

La transición política española: comunicación social y opinión pública*

Manuel Parés i Maicas**

RESUMO

Neste estudo, o autor analisa a importância do papel que cumpriram os meios de comunicação social (rádio, imprensa e televisão), durante a transição política espanhola e como estes influíram na opinião pública do país.

Palavras chaves: meios de comunicação, opinião pública, Espanha e sua transição política.

RESUMEN

En este estudio, el autor analiza la importancia del papel que cumplieron los medios de comunicación social (radio, prensa y televisión), durante la transición política española y como éstos influyeron en la opinión pública del país.

Palabras centrales: medios de comunicación, opinión pública, España y su transición política.

ABSTRACT

In this study, the author analyses the concernment of the role that the means of social communication (radio, press and television) performed, during the spanish politics transition and how they influenced on public opinion of the country.

Key words: means of communication, public opinion, Spain and its politics transition.

* Este texto ha sido presentado en el simposio organizado en Budapest, España (La transición política española) y Hungría, por el Hungarian Institute for Public Opinion Research, los días 30 de noviembre y 2 de diciembre de 1980.

** Profesor de la Universidad Autónoma de Barcelona.

INTRODUCCIÓN

Considero que uno de los elementos cardinales para comprender la transición política española lo constituye el papel desempeñado por los medios de comunicación social. En efecto, si el ejercicio de las libertades de información y de expresión son uno de los pilares de todo proceso de democratización de una sociedad, obviamente el mismo enfoque debe utilizarse para estudiar el supuesto presentado por nuestra transición a la democracia.

El planteamiento del tema ofrece una serie de dificultades, puesto que no tenemos constancia que exista una obra que haya estudiado este tema en toda su extensión, y sólo determinados libros que lo tratan parcialmente desde la perspectiva de un determinado medio de comunicación, tal como puede apreciarse por la bibliografía que insertamos al final del texto.

Creo que nos hallamos ante un tema muy importante de comunicación política, disciplina que se halla en nuestro país en fase de gestación, lo cual puede explicar la afirmación del párrafo anterior. También debo señalar que tampoco los politólogos, según mis noticias, le han consagrado un interés especial¹, lo cual no deja de ser sorprendente, dada la extraordinaria importancia que en la política real se concede a los medios de comunicación social.

En este trabajo voy a abordar, por tanto, el rol que han tenido los medios de comunicación a lo largo de la transición política española y en la configuración de la opinión pública española. Señalaré algunos acontecimientos que muestran la creciente afirmación del concepto libertad de expresión, desde el punto de vista de las instituciones políticas, teniendo en cuenta que durante el régimen anterior este derecho fundamental vio anuladas o muy menguadas sus posibilidades. O sea, en todo régimen autoritario, como lo fue el franquista, el ejercicio del poder implica de forma paralela la supresión o una limitación muy fuerte del libre ejercicio de este derecho.

Me gustaría hacer notar que aunque el tema que desarrollo se sitúa en el marco del Estado español, en mi calidad de catalán quiero subrayar que España es un Estado plurinacional, pluricultural y plurilingüe, tal como lo recoge nuestra Constitución. Así, aun partiendo de una visión global es evidente que mi perspectiva catalana de alguna forma incide a lo largo de estas páginas. Es indudable, por otra parte, que, dado el tenor de mi trabajo, éste es inevitablemente esquemático, y sería deseable que la cuestión por mí tratada, en mi opinión crucial para entender nuestra transición política, sea objeto de un análisis pormenorizado.

UNA PERSPECTIVA DE COMUNICACIÓN POLÍTICA

En mi calidad de estudioso de la comunicación política, es decir de las interacciones entre el proceso político y los medios de comunicación, a través de

1. Así, por ejemplo, en la obra *La Transición política española*, de José Félix Tezanos, Ramón García Cotarelo y Andrés de Blas Guerrero, Sistema, Madrid, 1989. Igualmente en Manuel Ramírez, *La participación política*, Tecnos, Madrid, 1985. Tampoco se trata específicamente este tema en la obra de Juan J. Linz y José Ramón Montero, eds, *Crisis y cambio: electores y partidos en la España de los años ochenta*, Centro de Estudios Constitucionales, Madrid, 1986.

sus distintas formas de expresión - es decir, según los casos y, a veces, claramente confundidos, información, propaganda, relaciones públicas, y, aun, las técnicas y el lenguaje de la publicidad -, quiero hacer unas breves consideraciones al respecto.

