en diarios diferenciados en la denominación de sus cabeceras”, aunque en manos de un mismo grupo¹¹⁵. En cualquier caso, ya a finales de la década de los setenta se daba una cierta simbiosis en la propiedad de diarios y cadenas de radio y/o televisión. Así, en 1978, 256 diarios pertenecían a grupos con emisoras de radio en la localidad donde se editaban, mientras que 160 televisiones comerciales dependían de diarios. Por ejemplo, el diario de mayor difusión en 1977 (con más de dos millones de copias diarias), “The New York Daily News”, era propietario de una emisora de radio y de otra de televisión, lo mismo que el “Chicago Tribune” o “Washington Post”.

En conjunto, la renovación tecnológica resultó clave para afianzar a la prensa norteamericana frente a la crisis de los 70, ya que consolidó su rentabilidad y permitió atender a las mayores exigencias de los anunciantes y a las preferencias culturales de los lectores¹¹⁶. Las cifras destinadas a inversión en nuevos equipos son elocuentes, ya que pasaron de 200 millones de dólares en 1978 a casi 800 en 1984¹¹⁷, y se elevaron aún más a partir de 1985 cuando comenzó la renovación de los sistemas de impresión, ya que hasta entonces el proceso se había centrado en las redacciones electrónicas (que suponían en 1986 un parque de más de 60.000 videoterminals). Hay que subrayar, sin embargo, que esa última fase de la reconversión (tal como ya se ha señalado anteriormente) coincidió con una etapa en que los márgenes de beneficios se dispararon (y alcanzaron, por ejemplo, el 19% en 1986¹¹⁸, un margen que vale la pena comparar con los misérrimos porcentajes –de en torno al 2%– que se habían registrado en muchos periódicos europeos hasta la primera mitad de la misma década), y ello pese a que las ventas permanecieron prácticamente estancadas. En cambio, la notable reducción de empleo que en principio suponía la renovación tecnológica, se vio neutralizada por los incrementos en el volumen de papel impreso, de modo que entre 1975 y 1986 el número de trabajadores de la prensa pasó en EE.UU. de 376.800 a 461.300. Aunque, eso sí, el crecimiento más espectacular se produjo entre el personal de redacción

¹¹³ En el umbral de los ochenta, el *news service* más importante lo formaba una selección de textos informativos a partir de artículos y despachos de “Los Angeles Times”, “Washington Post” y “Newsday”. El material se vendía como un servicio de agencia, y a finales de los setenta se recibía mediante télex (alrededor de unas 18 horas diarias) por parte de 200 clientes en los EE.UU. y más de cien en el extranjero.

¹¹⁴ Giordano y Zeller, *Europa en el juego de la comunicación global*, pag.63.

¹¹⁵ Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pag.103.

¹¹⁶ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.104.

¹¹⁷ *Ibidem*, pag.105.

¹¹⁸ *Ibidem*, pag.105.

(como consecuencia de la zonificación, los suplementos o la mayor cantidad de información especializada), que pasó de 43.000 empleados a 53.800 entre 1978 y 1984.

De la precocidad de la prensa norteamericana para avanzar en el camino de la modernización da fe el hecho de que en 1978¹¹⁹ sólo 90 diarios, sobre 1786, se imprimían aún en plomo -y más de 1250 en offset-, pese a que los grandes periódicos -como “The New York Times” y el “Washington Post” - utilizaban aún rotativas tipográficas (por lo general readaptadas a sistemas de transición como el Dilitho o el Letterflex). Por esas mismas fechas, la fotocomposición se había generalizado en el conjunto de la prensa norteamericana, mientras que las redacciones presentaban un sensible nivel de informatización, ya que registraban un parque de 13.000 vídeoterminals (en base a 19 sistemas distintos) sólo en 1978. Esa irrupción de la electronización impuso de forma inevitable una nueva organización del trabajo, de modo que, por ejemplo, la publicidad -que ha venido suponiendo en torno al 70% de la superficie total de los diarios estadounidenses- era introducida por los trabajadores del taller, aunque en la mayoría de los casos a través de un instrumental de última generación (como pantallas que permitían tanto la realización gráfica de grandes anuncios como de páginas enteras de clasificados y económicos).

Por su parte, los nuevos útiles empujaron a los redactores a exigir toda la responsabilidad sobre el trabajo redaccional (introducción y gestión de textos, preparación de maquetas y, ya con vistas a las posibilidades técnicas que prometían los años 80, puesta en página sobre pantalla); es decir, la totalidad de las tareas que abarcan desde el primer impulso en la confección del original hasta su salida de la fotocomponedora, o lo que es lo mismo: el conjunto de fases que la era del plomo reservaba a la imprenta. Se trataba de una situación nueva que suponía, además, que el periodista podía ejercer un control permanente sobre el contenido redaccional. Y esa imparable realidad norteamericana iba forzosamente a marcar las pautas de futuro del resto de la prensa¹²⁰.

1.1.3.4.2. La experiencia europea

1.1.3.4.2.1. El contexto de la reconversión en Gran Bretaña

Una de las principales características de la prensa inglesa ha sido su elevado índice de difusión -que se refleja en el hecho de que tres de cada cuatro adultos lee regularmente un periódico local o regional¹²¹-, de modo que a mediados de la década de 1980 la tirada global de los diarios

¹¹⁹ D.Wolton y J.L. Lepigeon, *L'information demain*, pag.53.

¹²⁰ *Ibidem*, pags. 54 y 55.

¹²¹ Gary Cullum, “La prensa en Gran Bretaña”, Revista de la AEDE, número extraordinario de 1987.

superaba los 23 millones de ejemplares (y ello pese a haber perdido casi dos millones de ejemplares en relación con la media de la década anterior, situada en torno a los 25¹²², lo que no impedía que la tasa británica de circulación de periódicos sólo fuese superada en Europa occidental por los países escandinavos y la antigua Alemania comunista). Asimismo, otra de las características distintivas -aunque no exclusivas- de la prensa británica estribaba en las tiradas millonarias de algunos de los diarios londinenses (que se situaban en torno a cuatro o cinco millones de ejemplares, con lo que ello suponía de exigencias operativas)¹²³, aunque lo cierto es que se trataba de rotativos sensacionalistas (ocho de los cuales sumaban en 1987 trece millones de ejemplares), mientras que la llamada prensa seria registraba tiradas mucho más modestas. En cuanto a las ediciones dominicales, uno de los rasgos singulares de los periódicos británicos ha venido siendo la autonomía de tales ediciones, con nombres distintos y tiradas muy superiores a las de sus homólogos diarios.

Por lo que se refiere a la propiedad, en la primera mitad de los años 80 la prensa inglesa estaba en manos de grandes grupos editoriales con intereses en radio y televisión, y presentaba un importante nivel de concentración¹²⁴. Además, en el caso concreto de la prensa londinense, un 80% de los rotativos cambiaron de manos entre 1980 y 1985, un periodo en el que los propietarios tradicionales (generalmente familias) no creían en las posibilidades de reconvertir tecnológicamente y rentabilizar los avejentados diarios¹²⁵.

Eso sí, pese a la inevitable saturación del mercado y a la elevada concentración, durante el periodo que nos ocupa aparecieron nuevos diarios, como “Today” -un diario popular que acabó en manos de Murdoch- o “The Independent”, y también se produjeron sonoros fracasos como el “London Daily News”, un periódico “de circulación continua” impulsado por Robert Maxwell, que

¹²² Giordano y Zeller, *Europa en el juego de la comunicación global*, pag.80.

¹²³ Con respecto a la difusión de los principales rotativos, hay que subrayar que en la segunda mitad de la década de los ochenta trece diarios londinenses “alcanzaban la circulación más alta del mundo: más de 15 millones de ejemplares” (según Giordano y Zeller, *Europa en el juego de la comunicación global*, pag.80), y de ellos, ocho -los más populares- sumaban una tirada de 13 millones

¹²⁴ Por ejemplo, el australiano Rupert Murdoch ha llegado a controlar más del 30 por ciento del mercado, mientras que el grupo Maxwell dominaba más del 15%. En concreto, y sobre datos referidos a la segunda mitad de la década de los ochenta (*Europa en el juego de la comunicación global*, pag.80), “cinco grandes cadenas [controlaban] la casi totalidad de los diarios nacionales, mientras que la prensa regional [solía] pertenecer a grupos monopólicos (...) o bien [estaba] controlada por las grandes cadenas nacionales”. Respecto a la titularidad de los medios, cabe subrayar que el grupo Murdoch -con periódicos, editoriales o cadenas de radio y televisión en Estados Unidos, Asia y Australia- poseía el diario de mayor tirada mundial en lengua inglesa, “The Sun” (un diario sensacionalista con una difusión superior a los cuatro millones de ejemplares), además de “The Times” (con una tirada máxima de 467.000) y del citado “Today” (por encima de los 300.000). Por su parte, Robert Maxwell -cuyo grupo también participaba en negocios editoriales, de impresión y de televisión en Europa, Estados Unidos, Asia e incluso África- poseía el “Daily Mirror” y media docena más de periódicos que sumaban más de 40 millones de ejemplares por semana (entre ellos, el escocés “Daily Record”, con 750.000 ejemplares de tirada, y el dominical “Sunday Mail”, con 825.000, según cifras correspondientes a la segunda mitad de la década de los 80, citadas por Díaz Nosty, en *ob.cit.*, pag.120). De entre el resto de cabeceras cabe destacar “The Guardian” (con una tirada superior a los 450.000 ejemplares) y “The Independent” (nacido en 1986 y con una difusión cercana a los 400.000 ejemplares, conseguida parcialmente a costa de sus más directos rivales: “The Times” y “The Guardian” -*ibídem*, pag.120).

pretendía romper el monopolio del único diario vespertino londinense (el “London Evening Standard”).

Además de la prensa nacional -editada esencialmente en Londres y mayoritaria con respecto a la difusión de la prensa regional, al contrario, por ejemplo, de lo que ha venido ocurriendo en Francia-, en Gran Bretaña existía una prensa de ámbito regional -más dinámica desde el punto de vista de la renovación tecnológica-, generalmente vespertina (puesto que los diarios de tarde suponían más del 75% de su difusión), con una tirada global en torno a los siete millones de ejemplares y que englobaba a un centenar de periódicos. Las cabeceras más relevantes eran, entre los vespertinos, el “Manchester Evening News” y el “Express and Star” (con más de 300.000 ejemplares de difusión), el “Birmingham Evening Mail” (con más de 279.000) y el “Liverpool Echo” (211.000). Los principales matutinos no alcanzaban, en cambio, los cien mil ejemplares de difusión¹²⁶.

Asimismo, la prensa convencional tuvo que convivir con un fenómeno significativo en Gran Bretaña durante la década de los ochenta: la extraordinaria expansión de la prensa gratuita, que alcanzaba en 1986 una tirada semanal conjunta de 36 millones de ejemplares y englobaba en esa época a unos 840 periódicos (950 en 1987), generalmente de aparición semanal, financiados exclusivamente por la publicidad.

En cualquier caso, la década de los ochenta supuso para la prensa británica convulsivos movimientos de concentración y renovación tecnológica -ciertamente paralelos a otros que, aunque de menor envergadura, se produjeron en algunos países, incluido España- que quedan perfectamente ilustrados con algunos datos. Así, el magnate Robert Maxwell -un inmigrante de origen Checoslovaco- pagó en 1984 26.000 millones de pesetas por el Grupo Mirror (cuyo principal periódico era el popular “Daily Mirror”, de tendencia laborista y con una difusión superior a los tres millones de ejemplares diarios), mientras que David Stevens, un banquero propietario del grupo de prensa United Newspapers, desembolsó 73.000 millones de pesetas, un año después, por la compra del grupo Fleet Holdings, con negocios en la televisión, el mundo editorial y la distribución de publicaciones¹²⁷. Sin embargo, las operaciones más polémicas las protagonizó Rupert Murdoch, que -en el caso del diario “Today”- logró burlar las leyes antimonopolio británicas con el apoyo del Gobierno conservador de Margaret Thatcher¹²⁸.

¹²⁵ Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pag.124.

¹²⁶ De entre ellos, el “Yorkshire Post” (93.000) y “Eastern Daily Press” (91.000). Los datos de difusión proceden de Giordano y Zeller, *Europa en el juego de la comunicación global*, pag.82; Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pag.115, y Gary Cullum, “La prensa en Gran Bretaña”, *Revista de la AEDE*, número extraordinario de 1987, pag. 159.

¹²⁷ Giordano y Zeller, *Europa en el juego de la comunicación global*, pag.84 y Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.121.

¹²⁸ *Europa en el juego de la comunicación global*, pags.84 a 95.

Estos movimientos se acompañaron de desembolsos millonarios -que en 1988 se elevaban ya a más de diez millones de libras, aun cuando la previsión inicial superaba los 50 millones de libras¹²⁹- destinados a renovar las instalaciones e indemnizar los despidos masivos, con el objetivo de reducir más de 13.000 empleos -sobre un total de 30.000- y de acometer una reconversión tecnológica capaz de cuadruplicar sólo en un año (de 1987 a 1988) los beneficios empresariales¹³⁰. Lo curioso del caso británico, sin embargo, es que, pese a la magnitud de estas operaciones, las previsiones de futuro seguían siendo inquietantes con relación a las necesidades de personal, ya que tras la conflictiva primera fase de la reconversión, los editores preveían una nueva reducción de puestos de trabajo hacia 1990, de forma que los diarios británicos llegasen a funcionar ese año con “una tercera parte de los trabajadores que empleaban en 1985”¹³¹.

