

---

## De la dictadura al mercado: la transición de los medios de comunicación en España o dónde quedó la responsabilidad social de los medios

### From dictatorship to the market: the transition of the mass media in Spain or where was the social responsibility of the media

---

**Antonio Laguna Platero**

Universidad de Castilla La Mancha

**Francesc-Andreu Martínez Gallego**

Universidad de Valencia

---

*In the Spanish transition period from Franco's dictatorship to parliamentary democracy, the totalitarian control of the media turned into a liberalization of the media quite quickly, and this fact was interpreted as a success of liberty, obviating debate on the role of the state intervention and arbitration that had been taking place in European and American countries since the mid-twentieth century. If elsewhere the privatization of the media was understood as a deterioration of its social function, in Spain it was expressed as a part of freedom of speech that must necessarily accompany the new political freedom.*

**Key words:** transition to democracy, privatization of mass media, social role of mass media, deregulation.

*En la España de la transición de la dictadura franquista a la democracia parlamentaria se pasó del control totalitario de los medios de comunicación a la liberalización del mercado de los medios de comunicación con relativa presteza y tal hecho fue interpretado como un éxito de la libertad, obviando el debate sobre el papel interventor y de arbitraje del Estado que se venía produciendo en países de Europa y América desde mediados del siglo XX. Si en otros lugares la privatización de los medios se vivió como un deterioro de su función social, en España se plasmó como un componente de la libertad de expresión que necesariamente debía acompañar a la nueva libertad política.*

**Palabras clave:** transición a la democracia, privatización de medios de comunicación, función social de los medios de comunicación de masas, desregulación.

El mayor problema que tiene la democracia española es la limitadísima diversidad ideológica de los medios de información y persuasión, tanto orales como escritos (...) resultado del dominio de aquel proceso de Transición por parte de las fuerzas conservadoras.

Vicenç Navarro (*Público.es* 8 marzo 2012)

## PROEMIO: DE DESAPARICIONES Y ANOMALÍAS

**D**os diarios, dos épocas y un mismo destino: el cierre. Uno por la ley de un Estado totalitario, esto es, por la falta de libertad; el otro, por la ley de un mercado dominante, es, a saber, por el rigor de la libertad competitiva.

Primer caso: 7 de enero de 1972, seis años después de estar vigente la ley de prensa firmada por Manuel Fraga, el Consejo de Ministros presidido por Francisco Franco confirmaba la resolución dictada por el Ministerio de Información y Turismo, el 25 de noviembre de 1971, en la que se ordenaba la clausura del diario Madrid. La causa última de esta decisión estaba estrechamente ligada al artículo de Rafael Calvo Serer, titulado “Retirarse a tiempo. No al general De Gaulle”, publicado en la página 3 del número del 30 de mayo de 1968, “en el que no había que leer entre líneas y en clave para entender que donde decía «De Gaulle», quería decir también, y sobre todo, «Franco»” (Seoane y Saiz, 2007: 284).

Segundo caso: 24 de febrero de 2012, tras cuatro años y medio de vida, el diario *Público* echaba el cierre. La empresa editora, Mediapubli, justificaba la medida por la “intensificación de la crisis publicitaria, la profunda transformación que está sufriendo el sector de la prensa escrita y las dificultades para acceder a nueva financiación” (*El País*, 25 febrero 2012).

Casos de difícil comparación (Detienne, 2001). Obviamente, entre uno y otro ejemplo media un cambio fundamental: la conquista de la democracia. Sin embargo, en el primer caso, el del diario *Madrid*, su fin es inseparable de la función social que la dictadura entiende que juega un medio de comunicación, esto es, como un poderoso instrumento de propaganda (Barrera, 1995); mientras que, en el segundo caso, el del diario *Público*, el cierre se encuadra en una coyuntura económica y dentro de sus consecuencias, lo que equivale a situar al medio de comunicación en la categoría de empresa sin más. Y sin embargo, más allá de todas estas diferencias, el resultado es el mismo: la desaparición del medio de comunicación.

Inquietante final al que se puede llegar por caminos diferentes. Philip Meyer (2004) plantea la hecatombe en 2043: el último año de la prensa escrita. No lo dice por afinar; lo dice por *epatar*. Y para constatar que la prensa, en EE UU y más allá, ha entrado en barrena aquejada de un fallo multiorgánico que combina la competencia imposible con los medios digitales, la crisis de credibilidad y el descenso en picado del ingreso publicitario inducido por la crisis económica. La situación ha planteado un debate (Burgueño, 2011) sobre luto, nostalgia y posibilidades de supervivencia a través de la reconversión. Algunos han recordado que lo mejor que hicieron los periódicos diarios en sus orígenes dieciochescos fue “fastidiar a sus gobernantes” y que, sin el periódico, lo que está en tela de juicio es el concepto de libertad de prensa puesto que, aunque el periódico no siempre

está al lado de la libertad, su concurrencia es necesaria para asegurarla (Lepore, 2009). Algunos editoriales de *The New York Times* han sugerido la conversión de los periódicos en instituciones subvencionadas por el Estado —algo así como una universidad pública autónoma— para garantizar el ejercicio de su responsabilidad social (Kamiya, 2009: 108).