A título meramente orientativo, me parece de interés, en el marco de esta exposición, recoger el concepto que sobre la comunicación política nos ofrece Dominique Wolton² al afirmar que lo constituye el espacio en el que se intercambian los discursos contradictorios de los tres actores que tienen legitimidad para expresarse legítimamente sobre la política, que son los políticos (es decir, las instituciones de gobierno a los distintos niveles, los partidos políticos e incluiría, igualmente, los grupos de presión), los periodistas (es decir, los medios de comunicación social en su amplia tipología) y la opinión pública, cuyos parámetros definidores se conocen a través de los sondeos de opinión.

Desde que en el año 1976 empezó lentamente a perfilarse el proceso democratizador español, con su impulso inicial con la Ley de Reforma Política, y principalmente con la aprobación de la Constitución de 1978 y la sucesiva aprobación de los Estatutos de Autonomía, hasta llegar a las 17 comunidades autónomas que integran el Estado Español, la comunicación política española ha ido adquiriendo una serie de rasgos específicos que permiten parangonarla con la de los restantes Estados de la Europa occidental.

Así debemos distinguir nitidamente entre el que podríamos llamar período de gestión de gobierno y los períodos electorales. En el primer supuesto esta comunicación viene presidida por la comunicación de los órganos de gobierno, cualquiera que sea su nivel competencial, y la acción en sentido opuesto que ejercen los partidos de la oposición, así como los grupos de presión en la defensa de sus intereses específicos. Como veremos más adelante, la participación individual de los ciudadanos en este proceso es asaz limitada.

En el segundo supuesto, o sea en las épocas de elecciones, la comunicación política adopta unos rasgos distintos. En ellas, las campañas electorales, concebidas, elaboradas y realizadas con técnicas y lenguaje de la publicidad, así como con las técnicas de las relaciones públicas, adquieren unas características distintivas, que las acercan mucho a las campañas de publicidad de un producto o de un servicio, pero con el concurso, a menudo decisivo, de las relaciones públicas, en especial con la creación de acontecimientos. Dado que en España tienen lugar, desde 1986, cuatro tipos de elecciones - o sea, legislativas, autonómicas, municipales y europeas - puede colegirse fácilmente que los períodos electorales son frecuentes, con todas las implicaciones, a mi entender negativas, que se derivan de tal circunstancia.

Actualmente podemos afirmar que el proceso democratizador está asentado y no se percibe ningún tipo de indicio que pueda presumir la repetición de un nuevo 23 de febrero de 1981. Por ello es de suponer que la dinámica política española seguirá la misma tendencia que en los Estados de Europa occidental, por lo que a su dimensión comunicativa se refiere. O sea, los *mass media* son los escenarios privilegiados de la acción política, tanto de los órganos de gobierno como de los partidos de la oposición y de los grupos de interés y movimientos sociales. Lamentablemente, a menudo, se considera que un acto o un hecho de naturaleza

2. La communication politique: construction d'un modèle, Hermes num. 4, Le nouvel espace public, Editions du CNRS, Paris, 1989, págs. 30 y ss.

política ha tenido lugar cuando se han hecho eco del mismo los medios de comunicación.

Si tenemos en cuenta el papel predominante de la televisión, debemos indicar que la política se convierte a menudo en un espectáculo para su audiencia, en la que los políticos, sea cual fuere su naturaleza, se convierten en actores. Su obsesión es la de aparecer en los canales de la televisión, preferiblemente la estatal - TVE - pero sin menoscabar las televisiones autonómicas ya existentes (en Cataluña, Euskadi, Galicia, Andalucía, País Valenciano y Madrid). Será interesante comprobar cual será su actitud cuando empiecen a funcionar los tres canales de ámbito estatal de la televisión privada, aunque es de prever que también tendrán un especial interés en asegurar su presencia en los mismos.

Para los actores políticos, la comunicación política a través de los distintos tipos de *mass media* constituye no sólo una forma de difusión pública de sus criterios y de sus actuaciones, sino también la mejor manera de tratar de legitimarlos ante la opinión pública. La persuasión, cuando no la manipulación, deviene para ellos una exigencia incuestionable. Por ello, nos permitimos afirmar que en la comunicación política española, al igual que en cualquier otro país europeo, el componente propagandístico de las informaciones de actualidad generada por la acción política, es un hecho incuestionable que debe tenerse muy en cuenta.