En este sentido, cabe subrayar que la estrategia reconversora de Murdoch ya provocó en 1986 “las más ensañadas huelgas de la prensa británica que muchos recuerdan”¹³², marcadas por enfrentamientos diarios, durante más de un año, entre la policía y los más de seis mil trabajadores afiliados a los sindicatos impresores (la National Graphical Association y la SOTAG 82) que, desde posiciones intransigentes frente a la introducción de nuevas tecnologías y los costes sociales que suponían, intentaban impedir que el magnate australiano siguiera imprimiendo sus diarios¹³³ en su “fortaleza” de Wapping con el concurso de periodistas y electricistas.

De hecho, el abandono de Fleet Street por parte de los principales diarios nacionales británicos -proceso del que Murdoch fue un pionero y que se produjo entre 1986 y 1988- permitió financiar holgadamente las costosas inversiones que exigía la informatización y modernización de talleres y redacciones, lo que se llevó a cabo con el dinero obtenido de la venta de los antiguos inmuebles en un momento de boom inmobiliario, al que se sumó el derivado de la ampliación de capital de la agencia Reuter, en la que participaban la mayoría de los periódicos británicos. Y al mismo tiempo, esa sustitución de instalaciones vetustas por modernas plantas industriales supuso una nueva etapa, que iba más allá del mero cambio tecnológico, ya que afectó a la imagen, los contenidos y los lenguajes de los tradicionales rotativos, amén de cambiar radicalmente la mentalidad de patronos y trabajadores¹³⁴. A caballo de la nueva tecnología y del objetivo de lograr mayores ingresos publicitarios, los propietarios de los principales periódicos británicos

¹²⁹ Macu Alvarez, Revista Telos, número de junio-agosto de 1989, pag.116.

¹³⁰ Giordano y Zeller, *Europa en el juego de la comunicación global*, pag.85.

¹³¹ *Ibidem*, pag.95.

¹³² *Ibidem*, pag.95.

¹³³ En esa planta, Murdoch imprimía los 467.000 ejemplares de “The Times”, los cuatro millones de “The Sun”, el millón cien mil de “Sunday Times” y los casi cinco millones de ejemplares de “News of the World” (Martín Aguado, *Tecnologías de la información impresa*, pag.76)

¹³⁴ B.Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pag.114.

promovieron en la segunda mitad de la década de los ochenta la introducción del color y la inserción de anuncios ya confeccionados o incluso de suplementos completos.

Ese conjunto de cambios intentaba terminar con una crisis de la prensa británica, que se había empezado a manifestar en la segunda mitad de la década de los sesenta, aunque no se hizo insoportable hasta la década siguiente (cuando en sólo nueve años la prensa londinense experimentó una caída del 7%, mientras que entre 1980 y 1981 el conjunto de la industria periodística británica sufrió un retroceso del 10%¹³⁵, a lo que había que sumar una competencia creciente de la prensa regional, la radio y la televisión, de manera que entre 1960 y 1976 el volumen de publicidad que insertaban los diarios nacionales se redujo del 20% al 16,6%, en paralelo a una sensible reducción de los beneficios generados por la publicidad¹³⁶). Sirva como ejemplo el hecho de que todavía a mediados de los ochenta un grupo de la envergadura del Mirror (cuyo buque insignia, el “Daily Mirror”, vendía diariamente millones de ejemplares) registró un beneficio de un millón de libras sobre unas ventas de 260. Es decir, en general, el margen de beneficios no pasaba del 2% del volumen del negocio y los costes de producción no bajaban del 25% del presupuesto¹³⁷.

Ahora bien, al mismo tiempo, la resistencia sindical a la pérdida de empleos o a la invasión de otros colectivos en lo que venían siendo las actividades tradicionales del taller, alcanzó dimensiones emblemáticas en Gran Bretaña, donde por este motivo la reconversión sufrió un sensible aplazamiento. Y ello pese a que en 1977 se constituyó una “Comisión Real” (la tercera desde el final de la II Guerra Mundial) que abogaba decididamente por la renovación tecnológica como única salida. De hecho, a principios de 1979 todos los grandes diarios londinenses se fabricaban todavía en plomo, salvo excepciones como el “Daily Mirror”, que empezó a utilizar el material más moderno de fotocomposición a partir de mediados de 1978¹³⁸. Es más, ya en 1975, Rex Winsbury, un periodista especializado en analizar la situación de los medios de comunicación y encargado de estudiar la experiencia americana, resumía las ventajas de la renovación tecnológica en parámetros que iban más allá del ahorro, ya que la modernización recortaba el poder sindical dentro de la empresa (especialmente agudo en el ámbito de la contratación), puesto que disolvía un esquema de oficios especializados¹³⁹.

Tal vez por esa ralentización forzosa y conflictiva, en el caso británico vale la pena destacar el papel pionero de la prensa regional, que en 1976 registró el primer caso de instalación de una redacción electrónica, de modo que en la década de los ochenta casi la mitad de los 7.900 periodistas que componían las plantillas de los diarios regionales y provinciales ya trabajaban con

¹³⁵ *Ibidem*, pag.115.

¹³⁶ Lepigeon y Wolton, *L'information demain*, pag.167.

¹³⁷ Macu Alvarez, Revista Telos, número de junio-agosto de 1989, pag.115.

¹³⁸ Jean Louis Lepigeon y Dominique Wolton, *L'information demain*, pag.41, y más detalles en las pags.39 a 42 del Anexo II.

vídeoterminals. En cambio, la prensa de ámbito nacional sufrió un notorio retraso, pese a los informes que la alentaban a jugar un papel de liderazgo en el proceso de reconversión tecnológica. Es más, todavía en 1985 tres diarios de Fleet Street eran totalmente producidos en plomo, y otros cinco seguían un proceso híbrido de composición parcial en frío y en caliente¹⁴⁰.

No fue hasta 1988 –el primer año sin conflictos sociales desde 1978¹⁴¹– cuando apareció el color en las ediciones diarias y aparecieron numerosos suplementos en cuatricromía. De hecho, el calendario fue paralelo al de “La Vanguardia”, y el ejemplo de “The Guardian” –que en 1988, apenas un año antes que el rotativo barcelonés, inauguró una nueva planta de impresión y nuevo diseño– es una buena muestra de ello.

1.1.3.4.2. La República Federal de Alemania

La renovación tecnológica de la prensa alemana debe inscribirse en una realidad marcada por el hecho de que, tras la destrucción provocada por la Segunda Guerra Mundial, el sector empezó prácticamente de cero, circunstancia que alentó una fuerte automatización mediante la implantación de las tecnologías más modernas de aquel momento (la segunda mitad de los años 40). Así las cosas, la expansión de la prensa –en paralelo al desarrollo vertiginoso de la economía alemana– registró cifras espectaculares: seis millones de ejemplares en 1945, más de 13 en 1950, 16 en 1955 y más de 21 millones en la última década¹⁴².

Ese desarrollo, no obstante, convivió con un proceso simultáneo de creciente concentración, que afectó a los medios de comunicación en general y que fue incluso denunciada como “insoportable” por una comisión parlamentaria constituida a finales de los sesenta; una concentración que se produjo en torno a grandes grupos como Springer o Bauer, de manera que si, por ejemplo, en 1954 había “225 redacciones independientes en la RFA, diez años más tarde estas eran 183, y en 1976 su número se había reducido hasta 116”¹⁴³. Y otro dato significativo es que “en 23 localidades [existía] un monopolio periodístico en la prensa regional”. Esa concentración se veía alentada por la perspectiva multimedia de los grupos de prensa, embarcados en “la necesidad de disponer de las enormes masas de capital que requiere el desarrollo de la TV por cable, la televisión

¹³⁹ Macu Alvarez, Revista Telos, número de junio-agosto de 1989, pag. 114.

¹⁴⁰ *Ibidem*, pag.114.

¹⁴¹ Martín Aguado, *Tecnologías de la información impresa*, pag.78.

¹⁴² Giordano y Zeller, *Europa en el juego de la comunicación mundial*, pag.113.

¹⁴³ *Ibidem*, pag.113.

por satélite, los sistemas de información telemática o los bancos de datos”¹⁴⁴. En cualquier caso, la prensa alemana presentaba una fuerte orientación regional o local, ya que (en 1986) de 382 ediciones, el 97% -371- correspondían a un diario regional o local de venta por suscripción. O dicho en otros términos: de 13,5 millones de ejemplares vendidos, el 65% correspondían a la prensa de ámbito regional. De hecho, diarios nacionales propiamente dichos sólo se editaban 5 o 6 en 1986¹⁴⁵, caracterizados, no obstante, por una extensa información local, aunque con un amplio contenido dedicado a temas políticos, económicos, culturales y deportivos. De ahí que buena parte de las experiencias referenciales de renovación tecnológica que figuran en el anexo II se basen en diarios intermedios y de ámbito local.

Expresado en cifras, el panorama de la prensa de la RFA en la segunda mitad de la década de los ochenta era el siguiente¹⁴⁶: por lo que se refiere a la difusión, el primer rotativo a gran distancia era el sensacionalista “Bild” (del grupo Springer, que controlaba más del 20% de la prensa diaria), único periódico de venta en la calle de divulgación nacional, con 28 ediciones separadas y más de cinco millones de ejemplares diarios. A continuación se situaban nueve cabeceras más cuyas tiradas oscilaban entre 300.000 y 700.000 ejemplares (353.100 el “Sudeutsche Zeitung”, 319.600 el “Frankfurter Allgemeine” y 421.400 el dominical “Die Zeit”, por citar a algunos de los más conocidos). Desde una perspectiva evolutiva, las magnitudes eran las siguientes: la difusión de los dominicales había pasado de poco menos de 400.000 ejemplares a principios de los años 50, a 3,7 millones en 1986, mientras que las cifras de la prensa diaria ofrecían un salto desde los 11,1 millones de ejemplares diarios, en 1950, a los 21 de 1986 (lo que suponía 456 ejemplares por cada 1.000 habitantes). Y por lo que se refiere a la propiedad, el grupo Springer aparecía como el de mayor influencia dentro de la prensa diaria, ya que, además del “Bild”, controlaba “Die Welt”, “Abendblatt” (311.000 ejemplares) o el “Berliner Morgenpost”. De hecho, más de un 20 por ciento de la prensa diaria estaba en manos de la cadena Springer -aunque en el caso de los dominicales el dominio era casi total-, mientras que en el terreno de las publicaciones no diarias el control aparecía compartido con los grupos Bertelsmann o Bauer (todos ellos con participación en negocios editoriales o de televisión, especialmente Bertelsmann, que cuenta además con una gran experiencia internacional)¹⁴⁷.

¹⁴⁴ *Ibidem*, pag.114.

¹⁴⁵ “La prensa en Europa”, *Revista de la AEDE*, número extraordinario de 1987, pags.11 y 12.

¹⁴⁶ En relación con la financiación, de una inversión total publicitaria cifrada en 17.290 millones de marcos, a mediados de los ochenta la prensa diaria se llevaba 6.285 -es decir, el 36,5%, lo que suponía un porcentaje sensiblemente por encima de la media americana, aunque en un contexto en que el régimen público de radio y televisión suponía una menor competencia de esos medios por el pastel televisivo (Giordano y Zeller, *Europa en el juego de la comunicación mundial*, pag.115, y Anthony Smith, *Goodbye Gutenberg*, pag.94).

¹⁴⁷ Giordano y Zeller, *Europa en el juego de la comunicación mundial*, pag.121.

La reconversión tecnológica se produjo en un contexto estructural similar al de otros países de Europa occidental. Así, los costes de personal suponían en la década de los 70 más del 50% de los totales de las empresas de prensa¹⁴⁸, lo que empujó a los editores a adoptar medidas de supervivencia, como la implementación de redacciones y corresponsalías conjuntas o el establecimiento de acuerdos para la distribución. Eso sí, la introducción de los sistemas electrónicos -que permitieron reducir los efectivos de los talleres- se vio acompañada de un incremento de la plantilla redaccional (un fenómeno nada excepcional), de modo que de 7.426 periodistas en la prensa diaria en 1975 se pasó a 9.693 en 1984¹⁴⁹.

Pese a la necesidad urgente, en 1974, de reestructurar los talleres en un contexto de recesión que exigía reducir el exceso de personal (cuyos costes absorbían, tal como ya se ha señalado, más del 50% de los totales)¹⁵⁰, los planes de modernización no se cumplieron en la práctica, según el profesor de la Universidad de Münster Siegfried Weichenberg¹⁵¹. En concreto, esos planes preveían el siguiente calendario: a partir de la instalación de los primeros ordenadores a finales de los años 50, y de las primeras instalaciones de fotocomposición en la década de los sesenta, los años 70 debían contemplar la implantación de las redacciones electrónicas y los ochenta la producción electrónica integrada.

La resistencia sindical -que se evidencia, por ejemplo, en el rechazo a que la compaginación total pasara a manos de los periodistas, ya que “no es un asunto de ellos”, según apuntaba una sentencia de 1986¹⁵²- lentificó el proceso, aunque también hubo un exceso de optimismo en las expectativas de alcanzar la “elaboración automatizada de diarios”. En 1975, no obstante, el diario del Ejército norteamericano en la RFA, “Stars and Stripes”, sacó su primera edición mediante una redacción electrónica, mientras que el primer rotativo alemán fue el “Hellweger Anzeiger”, que lo hizo el 19 de marzo de 1977¹⁵³. Justamente ese mismo año de 1977 la perspectiva tecnológica quedaba bastante definida: fotocomposición, procesadores de textos en las redacciones y enlaces *on line* con agencias, reporteros e incluso con los anunciantes.