Responsabilidad Social de la Prensa. El concepto tiene aire de extranjería y resulta un tanto extraño a la tradición periodística española. Fue acuñado en 1947 en Estados Unidos (Commission on Freedom of the Press, 1947) y establecía que el periódico debe ser consciente de la incapacidad del mercado libre para garantizar la libertad de expresión y, por ende, el periódico no es sólo una industria cultural entendida como agente en el mercado de las ideas, sino una empresa regulada y con responsabilidad social (Siebert, Peterson y Schramm, 1954). Volveremos sobre esa cuestión. Ahora lo relevante es su anomalía española: en el contexto de la desaparición del diario *Madrid*, la responsabilidad social de la prensa estaba subyugada por el concepto autoritario en la concepción del periodismo; en el contexto de la desaparición de *Público*, el mercado y los mecanismos de asignación de bienes y servicios que le son propios era el escenario. Y en medio quedó una Transición.

Las tesis vinculadas a la Responsabilidad Social de los Medios brillaron por su ausencia en ella. Aquí se sugerirá, a modo de hipótesis, que ello fue debido a una especie de cortocircuito histórico: el peso del intervencionismo estatal, monumental en la dictadura, silenció el intervencionismo público en la nueva democracia, que se identificó con presteza con el adelgazamiento de cualesquiera tareas de intervención sobre los mediadores informativos.<sup>1</sup>

## LAS DIMENSIONES DEL RETO: LA TRANSICIÓN A VELOCIDAD MULTIVARIADA

Es conocido: el tránsito del sistema informativo franquista al democrático fue especialmente intenso y más extenso de lo previsto. Estaba en juego, nada más y nada menos, que pasar de un régimen periodístico creado en plena Guerra Civil, a partir del modelo fascista italiano (Martín, 1993), a otro que se ajustase al modelo democrático desarrollado en Europa tras la conclusión de la II Guerra Mundial. Estaba en juego cambiar la norma, por supuesto, pero también las funciones sociales de los medios, los modelos de negocio y hasta las mentalidades de los profesionales. Todo ello en una coyuntura agravada por los efectos de la grave crisis mundial que se había iniciado en 1973 y que en el ámbito de la comunicación iba a provocar consecuencias fundamentales.

Es evidente que el primer gran reto de la Transición fue cambiar la norma que regulaba el funcionamiento del sistema informativo. Una tarea nada fácil si tenemos en cuenta que la regulación franquista se había mantenido prácticamente incólume durante todo el período. En este sentido, recordemos que la Ley de prensa de 1938, versión española de la impuesta por Mussolini en Italia, había sido la piedra angular del sistema informativo franquista poniendo las bases de un periodismo sometido totalmente a los intereses del nuevo Estado, de un periodismo monolítico y oficialista.<sup>2</sup> Hasta 1966 estuvo vigente la Ley de prensa

aprobada en Burgos en plena guerra. Pero la obsesión que la motivó, la sumisión de los medios al servicio del Estado y de su caudillo, se prolongó hasta la muerte de Franco. Se ha argumentado cómo la reforma de 1966, o Ley Fraga, fue una readaptación del modelo totalitario del 38 provocada por la consolidación de la televisión y la baja penetración de la prensa en la sociedad española. Dicho en otros términos, en 1966 se moderaban las medidas de intervención y control de una prensa que no compraba ni leía casi nadie, pero no se planteaba ningún cambio en el resto de medios. La pretensión era que el modelo, en lo básico —control, intervención y dirección de medios y mensajes— continuase intacto (Martínez y Laguna, 2000; Chuliá, 2001: 189).

En segundo lugar, otra urgencia de la Transición sería redefinir el papel del Estado en relación a los medios de comunicación, sustituyendo el modelo totalitario vigente por otro que, respetando la libertad de empresa y la pluralidad informativa, garantizase los derechos básicos de expresión e información de los ciudadanos. Este tránsito, entre otras acciones, tenía que pasar necesariamente por la reconversión de los medios del Estado: desde la prensa del Movimiento, un botín de guerra transformado en aparato oficial de propaganda, pasando por el monopolio informativo de RNE hasta llegar al NO-DO.<sup>3</sup>

Finalmente, el tránsito necesitaba obligatoriamente reconvertir el periodismo y a los periodistas a una nueva cultura democrática que, con notables excepciones, muy pocos conocían (Barrera, 1997). La filosofía que había inspirado el ejercicio del periodismo durante el franquismo provenía directamente de las profundidades del totalitarismo, tal como demuestra la concepción imperante durante muchos años acerca de la figura del periodista: “El periodista —decía Prado López, teórico de la prensa franquista— es un complejo de hombre sencillo... El periodista es una misión y, por consecuencia, el periodista, un misionero. (...) El periodista tiene que sacrificarlo todo al deber profesional, a la popularización y exacta comprensión de la buena doctrina, a la difusión de la belleza, la justicia y el amor de la Falange” (Cit. Bordería, 2000: 28). Y para lograr estos objetivos, el periodista durante este periodo será depurado ideológicamente, formado y educado en escuelas de periodismo *ad hoc*, registrado y controlado en asociaciones de prensa, retribuido y recompensado de acuerdo con lo dispuesto por el Estado. El reto, en este sentido, será pasar de la concepción del periodista como servidor del Estado, al profesional formado, preparado y protegido para ejercer una función básica en el funcionamiento del sistema democrático al servicio de los ciudadanos.

En definitiva, el reto que se le presenta a España a partir del 20 de noviembre de 1975, además de diseñar un nuevo marco jurídico general, será reconstruir un nuevo sistema informativo de naturaleza y filosofía diametralmente distinta a la existente hasta entonces. Todo ello mirando siempre como modelo a la idealizada Europa. Pertenecer a Europa y ganar la democracia pasó, a partir de ese momento, a formar parte de la cultura política de los españoles de la transición, explicando de esta manera el porqué de nuestros comportamientos electorales tan participativos en las sucesivas elecciones al Parlamento europeo. Europa era libertad, pero también responsabilidad social en el campo de los medios. Entonces lo primero emergió y lo segundo pareció olvidarse. Y hasta algunas interpretaciones actuales lo obvian (como Gunther, Montero y Wert, 1999: 3).