Por otra parte conviene hacer observar que, a tenor de la mayoría de los programas de los partidos - en especial los más significativos - en la comunicación política española actual el contenido ideológico es, con frecuencia, limitado y adquiere una mayor substantividad la defensa de determinados intereses, a veces ligados a planteamientos ideológicos, pero en ocasiones meramente coyunturales. Este hecho puede apreciarse tanto en la comunicación política en época de gestión de gobierno como en una fase electoral. Además, la dimensión economicista ha ido convirtiéndose paulatinamente, a lo largo de los años, en su contenido más significativo y más determinante.

Antes de dar por terminado este epígrafe quiero hacer una breve referencia a la que podemos denominar comunicación gubernamental. En función de la estructura del Estado español puede formularse la siguiente tipología:

- El gobierno central en cuanto tal cuenta con el Ministerio denominado portavoz del Gobierno, que es el que asume la responsabilidad de establecer los nexos de relación del Gobierno del Estado con los medios de comunicación, especialmente respecto a los acuerdos del Consejo de Ministros.

Esto no excluye la presencia en los *mass media* del Presidente o del Vice-presidente del Gobierno, de los Ministros etc., para exponer directamente la posición del Gobierno en un tema concreto.

Igualmente cada Ministerio cuenta con su propio departamento de comunicación, en cada supuesto con una denominación que puede ser distinta.

- La administración periférica del Estado, sea a nivel de Comunidad Autónoma, a través del Delegado del Gobierno, o a nivel provincial, mediante el Gobernador civil.
- Las Comunidades Autónomas, tanto globalmente a nivel de gobierno autonómico, como de forma individualizada a través de sus distintos departamentos, en función de las competencias asignadas por sus respectivos estatutos de autonomía. En el caso de la Generalitat de Cataluña, por ejemplo, su presidente actual Jordi Pujol, es quien actúa como portavoz de las decisiones más importantes adoptadas por su gobierno.

- Administración provincial, es decir las Diputaciones, que también cuentan con su propio servicio.
- Administración municipal, que le otorgan a su comunicación con los ciudadanos una especial importancia. En las ciudades importantes, su canal de comunicación con la población respectiva son los medios de comunicación locales, pero en las más pequeñas y en los pueblos, con independencia de que éstos existan, también cuentan, con frecuencia, con los servicios de una emisora de radio municipal o una televisión comunitaria, así como publican un boletín de información con una cierta periodicidad.

Por último cabe destacar que, con una cierta frecuencia, el Gobierno del Estado, principalmente a través de un ministerio concreto, las Comunidades Autónomas y los municipios de ciudades importantes, promueven la realización y la difusión de campañas institucionales sobre temas específicos con objeto de crear un mayor nivel de concienciación de la opinión pública. Los temas pueden ser muy variados: la tributación fiscal, el consumo de energía, la prevención del alcohol, de la droga, la limpieza urbana, etc. Son campañas concebidas y realizadas con técnicas y lenguaje de la publicidad y los espacios utilizados en los *mass media* son objeto de pago, a menudo como si se tratara de inserciones publicitarias. En los supuestos de creación de acontecimientos, en apoyo de la campaña, su difusión se hace más con las técnicas de las relaciones públicas que con las que definen la información de actualidad.

DIMENSIÓN JURÍDICA

Aunque el Fuero de los Españoles, en su artículo 12, durante el régimen anterior, hacía una alusión a la libertad de expresión, para entender la evolución de la misma hay que referirse a la Ley de 22 de abril de 1938 sobre la prensa, susceptible de extensión a la radio y al cine, y, luego, a la Ley de prensa e imprenta de 31 de marzo de 1966, denominada la Ley Fraga. Según la Ley de 22 de abril de 1938, dictada en plena guerra civil, se suprimía *de facto* la libertad de expresión del pensamiento a través de las publicaciones periódicas, asumiendo, por tanto, el Estado todos los mecanismos de comunicación. Así, según su artículo 2, el Estado regula el número y extensión de los periódicos; nombra el personal directivo de los mismos; reglamenta la profesión periodística; vigila su contenido y establece la censura previa. Así, hasta la publicación de la Ley de 1966, todas las publicaciones periódicas, diarios, revistas, libros, debían someterse a la censura previa, sin cuyo trámite aprobatorio no podían publicarse. No creo necesario ponderar lo que tal hecho significaba en la práctica..., principalmente cuando su aplicación era restrictiva y a menudo arbitraria.

La citada Ley de 1966, en su artículo 2, afirma que la libertad de expresión y la difusión de informaciones no tendrá otras limitaciones que

"el respeto a la verdad y a la moral, el acatamiento a la Ley de Principios del Movimiento Nacional y demás leyes fundamentales, las exigencias de la defensa nacional, de la seguridad del Estado y del mantenimiento del orden público interior y la paz exterior; el respeto debido a las instituciones y a las personas en la crítica de la acción política y administrativa, la independencia de los Tribunales y la salvaguardia de la intimidad y del honor personal y familiar".