Diez años después, en 1988, el panorama era el siguiente¹⁵⁴: algo menos del 60 por ciento de los diarios trabajaban ya con sistemas electrónicos de redacción (y los periódicos que no lo hacían eran más bien pequeñas cabeceras independientes, con una difusión limitada). El parque de

¹⁴⁸ *Revista de la AEDE*, “La prensa en Europa”, número extraordinario de 1987, pag.12.

¹⁴⁹ *Ibidem*, pags.12-14.

¹⁵⁰ *Ibidem*, pag.12.

¹⁵¹ Siegfried Weichenberg elaboró en 1988 un informe denominado “RFA: Las nuevas tecnologías en las redacciones de periódicos”. La copia dactilográfica manejada para esta investigación formaba parte de un dossier sobre el trabajo ante videoterminal con feccionado por la Unión General de Trabajadores a finales de la década de los ochenta.

¹⁵² Weichenberg, *art.cit.*

¹⁵³ Ver pags. 50 a 60 del Anexo II, donde figura también un proceso bastante típico -por gradualista- de esa época en Alemania: el del diario “Frankenpost”.

¹⁵⁴ Weichenberg, *art.cit.*

pantallas (el 50% de las cuales se encontraba en periódicos con tiradas superiores a los 150.000 ejemplares) se elevaba entonces a 6.164 (lo que, frente a 9.915 redactores censados en los diarios alemanes, suponía una relación de tres pantallas para cada cinco periodistas). Y de esos equipamientos cabe destacar que -hacia 1988- un 10% eran ordenadores personales (PC's), más baratos y cuya expansión respondía a una tendencia creciente. Sin embargo, a mediados de la década la mayor penetración la había logrado la empresa Atex -la misma que instaló la primera redacción electrónica en "La Vanguardia"-, que ofrecía sistemas centralizados y contaba entre sus clientes al diario de mayor difusión, el "Bild Zeitung". En cambio, las pantallas de compaginación suponían sólo un 1% del parque de vídeoterminals.

El ritmo de la modernización vivió su momento cumbre entre 1984 y 1985, cuando se produjeron un tercio de las reconversiones (lo que supone, ciertamente, un calendario no mucho más adelantado que el español pese a que la RFA era considerado un país intermedio por el propio boletín de la Ifra¹⁵⁵ en el ritmo de aplicación de vídeoterminals). En concreto, del 84 al 85, las reconversiones técnicas se elevaron a un total de 44, mientras que de 1977 a 1983 no se produjeron más de 20 casos de renovación tecnológica, y a partir del 86 el proceso cayó de 25 a 19 reconversiones al año. A partir de ese momento, muy pocos diarios con una tirada superior a los 200.000 ejemplares tenían pendiente la renovación técnica, lo mismo que todos aquellos con una difusión por encima de los 40.000 ejemplares, la mayoría de los cuales operaba con redacciones electrónicas. Únicamente los diarios por debajo de esa difusión habían circunscrito su reconversión a la sustitución del plomo por la composición electrónica, mientras que entre las cabeceras cuya tirada era inferior a las 20.000 copias figuraban 13 diarios que operaban incluso con tipografía¹⁵⁶. En definitiva, y a diferencia de otras realidades (como el caso español durante la segunda mitad de la década de los 80, según se aprecia en 1.2.), en la experiencia alemana cristalizó una ecuación que establecía que a más tirada, más utilización de la electrónica, de modo que los diarios locales han sido los menos reconvertidos.

El panorama tecnológico de esa época (1988) se completaba con las siguientes realidades: un 90% de los diarios suprarregionales disponía de terminales electrónicos para las noticias de agencia, y un 50% de los periódicos con sistemas de redacción (sobre un total de 211) introducían la publicidad *on line* (mientras que un 33 habían incluido en el sistema electrónico la administración y distribución). Sin embargo, sólo 11 diarios compaginaban electrónicamente las imágenes -y el primero en montar y filmar una página entera fue el "Ender Zeitung", en septiembre de 1982- y sólo 33 disponían de archivos electrónicos de redacción. Ahora bien, en 1988, el 40% de los rotativos que trabajaban con pantallas contaban con planes para ir hacia la compaginación total. El

¹⁵⁵ *Techniques de Presse*, mayo de 1982, pag.1.

problema de fondo que planeó sobre los ritmos y el alcance de la reconversión fue el hecho de que los fabricantes prometieron desarrollos que no pudieron cumplir, además de imponer precios muy elevados que sólo quedaban al alcance de los grandes diarios¹⁵⁷.

Por lo que se refiere al impacto que las nuevas tecnologías tuvieron sobre la estructura organizativa de las empresas periodísticas, cabe señalar que fue bastante reducido¹⁵⁸, hasta el extremo de que la absorción del mayor grado de tareas que implicaban para la redacción los nuevos útiles informáticos se resolvió mediante personal sin contratos estables. En cualquier caso, las cifras de evolución de la plantilla son bastante ilustrativas de la naturaleza del cambio: entre 1980 y 1985 el número de periodistas pasó de 8.639 a 9.915, mientras que el personal técnico (básicamente de talleres) se redujo de 26.920 empleados a 25.560. Eso sí, el número de colaboradores se incrementó de 17.533 a 22.970.

1.1.3.4.2.3. Francia

En el momento en que se planteó el grueso de la reconversión, en la década de los ochenta, la evolución de la prensa francesa ofrecía perfiles contradictorios. Por un lado, su difusión había caído en nada menos que cuatro millones de ejemplares desde 1946 (15,1 millones de ejemplares diarios ese año frente a menos de once en 1986); por otra, los periódicos comenzaron a dejar de perder lectores en 1985, e incluso experimentaron una leve recuperación a partir de ese año, aunque volvieron a estancarse a finales de la década¹⁵⁹. Ese panorama -marcado por un bajo índice de lectura de la prensa diaria: 240 ejemplares por cada 1.000 habitantes, en contraste con uno de los más elevados del mundo en lo que se refiere a revistas semanales¹⁶⁰- se completaba con un fenómeno que había cristalizado tras la II Guerra Mundial: la preponderancia de los diarios regionales, que representaban más de las dos terceras partes del total de periódicos vendidos y sumaban 70 cabeceras sobre un total de cien¹⁶¹, hasta el extremo de que la cabecera con mayor difusión - cerca de 800.000 ejemplares diarios- era un diario regional.

Eso sí, en la segunda mitad de la década de los ochenta la prensa francesa experimentó una tendencia inusual hasta entonces, ya que los diarios parisinos (que habían perdido un millón y medio de ejemplares/día entre 1970 y 1985) aumentaron sus ventas (en torno al 4%) frente al

¹⁵⁶ Weichenberg, *art.cit.*

¹⁵⁷ Weichenberg, *art.cit.*

¹⁵⁸ Weichenberg, *art.cit.*

¹⁵⁹ Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pags.124 a 127.

¹⁶⁰ *Ibidem*, pag.129.

estancamiento o ligero retroceso (cerca al 1%) de los regionales. Esta circunstancia puntual dio pie a un optimismo desbordado de la prensa nacional que llegó a creer que las ediciones descentralizadas de los diarios metropolitanos -a caballo de las posibilidades que ofrecían las nuevas tecnologías de transmisión facsimilar de páginas- liquidarían el “periodismo excesivamente provinciano”¹⁶² que encarnaban los diarios locales.

En cualquier caso, una radiografía más detallada de la circulación diaria deja bien claras las dimensiones de cada sector. Así, en 1986, sólo un diario -y se trataba de un periódico regional- sobrepasaba el medio millón de ejemplares de tirada. Y de los trece cuya difusión se situaba entre 250.000 y 500.000 ejemplares, ocho de ellos eran regionales -muchos de ellos en régimen de monopolio sobre sus respectivas zonas de difusión, que cubrían con decenas de ediciones locales-, mientras que de los doce que imprimían por encima de las 100.000 copias, sólo tres eran nacionales¹⁶³. Esta hegemonía de la prensa regional se ha basado en “empresas independientes y prósperas (...), mediante el monopolio que han adquirido en sus zonas de difusión, (...) circunstancia que ha limitado la penetración en provincias de los diarios parisinos”¹⁶⁴. Asimismo, casi todos los diarios tenían intereses directos o indirectos en emisoras de radio locales, mientras que su penetración en el ámbito de la televisión era más reducido.

¹⁶¹ “La Prensa en Francia”, *Revista de la AEDE*, número extraordinario de 1987, pags.115 y sig.

¹⁶² Serge July, director de “Liberation”, citado por Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.125.

¹⁶³ De entre el conjunto de las cabeceras, vale la pena destacar “Ouest France” (con 736.423 ejemplares, frente a “Le Figaro”, el más importante de los nacionales, con 443.000) o “Sud Ouest” y “Dauphiné Libéré” (con 360.766 y 359.489 de ejemplares de tirada respectivamente, casi los mismos que “Le Monde”) (Fuente: Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.126). Estos periódicos regionales editan “numerosas ediciones (40 en el caso de `Ouest France’) que, con la excepción de ocho o diez páginas comunes, son consagradas a noticias locales del distrito o zona. El conjunto de ediciones locales de los grandes regionales y los pequeños departamentales o locales llegan a 420, para unas 220 demarcaciones y un número de 72 cabeceras distintas”, aunque se trata de datos correspondientes a finales de la década de los 70 (Fuente: Díaz Nosty, *ob.cit.* pag.127). Por lo que se refiere a la propiedad de los medios, el proceso de concentración se intensificó de forma acelerada tras la II Guerra Mundial. Así, en 1945, se editaban 186 diarios (36 en París y 153 en provincias), mientras que en 1978 esa cifra había descendido a 156, aunque 100 de ellos suponían más de diez millones de copias sobre un total de once y medio (Fuente: Jean Louis Lepigeon y Dominique Wolton, *L'information demain*, pag.7). En el ámbito de la prensa nacional destaca la importancia del grupo Hersant (propietario, entre otros medios, de una cadena privada de televisión -el quinto canal- y de “France-Soir” y “Le Figaro”, un diario este último para las clases burguesas fundado en 1845 y que podría servir de referencia para “La Vanguardia”). El grupo Hersant, plenamente identificado con la derecha política francesa y a quien el Instituto Europeo de Comunicación atribuye el control del 24 por ciento de la prensa francesa, absorbía en la década de los ochenta entre el 35 y el 40 por ciento de la tirada de todos los diarios nacionales y entre el 20 y el 25 de la de los regionales. Los periódicos del grupo Hersant gozaban en 1984 de una difusión global de dos millones de ejemplares, 900.000 de los cuales correspondían a rotativos de ámbito nacional, como los ya mencionados “Le Figaro” y “France Soir” (con 374.525 ejemplares de tirada), y el resto a regionales como “Le Dauphiné Libéré”, de Grenoble (359.489), “Le Progrès” de Lyon (con 271.036) o “L'Union” (116.000 ejemplares), editado en Reims, así como varias cabeceras más cuyas tiradas se situaban a mediados de los ochenta entre los 75.000 y los 90.000 ejemplares, hasta sumar 19 diarios (Fuente: Giordano y Zeller, *Europa en el juego de la comunicación mundial*, pag.135, y Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.126). En el ámbito regional hay que destacar el papel del grupo Méaulle (con una decena de publicaciones y un periódico gratuito con una difusión diaria de 735.000 ejemplares), aun cuando el diario de mayor difusión de Francia, el regional “Ouest France”, está participado por el grupo Havas (Fuente: Giordano y Zeller, *Europa en el juego de la comunicación mundial*, pag.128).

¹⁶⁴ Albert Pierre, *La presse*, pags.83 y 84, citado por Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.126.

En este contexto, la leve mejora de la prensa nacional a mediados de los ochenta se explica por la existencia de ediciones descentralizadas y específicas, que suponían una sensible mejora en la distribución de los periódicos e incentivaban la inversión publicitaria a través de campañas de ámbito nacional. Eso sí, y aunque la inversión publicitaria en la prensa francesa creció a mediados de la década de los ochenta -tras algunos años de retroceso en beneficio de la televisión-, su peso en el conjunto de los ingresos de los diarios estaba sensiblemente por debajo del que se registraba en otros países¹⁶⁵.

Así las cosas, la evolución tecnológica de los diarios metropolitanos franceses (que, en muchos casos, vivían situaciones similares a las de la prensa de Madrid y Barcelona) constituye una referencia útil para la propia evolución de los españoles. Y ello aun cuando para un diario de ámbito “regional” como “La Vanguardia”, han sido de igual o mayor interés las experiencias de los rotativos regionales franceses, pese a las profundas diferencias fisonómicas y conceptuales que estos últimos han venido presentando con respecto a la prensa “local” barcelonesa. De los diarios parisinos, vale la pena señalar la extraordinaria expansión de “Le Figaro”, un diario burgués homologable a “La Vanguardia” y que, entre 1977 y 1986 -y a caballo de un antisocialismo militante desde que François Mitterrand accedió a la presidencia de la República-, pasó de trescientos mil ejemplares a casi 450.000. Paralelamente, otro diario veterano (espejo en los que se miraba constantemente “La Vanguardia”), como “Le Monde”, pasó en ese mismo periodo de 428.000 a 363.663 ejemplares, siguiendo una tendencia que se registró en otros diarios parisinos (como “France-Soir”). Ahora bien, la crisis de “Le Monde” llevó a este rotativo al borde de la desaparición, en contraste con la espectacular difusión de un diario ágil y emergente, “Liberation” - que venía a ser como “El Periódico” frente a “La Vanguardia”, que vivió una época dorada durante la década de los ochenta (al pasar de apenas 30.000 ejemplares en 1977 a más de 165.000 en 1986, según la OJD francesa)¹⁶⁶.