Si hacemos un repaso de los grandes cambios legislativos, confirmamos la cronología dispar que presenta esta parte de la historia. En este sentido, la evolución seguida es conocida por su desfase temporal: las normas democratizadoras siempre fueron por detrás de las reivindicaciones sociales y, en este caso, también periodísticas. Recordemos que la primera medida que afecta a la estructura de medios del régimen no se produce hasta el 4 de enero de 1977, cuando se promulga la Ley de Reforma Política que, entre otros efectos, establece que la cadena de prensa del Movimiento pase a depender, con carácter de organismo autónomo, del Ministerio de Información y Turismo. Cuatro meses después, —el 15 de abril— un decreto constituye formalmente el Organismo Autónomo de Medios de Comunicación Social del Estado (OAMCSE), integrado por treinta y cinco periódicos y una agencia de noticias: PYRESA (Fernández y Santana, 2000: 58). El 3 de octubre de 1977 es abolido el monopolio informativo de Radio Nacional de España y veinticinco días más tarde Radio Televisión Española deja de ser un ente de servicio público centralizado por el Gobierno, para convertirse en una entidad pública de carácter comercial con una personalidad jurídica propia. Este cambio de base jurídica tenía mucho que ver con los Pactos de la Moncloa, aprobados el 27 de octubre de 1977 por las fuerzas políticas y sindicales más importantes del momento. En su contenido, además del programa de reformas económicas, se aprobó con el voto en contra de la Alianza Popular de Fraga Iribarne, un “Programa de actuación jurídica y política” (Martínez, 1989: 34) que constituía, además de alternativa a la ley de prensa de 1966, una orientación básica para acometer la regulación del funcionamiento de los medios públicos.

El siguiente paso fue la Constitución de 1978, símbolo mayúsculo del éxito de la Transición, que en su artículo 20.d. recoge “el derecho a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión”. Pero ya no va más allá. El posible desarrollo normativo de estos derechos pronto se olvidó ante un mercado que en los inicios de los ochenta ya vislumbraba los grandes negocios que se avecinaban. Así, por ejemplo, la cláusula de conciencia y el derecho al secreto profesional no se regularon hasta el 19 de junio de 1997, en una ley por otro lado muy criticada por sus limitaciones.<sup>4</sup>

El 13 de abril de 1982, las últimas Cortes con mayoría de la Unión de Centro Democrático aprueban el proyecto de ley (Ley 11/1982) para la supresión del Organismo Autónomo de Medios de Comunicación Social que, como hemos señalado, aglutinaba en su seno a la antigua Cadena de Medios del Movimiento. El siguiente paso fue el anuncio de la ministra de Cultura, Soledad Becerril, de la enajenación de la mayor parte de los periódicos pertenecientes al Organismo Autónomo, en lo que algunos autores han denominado una nueva desamortización (Fuentes y Fernández, 1997: 326). Las subastas debían celebrarse a finales de 1982, pero el triunfo socialista en octubre de ese mismo año trastocó el calendario previsto. Finalmente, será entre abril y junio de 1984 cuando se acabe de vender y privatizar todos los medios procedentes de la Cadena de Prensa del Movimiento.

El último paso de esta retirada del Estado en el ámbito de la comunicación sucede en 1988, con la Ley Orgánica del 14 de abril reguladora de la explotación de tres canales de televisión de cobertura nacional. Es el punto final del monopolio estatal y el nacimiento de las televisiones privadas, algo que ya venía sucediendo

en Europa de forma intermitente en los años ochenta, pero más regular en los noventa, y que obligará a la redefinición de los estatus de las radiotelevisión públicas de media Europa. Sin embargo, y a pesar de nuestra pertenencia a la Unión Europea, imitemos a Europa en todo lo que implica el avance del mercado, pero no sucederá lo mismo cuando de mantener medidas salvaguardas del derecho de información se trate. Es más, la identificación heredada entre medios públicos e instrumentos ruinosos de propaganda no hará sino prolongarse a través de las televisiones autonómicas hasta el día de hoy.

## PRIVATIZAR Y DEMOCRATIZAR, EL JUEGO DE LAS IDENTIFICACIONES

El resultado del proceso de cambio que acabamos de sintetizar se saldrá con la irrupción de un cada vez más potente sector empresarial de la comunicación, en detrimento del Estado que tan sólo conservará RTVE, las televisiones autonómicas y la Agencia EFE. El tránsito en este ámbito, por consiguiente, consistió en pasar de lo público a lo privado y en computar, en el trayecto, las bajas de la prensa —escasa— de oposición al franquismo (Renaudet, 2003).

En todo caso, no podemos perder de vista que desregular y privatizar serán ondas expansivas de un seísmo económico cuyo epicentro se situaba en octubre de 1973. La crisis económica tendrá tal afeción sobre el proceso de cambio español que a juicio de algunos economistas marcó la corriente de fondo de todo el proceso, hasta tal punto que la Transición se iniciaría con la crisis y no concluiría hasta 1985, fecha en que España empieza a salir de la misma (Serrano, 1994; Hernández, 2004; Ocampo y Peribáñez, 2006: 291-293).