Esta larga enumeración de limitaciones significaba de hecho una aplicación muy restrictiva del derecho a la libertad de expresión, como así sucedió en la práctica con secuestros a publicaciones como "Triunfo", durante varios meses como la prohibición de publicación, en 1971, del diario "Madrid". Estos y otros muchos ejemplos podrían aducirse en este contexto.

Sin embargo es fundamental subrayar que suprimió la censura previa, en su artículo 3, al establecer que

"La Administración no podrá aplicar la censura previa ni exigir la consulta obligatoria, salvo en los casos de estados de excepción - tal como aconteció en 1969 - y de guerra, expresamente previstos por las leyes".

Es decir, se puso en funcionamiento lo que se llamó autocensura en todos los terrenos, con sus correspondientes efectos negativos. No obstante debe admitirse que el cambio fue, en general, positivo y los *mass media* trataron de aprovecharlo en grado sumo.

Una valoración a mi entender apropiada sobre lo que significó la Ley de Prensa de 1966, fué la formulada por el primer director de El País, Juan Luís Cebrián, en la Columbia University, en 1977, al afirmar que fué un instrumento liberalizador de la política española y produjo una verdadera brecha en las estructuras eselerotizadas del franquismo y con ella la oposición adquirió una capacidad de expresarse en el interior del país³.

Otras dos disposiciones que me parece oportuno mencionar son las siguientes: el Real Decreto de 1 de abril de 1977 abolió el artículo 2 citado y en el mismo se establece que se prohíben los ataques a la unidad de España, la institución monárquica y las fuerzas armadas y prohíbe las publicaciones obscenas y pornográficas. También suprime la posibilidad de que puedan imponerse sanciones a la prensa. Por lo que se refiere a las publicaciones eróticas, la realidad fué que su auge fué realmente espectacular en aquella época, por razones fácilmente comprensibles. Con posterioridad su incidencia ha sido mucho menor, con un sector de público restringido.

La otra norma legal es la Ley de Amnistía de 15 de octubre de 1977, cuyo artículo 2 incluye los actos de expresión de opiniones efectuados a través de la prensa u otros medios de comunicación social.

Sería absurdo suponer que durante este período de transición no se hayan producido ataques y restricciones a la libertad de expresión por parte de los poderes públicos, en especial a lo largo de los primeros años. Un ejemplo paradigmático fue el proceso instruido por la autoridad militar contra la compañía teatral catalana Els Joglars en marzo de 1978, por la representación de la obra *La Torna*, en la que se hacían críticas de la institución militar, y que significó para los actores la condena a dos años de cárcel.

Quiero significar que el régimen jurídico para la radio y para la televisión era distinto. Así, las emisoras de radio públicas y la televisión dependían directamente de la Dirección General de Radio y Televisión que, en 1978, se convirtió en un organismo autónomo, pero en el marco de competencia inmediata del Ministerio de Información y Turismo, hasta la desaparición del mismo en dicho año, más especialmente, hasta la publicación del estatuto jurídico de Radio y Televisión Española de 10 de enero de 1980. Como veremos, el régimen jurídico de la radiodifusión privada era parecido al de la prensa.

3. Citado por Antonio Alférez, *Cuarto poder en España, La prensa desde la Ley Fraga 1966*, Plaza y Janés editores, Barcelona, 1986, pág. 13.

Un paso muy importante en la configuración de un auténtico derecho a la información y a la libertad de expresión, lo da la Constitución española de 27 de diciembre de 1978, que en su título primero, "De los derechos y deberes fundamentales", consagra a esta cuestión el artículo 20, al establecer que se reconocen y protegen los derechos a expresar y difundir libremente los pensamientos, ideas y opiniones mediante la palabra, el escrito o cualquier otro medio de reproducción. Igualmente reconoce el derecho a comunicar o recibir libremente información veraz por cualquier medio de difusión, añadiendo que la ley regulará el derecho a la cláusula de conciencia y el secreto profesional en el ejercicio de estas libertades, lo cual, lamentablemente, aún no se ha producido.

Asimismo señala que el ejercicio de estos derechos no puede restringirse mediante ningún tipo de censura previa, lo cual hasta la fecha ha sido respetado, lo que no excluye que en determinados casos se haya podido producir una intención de censura gubernamental o, más frecuentemente, el intento de censura por parte de los partidos políticos o de los grupos de presión. Este hecho, por otra parte, es usual en las democracias parlamentarias europeas.