Un último apunte para completar esa radiografía de situación de la prensa francesa -y que puede ser útil en términos comparativos para ponderar la evolución del caso objeto de estudio- se refiere a las magnitudes de las redacciones de los distintos diarios entre 1978 y 1980. En este

¹⁶⁵ Lo cierto es que en 1986 la publicidad aumentó, con respecto al año anterior, en un 22% para la prensa nacional, mientras que únicamente lo hizo en un 8% para la regional (Fuente: Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.127, que, no obstante, señala que en 1986 el mayor regional, “Ouest France”, ingresó 6.360 millones de pesetas en publicidad). Esta evolución se ha venido registrando en un mercado publicitario especialmente desfavorable para la prensa, en contraste con lo que ha ocurrido en otros países europeos, ya que mientras “en Alemania la publicidad aporta el 70 por ciento de los ingresos de la prensa, en Francia sólo representa el 40 por ciento”, por detrás de España e Italia (Fuente: “L’ECHO de la Presse et la Publicité”, 15-IV-88, pag.6, citado por Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.125). Paralelamente, entre 1980 y 1985 los ingresos publicitarios en la prensa escrita caían cinco puntos, mientras crecían en el medio televisivo. En conjunto, y sobre las cifras de 1986, los diarios tuvieron unos ingresos publicitarios de 6.155 millones de francos, sobre un total de 30.930 millones de francos (Fuente: “La Prensa en Francia, *Revista de la AEDE*, número extraordinario de 1987, pag.116).

¹⁶⁶ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pags.127 y 128

sentido, cabe destacar la plantilla de 334 redactores de “Ouest-France” -el mayor regional- o los 180 de “La Dépêche du Midi” o “Nice Matin” (estos últimos con cifras de difusión similares a las de “La Vanguardia”), redacciones de idéntico tamaño que “Le Monde” (181), aun cuando el diario parisino imprimía en esa época más de 400.000 ejemplares¹⁶⁷. Eso sí, del conjunto de esas plantillas, menos del 50 por ciento de sus componentes mecanografiaban sus textos, una particularidad del periodismo francés todavía a finales de los setenta.

En este contexto, y por lo que se refiere a la estrategia de renovación tecnológica, formal y conceptual de los diarios franceses para salir de la crisis, cabe señalar que los procesos de concentración¹⁶⁸ -especialmente incisivos en los diarios regionales, a causa de la cantidad de texto a componer y de la multiplicación de ediciones que imprimían- fueron uno de los factores más decisivos, por no decir una condición clave para la viabilidad de la informatización de la prensa¹⁶⁹. En cualquier caso, en la primera mitad de la década de los ochenta, los responsables de la prensa francesa se habían fijado tres ámbitos de actuación para incrementar los índices de lectura:

- *Mejorar la calidad redaccional del producto
- *Mejorar la calidad de su impresión y, por tanto, de su presentación
- *Modificar los sistemas de distribución incrementando la entrega a domicilio.

Como resultado de esas líneas de actuación, en 1986 la casi totalidad de los diarios de provincias (ya que los parisinos presentaban, como ya se ha señalado, un cierto retraso) se imprimían en offset y utilizaban ampliamente el color (tanto para las ilustraciones como, sobre todo, para la publicidad). Asimismo, en esa misma etapa se afrontaba una introducción acelerada de los sistemas redaccionales informatizados.

La experiencia del grupo Hersant -pionero en la renovación de la prensa parisina- resulta reveladora, ya que expresa tendencias y soluciones ya observadas en Estados Unidos. En concreto, y a través de “Le Figaro”, Hersant puso en marcha una estrategia de expansión basada en la proyección territorial (mediante ediciones descentralizadas, como “Le Figaro Lyon”, o suplementos regionales como “Le Figaro Provence-Côte d'Azur” o “Le Figaro Rhône-Alpes”) y en la “semanalización del diario” (a través de suplementos especiales o revistas, como “Figaro Magazine”, “Madame Figaro”, “Figaro TV” o “Fig-ECO”, este último un suplemento de doce páginas diarias dedicado a la economía). En ambos casos, se trataba también de incrementar los ingresos publicitarios por la vía de la presencia territorial o sectorial, una estrategia que comenzó en

¹⁶⁷ Jean Louis Lepigeon y Dominique Wolton, *L'information demain*, pags.32 y 33.

¹⁶⁸ Jean Louis Lepigeon y Dominique Wolton (*L'information demain*, pag.12) aseguran que la concentración hizo imprescindible la modernización técnica, aunque precisan que se refieren a la “segunda fase” de la concentración, ya que la primera -localizada en los años 50- sirvió únicamente para reducir un exceso de títulos en un mercado atomizado, tras la euforia de la liberación.

1978 y que en 1987 suponía, por ejemplo, que el sábado el diario ofrecía un lote de suplementos y revistas que superaban las 600 páginas. La estrategia de sectorialización permitía a “Le Figaro” pasar de 450.000 ejemplares diarios a casi 700.000 los fines de semana, en 1987, aunque también se extendía a otros rotativos del grupo, que, gracias a los suplementos, experimentaban incrementos de envergadura similar los fines de semana en relación con la tirada diaria.

Esa apuesta se combinó, no obstante, con una ambiciosa renovación tecnológica que permitiera al grupo Hersant abaratar costos de producción con respecto a otros grupos rivales, y que se basó, por un lado, en la implantación de sistemas electrónicos de redacción y composición, y, por otro, en la descentralización de la impresión a través de al menos doce plantas satélites (que permitían cubrir las principales capitales francesas: Lyon, Marsella, Toulouse, etc). La magnitud de la modernización tecnológica del grupo queda patente en el hecho de que Hersant fue el primero que realizó en Europa, en 1987, un pedido de las avanzadas rotativas “Colorliner”¹⁷⁰.

Un segundo caso de referencia es el de “Le Monde”, único diario francés de importancia sobre el que sus redactores ejercen un control decisivo, y que inició un proceso de reconversión¹⁷¹ que coincidió en el tiempo con el de “La Vanguardia”. “Le Monde” experimentó, además, una seria crisis que se tradujo en una caída sistemática de la tirada (445.370 ejemplares en 1979; 439.124, en 1981; 385.080, en 1983; 357.117, en 1984, y 336.260, en 1985), y que sólo empezó a revertir en 1986 (363.663 ejemplares de difusión, según la OJD francesa¹⁷²).

Paralelamente, el retraso tecnológico de este rotativo a finales de los setenta llevó a afirmar¹⁷³ que “si ‘Le Monde’ hubiese querido continuar con la composición en plomo, habría tenido que crear un taller de piezas de recambio para sus viejas *bicicletas* (sic)”. Sin embargo, al mismo tiempo, el hecho de que “Le Monde” fuese uno de los últimos diarios franceses en acometer y culminar la modernización, le permitió (desde una situación similar a la de “La Vanguardia”) beneficiarse de la experiencia de los otros. Además, la modernización se produjo en una coyuntura financiera favorable, tras años de penuria (lo que guardaba también un cierto paralelismo con la evolución de “La Vanguardia”, hasta el extremo de que el nuevo formato y la nueva planta de impresión de “Le Monde” en Ivry arrancaron prácticamente al mismo tiempo que los de su homólogo barcelonés: en septiembre de 1989)¹⁷⁴.

¹⁶⁹ Jean Louis Lepigeon y Dominique Wolton, *L'information demain*, pags.7 y 123.

¹⁷⁰ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.130.

¹⁷¹ Ver Anexo II, pags.87 y ss.

¹⁷² Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.127.

¹⁷³ Jean-Louis Lépigéon y Dominique Wolton, *L'information demain*, pag 26.

¹⁷⁴El monto total de la reconversión del área de impresión de “Le Monde” ascendió a 6.500 millones de pesetas, según José A. Martín Aguado, *Tecnologías de la información impresa. Desarrollo tecnológico y perspectivas*, pag.76.

Es más, en línea con la evolución de “La Vanguardia” y de otros diarios veteranos, en 1985 “Le Monde” comenzó a generar ganancias -200 millones de pesetas-, con un crecimiento en los ingresos por publicidad del 20%. Un año después, los beneficios alcanzaban los 1.000 millones de pesetas, mientras que en 1987 ascendían a 1.400”¹⁷⁵.

El plan de salvación de este periódico -diseñado a mediados de la década de los ochenta para hacerse realidad en 1988- incluía la construcción de unos nuevos talleres, con modernas rotativas offset y cadenas de cierre y expedición totalmente automatizadas. La renovación técnica suponía, como no, un cambio de imagen -especialmente necesario en un diario de fisonomía enciclopédica y que no publicaba fotografías- que diera entrada al color y a los gráficos (aunque finalmente siguió vetando la publicación de ilustraciones fotográficas y dedicó la cuatricromía a la publicidad)¹⁷⁶.

Anteriormente, hacia 1979, el diario había acordado un plan para introducir, de forma pactada con los representantes de los distintos sectores, la electrónica en la redacción¹⁷⁷. Con carácter previo a la reconversión, el diario se sumó a la diversificación sectorial a través de suplementos sobre economía, educación, televisión, etc.

La situación de “Le Monde” en el contexto de la prensa parisina -y su particular combate fronterizo con “Liberation”, un periódico “alternativo posibilista” basado en la racionalización tecnológica y el uso de lenguajes innovadores¹⁷⁸ guarda, como ya se ha anticipado, ciertas concomitancias con lo ocurrido en la prensa barcelonesa a mediados de los ochenta entre “La Vanguardia” (un diario vetusto en lo tecnológico, en lo formal y en lo conceptual) y “El Periódico” o “El País”, diarios tecnológicamente ligeros y que encarnaban la renovación formal y conceptual que caracterizó a esa década.

¹⁷⁵ Díaz Nosty, *op.cit.*, pag. 127.

¹⁷⁶ La estructura del nuevo “Le Monde” se basaba en tres grandes secciones (información política e internacional, sociedad y cultura y economía. Lo más relevante, sin embargo, era que la primera página de cada una de esas secciones adoptó un diseño singular, en línea con el formato adoptado por “La Vanguardia” y mediante recursos similares -pese a las diferencias formales entre ambas cabeceras-: titulares a toda página, columnas falsas, recuadros, sumarios, infográficos, etc. Es más: la cabecera de “Le Monde” apareció apoyada en una franja de color azul celeste. (Martín Aguado, *op.cit.*, pag.76)

¹⁷⁷ La preparación del proyecto, así como su adaptación a las necesidades de la redacción y la producción, fueron acordadas con el comité de empresa, delegados sindicales de periodistas e impresores y un equipo que incluía representantes de cada sector (redacción, publicidad, composición, fotografía, etc.), en un proceso que ofreció ciertas similitudes al que adoptó “La Vanguardia” poco después. El nuevo equipamiento suponía la adquisición de impresoras que permitieran disponer rápidamente de pruebas, y de pantallas con teclado en la redacción para gestionar el proceso de creación, revisión y expedición de los artículos, de modo que los secretarios de redacción pudiesen conocer sus medidas exactas y elaborar maquetas muy precisas (para evitar luego, durante el montaje, reajustes: es decir, cortes o pegados de texto). (En el Anexo II, pags. 87 a 90, se describen otros aspectos de la modernización de “Le Monde”, como la automatización del servicio de documentación).

¹⁷⁸ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.131.

En cualquier caso, fue la prensa regional francesa la primera en iniciar la reconversión tecnológica (a través de la fotocomposición automatizada, primero, y de la impresión en offset, después), ya que la innovación se había convertido en su caso en una opción indispensable para afrontar con la necesaria agilidad la coordinación de los contenidos informativos de las innumerables ediciones de los grandes regionales y para cubrir con menor dificultad sus extensas o intensas zonas de difusión. La informatización de los procesos de fabricación permitía, en suma, descentralizar la producción de las grandes cabeceras -que disfrutaban de situaciones de 'quasimonopolio' tras los procesos de concentración-, sin poner en peligro la coordinación y la integración de las estructuras autónomas. En cambio, para la prensa regional la informatización de la redacción no aparecía en un principio tan urgente, ya que en los diarios regionales o departamentales el 80 por ciento de las informaciones no procedían de periodistas sino de corresponsales locales.

De cualquier modo, la modernización incidió en una mejora de la imagen y en la funcionalidad de las redacciones locales y de las ediciones múltiples (que podían llegar a 36, en 1978, en el caso de "Ouest-France", o a 28 en el de "La Voix du Nord")¹⁷⁹. Por otra parte, las ventajas fiscales concedidas por el Estado francés desde 1968 a los diarios que invirtieran en la modernización de la maquinaria (que se concretaban en reembolsos de hasta el 14% de la inversión realizada y exenciones sobre diversos impuestos) actuaron, sin duda, como un aliciente generalizado que jugó un papel especialmente significativo en la prensa de provincias (pese a que en el ámbito específico de la informatización, el Estado no jugó ningún papel importante)¹⁸⁰. Y, finalmente, no hay que olvidar que, a efectos de la implementación socio-laboral de la reconversión, fuera de París los sindicatos de tipógrafos eran mucho más débiles que en la capital, lo que explica que fuese más fácil empezar en esas zonas unos procesos que suponían, de forma inevitable, pérdida de empleo.