Más allá del debate en torno a estos hitos cronológicos, descubrimos una de las paradojas de la Transición española: mientras aquí privatizar el sistema informativo se identificará con tránsito a la democracia, en el resto de Europa se vivirá como un deterioro de la función social de los medios. Todo ello, lógicamente, a partir de la historia desigual vivida. Recordemos que la transición político-informativa en los países europeos occidentales tras la II Guerra Mundial, desde Alemania hasta Italia, se guió por un nuevo paradigma: el de la información al servicio de la sociedad, frente al principio que se había seguido en las décadas anteriores de la propaganda al servicio del poder.

Se trataba de redefinir el papel del Estado en la nueva situación, pasando de protagonista y controlador del sistema a mero regulador del mismo. La transformación se conoció como un pacto entre el Estado y los medios, en el sentido de que el Estado respetaba la pluralidad informativa y la libertad de empresa en el ámbito de la información, reconocía y protegía la función social de los medios como servicio público básico para el buen funcionamiento del sistema político y garantizaba los derechos y libertades de informar y ser informado bajo los principios de rigor, calidad y profesionalidad. Por su parte, los medios de comunicación, a pesar de su condición de empresas privadas, aceptaban su responsabilidad social como servicios públicos básicos del sistema democrático sujetándose a normas de control de calidad. Y a este

pacto, en síntesis, se le llamó Teoría de la Responsabilidad Social de los Medios de Comunicación.

Coherentes con este planteamiento y, sobre todo, fresco en el recuerdo el peligro que tenían el uso y abuso de la propaganda, nada más concluir la guerra diversos países pusieron en marcha comisiones de expertos encargadas de elaborar las bases del nuevo sistema informativo. El cambio adquiere tal calado que el profesor Jesús Timoteo Álvarez lo identifica como una nueva fase de la historia de la comunicación, la del Neocapitalismo Informativo (Álvarez, 1981: 121-123). Entre los organismos que se crearán en esta etapa, el más reconocido por su valor de modelo será la *Royal Commission of the Press*, puesta en marcha en el Parlamento inglés en 1947. Integrado por representantes de diversos estamentos profesionales, se encargará de realizar propuestas para mejorar y ampliar la libertad de expresión, como por ejemplo la creación en 1953 de un Consejo General de la Prensa (*Press Council*). De este consejo de prensa, donde participan propietarios, editores y sindicatos, surgirá una serie de informes anuales sobre la profesionalidad de los periodistas, el interés público, las empresas periodísticas, etc., que influirán en la legislación sobre la materia y se convertirán en referente para otros países.

En España, a comienzos de los años ochenta, algunas voces reclamaron de forma infructuosa este tipo de institución garantista (Terrón, 1983: 1, cit. Carrillo, 1986: 78). Hubo debate; surgieron palabras como *regulación*, *autorregulación* y hasta posiciones que ubicaban la teoría de la responsabilidad social, como la autoritaria o la comunista, en el territorio de la invasión de las libertades (Aguinaga, 1980). Sin embargo, las instancias que reclamaban la aplicación del principio —básicamente algunas uniones de periodistas y organizaciones que provenían de la lucha antifranquista, como el Grup Democràtic de Periodistes impulsado por Pernau y Huertas Clavería, que surgían en contraste con las añejas asociaciones de la prensa— se dieron pronto a bruces con una política gubernamental, dirigida por la UCD, que le daba la espalda y que auspiciaba lo que entonces se llamaron “posiciones empresaristas” (Fernández y Santana, 2000: 83).

A la sazón, el modelo inglés no era el único faro. Había servido para que la República Federal Alemana anduviese la misma senda y, así, en 1956 aparecía un Consejo de Prensa con el objetivo de “preservar la libertad de expresión y el prestigio de la prensa alemana” (Villanueva, 2002: 143). Posteriormente, el modelo lo implantó Austria, con la creación del Presserat (Consejo de Prensa), que será conocido por el contencioso que mantendrá con el diario sensacionalista *Kronen-Zeitung*, todo un ejemplo de cómo situar al sensacionalismo en su nivel.<sup>5</sup> En la década de 1980 la ola de transiciones democráticas latinoamericanas se planteaba también el debate que relacionaba a los medios libres y al principio de responsabilidad social (Filgueira y Nohlen, 1994).

Parece lógico pensar que, entre otros factores claves para construir la democracia en España tras la muerte del dictador, la Teoría de la Responsabilidad Social que acabamos de señalar figurase en el listado de objetivos preferentes. Sin embargo, no fue así. ¿Por qué? Se ha argumentado por especialistas como Marc Carrillo (2001) que las dificultades del proceso de cambio español, como por ejemplo las amenazas involucionistas, ralentizaron la adecuación del derecho garantista europeo en materia de información. Sin embargo, además de los obstáculos internos, entendemos que el verdadero causante de esta dificultad para

incorporar instituciones y normas reguladoras de la actividad periodística empresarial en nuestro país radica en la tendencia desreglamentadora que se generaliza a medida que avanza la década de los setenta.

Nuestra hipótesis —reiterémosla— es que tras la muerte del dictador, el sistema informativo español va a mostrar un gran recelo con todo lo que tenga que ver con el Estado por un doble motivo: primero, porque desde 1939 la identificación con el Estado era sinónimo de dictadura; y segundo, por la reorientación que experimenta el sistema capitalista a partir de la crisis internacional de 1973, y que convierte a la comunicación en el sector estratégico del nuevo crecimiento económico. Y si el sector de la información, la comunicación y el entretenimiento será a partir de entonces el gran negocio del mundo capitalista, el objetivo de los grandes propietarios de medios de comunicación será exigir la retirada del Estado y la eliminación de cualquier norma que pueda obstaculizar la búsqueda del beneficio, como por ejemplo anteponer ética informativa a audiencia. De esta forma comprobamos cómo la Transición española coincide con las estrategias neoliberales para salir de la crisis, basadas en la desregulación o retirada del Estado del mundo de la comunicación.