En el número 3 de dicho artículo se dice que la ley regulará la organización y control parlamentario de los medios de comunicación social dependientes del Estado o de cualquier ente público, y garantizará el acceso a dichos medios de los grupos sociales y políticos significativos, respetando el pluralismo de la sociedad y de las diversas lenguas de España. En este sentido cabe aludir a la ya citada Ley de 10 de enero de 1980, y también, a la Ley de los terceros canales, es decir, los canales de televisión autonómicos, de 26 de diciembre de 1983. En cuanto a la ley indicada en primer término, desde su publicación han surgido numerosas voces que propugnan su revisión como consecuencia del papel intrínseco que tiene la televisión en la vida política y en la sociedad española, y la necesidad de adaptarla a los cambios que se han producido desde su aprobación.

El número 4 de este artículo dice que las libertades objeto de protección tienen su límite en el respeto a los derechos reconocidos en este título primero, en los preceptos de la leyes que lo desarrollen y, especialmente, en el derecho al honor, a la intimidad a la propia imagen y a la protección de la juventud y de la infancia. Digamos a este respecto que el 5 de mayo de 1982 se publicó una Ley que protege el honor, la intimidad y la propia imagen.

Finalmente, en su número 5, indica que sólo podrá acordarse el secuestro de publicaciones, grabaciones y otros medios de información, en virtud de resolución judicial.

Por su especificidad, y por la aplicación que ha tenido en determinados supuestos, afortunadamente reducidos en número, debemos citar la Ley de secretos oficiales de 7 de octubre de 1978 (que tuvo su antecedente, en el régimen anterior, en la Ley de 5 de abril de 1968). En sus artículos 2 y 3 establece que podrán ser declarados como "materias clasificadas", ya como secretas, ya como reservadas, los asuntos, actos, documentos, informaciones, datos y objetos cuyo conocimiento por personas no autorizadas pueda dañar o poner en riesgo la seguridad y la defensa del Estado.

Para terminar con esta perspectiva jurídico-constitucional, debe citarse aquí el artículo 149 de la Constitución, el cual establece que el Estado tiene competencia exclusiva sobre las normas básicas del régimen de prensa, radio y televisión, y, en general, de todos los medios de comunicación social, sin perjuicio

de las facultades que en su desarrollo y ejecución correspondan a las Comunidades Autónomas (num. 1, 27). En tal virtud ha dictado una serie de leyes referidas a determinados medios de comunicación a los que ya nos hemos referido, aparte de las que indicamos más adelante.

Como corolario de lo expuesto en dicho artículo, y con referencia explícita a Cataluña, ejemplo muy interesante a este respecto, mencionamos a continuación el artículo 16 de su Estatuto de Autonomía, de 18 de diciembre de 1979. Según dicho artículo, corresponde a la *Generalitat de Catalunya*, en el marco de las normas básicas del Estado, el desarrollo legislativo y la ejecución del régimen de radiodifusión y de televisión en los términos y en los casos establecidos en la ley que regule el estatuto jurídico de la radio y la televisión, es decir, la de 10 de enero de 1980. También le corresponde el desarrollo legislativo y la ejecución del régimen de prensa y, en general, de todos los medios de comunicación social.

Igualmente señala que en los términos establecidos anteriormente, la *Generalitat* podrá crear y mantener su propia televisión, radio y prensa y, en general, todos los medios de comunicación social, para el cumplimiento de sus fines.

IV - UNA CONSIDERACIÓN GLOBAL SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En este epígrafe voy a hacer una serie de consideraciones sobre la evolución de los *mass media* españoles a lo largo de la transición política, poniendo un especial énfasis en su dinámica actual, la cual constituye la consecuencia de dicho proceso histórico. Lo haré de forma muy esquemática para señalar las características más descolantes:

- 1) El hecho de que Madrid, además de ser la capital del Estado, sea, igualmente, la capital cultural, económica y financiera, a la par que la más importante ciudad española (más de cuatro millones de habitantes), implica que el sistema de comunicación de masa español está acusadamente centralizado en la capital, que a su vez es el centro más importante de la contratación publicitaria del Estado. Este hecho tiene importantes repercusiones, como veremos seguidamente.
- 2) Por ello podemos afirmar que el diseño autonómico español, formulado en el artículo 2 de la Constitución y otros preceptos concordantes, no se refleja con nitidez en el sistema de comunicación español, acusadamente centralizado, especialmente en el terreno televisivo (que probablemente se incrementará con las televisiones privadas, y a pesar de la existencia de varios canales autonómicos) y también en el radiofónico.
- 3) El concepto de servicio público va difuminándose lentamente, y asistimos a un creciente fenómeno de desregulación jurídica y, por tanto, de un mayor peso de la privatización de la gestión de los *mass media*, y, principalmente a la formación de grupos multimedia como Prisa (Madrid), Z y Godó (Barcelona - Madrid)⁴.