Por lo que se refiere al calendario específico¹⁸¹, en 1967 un ordenador intervino por vez primera en la fabricación de un diario en Francia, mediante una banda perforada justificada informáticamente que alimentaba a las linotipias, lo que ocurrió simultáneamente en el "Paris-Normandie", "Le Provençal" y "Midi-Libre". Por lo que se refiere a la utilización del offset, se empezó a producir en 1967, y poco después (a principios de los 70) los grandes rotativos regionales comenzaron a instalar focomponedoras automatizadas en sus talleres. De ese modo, a finales de la década, el offset y la composición en frío se habían impuesto en gran parte de la prensa regional, que, en algún caso ("Le Dauphiné Libéré" y "Le Progrés"), se dotó ya en 1979 de sistemas de

¹⁷⁹ Jean-Louis Lépigeon y Dominique Wolton, *L'information demain*, pags.123 y 124.

¹⁸⁰ El Estado francés hubiese podido jugar un papel más importante -bien a través de un plan ministerial o de la designación de un responsable a los efectos-, pero se limitó a ofrecer algunas orientaciones generales.

redacción y de plantas satélites. La implantación del offset -empujada en gran medida por el funcionamiento de la fotocomposición- registró, no obstante, un proceso sinuoso, derivado de la necesidad de amortizar las costosas rotativas tipográficas. Por ello, hasta 1978 y 1979, dos pesos pesados de la prensa regional como “Ouest-France” y “Sud-Ouest” no acabaron de equiparse con máquinas de impresión en offset, mientras que los problemas de financiación retrasaron su implantación en otros regionales de gran envergadura, como “Midi Libre” o “Le Provençal”, que recurrieron a diversas fórmulas de transición (la dilithografía o la utilización de planchas fotopolímeras) para alargar la vida de rotativas tipográficas modernizadas hacia poco tiempo¹⁸².

En cualquier caso, la necesidad de atender a un producto que incluía noticias generales y locales -que cambiaban para cada edición regional- y la propia zonificación, empujaron decisivamente el proceso de modernización y convirtieron a la prensa local en abanderada de la renovación tecnológica¹⁸³.

En cualquier caso, la implantación de instrumentos informáticos comportó modificaciones en la estructura de funciones dentro de la redacción de los periódicos, así como la creación de nuevas figuras (algunas transitorias y otras definitivas), generalizables a buena parte de las cabeceras del mundo occidental. Por ejemplo, algunos diarios crearon la figura del maquetista-codificador, la del periodista encargado de los formatos (que debía conocer y explicar el manejo de los códigos, así como asumir la gestión de los textos en el sistema) o la del redactor de enlace entre la redacción y los talleres. Esta última plaza -que podía ser ocupada por uno o varios periodistas, en función del volumen de trabajo- consistía en ajustar los textos cuando estos ocupaban un espacio superior o inferior al previsto (de modo que el tramo final de la puesta en escena de un artículo no quedaba ya al albur de los temibles regentes del taller). De hecho, a finales de los setenta, la experiencia de la fotocomposición en la prensa francesa venía a confirmar un claro deslizamiento del centro de gravedad de las decisiones formales hacia la redacción, a diferencia de lo que había ocurrido o seguía ocurriendo con la composición caliente -o era del plomo-, en la que siempre “había un cierto margen para la iniciativa (de los talleres), por no decir para la improvisación”¹⁸⁴. Al mismo tiempo, sin embargo, la nueva tecnología tuvo una vertiente “penalizadora” para la redacción, ya que durante su introducción “la hora de cierre de las ediciones fue adelantada por razones de seguridad”, sin que posteriormente se volviera a los horarios anteriores¹⁸⁵. A ello hubo que sumar el hecho de que muchos diarios franceses -como sucedió también en España- mantuvieron durante un tiempo una situación de coexistencia interna entre composición caliente y fría -o entre distintas

¹⁸¹ Jean-Louis Lépigeon y Dominique Wolton, *ob.cit.*, pags.20-21 y 286-287.

¹⁸² *Ibidem*, pag.24.

¹⁸³ El Anexo II (páginas 91 a 99) ofrece una descripción detallada de la transformación de los procesos productivos, que confirma el papel de punta de lanza de la prensa regional francesa en la reconversión técnica.

¹⁸⁴ Jean Louis Lépigeon y Dominique Wolton, *L'information demain*, pag.37.

generaciones de equipos informáticos-, lo que aumentó el desconcierto de los periodistas ante la eclosión tecnológica.

Finalmente, y por lo que respecta al eje central de confrontación en Francia (prensa regional *versus* prensa nacional), a finales de los ochenta las estrategias de la prensa local se centraban en neutralizar la amenaza de la reconvertida prensa parisina, favorecida por las nuevas tecnologías en su política de expansión territorial. Entre los recursos adoptados figuraban las soluciones de cooperación (como la utilización de servicios comunes o la publicación de suplementos compartidos, salidas algunas de ellas que se aplicaron en España ya en la década siguiente). Lo significativo del caso es que esa amenaza de la prensa nacional francesa se producía pese a que había afrontado la reconversión técnica con cierto retraso en relación con la prensa regional, de la que tardó en tomar ejemplo. Entre otras razones, porque la estructura de la mayor parte de las empresas y grupos con sede en París era mucho más vetusta, las necesidades productivas -debido a su difusión más débil- eran menores, las dificultades financieras eran, por contra, mayores y los sindicatos con los que negociar los procesos, más poderosos. A finales de los setenta, la informatización se había producido en diarios como “L'Humanité” (más de 150.000 ejemplares en 1977) o “Le Parisien Libéré” (más de 360.000), mientras que “France-Soir (más de medio millón) o “Le Figaro” (más de 300.000) estaban en vías de ponerla en práctica, y otros, como “L'Aurore” (más de 250.000 ejemplares y que desapareció poco después), la estaban proyectando. En cambio, un diario innovador como “Liberation” sólo pudo hacerse realidad merced a las nuevas tecnologías. Sin embargo, el conflicto que vivió “Parisien Libéré” -pese a que no tuvo como origen directo la reconversión técnica- influyó (al margen de los problemas de financiación) en la extrema prudencia de los editores parisinos para abordar el proceso. De hecho, sólo la llegada a “Le Figaro” y a “France-Soir” de Robert Hersant aceleró el proceso¹⁸⁶.

1.1.3.4.2.4. Dos referencias mediterráneas para España: el caso italiano y la experiencia griega

Grecia e Italia deberían ser unas útiles referencias para contrastar la experiencia española, dados los rasgos compartidos -de retraso social, político y económico con relación al primero de estos países, y de talante y diversidad, con respecto al segundo- que situaban a España a medio

¹⁸⁵ *Ibidem*, pag.37.

¹⁸⁶ *Ibidem*, pag.29. El Anexo II, pags.81 a 99, ofrece una panorámica pormenorizada de la situación tecnológica de la prensa francesa.

camino entre ambos. De hecho, el caso español presentaba rasgos similares a los de Grecia en el punto de partida, aunque el punto de llegada o desenlace del proceso de modernización se aproximó mucho más al caso italiano.

Por lo que hace a Italia, el contexto en el que se produjo la reconversión tecnológica de la prensa era especialmente crítico, ya que se trataba de un país pionero en la liberalización del mercado audiovisual, lo que multiplicó la oferta en este terreno y, paralelamente, la captación de inversión publicitaria. En este sentido, mientras en 1976 la inversión publicitaria en televisión suponía el 15,1%, en 1986 sobrepasaba el 47, en una evolución inversa a la de la prensa, que pasó durante ese mismo periodo del 32,7% al 23,1¹⁸⁷. Sin embargo, también es cierto que a mediados de los ochenta la publicidad en prensa diaria había experimentado un sensible crecimiento en cifras absolutas (de 154 millones de liras en 1976 a más de 1.000 en 1986), e incluso relativas, ya que creció en un 22,9% entre 1985 y 1986 (y ello gracias, entre otros factores, al esfuerzo de los editores por demostrar la validez del periódico como soporte publicitario frente a la televisión).

Esta tendencia al alza se extendió al ámbito de la difusión a partir de 1978, ya que durante los años 60 se vivió una etapa de estancamiento, en el que los elevados costes productivos, la fijación de los precios por el Gobierno y la competencia de la televisión en el mercado publicitario redujeron el número de cabeceras a menos de 80¹⁸⁸. Esta etapa de crisis coincidió con una caída de los índices de lectura (entre 95 y 88,5 ejemplares diarios por cada mil habitantes), ya que las cifras absolutas de difusión no eran muy distintas de las de 1939 (4,6 millones de ejemplares diarios ese año; 4,7 en 1977). En 1978, sin embargo, la tendencia se invirtió y la difusión diaria se elevó en casi 400.000 ejemplares (de modo que pasó a 5.160.203), aunque el saltó sustantivo se produjo a partir de 1984, cuando la difusión diaria se encaramó a los seis millones (y los índices de lectura superaron los 106 ejemplares por cada mil habitantes), y en 1987, cuando la difusión se situó en 6,5 millones¹⁸⁹. Esos aumentos absolutos supusieron un incremento del 36% en diez años (y del 12,2 sólo entre 1982 y 1985, según datos de la FIED)¹⁹⁰. Y ello pese a que en diez años (entre 1976 y 1986) el precio del periódico aumentó en un 433%

Uno de los datos significativos de este cambio de tendencia es que coincidió con una etapa de expansión y modernización económica del país, aunque en un contexto de retroceso de las publicaciones de partido y de replanteamiento de los periódicos como producto y como empresa, lo que forzó la implantación de las nuevas tecnologías y la reducción de los costes productivos. La clave de la reactivación de la prensa estuvo, sobre todo, en la “profunda renovación de los

¹⁸⁷ Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pags.133 y 134.

¹⁸⁸ *Ibidem*, pag.133.

¹⁸⁹ Cifras de la oficina italiana de control de la difusión, citadas por Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.133.

¹⁹⁰ *Revista de la AEDE*, número extraordinario de 1987, pags. 189 y siguientes.

periódicos”. Sebastiano Sortino¹⁹¹ precisaba las bases sobre las que se produjo la mencionada reactivación, en los siguientes términos: “Más páginas, más servicios, más ediciones locales, mejor diseño, más suplementos patrocinados (de gran atractivo para el consumidor y el público en general, aunque muy nocivos en el caso de los dominicales para los semanarios), introducción del color en algunas cabeceras, etc”. Todo ello fue posible, eso sí, merced al aumento de los ingresos derivado de la reducción de mano de obra y de los incrementos del precio del periódico, que se reinvirtieron en el propio diario para mejorar el producto (lo que permitió poder explotar una suerte de círculo virtuoso: más ingresos - mejor producto - más ingresos).

En este sentido, la reconversión tecnológica de la prensa italiana ha llevado aparejada en muchos casos una profunda remodelación de imagen y una adecuación a los nuevos lenguajes, aunque sobre la base del predominio de la prensa de calidad. Es decir, del mismo modo que ha ocurrido en España, la “livianización” o “hibridación” de los diarios no ha traspasado determinados límites, hasta el extremo de que los intentos de sacar adelante periódicos abiertamente sensacionalistas han fracasado estrepitosamente. Si en España no prosperó el proyecto “Claro”, en Italia un tabloide popular y de bajo precio, “L’Occhio”, impulsado por el grupo Rizzoli, tuvo que cerrar a la vista de que la difusión (por debajo de los 100.000 ejemplares) quedaba demasiado lejos de las iniciales estimaciones de mercado potencial (cifradas en 700.000 ejemplares)¹⁹². En cambio, la prensa especializada sí experimentó un fuerte impulso durante esa década, de modo que, por ejemplo, el diario económico “Il Sole-24 Ore” pasó de 90.000 ejemplares de difusión en 1976 a un cuarto de millón, diez años más tarde¹⁹³.

En cuanto a la propiedad y envergadura de la concentración de la prensa en Italia, cabe destacar que, pese a la legislación anti-monopolio, se vino registrando una acumulación de las tiradas en unas pocas cabeceras. Así, en 1987 los diez periódicos principales copaban el 52,9% del conjunto de la tirada de los diarios de información general (con una difusión superior a los tres millones de ejemplares diarios, sobre una tirada global en torno a los seis millones y medio de copias, que incluían, eso sí, los diarios deportivos). De entre los grupos económicos destacaban Agnelli (“Il Corriere della Sera” y “La Stampa”), De Benedetti y Berlusconi (“Il Giornale”)¹⁹⁴.

¹⁹¹ Artículo publicado en la *Revista de la AEDE*, “La prensa en Italia”, pag. 189, número extraordinario de 1987.

¹⁹² B. Díaz Nosty, *La nueva identidad de la prensa*, pag.135.

¹⁹³ *Ibidem*, pag.135.