La suma de estos dos factores, entendemos, puede explicar el porqué los medios de comunicación españoles transitaron a partir de 1975 de la dictadura al mercado sin que mediara un desarrollo normativo acerca del papel social de los medios, tal y como venía existiendo en Europa desde 1947. Digamos que frente a la identificación anterior de Estado igual a dictadura, ahora se producía otra de signo distinto en el sentido de libertad igual a mercado, lo cual, por otro lado, no dejaba de ser lógico habida cuenta del gran desastre que la dictadura había significado en la evolución del mercado periodístico español (Bordería y Laguna, 2003). De tal suerte que el axioma planteado por Luis González Seara en el momento en que brindaba por la salida a la calle de *Diario 16* (octubre de 1976), acerca de que sólo la pluralidad empresarial garantizaría la pluralidad informativa, sustituyó *de facto* al otro principio nacido en 1945 en buena parte de Europa que otorgaba al Estado la garantía de los derechos y libertades de información.

De ahí que en España desregulación implicó autorregulación, esto es, la retirada del Estado y de su capacidad normativa en favor de las empresas privadas y su buena voluntad. Fueron los diarios de referencia, como *Abc*, *El País*, *El Mundo* y *El Periódico de Catalunya*, los que de *motu proprio* decidieron autorregularse mediante la adopción de códigos éticos. Todo ello en un mercado cada vez más liberalizado y con menos obstáculos a las fusiones y concentraciones.

El resultado será un mapa mediático, dominado progresivamente por los grandes grupos, y la conversión de la comunicación e información en un sector puntero del sistema capitalista por sus perspectivas de ganancias y su valor estratégico. Los inversores internacionales, tímidos en los años setenta, se afianzan en los ochenta para multiplicarse de forma exponencial diez años después. En esta última década, veinte grandes grupos extranjeros de la comunicación hacen su entrada en España. Entre ellos aparecen los nombres que van a marcar el destino de los principales medios de comunicación de este país en los últimos tiempos: el grupo Bertelsmann (g+J España) en revistas y editoriales; el grupo de Axel Springer en revistas y radiodifusión; el grupo Edipresse-Hyma en revistas; Atlanpresse

(editor del diario francés *Sud-Ouest*) entra con un 22% de acciones en el Grupo Correo; Pearson (editor de *The Financial Times* inglés) aterriza en el Grupo Recoletos con un 56,72% de sus acciones; Hersant, por su parte, poseerá el 4,17 del Grupo 16; Rizzoli-Corriere della Sera entra como socio de Unidad Editorial con un 45% de sus acciones, al que se le suma también *The Guardian* con un 4%; Fininvest de Berlusconi aterriza en Tele 5 (25% de acciones) y Rothschild, Dillon Read Ltd, Scottish Equitable Stain, Rabobank y Fidelity International en Antena 3 Televisión (18,95%), a los que se les suma Arnon Milchan (10%). Por último, Canal Plus Francia invertirá en su homónima española con la compra de un 25% de sus acciones. Y ésta es un sólo una primera radiografía de una metástasis que no ha hecho sino crecer y multiplicarse hasta nuestros días.

Lo bien cierto es que la liberalización del mercado español de la comunicación, justificada por el pasado dictatorial pero coherente con las perspectivas de negocio que ofrece el sector a finales de los setenta, dará lugar a partir de los años ochenta a una nueva estructura mediática en España con importante presencia de bancos y grupos multimedia internacionales. En otras palabras, los medios de masas, configuradores de la opinión pública y la cultura política de los ciudadanos, artífices de un imaginario colectivo que, entre otros episodios, también ofrece el de la Transición, quedaron en su mayor parte en manos de propietarios privados (Reig, 1998: 42-43).

La conclusión definitiva no puede ser otra que constatar cómo la noción de servicio público para los medios, que se acrisoló en media Europa durante la segunda mitad del siglo XX, quedó periclitada en España por el interés privado de empresarios y accionistas del más diverso pelaje, origen y condición. Nuestra tesis es que se pasó del oscuro mundo de la dictadura al brillante mundo del mercado sin apenas tiempo para desarrollar un papel interventor y de arbitraje por parte del Estado. No de otra manera podemos entender el fracaso que en España han tenido los sucesivos intentos de crear una autoridad del audiovisual desde principios de los años noventa. Especialmente significativo entendemos que fue el intento de 2005. El ministro de Industria, José Montilla, presentó una serie de anteproyectos de leyes relacionadas con lo audiovisual. Algunas de ellas fueron aprobadas (como la reforma de RTVE o la Ley de Impulso a la Televisión Digital Terrestre), sin embargo, la Ley de Creación del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales, así como la Ley General Audiovisual, recibieron tal aluvión de críticas por parte de los empresarios que finalmente fueron congeladas. Como es sabido, España es, con la excepción de algunas autonomías, el único país de la Unión Europea sin una autoridad del audiovisual (Zallo, 2006).