4. Vid lo que se expresa sobre los concesionarios de las emisoras de televisión privada.

- 4) El papel de la publicidad es determinante, tanto en los *mass media* de propiedad privada, como es lógico, como en los *mass media* públicos como la televisión estatal - TVE - y las televisiones autonómicas, en los que la publicidad ocupa un lugar muy importante. Tanto es así que respecto a TVE, en los últimos años, en los Presupuestos Generales del Estado no figura capítulo alguno para dicho medio.

Para dar una idea de la importancia de la inversión publicitaria, ofrecemos a continuación unos datos facilitados por la Agencia J. Walter Thompson en su informe anual de inversiones del año 1989, referido a 1988:

	(En millones de pesetas):
Prensa diaria	188.750
Revistas	86.500
Televisión Española	145.000
Televisiones autonómicas	17.000
Radio	60.250
Cine	3.600
Publicidad exterior	20.900
Otros medios	162.000
	684.000

Estas cifras son muy elocuentes del papel que desempeña la publicidad en la financiación de los *mass media*, por una parte, y, por la otra, en su importancia en el desenvolvimiento industrial español y su papel generador de una sociedad de consumo altamente desarrollada. Es ocioso señalar que esta tendencia de la publicidad se ha ido afirmando a través de los años. Además, como consecuencia de la penetración industrial extranjera, una parte significativa de los anunciantes españoles son multinacionales extranjeras. Por lo que se refiere a las grandes agencias de publicidad que actúan en España, las diez primeras son de capital total o mayoritariamente extranjero.

- 5) Hasta fecha reciente, la penetración del capital extranjero en los *mass media* españoles había sido limitada, situándose principalmente en el terreno de las revistas. No obstante, los grandes grupos multimedia empezar a penetrar en nuestro país. Así, por ejemplo, Berstelmann, Springer, Hachete, Murdoch, Berlusconi etc. Ahora, en la prensa diaria, en la televisión privada, en la producción televisiva, etc.
- Igualmente se aprecia un marcado interés por la industria editorial española. Así, junto a Berstelmann, que hace ya años actúa en el mercado español, hemos asistido ultimamente a la penetración de Hachete, *Mandadori* etc.
- 6) Otro aspecto digno de mención es el creciente papel que a lo largo de los años ha ido teniendo el capital financiero en la propiedad de los medios de comunicación privados. El caso más elocuente lo ofrece, como veremos, la distribución del capital de los tres canales de la televisión privada.
- 7) La innovación tecnológica continuada ha sido un factor destacado en el desenvolvimiento de nuestros *mass media*, con todas las implicaciones que ello origina, entre ellas las de naturaleza económica.
- 8) Por el hecho de ser España un Estado plurilingüe, el factor lingüístico en los *mass media* tiene un papel descolante, en especial, lógicamente, en el

area lingüística catalana (Cataluña, Islas Baleares y País Valenciano), del euskera (País Vasco y Navarra) y gallega (Galicia). A pesar de que la lengua es uno de los elementos esenciales de la identidad cultural de las naciones sin Estado de España, debemos admitir que, por ejemplo, en Cataluña, los diarios, las revistas más importantes se editan en castellano y que una buena parte de las emisoras de radio con amplia difusión son bilingües. En la televisión, la situación ha mejorado considerablemente, por lo que al uso del catalán se refiere.