¹⁹⁴ Por lo que se refiere al *ranking* de cabeceras, cabe destacar el caso de “La Repubblica” de Roma, que entre 1986 y 1987 ganó 150.000 lectores (y alcanzó una difusión superior a los 600.000 ejemplares), lo que le permitió situarse en primera posición, por delante de “Il Corriere” de Milán (con medio millón) y de “La Stampa” de Turín (con 425.000). El periódico comunista “L’Unità” (con 265.000 ejemplares diarios) o el rotativo de información económica “Il Sole-24 Ore” (con 232.000) figuraban también entre los diez primeros en 1987 (Fuente: Accertamento Diffusioni Stampa, citado por Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.137). La fuerte competencia entre los dos principales diarios

En el capítulo específico de la reconversión técnica hay que subrayar el papel que jugó la resistencia sindical al cambio, que frenó “en cinco años el empleo óptimo de las nuevas técnicas”¹⁹⁵, ya que trataba de “preservar los papeles específicos [monopolios] de los trabajadores, tanto de talleres como de las redacciones” a través de la “no utilización de VDTs por los periodistas, del mantenimiento de oficios y funciones, etc.”. En este sentido, resulta ilustrativo el conflicto que padeció el comunista “L’Unità”, que llegó a sufrir en 1984, por primera vez en su historia, una huelga de tipógrafos, como consecuencia de una reconversión urgente planteada por la dirección (y que redujo la plantilla en algo más del 30 por ciento) a la vista del millonario déficit acumulado. Finalmente, sólo tras un “larguísimo conflicto sindical se consiguió hacer aceptar el principio del derecho de las empresas a utilizar todos los nuevos hallazgos tecnológicos que permiten incrementar la productividad y reducir los costos”¹⁹⁶.

El arranque de la reconversión se planteó entre 1981 y 1985, etapa en la que la pérdida de puestos de trabajo en los talleres se elevó a 2.097 plazas¹⁹⁷, en paralelo a un crecimiento de la productividad cifrado en un 25% (ya que en apenas cuatro años se pasaron de 48 a 60 billones de páginas compuestas y se redujeron las horas extraordinarias en un 30%). Eso sí, los efectos benéficos de la reconversión sobre las ventas no se hicieron esperar y el incremento medio de las tiradas se situó en un 13 por ciento. Además, la racionalización del sector se desarrolló sin grandes traumas y en un marco de garantías para los trabajadores (a partir de la nueva legislación en materia editorial aprobada en 1981 y que contemplaba jubilaciones anticipadas e indemnizaciones especiales), aunque fueron los acuerdos con los sindicatos, en marzo de 1985, y su renovación en 1988, los que permitieron avanzar sustancialmente en la reconversión tecnológica. De hecho, en 1987 el número de puestos de trabajo periodísticos que contaban con terminales de procesamiento se cifraban en 2.500, lo que suponía más del 60 por ciento del sector. En conjunto, la inversión tecnológica en la prensa se elevó a 420 millones de liras entre 1983 y 1987¹⁹⁸.

Lo cierto, sin embargo, es que la implantación de los nuevos sistemas de redacción se produjo con cierto retraso en los grandes diarios, con respecto a muchos de sus homólogos europeos. Así, los dos primeros rotativos italianos, “La Repubblica” e “Il Corriere”, trabajaban todavía en 1987 en la instalación de sistemas redaccionales electrónicos. En el caso de “Il Corriere” -que sufrió una accidentada gestión empresarial entre 1980 y 1984 que explica en parte los retrasos

(“Repubblica” y “Corriere”), acentuada por el “sorpasso” del rotativo romano sobre su adversario milanés, dio pie a nuevos suplementos semanales en color, además de otros dedicados a la economía, al ocio, etc.

¹⁹⁵ *Ibidem*, pag.137.

¹⁹⁶ Sebastiano Sortino, “La prensa en Italia”, *Revista de la AEDE*, número extraordinario de 1987, pags.189 y ss.

¹⁹⁷ Según S. Sortino, *art. cit.*, el número de trabajadores en el sector de composición pasó de 14.673, en 1981, a 12.576, en 1985.

¹⁹⁸ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.137, y S.Sortino, “La prensa en Italia”, *Revista de la AEDE*, número extraordinario de 1987, pag.189 y ss.

en el proceso de modernización¹⁹⁹-, su sistema redaccional estaba formado por 300 terminales a finales de la década, mientras que en el ámbito de la impresión y expedición se produjo la instalación de cinco rotativas offset -con diez cuerpos impresores- en Milán, Roma y Padua²⁰⁰, complementadas con líneas de cierre automatizadas, capaces de operar *on line* sobre el encarte de impresos y suplementos.

En general, la reconversión de las plantas impresoras incluyó un uso significativo del color, aunque el rasgo más singular de la renovación de la prensa italiana fue el extendido empleo del sistema flexográfico de impresión, hasta el extremo de que en la segunda mitad de la década era el país europeo con mayor utilización de este procedimiento (y la prueba de ellos es que en 1988, el 13 por ciento de los diarios se imprimían en rotativas flexográficas, lo que ponía a Italia al mismo nivel que Estados Unidos y Australia). Así, un diario como “Il Gazzettino” de Venecia (con 130.000 ejemplares de tirada) se imprimía íntegramente en flexografía, mientras que el diario de mayor tirada, “La Repubblica”, incorporó rotativas flexográficas a sus plantas satélites de Milán y Padua.

Por su parte, el caso griego resulta significativo por presentar unos índices de lectura muy bajos (131 ejemplares por cada 1.000 habitantes, cifras incluso superiores a las existentes en España), y una circulación diaria por encima del millón 300.000 ejemplares²⁰¹. El mercado griego contaba a mediados de los ochenta con 19 periódicos de información política (6 matutinos y 13 vespertinos), cuatro financieros y tres deportivos, además de cien diarios de índole local-provincial y limitada difusión. En 1986, la distribución estaba monopolizada por dos agencias que se ocupaban del reparto de los ejemplares impresos, y suponía un 26% del precio de venta al público (un porcentaje superior, por ejemplo, al que se registraba en otro país del sur de Europa: Portugal, donde se situaba entre el 15 y el 20%). Además, como consecuencia de ese sistema (sólo superable mediante la informatización de la distribución), el promedio de devolución era alto (hasta un 33%, lo que comportaba una penalización sobre los beneficios de las empresas de prensa de aproximadamente seis millones de dólares). Paralelamente, el contexto registraba una gran competencia publicitaria con la radio y la televisión (que en 1986 era aún un monopolio estatal financiado por los impuestos, pero sin limitaciones en la contratación publicitaria y que se llevaba alrededor del 50% de la inversión, cifra sólo homologable a la de Irlanda en el mundo occidental). En contrapartida, la prensa gozaba a mediados de los ochenta de un estatus protegido a partir de unos precios mínimos fijados por ley (que impedían la supervivencia de los más fuertes a costa del pluralismo) y de la prohibición de periódicos gratuitos.

¹⁹⁹ Díaz Nosty, *ob.cit.*, pag.137.

²⁰⁰ El rotativo contaba entonces, además, con ediciones satélite en Bari, Catania y Frankfurt.

²⁰¹ “La prensa en Europa”, *Revista de la AEDE*, número extraordinario de 1987, pags 125 y sig..

Pese a esa fragilidad estructural, compensada con medidas de sobreprotección, en 1986 sólo dos diarios empleaban linotipias, tras un proceso de reconversión que arrancó en 1981 y que sólo se resolvió favorablemente tras una huelga de 25 días que concluyó con un acuerdo entre editores, empleados y Estado. La absorción de la mano de obra sobrante presentaba, eso sí, una fórmula francamente original: el personal no reciclado se retiraba del mercado de trabajo con una pensión, independientemente de su edad. Sin embargo, ese singular desenlace, que alivió a los diarios de unos costes desmesurados de la mano de obra, permitió una introducción ágil de las nuevas tecnologías (aun cuando ese progreso no se extendió al “periodismo informatizado”, de modo que en 1986 “no se habían producido [en este terreno] progresos de gran importancia”²⁰².

1.1.3.4.2.5. Los países nórdicos: Suecia, Dinamarca y Finlandia

La experiencia de los países escandinavos resulta especialmente significativa, ya que si bien no fueron siempre punteros -salvo en algunos casos aislados- en la implantación de redacciones electrónicas, sí constituyeron una auténtica avanzadilla en la modernización técnica de la composición y la impresión. El caso sueco -con la segunda tasa más alta del mundo en lo relativo a lectura de diarios por cada 1000 habitantes- es paradigmático, ya que, mientras en el resto de Europa los representantes sindicales ponían obstáculos a la electronificación, en Suecia la primera redacción electrónica fue instalada precisamente en un diario propiedad de los sindicatos (el “Arbetet” de Malmö). Además, hacia 1979, sólo 17 diarios se imprimían aún en plomo²⁰³, aun cuando el proceso de electronificación de las redacciones tropezaba con muchos más obstáculos.

El panorama de la prensa sueca ofrecía a finales de la década de los setenta dos cifras indicativas: sólo ocho de los 125 diarios -en un país con una población cinco veces menor que España- superaban los 100.000 ejemplares, y únicamente cuatro disfrutaban de una difusión nacional.²⁰⁴ Ahora bien, la situación empresarial a mediados de los ochenta era descrita con optimismo por la Asociación de Editores sueca²⁰⁵, aun cuando los elevados costos (especialmente salariales, a causa de los altos sueldos de los periodistas, pero también productivos, generados por el elevado precio del papel y la importación de la nueva maquinaria) suponían una amenaza potencial

²⁰² *Revista de la AEDE*, número extraordinario de 1987, pag.126.

²⁰³ Jean Louis Lepigeon y Dominique Wolton, *L'information demain*, pags.46 a 49.

²⁰⁴ Los rotativos de difusión nacional eran “Aftonbladet” y “Expressen” de Estocolmo, “Arbetet” de Malmö -propiedad de los sindicatos-, y “Göteborg Posten”, de Göteborg. La existencia, desde 1971, de un fondo de ayuda a la prensa -que se nutría de una tasa sobre la publicidad y que se distribuía de forma automática aunque con prioridad hacia los pequeños diarios, a algunos de los cuales les podía suponer hasta el 25% de los costos de producción- había permitido garantizar la pluralidad, pese a que 13 cabeceras absorbían el 52,5% de la difusión global.

²⁰⁵ *Revista de la AEDE*, número extraordinario de 1987, pag. 261.

en un mercado publicitario a punto de abrirse a la radio y la televisión. En este contexto, una ley de 1977 obligaba a todas las empresas a pactar los cambios tecnológicos con los sindicatos (sobre cuya potencia ilustra el siguiente dato: el 99% de los periodistas estaban afiliados)²⁰⁶.

La muestra más significativa del estado de modernización técnica de la prensa sueca la ofrecía -como ya se ha señalado- el diario “Arbetet”, de Malmö, un rotativo propiedad de los sindicatos de la región, con una tirada en torno a los 150.000 ejemplares (en un mercado regional que registraba una difusión total de 800.000) y una plantilla de 750 personas. Los planes de reconversión se plantearon en 1974 y salieron adelante a través de una negociación que garantizó el empleo mediante el reciclaje de la mano de obra. De ese modo, “Arbetet” fue el primer diario sueco que instaló una redacción electrónica²⁰⁷.

El resto de periódicos no ofrecían, a finales de los setenta, muestras tan contundentes de modernización. De hecho, en algunos de ellos, los propios sindicatos de tipógrafos se oponían abiertamente a que los periodistas introdujeran ellos mismos los textos en el sistema, con destino directo a la composición. Ese fue el caso del “Dagens Nyheter” (400.000 ejemplares diarios de difusión, sobre 46 páginas y seis suplementos semanales de ámbito territorial) y del “Expressen” (un diario de tarde, en formato tabloide y 34 páginas de media, que imprimía más de medio millón de ejemplares), donde los sindicatos sólo accedieron a que la redacción introdujera a través de videoterminals un máximo de 10.000 caracteres durante los 45 minutos previos al cierre de la edición (pese a que, en cambio, sí habían admitido que las administrativas que recibían los anuncios por teléfono pudieran introducirlos directamente en el ordenador mediante videoterminals). Esa limitada concesión -junto al acuerdo de que la redacción pudiera utilizar útiles informáticos para la introducción de los textos pero no para la preparación sobre pantalla- llevó a la empresa a desechar inicialmente la extensión del sistema informático a la redacción a causa de su elevado costo (aunque en 1984 el proceso resultó ya imparable y, como consecuencia de ello, la propiedad adquirió 40 videoterminals más para la redacción)²⁰⁸.

Al mismo tiempo, la posibilidad que ofrecían las nuevas fotocomponedoras de filmar páginas enteras suscitaba también la oposición de los tipógrafos, temerosos de sus consecuencias sobre el empleo. Como consecuencia de todo ello, la situación real de aprovechamiento de las nuevas tecnologías estaba bien lejos del adelantado y emblemático diario “Arbetet”, como se confirma en los métodos de trabajo *off-line* del “Dagens” y el “Expressen”²⁰⁹.

²⁰⁶ *Ibidem*, pag. 261.

²⁰⁷ El Anexo II –pags.101 a 103- ofrece detalles del proceso y del funcionamiento del sistema.

²⁰⁸ *Techniques de Presse*, marzo de 1984, pag. 58.

²⁰⁹ El Anexo II –pags.104 y 105- ofrece detalles del funcionamiento operativo de esos dos diarios suecos, así como de otros procesos de reconversión significativos como referencia.

Por lo que se refiere a la experiencia danesa, lo más relevante es que tuvo como punto de partida una larga huelga que finalizó con un acuerdo sobre la utilización de videoterminals por los periodistas, firmado en enero de 1977. Esa fecha ofrece una idea de la notable precocidad con que se planteó la reconversión en Dinamarca, en relación con otros países europeos, aunque ese pacto nacional exigía luego negociaciones particulares en cada empresa para su aplicación, que en 1979 aún no habían concluido.