Estas empresas de medios de comunicación que pueblan hoy la geografía de nuestro país, que no entienden más regulación que la ley de la oferta y la demanda —al menos hasta que la crisis del negocio periodístico les llevó a pensar de otro modo—, que tienen unos valores muy pragmáticos que se traducen en estrategias muy comerciales y en líneas editoriales conservadoras; que reivindicán su papel como “cuarto poder” con la misma fuerza que buscan influir en gobiernos y políticos..., estas empresas son, por su papel de medios de masas, los que tienen más capacidad de transmitir a los ciudadanos una forma de entender el mundo y, en el caso que nos ocupa, una forma de comprender la Transición política, una perspectiva de cómo pasaron las cosas. Veamos algunos ejemplos.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL Y ASUNTOS CONVERGENTES: LA IDEALIZACIÓN DE UN PROCESO

A estas alturas historiográficas, no hay duda de que la Transición española de la dictadura a la democracia ha devenido un tema de gran interés y de constante debate. Ya sea por las implicaciones que tiene sobre el actual sistema político, ya sea por las afecciones personales que tiene sobre un amplio número de ciudadanos de este país, la cuestión es que la relación de investigaciones, tesis doctorales y producciones bibliográficas o audiovisuales no hace sino crecer. En algunos casos, este crecimiento se desarrolla hacia una línea interpretativa que tiende a convertir al proceso de cambio en modelo ideal y exportable, fruto de la maestría de un número reducido de próceres que supieron pilotar el proceso con total acierto.<sup>6</sup>

Surge así una deriva historiográfica que, consciente o inconscientemente, vuelve a reivindicar un historicismo no exento de calado político, en este caso ligado a la construcción de una nueva identidad de la derecha española. Un ejemplo reciente se ha producido el 15 de enero con la muerte de Manuel Fraga Iribarne, político destacado en ambos mundos, el de la dictadura (Ministro de Información y Turismo en la España de Franco desde el 10 de julio de 1962 hasta 1969) y en el de la democracia (fundador de Alianza Popular y Partido Popular y presidente de la Xunta de Galicia durante 15 años). Frente a cualquier lectura negativa de su pasado franquista, incluso de su etapa como ministro de la Gobernación con el primer gabinete del rey Juan Carlos,<sup>7</sup> lo que ha destacado es su faceta de “constructor de la democracia”.<sup>8</sup> La finalidad parece obvia.

Los cambios de identidad pasan por reinterpretar el pasado y difundirlo por los medios de masas. Sobre todo cuando el pasado puede afectar al presente en forma de votos. El resultado es una idealización del periodo de la Transición o la aparición de una mitología y mentiras sin fundamento que, como diría André-Bazzana (2006: 17), se compone de “libros de historia, publicaciones en la prensa, aniversarios mediatizados (...). Todo ello contribuye desde hace más de veinte años, a difundir de la Transición una interpretación particular, prácticamente unánime y, en todo caso, oficial y dominante. Oficial, lo es en la medida en que es propagada por los medios de comunicación de masas y las representaciones políticas oficiales; también es dominante en el sentido de que la vemos expresada de manera uniforme en todo el país”.

Como vemos, esa idealización del pasado, que puede tener focos intensos en el ámbito de la historiografía, se multiplica por la acción de los medios de comunicación. Los medios audiovisuales, más que los impresos o digitales, tienen el poder y la responsabilidad, lo asuman o no, lo manifiesten o no, de influir decisivamente en la configuración de la cultura política de los ciudadanos. Y si estos medios, como es el caso de la televisión, se mueven guiados por la competencia tan reñida que impone un mercado donde el todo por la audiencia impide la existencia de árbitro o autoridad que marque normas y evalúe los productos, el resultado será una forma de entender el pasado un tanto deforme al tiempo que interesado.

No es hipótesis, es teoría científica. La teoría periodística del News Making, a partir de la Sociología del Conocimiento, establece que el periodismo, lejos de

ser el espejo de lo real, es más bien la construcción social de una supuesta realidad. Quiere decir que los medios en general, más que reflejar la realidad, ayudan a construirla. Significa reconocer, de acuerdo con Almond y Verba, que en la conformación de la cultura política de los ciudadanos, además de los procesos de socialización de los primeros años, resulta fundamental el “moldeamiento simbólico de los medios de comunicación” (Laguna, 2010: 214).

Desde este planteamiento deducimos que la concepción que los españoles puedan tener del proceso que posibilitó el cambio a partir de 1975 tiene mucho que ver con los mensajes transmitidos desde los medios de comunicación. Pongamos por caso las últimas series de televisión sobre la Transición, como *23 F, historia de una traición* (A3, 2008), *El día más difícil del Rey* (TVE, 2009), o *Adolfo Suárez, el presidente* (A3, 2010). Estas producciones no hacen sino traducir en términos de pugna por la audiencia una recreación histórica, incorporando por consiguiente todas las estratagemas conocidas. Así el guión, en su afán por conseguir un mayor volumen de público, deberá personalizar el argumento buscando ganar identificaciones; simplificar la trama evitando toda complicación que produzca distancia o rechazo; y crear suspense e intriga a pesar de estar reconstruyendo hechos ya conocidos. Deberá, en suma, adaptar al lenguaje televisivo lo que aparece en los libros.

De esta forma, los millones de televidentes que siguieron estas series, como antes otras, se hacen una idea interpretativa de lo ocurrido a partir de los esquemas ofrecidos por la TV-movie. Idealizan a personas y equivocan su significación histórica. La reciente muerte de Fraga, al que no sabemos si alguien ya le está preparando alguna serie, es todo un ejemplo en este sentido.

Empezábamos señalando dos periódicos, dos historias y un mismo destino. Concluimos destacando la plétora de medios que nos informan, forman y entretienen desde un mismo común denominador: ganar dinero para subsistir. En medio, un Estado en retroceso. Tal vez de *su* responsabilidad social. ¿No será hora de reabrir un debate que quedó inconcluso durante la Transición?