- 9) La televisión es el medio de comunicación fundamental y la radio asume una función relevante de complementariedad significativa. Así como las revistas, en su amplia gama de contenidos, suelen tener un desarrollo positivo, la prensa diaria se halla estancada por lo que a su difusión se refiere. Se calcula que a nivel global español el índice de lectura de la prensa diaria se sitúa en el 9% de la publicación total. De todas formas, los periódicos son una referencia obligada principalmente para la élites, las profesiones liberales, etc.
- 10) Por desgracia, en líneas generales, la preocupación educativa y culturalizadora de los mass media españoles salvo excepciones, es limitada, puesto que no hay aún la conciencia de que constituyen el instrumento privilegiado de educación permanente de una amplia mayoría de la población. Tampoco pienso que tengan una idea clara que son el principal elemento de cultura política de los ciudadanos, con todos los riesgos que tal hecho comporta por ser con frecuencia portavoces de contenidos persuasivos que responden a determinados intereses, a veces ocultos.
- 11) Me parece importante indicar que, globalmente considerados, nuestros mass media tratan de destacar la dimensión europea de España, concebida la misma de manera general. En este sentido debe resaltarse la atención informativa que dedican a los acontecimientos que se producen en la llamada Europa del Este, empezando lógicamente por la Unión Soviética. También Hungría, en los últimos tiempos, merece una atención destacada.
- 12) Para terminar esta breve glosa creo oportuno mencionar la importancia que se otorga a la información deportiva en todos los mass media, aparte de que existan publicaciones especializadas, como, por ejemplo, dos diarios en Madrid y otros dos en Barcelona.
El terrorismo, por desgracia, a lo largo de la transición, se ha convertido en un tema habitual, con todas las connotaciones que este hecho origina. La dialéctica de las relaciones entre el terrorismo y su impacto en los mass media, es una cuestión de permanente actualidad.

V - LA PRENSA

Uno de los fenómenos más interesantes para juzgar la evolución de la Transición política española es referirse al papel que la prensa ha jugado en ella, a pesar de que pueda hablarse con propiedad de la crisis de la prensa en general, principalmente si la ponemos en parangón con el espectacular desarrollo que han experimentado durante este período la televisión y la radio, en este segundo caso especialmente las emisoras de frecuencia modulada.

Es una opinión ampliamente compartida que la prensa, en general asumió una función relevante de elemento democratizador de la sociedad española, que se manifestó tanto en los últimos años del régimen anterior como en la primera fase de la transición. Una buena parte de ciudadanos españoles adquirió sus fundamentos de cultura política democrática a través de los contenidos de una parte significativa de periódicos españoles, aun de aquellos que podríamos juzgar como conservadores.

En el campo de los periódicos, en los últimos años del franquismo destacó el *Informaciones*, en cierta manera el precursor de *El País*, por lo que a Madrid respecta. En cuanto a Barcelona debemos señalar *Tele-Exprés*, *Mundo Diario*, *Diario de Barcelona*, *El Correo Catalán*, sin ignorar tampoco a *La Vanguardia*. Salvo este último y el *Diario de Barcelona*, los demás han desaparecido.

En cuanto a la prensa semanal debemos destacar el peso específico de dos excelentes revistas de Madrid: *Triunfo*, publicación semanal de gran calidad, progresista, que sufrió varios secuestros, de algunos meses de duración, durante el franquismo, que se vio obligada a convertirse en mensual en 1980 y que desapareció en junio de 1982.

Cuadernos para el Diálogo fue fundada el año 1963 como revista mensual por un grupo plural de intelectuales encabezados por el demócrata cristiano Joaquín Ruiz-Giménez. Fue una escuela de líderes de la transición española y uno de los pocos órganos de expresión tolerados de la oposición española. En 1976 se convierte en semanal y en octubre de 1978 se ve obligada a desaparecer por dificultades económicas, en parte de naturaleza publicitaria (tal como le ocurriría después a *Triunfo*).

Ambas revistas fueron de lectura obligada para la oposición antifranquista y podemos afirmar que su desaparición fue una auténtica lástima porque no creemos que hayan sido substituidas posteriormente.

En cuanto a Barcelona, destaquemos el papel desempeñado por *Destino*, revista semanal fundada en 1937 que desde posiciones oficialistas fue evolucionando hasta convertirse en un órgano de expresión de la cultura catalana en castellano desapareció en 1979.

Por razones fácilmente comprensibles, algunos periódicos extranjeros gozaron de un gran predicamento, y debe destacarse en este sentido, principalmente en Cataluña, a *Le Monde*, que se convirtió en un diario de lectura obligada si se deseaba conocer qué es lo que realmente acontecía en España.

El año 1976 marca un jalón importante en la aparición de nuevos diarios que han cooperado decisivamente a la configuración de la prensa española actual.

Así, el 23 de abril de 1976 aparecía el *AVUI*, como consecuencia de los esfuerzos de solidaridad de la sociedad civil catalana. Editado en catalán, ha pasado por distintos avatares y no ocupa el lugar que sus fundadores habían imaginado. Tiene vinculaciones con *Convergència Democràtica de Catalunya*, principal partido gobernante en esta Comunidad autónoma.