Por otra parte, también es necesario destacar la excepcional situación de la prensa danesa, por cuanto presentaba unas cifras envidiables (en 1986, 750 millones de dólares de ingresos, de los que 400 correspondían a publicidad²¹⁰, que venía aumentando a razón de un 13% anual, y el resto a ventas²¹¹) en un contexto no menos envidiable, ya que hasta 1988 no existió la publicidad en radio ni televisión. Esta circunstancia permitió al sector acometer -aunque ya en la primera mitad de la década de los ochenta- una profunda reconversión, tanto en el área de composición como en la de impresión, que se vio acompañada de una considerable reducción de los costes.

Desde el punto de vista de la modernización tecnológica, sólo siete de los 45 diarios utilizaban el plomo en 1978, aunque únicamente cuatro del total contaban con sistemas *on line*. En general, el panorama técnico relativo a la introducción y composición de textos en los sistemas informáticos en los rotativos más avanzados se situaba a medio camino entre el lector óptico -en aquellos diarios que se hubiesen visto obligados a reducir plantilla- y la redacción electrónica con funciones limitadas (o sistemas *on line* “amortiguados”) en aquellos rotativos donde se lograron alcanzar acuerdos que no pusieran en peligro los puestos de trabajo. Este último era el caso del grupo “Politiken”, que, entre otras cabeceras, editaba un diario informativo-interpretativo del mismo nombre -con una difusión superior a los 100.000 ejemplares, sobre una paginación media de 26 a 32 páginas y mediante una plantilla de 130 periodistas- y un tabloide vespertino, “Ekstra Bladet”, cuya difusión se elevaba a 240.000 ejemplares, con una paginación media de entre 40 y 48 páginas, y que contaba con una nómina de 110 redactores.

²¹⁰ La publicidad en los diarios daneses representaba en 1986 el 30% del total de la inversión publicitaria.

²¹¹ Por lo que se refiere a la implantación de los periódicos, cabe subrayar que Dinamarca, un país de poco más de cinco millones de habitantes, contaba en 1986 con 46 diarios -nueve de ellos en Copenhague y con cobertura nacional-, que sumaban una difusión global por encima del millón 900.000 ejemplares los días entre semana (con un promedio de 373 diarios por cada 1.000 habitantes), de los que un 60% se vendían en régimen de suscripción (Fuente: Jean Louis Lepigeon y Dominique Wolton, *L'information demain*, pag.50, y F. Leth-Larsen, *Revista de la AEDE*, número extraordinario de 1987, pags.63 a 66). Por lo que se refiere a la propiedad, la concentración era un hecho visible: dos grupos (el “Berlinske Tidende” y el “Politiken”) suponían más del 45% de la tirada, mientras que otros tres (entre los que figuraba uno propiedad del Partido Social-Demócrata) absorbían algo más del 15%. Todos estos diarios que rechazaban todo tipo de ayuda del Estado eran propietarios en régimen de cooperativa de una agencia de prensa ya informatizada que transmitía *on line* sus propios despachos y los de las agencias internacionales a las que estaba suscrita (AFP, Reuter, DPA, Tass). Este panorama se completaba con multitud de diarios locales de carácter gratuito - promovidos precisamente por los grandes rotativos- que sumaban más de cinco millones de ejemplares a la semana.

Finalmente, el caso de Finlandia tiene interés porque, pese a encarar la reconversión a finales de los setenta con una legislación muy restrictiva en cuanto al uso de videoterminals y a la transferencia de tareas del taller a la redacción, a mediados de los ochenta presentaba un panorama muy avanzado de renovación técnica²¹². El contexto, sin embargo, no podía ser más favorable, ya que se trata de un país que presentaba unos índices de lectura muy elevados (535 ejemplares por cada 1.000 habitantes, que comienzan a familiarizarse con la prensa desde la escuela) y una difusión de tres millones de ejemplares sobre una población por debajo de los cinco millones de habitantes²¹³.

Una de las características de la prensa finlandesa hasta finales de la década de los ochenta es que no existía ningún diario de alcance nacional (el de mayor tirada era el “Helsinging Sanomat”, con una difusión superior a los 400.000 ejemplares), ya que por lo general acostumbraban a representar a una comunidad rural o a algún otro colectivo (y, de hecho, un 40% de las cabeceras estaban alineadas con algún partido político). Asimismo, el 60% de los diarios matutinos se vendían en régimen de suscripción anual (un régimen que absorbía el 93% de las ventas) y llegaban directamente hasta el lector, por lo que podían eludir el sensacionalismo y, en consecuencia, presentaban las características habituales de la prensa seria (con una cobertura de informaciones sobre el extranjero relativamente alta). La distribución (muy eficazmente organizada y que garantizaba la entrega a domicilio antes de las siete de la mañana) ocupaba en 1986 a 6.000 repartidores en todo el país. Finalmente, la publicidad en prensa diaria suponía casi el 60% del conjunto de la inversión publicitaria²¹⁴.

Así las cosas, la situación financiera del sector era envidiable, aunque la correlación del gasto de los distintos rotativos -sobre todo en lo relativo al coste de la mano de obra- no era muy distinta al de cualquier país de Europa occidental: el 53% se iba en masa salarial, el 20 en materias primas y el 16 en transporte. La reconversión, no obstante, no generó el cierre de diarios -la reducción de costes pasó, por ejemplo, por fórmulas como la distribución conjunta- y en 1986 la mayoría de ellos habían informatizado la recepción, composición, paginación y publicidad, y comenzaban a experimentar con la digitalización de las fotografías. La reconversión afectó con gran precocidad al

²¹² Ver Anexo II.

²¹³ Estos datos y la mayor parte de los que se ofrecen a continuación figuran en un informe de Veikko Loytyniemi, miembro de la Asociación de Editores Finlandeses, titulado “La prensa en Finlandia”, publicado en la *Revista de la AEDE*, número extraordinario de 1987, pags.95 a 101.

²¹⁴ Por lo que respecta a la inversión publicitaria en prensa a mediados de la década de los ochenta, se elevaba al 57% (frente a sólo un 9% en televisión), de modo que los ingresos de los diarios guardaban la siguiente proporción: un 75% procedían de la publicidad y un 25 de las ventas. En concreto, un tercio de la inversión publicitaria correspondía a compras diarias, otro tercio a anuncios clasificados y el resto a la promoción de productos de prestigio. Como resultado de este conjunto de factores (y entre ellos, un crecimiento sostenido en el número de lectores), la situación financiera del sector a mediados de los ochenta era de absoluta solvencia (salvo en los diarios partidistas, que empezaron a recibir ayudas -por un total del 4% del volumen de negocio del sector- a partir de 1970) (Fuente: Loytyniemi, *Revista de la AEDE*, número extraordinario de 1987, pags.95 a 101).

ámbito de la impresión, ya que en 1983 pasó al offset el último diario que imprimía en tipografía²¹⁵. Ello supuso un aumento del uso del color, hasta alcanzar -en forma de encartes y suplementos, viables merced a la modernización del parque de rotativas y expedición- un 40% de las páginas, lo que mejoró sustancialmente la presencia de la publicidad (principal destinataria de las páginas en cuatricromía).

El caso del “Helsinging Sanomat” es bastante ilustrativo. Según explicaba a mediados de 1981 J. Rauramo, vicepresidente del grupo que lo edita²¹⁶, la renovación técnica iba a permitir imprimir un diario de 48 páginas, la mitad de las cuales serían en color. Y ello mediante una rotativa manejada por nueve operarios, más media docena para la manipulación de las bobinas. Eso sí, la reconversión se produjo mediante una información exhaustiva de los planes y resultados a los empleados, con el objetivo de “integrarlos y motivarlos”²¹⁷.

CONCLUSIONES:

La reconversión tecnológica de la prensa diaria en los distintos países del mundo occidental permite establecer algunas conclusiones que perfilan un contexto característico -por lo general compartido, aunque con algunas especificidades de desarrollo- en el que se situó el proceso de cambio. Así, mientras que las fases iniciales de la reconversión coincidieron con una situación de crisis (de la prensa como sector pero también de la economía en general), la década durante la cual “La Vanguardia” acometió el grueso de su renovación industrial -y que fue el mismo periodo en el que culminó el proceso de recambio tecnológico general a través de la informatización de toda la fase de preimpresión y, sobre todo, de la sustitución de las viejas plantas de tipografía por otras de offset, descentralizadas y capaces de imprimir en color- coincidió también con un coyuntura económicamente favorable que vino a impulsar los procesos de renovación tanto en Europa como en Estados Unidos. En este sentido, Díaz Nosty²¹⁸ subrayaba en 1987 que “la mejoría de la situación económica internacional, a mediados de los años ochenta, ha supuesto para la prensa escrita afrontar la nueva etapa con una respuesta industrial racionalizada -costos más bajos y mayor productividad- y, a la vez, el beneficio de la expansión del consumo, con un reflejo excepcional en la inversión publicitaria. Ambas circunstancias han favorecido, sin duda, un gran dinamismo reconversor en equipos impresores, de cierre y expedición”; es decir, “la renovación de un parque

²¹⁵ *Ibidem*, pags.95 a 101.

²¹⁶ *Revista de la AEDE*, num. 5, julio de 1981.

²¹⁷ *Revista de la AEDE*, num. 5, julio de 1981 y ver Anexo II, pags.120 a 122.

²¹⁸ *La nueva identidad de la prensa*, pag.67.

de maquinaria mucho más costoso que los equipos de pre-impresión y con un efecto sobre el empleo mucho menor” [en lo que se refiere a reducciones de plantilla].

De hecho, sólo el tirón de esa fase expansiva de la economía que se produjo, sobre todo, en la segunda mitad de los años 80 permitió afrontar un proceso de sustitución industrial de tamaño envergadura. No hay que olvidar que los costes de la mano de obra venían suponiendo más del 50% de los gastos totales y que los márgenes de beneficios de las empresas de prensa no iban más allá del 2% del volumen del negocio²¹⁹.

En definitiva, y pese al retraso con que abordó la reconversión del conjunto de sus instalaciones, “La Vanguardia” no se sustrajo a la evolución del ciclo internacional sino que incluso (al menos en lo referido a la etapa de impresión, y todavía con las secuelas de una reconversión blanda del sector de pre-impresión) se benefició de la feliz coincidencia con una buena coyuntura económica mundial. Esa circunstancia le permitió dar el salto definitivo en paralelo al conjunto de los grandes diarios, pese a la ventaja que algunos de estos le llevaban en las otras fases productivas. La importancia de ese factor coyuntural -en tanto influyó en todas partes- se aprecia en el contraste con la situación que vivía la prensa a finales de los setenta en numerosos países -y entre ellos España-, marcada por la letal combinación de altos costes productivos, pérdida de parcelas publicitarias y decrecimiento de los índices de lectura²²⁰. Esa tendencia a la baja -que propició una dinámica de concentración y supervivencia de un menor número de cabeceras en torno a los grupos más fuertes- se había invertido en la segunda mitad de los ochenta, momento en el que se “produjo una recuperación en los índices básicos, sobre todo publicitarios, en favor de los medios impresos, o, en el peor de los casos, una estabilización del mercado informativo y publicitario”²²¹.

Ahora bien, esas circunstancias -compartidas de manera desigual- no implicaron que los procesos de renovación técnica se desarrollaran de modo idéntico en todas partes, ya que mientras en el mundo anglosajón propiciaron despidos masivos -y prolongados y sonoros conflictos, a los que no fue ajena una inflexible resistencia sindical-, en el resto del mundo occidental -y

²¹⁹ Macu Alvarez, Revista Telos, número de junio-agosto de 1989, pag.115. Ese porcentaje corresponde a varios diarios británicos, aunque es extrapolable a otros de ámbito continental y al propio caso objeto de estudio.

²²⁰ Por ejemplo, entre 1973 y 1975, las tiradas de los diarios de EE.UU. sufrieron un descenso de 2,5 millones de ejemplares diarios; entre 1968 y 1976, la prensa francesa perdió tres millones de compradores -y la parisina más de millón y medio entre 1970 y 1985-, y entre 1970 y 1979, la prensa británica cayó en un 7% (Fuente: Bernardo Díaz Nosty, *op.cit.*, pags.22 y 23).

²²¹ Fernando Lallana (*La nueva identidad de la prensa*, pag.301) cita como un ejemplo concreto la evolución de la prensa italiana, que experimentó una sensible recuperación de índices de lectura entre 1987 y 1988 -tras una década de estancamiento de la tirada global-, beneficios considerables y una multiplicación -por cuatro desde 1979- de los ingresos publicitarios. Esa tendencia se podía extrapolar a otros países comunitarios, como Bélgica y Gran Bretaña. En este último se explicaba la buena coyuntura en razón a algunos profundos cambios de concepto: la consideración de la prensa como una industria de alta tecnología, el funcionamiento con una mentalidad de negocio -tras resolver los problemas con los sindicatos e imponer un “círculo virtuoso” de elevados beneficios y alta productividad-, y la sustitución -con la contrapartida añadida de unos jugosos beneficios inmobiliarios- de los viejos espacios industriales por talleres metropolitanos amplios, bien dotados y que se beneficiaban de las posibilidades técnicas de la impresión descentralizada.

especialmente en Europa continental-, el proceso se resolvió de forma gradual y no traumática tras algunos tropiezos iniciales que ratificaron la necesidad de una vía negociada (una dinámica que se explica en el punto 1.1.4.).