---

**Antonio Laguna Platero** es profesor titular y decano de la Facultad de Periodismo de la Universidad de Castilla La Mancha. Doctor en historia y especialista en historia de la co-

municación, cuenta también con experiencia profesional y con obra publicada en el campo de la comunicación política.

**Francesc-Andreu Martínez Gallego** es profesor titular y vicedecano de la Facultad de Filología, Traducción y Comunicación de la Universidad de Valencia y pertenece al Área

de Periodismo. Doctor en historia, trabaja en el campo de la historia de la comunicación y del periodismo.

---

## Notas

<sup>1</sup> Aquí nos referimos a tareas normativas; las hubo de otra índole. Nuria Quintana (2007) ha estudiado las ayudas estatales directas (al consumo de papel, a la difusión, a la reconversión tecnológica) recibidas por determinada prensa afecta al gobierno ucedista entre 1979 y 1982, y ha dividido a la prensa en premiada o castigada en función de tal criterio.

<sup>2</sup> Esta ley otorgaba al Estado un papel clave de acuerdo con la filosofía expresada así en un editorial aparecido en *Falange Española* de Sevilla en 1937: "El Nacional-Sindicalismo postula un periodismo políticamente al servicio absoluto de la patria. No existirá en España otro periodismo técnico y otra prensa que la dirigida por el Estado Nacional-Sindicalista. El periodismo no será un negocio económico, ni un arma política contra el Estado (...) el periódico y el periodista servirán al Estado" (Terrón, 1981: 47).

<sup>3</sup> La llamada Prensa del Movimiento fue creada con los medios incautados por el ejército durante la contienda y regulada por ley en julio de 1940. El número de publicaciones periódicas que constituían la Cadena de Prensa del Movimiento se mantuvo estable: en 1945 las publicaciones eran 51, con 38 diarios, 3 *Hojas de los Lunes*, 5 revistas semanales y 5 revistas mensuales; en 1963 se editaban 49 títulos repartidos en 39 diarios, 3 *Hojas de los Lunes*, 3 semanarios y 4 revistas. El principal hecho a destacar era la presencia geográfica en gran número de provincias españolas, pues a mediados de los años sesenta los diarios del Movimiento estaban repartidos en 34 provincias, en 13 de las cuales el único diario existente pertenecía a la Cadena de Prensa del Movimiento, mientras que sólo 17 provincias, principalmente las menos pobladas, quedaban sin cubrir. Además de la prensa, cuando murió Franco el Estado era propietario de 49 emisoras de radio, de las agencias

EFE y Pyresa, de la productora NO-DO y de Televisión Española (Martín de la Guardia, 1994; Laguna, 2006: 355).

<sup>4</sup> "Es una ley corta, que contiene únicamente tres artículos, y es una ley reglamentaria ya que no crea órgano alguno ni regula el ejercicio de ninguno" (Carpizo, 2000: 354).

<sup>5</sup> "Este rotativo sensacionalista, con una penetración que supera el 40% del sector, recibió numerosas quejas y fue condenado repetidas veces por el Consejo. El *Kronen-Zeitung* pasaba por alto estas sentencias y, ante las reacciones de los restantes medios, criticaba duramente al Consejo. En 1997, después de una condena del Consejo, el diario sensacionalista entabló un pleito y denunció a todos sus miembros, exigiendo una indemnización millonaria. Finalmente, el *Kronen-Zeitung* y su editor perdieron este pleito y la justicia apoyó al Consejo como órgano regulador de la profesión" (González, García, Karmasin y Kaltenbrunner, 2011).

<sup>6</sup> El primer libro que puso sobre aviso al respecto fue el de Gregorio Morán (1991).

<sup>7</sup> Recordemos, de acuerdo con dos historiadores del franquismo de acreditada valía científica, que Manuel Fraga fue un defensor incondicional del franquismo, así "su paso por el Ministerio estuvo marcado por dos principios fundamentales: una defensa incondicional del régimen combinada con una propuesta de reformas, autocalificadas de «aperturistas», indispensables, desde su perspectiva, para asegurar la continuidad de aquél" (Molinero e Ysás, 2008: 44).

<sup>8</sup> En los días de su muerte y entierro se oyeron muchos elogios. A título de ejemplo, el diario *La Razón* calificaba al finado en su portada del día 16 de enero como la figura clave de la transición española, mientras *ABC* lo tildaba de arquitecto de la derecha democrática.

## Bibliografía

Aguinaga, P. de (1980). *Periodismo, profesión*. Madrid: Fragua.

Álvarez, J.T. (1986). *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo*. Barcelona: Ariel.

André-Bazzana, B. (2006). *Mitos y mentiras de la transición*. Barcelona: El Viejo Topo.

Barrera, C. (1995). *El diario 'Madrid'. Realidad y símbolo de una época*. Pamplona: Eunsa.

—. (1997). "Poder político, empresa periodística y profesionales de los medios en la transición española". *Comunicación y Sociedad*, X (2), p. 7-46.

Bordería, E. (2000). *La prensa durante el franquismo: represión, censura y negocio*. Valencia (1939-1975). Valencia: Fundación Universitaria San Pablo CEU.

Bordería, E.; Laguna, A. (2003). "El desastre de 1939. La prensa-régimen en el Franquismo" En: *V Encuentro de Investigadores del Franquismo*. Albacete: UCLM

Burgueño, J.M. (2011). "La metamorfosis de la prensa. Hacia un nuevo modelo periodístico". *Telos*, 86.

Carpizo, J. (2000). "La ley española sobre la cláusula de conciencia de los comunicadores". *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, núm. 97.

Carrillo, M. (1986). "Los consejos de prensa como forma de autocontrol: propuestas y prevenciones respecto a su viabilidad en España". *Revista de Estudios Políticos* (Nueva Época), 54. Carrillo, M. (2001). "El marco jurídico-político de la libertad de prensa en la transición a la democracia en España (1975-1978)". *Historia Constitucional*, 2.

Chuliá, E. (2001). *El poder y la palabra. Prensa y poder político en las dictaduras. El régimen de Franco ante la prensa y el periodismo*. Madrid: Biblioteca Nueva.

Commission on Freedom of the Press (1947). *A Free and Responsible Press*. Chicago: University of Chicago Press.

Detienne, M. (2001). *Comparar lo incomparable. Alegato a favor de una ciencia histórica*

*comparada*. Barcelona: Península.

Fernández, I.; Santana, F. (2000). *Estado y medios de comunicación en la España Contemporánea*. Madrid: Alianza.

Filgueira, C.H.; Nohlen, D. (comp.) (1994). *Prensa y transición democrática. Experiencias recientes en Europa y América Latina*. Frankfurt-Madrid: Vervuert-Iberoamericana.

Fuentes, J.F.; Fernández, J. (1997). *Historia del periodismo español*. Madrid: Síntesis.

González, J.L. [et al.] (2011). "La autorregulación profesional ante los nuevos retos periodísticos: estudio comparativo europeo". *Revista Latina de Comunicación Social*, 66.

Gunther, R.; Montero, J.R.; WERT, J.I. (2000). "The Media and Politic in Spain: From Dictatorship to Democracy". En R. Gunther y A. Mughan, (ed.). *Democracy and the Media. A Comparative Perspective*. Cambridge University Press, 28-84.

Hernández, J. (2004). *Economía política de la transición en España 1973-1980*. Madrid: Complutense.

Kamiya, G. (2009). "La muerte de las noticias" En: A. Espada y E. Hernández Busto, (eds.). *El fin de los periódicos*. Barcelona: Duomo.

Laguna, A. (2006): "La comunicació: mitjans, empreses privades i corporació pública". En: J.A. Piqueras (coord.). *Història del País Valencià*. Vol. VI: "Transició, democràcia i autonomia". Barcelona: Edicions 62.

—. (2010). *Las claves del éxito político. ¿Por qué votan los ciudadanos?* Madrid: Península.

Lepore, J. (2009). "Números atrasados. El día que murió el periódico" En: A. Espada y E. Hernández (eds.). *El fin de los periódicos*. Barcelona: Duomo.

Martín, R.M. (1993). "Sobre los orígenes ideológicos de la ley de Prensa de 1938. El pensamiento conservador en los teóricos falangistas". En: J. Tusell; J. Gil Pecharrmán; F. Montero (eds.). *Estudios sobre la derecha española contemporánea*. Madrid: UNED, p. 563-578.

- . (1994). *Información y propaganda en la Prensa del Movimiento: Libertad de Valladolid, 1931-1979*. Valladolid: Secretariado de Publicaciones Universidad de Valladolid.
- Martínez, A. (1989). "Las etapas españolas de la desreglamentación". En: *Los medios de comunicación en España*. Barcelona: Ariel, p. 427-435.
- Martínez, F.; Laguna, A. (2000). "Planes de Desarrollo y medios de comunicación en el último franquismo, 1972-75". En: J.A. García, J.F. Gutiérrez; I. Sánchez, (eds.). *La comunicación social durante el franquismo*. Málaga: Universidad de Málaga, p. 523-538.
- Meyer, Ph. (2004). *The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age*. Columbia, Mo: University of Missouri Press.
- Molinero, C.; Ysàs, P. (2008). *La anatomía del franquismo. De la supervivencia a la agonía, 1945-1977*. Barcelona: Crítica.
- Morán, G. (1991). *El precio de la transición*. Barcelona: Planeta.
- Ocampo, J.; Peribáñez, D. (2006). *Historia económica mundial y de España*. Oviedo: Universidad de Oviedo.
- Quintana, N. (2007). *Televisión y prensa durante la UCD. Premios y castigos mediático-gubernamentales*. Madrid: Fragua.
- Reig, R. (1998). *Medios de comunicación y poder en España. Prensa, radio, televisión y mundo editorial*. Barcelona: Paidós.
- Renaudet, I. (2003). *Un parlement de papier. La presse d'opposition au franquisme durant la dernière décennie de la dictature et la transition démocratique*. Madrid: Casa Velázquez.
- Seoane, M.D.; Saiz, M.C (2007). *Cuatro siglos de periodismo en España. De los avisos a los periódicos digitales*. Madrid: Alianza.
- Serrano, J.M. (1994). "Crisis económica y transición política". *Ayer*, 15, p. 135-164.
- Siebert, F.; Peterson, Th.; Schramm, W. (1954). *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press.
- Terrón, J. (1981). *La prensa española durante el régimen de Franco. Un intento de análisis político*. Madrid: CIS.
- . (1983). "El Consejo de Prensa, una institución para España". Comunicación presentada en el III Congreso de la Asociación Española de Ciencia Política. Zaragoza, 1983.
- Villanueva, E. (2002). *Autorregulación de la prensa: una aproximación ético-jurídica a la experiencia comparada*. México D.F.: Universidad Americana Santa Fe.
- Zallo, R. (2006). "Dos modelos opuestos. Consejos del audiovisual en las Comunidades Autónomas". *Telos*, 68.