Por último, la reconversión produjo un cambio radical en la arquitectura de las redacciones y en el papel del taller de preimpresión, que se tradujo en un incremento de la plantilla de periodistas, en paralelo a una reducción sustancial del personal de talleres²²². El corolario funcional de ese cambio fue un mayor protagonismo y responsabilidad en la definición formal del producto por parte de los periodistas -que hasta entonces habían vivido tan al margen de ese aspecto como de los procesos industriales que sustentaban la elaboración del periódico- y, en consecuencia, un desplazamiento del centro de gravedad de la producción del diario hacia la redacción, que culminó con la casi desaparición del taller de preimpresión (reducido a la introducción y tratamiento de aquellos textos e ilustraciones que no asumía la redacción) y su sustitución por equipos técnicos al servicio del sistema de redacción y composición informatizado. Asimismo, en línea con el crecimiento del número y papel de los periodistas, la nueva configuración tecnológica propició la creación de nuevas figuras (como la ya mencionada del redactor-compaginador o la del gestor de los textos en el sistema) y un cambio profundo de actitudes (tal como se explica en 1.1.4.).

En resumen, el calendario reconversor -en lo que tiene de referencia para “La Vanguardia” respecto a las opciones estratégicas adoptadas anteriormente por otros medios y al entorno tecnológico en el que situó su proyecto de modernización- permite construir una extensa cronología²²³ y, sobre todo, extraer las siguientes conclusiones comparativas:

* **Fotocomposición e informatización de la preimpresión:** La fotocomposición comenzó a extenderse de forma significativa en los años 60 y alcanzó una expansión generalizada en la década de los setenta, especialmente en Estados Unidos (aun cuando en un principio se aplicó generalmente a la composición de los anuncios por palabras -un segmento especialmente necesitado de ampliar las velocidades de composición- y posteriormente se fue extendiendo por fases al conjunto del diario). En concreto, EE.UU. vivió entre 1970 y 1979 un proceso de erradicación casi total de las máquinas de componer en plomo (reducidas a menos del 3% en relación con el número de videoterminales vinculadas a sistemas de fotocomposición). Y de hecho, según Dietrich Ratzke²²⁴, sólo entre

²²² Los detalles de este proceso se abordan en el punto 1.1.4.

²²³ Esa cronología se expresa en el Anexo II a través de una amplia relación de casos en Estados Unidos y Europa.

²²⁴ *Manual de los Nuevos Medios*, pags. 221 y 222.

1970 y 1974 la maquinaria para la composición en plomo se redujo en EE.UU. en un 65% sobre un parque de 10.000 máquinas.

Por lo que respecta a la irrupción de la electrónica en los procesos de composición de texto, el primer precedente se produjo en “Los Angeles Times”²²⁵, en 1962 -mediante un programa de partición de palabras y justificación de líneas al servicio de linotipias y fotocomponedoras-, mientras que las primeras redacciones electrónicas se plantearon en 1967. Ahora bien, no fue hasta la primera mitad de los 70 en que diarios de la envergadura de “Newsday” (1975), “New York Times” (1977) o el “Washington Post” (1979) informatizaron sus redacciones mediante la instalación de decenas de vídeoterminals. En Europa, ese proceso se planteó, sin embargo, con entre cinco y diez años de retraso, a partir de 1979-1980, aun cuando en Alemania y, de forma más aislada, en otros países se instalaron ya algunas redacciones electrónicas a partir de 1976. La resistencia sindical frenó la implantación de los sistemas de redacción electrónica, especialmente en Gran Bretaña, de manera que, durante la década de los setenta, en muchos diarios europeos consolidados sólo se introdujeron computadoras para los servicios comerciales.

Durante esa misma década, se extendió en algunos periódicos el uso de OCR (*optical character recognition* o lectores ópticos de caracteres), que exploraban los textos y podían transmitir la imagen de cada signo a una fotocomponedora asistida por computador. Sin embargo, este procedimiento no eliminaba -salvo que se insertase en un sistema de proceso de textos dotado de vídeoterminals- la reescritura derivada de las correcciones y exigía inicialmente mecanografiar de nuevo los documentos elaborados por los periodistas para que la máquina pudiese reconocerlos.

El siguiente paso -una vez las redacciones contaron con vídeoterminals- consistió en la sustitución de los grandes sistemas electrónicos de redacción centralizados por ágiles ordenadores personales conectados en red y capaces a corto plazo de integrar textos e imágenes. De hecho, mediante programas de autoedición y el software necesario, en la segunda mitad de la década de los ochenta ya era posible utilizar equipos de bajo coste con una amplia capacidad resolutive, para procesar textos, incorporar imágenes y compaginar páginas completas (lo que suponía su filmación sin pasar previamente por el montaje manual de los distintos elementos y, en definitiva, la supresión del taller de preimpresión, que se había quedado circunscrito a la codificación, el montaje y la reproducción de las fotografías). Sin embargo, la eliminación del montaje manual exigió avances en la capacidad de memorización masiva de información (sobre todo la relativa a las imágenes), de modo

²²⁵ Antonio García de Diego, *La empresa periodística ante las nuevas tecnologías*, pag.14, señala el “Daily Oklahoma”,

que los equipos que lo permitían tenían todavía costes muy altos. Por tanto, no fue hasta después de 1985 cuando comenzó, realmente, un periodo progresivo de aplicaciones que se generalizaron hacia 1990. Así, en Europa, Finlandia, Suecia y Noruega comenzaron a estructurar redacciones basadas en PC's durante la segunda mitad de la década de los ochenta, y en Estados Unidos, en 1987, el "Chicago Tribune" fue el primer gran diario que adoptó esa opción.

Además, el concepto de sistemas de puesta en página -que en algunos periódicos de EE.UU. y Europa comenzó a ensayarse de forma incipiente hacia 1980²²⁶- debió superar un dilema inicial entre el planteamiento orientado hacia la composición de páginas enteras en la redacción -que acabaría controlando todo el proceso de composición y preimpresión- y un enfoque centrado en el montaje electrónico de páginas, en el taller.

Finalmente, la supresión de la intermediación de soportes fotográficos para grabar las planchas de impresión -corolario lógico del montaje y la puesta en página electrónica- no se produjo hasta finales de la década de los ochenta, aun cuando en 1983 el "Daily Press" aplicó por primera vez el sistema de grabación directa. De hecho, a comienzos de los ochenta la posibilidad de salida directa sobre plancha todavía era contemplada con cautela, a la luz de los elevados costes y de las propias limitaciones de los sistemas de transmisión. Sin embargo, la opción de la transmisión facsimilar -aunque inicialmente sin grabación directa de la página sobre plancha- acabó por imponerse por razones de rentabilidad (en especial cuando la transmisión por satélite sustituyó a la conexión a través de costosas líneas telefónicas), ya que muchos rotativos habían podido enajenar a buen precio sus talleres situados en el centro de la ciudad, y sustituirlos por una moderna planta industrial en la periferia, mucho más barata (lo que, al mismo tiempo, proporcionó liquidez para afrontar las cuantiosas inversiones que exigía la reconversión del área de impresión).

* **Impresión:** Los elevados costos de las rotativas y su largo periodo de amortización, así como las dificultades técnicas no resueltas que (en relación con el mojado y el entintado de las planchas) planteaba el offset²²⁷, explican que todavía en 1980 hubiese diarios que adquirieron rotativas tipográficas. Es más: la tentación de recurrir a procedimientos de

como el primer diario compuesto mediante ordenador.

²²⁶ Aunque los sistemas iniciales no incluían las imágenes y presentaban frecuentes problemas operativos pese a los indudables ahorros de tiempo.

²²⁷ El Anexo II incluye varios casos que evidencian las dificultades técnicas que todavía presentaban las nuevas rotativas de offset a comienzos de los ochenta. A título de ejemplo, la experiencia del "Helsingin Sanomat" (pag. 126) es ilustrativa.

transición entre la tipografía y el offset (como el DiLitho o la flexografía, que podían adaptarse a las viejas rotativas tipográficas a un coste infinitamente menor que el que suponía su sustitución) se prolongó hasta bien entrada la década de los ochenta en numerosos diarios importantes que imprimían en tipografía pese a contar con videoterminals y fotocomposición. En EEUU, hasta 1973 ningún periódico con una tirada superior a los 250.000 ejemplares imprimía en offset, y todavía a finales de los 80 el “Washington Post” mantenía un grupo de rotativas tipográficas rectificadas para operar con sistemas intermedios²²⁸.

De hecho, aún en 1983 las reticencias a la impresión en color eran muy elevadas²²⁹. Sin embargo, el proceso de sustitución se precipitó a lo largo de esa década -por ejemplo, en 1986 prácticamente todos los grandes rotativos regionales franceses imprimían en offset color- y, a diferencia de lo ocurrido con la fotocomposición y la informatización, esta fase se produjo paralelamente en el mundo anglosajón y en Europa occidental, de modo que culminó, junto a la automatización del cierre, prácticamente en 1990.

La modernización de este último sector resultó imprescindible como consecuencia de los numerosos problemas de distribución que planteaba la multiplicación de las ediciones de un mismo diario para competir zonalmente (una tendencia que se acentuó a partir de 1980). Asimismo, la renovación del área de manipulado -que arrancó en el umbral de los ochenta aunque hubo de superar algunos problemas iniciales de funcionamiento- constituyó una necesidad inaplazable ante el creciente volumen de papel (tanto en lo relativo a los suplementos dominicales como a los encartes publicitarios) que manejaban los diarios²³⁰.

²²⁸ La compleja naturaleza del dilema que planeaba sobre las imprescindibles pero costosas transformaciones que afectaban al área de impresión se aprecia en los diversos ensayos que protagonizaron muchos diarios en su intento de aplazar -mediante procedimientos de transición- las cuantiosas inversiones que exigía el offset (que, además, y tal como ya se ha señalado anteriormente, presentaba a comienzos de los 80 algunos problemas). De hecho, la experiencia de varios diarios norteamericanos que combinaron la flexografía con el anilox, sobre un principio que había sido presentado en 1977 por el centro de investigación de la asociación americana de periódicos (*Techniques de Presse*, enero de 1983, pags.20 y 22), ponía el énfasis en las ventajas industriales y económicas de esos procedimientos de transición, aunque por encima de las relativas a la calidad. Así, el director de ese centro subrayaba la disminución de las pérdidas de papel y de las manchas de tinta (lo que permitía obtener ejemplares comercializables desde la segunda vuelta del cilindro), el funcionamiento más silencioso de la rotativa tipográfica y la reducción del mantenimiento, del tiempo de trabajo necesario y del consumo de energía. Eso sí, se admitía que “esta calidad no es igual que la del offset” y no se podía aplicar a la impresión en color. (El Anexo I -pags. 55 a 62- ofrece un compendio de detalles técnicos sobre los pros y los contras de los sistemas de transición frente a las ventajas del offset).

²²⁹ Así, en 1982, algunos responsables técnicos consideraban que “la impresión en color no es realista, al menos para los diarios de gran tirada”, y sustentaban esa afirmación en las fluctuaciones publicitarias que llevarían a una utilización del 60% de la cuatricromía en las ediciones anuales, frente al elevadísimo coste de una rotativa para impresión en color (*Techniques de Presse*, enero de 1983, pags.20 y 22).

²³⁰ El estado de la automatización de los procesos de manipulado del diario, así como del encartado de todo tipo de suplementos, se explicaba en 1984 a través de los periódicos que habían instalado el sistema Rotadisc, de Ferag (cuyas prestaciones se detallan en la nota 92 del Anexo I). Entre ellos, se encontraban el grupo Axel Springer Verlag, en Ahrensburg, y el Rheinische Post”, de Düsseldorf (en la RFA); el “Tages-Anzeiger”, de Zurich; el “Basler Zeitung”, de Bale, y el “Berner Zeitung”, de Berna (en Suiza); el “Helsingin Sanomat”, de Helsinki (en Finlandia) y “The Sunday

* **La informatización de las áreas de apoyo:** Tal como se ha señalado, la informatización de los servicios comerciales y de gestión del diario (distribución, facturación, publicidad, contabilidad, etc.) se inició en los años 70 (y ese fue el caso de “La Vanguardia” en lo relativo a la facturación y la gestión de las suscripciones).

Durante esa misma década de los setenta, la informática empezó a aplicarse también a los archivos o servicios de documentación de los diarios (especialmente en EE.UU.), de modo que algunos de los más importantes rotativos habían comercializado y transformado sus archivos de recortes en depósitos de microfichas gestionadas por computadoras. Y algunos incluso fueron más allá, como en el caso del “Boston Globe”, que informatizó sus archivos en 1976 mediante un banco de datos alimentado por bandas magnéticas remitidas desde la redacción del rotativo y con acceso interactivo a través de terminales. Sin embargo, no fue hasta la segunda mitad de la década de los ochenta que los periódicos empezaron a implantar archivos electrónicos a partir del material publicado (y en 1983, por ejemplo, sólo tres diarios norteamericanos contaban con archivos electrónicos). El principal escollo que debía superar esta prestación se situaba en la capacidad de almacenamiento de los soportes existentes a principios de esa década, algo que sólo empezó a resolverse satisfactoriamente y en términos económicamente asumibles a finales de la misma.

Times”, en Perth (Australia). Todos esos periódicos trabajaban ya en 1984 (el sistema había sido presentado en 1982) con un encarte integrado, de modo que los suplementos de todo tipo podían ser encartados a una velocidad de hasta 40.000 ejemplares/hora, tanto en la modalidad *on line* como en la *off line*.