El 4 de mayo de 1976 surgió *El País*, como consecuencia de los esfuerzos de un amplio grupo de personalidades y de intelectuales, principalmente de Madrid. Se ha convertido en el mejor y en el primer periódico de España y se le considera una referencia dominante insoslayable. Su primer director fue Juan Luis Cebrián, que tuvo un peso decisivo en su diseño y configuración, contando con la colaboración de un equipo muy selecto de periodistas. El 6 de octubre de

1982 lanzó su edición de Barcelona y la edición internacional en 1983. A pesar de que su sede está en Madrid, su difusión es ampliamente estatal.

Es accionista mayoritario de la Sociedad Española de Radiodifusión, SER, la primera cadena de radio privada española, aparte de otras importantes inversiones en el sector de comunicación, lo que lo ha convertido en el primer grupo multimedia español, bajo la batuta de su presidente Jesús de Polanco.

El 18 de octubre de 1976 hizo su aparición Diario 16, precisamente con un editorial solicitando el desmantelamiento del entonces existente Ministerio de Información y Turismo. Debe indicarse que desde 1974 ya se publicaba la revista semanal de información general Cambio 16, que tuvo un éxito espectacular en su primera época por lo que significó de cambio de mentalidad periodística. En la actualidad ambas publicaciones siguen teniendo un peso específico y forman parte del llamado Grupo 16.

El 22 de mayo de 1976 se publicó por primera vez una revista erótica sensacionalista, Interviú, que significó un hito en este tipo de publicaciones, y con una difusión media en 1987 de 232.000 ejemplares. Fue la primera piedra del Grupo Z, que se inició en el mercado erótico, pero que en octubre de 1978 lanzó, con difusión en Barcelona y en Madrid, El Periódico, que desde el 29 de abril de 1979 sólo tiene la edición de Barcelona. Es un periódico popular con atisbos progresistas, según las ocasiones.

En 1977 aparecen en Bilbao, Deia, vinculado al Partido Nacionalista Vasco, y, en San Sebastián, Egin, con nexos con Herri Batasuna, ambos parcialmente en euskera. Se desenvuelven con una cierta normalidad.

Por lo que se refiere a la prensa de partido propiamente dicha, como órganos de expresión, debemos señalar que tiene una escasa audiencia, lo que obligó a El Socialista y a Mundo Obrero (Partido Comunista de España) y a Treball (Partit Socialista Unificat de Catalunya, comunista) a convertirse en semanarios.

Una característica del anterior régimen fue contar con una Cadena estatal de periódicos, denominada Prensa del Movimiento, dependiente del Ministerio de la Secretaría General del Movimiento cuya principal cabecera era el diario Arriba, de Madrid, y en Barcelona La Solidaridad Nacional y La Prensa. En 1975 estaba integrada por 39 periódicos. En 1976 pasó a denominarse Medios de Comunicación Social del Estado (en el que se incorporaron igualmente algunas cadenas de radio de propiedad estatal, a las que hacemos alusión en el epígrafe Radio). Fundamentalmente eran diarios de provincias, de escasa difusión.

En virtud del Decreto de 16 de junio de 1979, dadas las elevadas pérdidas que registraban la mayoría de los periódicos de la Cadena, se decidió el cierre de algunos de ellos, entre los que cabe mencionar los tres citados anteriormente. Finalmente, en mayo de 1983 se reprivatizaron los 21 periódicos que aun funcionaban.

Un caso atípico lo constituía el diario Pueblo, dependiente de los Sindicatos verticales, es decir, del Ministerio de Sindicatos, cuyo director fue Emilio Romero, el verdadero artífice de su éxito de difusión. En 1974 tenía una difusión de 189.000 ejemplares; en 1976, de 170.000, pero fue languideciendo hasta desaparecer el 18 de mayo de 1984 como empresa integrada en los Medios de Comunicación Social del Estado.

Si comparamos la difusión de los principales periódicos actuales excluyendo los deportivos, con la que tenían en 1976 los periódicos que ya existían entonces, podemos facilitar el siguiente cuadro:

DIARIO	1976	1987	PUBLICACIÓN
El País (incluyendo edición Barcelona)		372.000	Madrid
ABC (incluyendo edición de Sevilla)	250.000	247.000	"
La Vanguardia	220.000	201.000	Barcelona
El Periódico		153.000	"
Diario 16		136.000	Madrid

Para terminar esta breve panorámica debe destacarse que actualmente se publican en Madrid cuatro periódicos económicos: 5 Días, Expansión, Economía 16 y la Gaceta de los Negocios. En cuanto a la prensa deportiva cabe mencionar en Madrid, As y Marca, con una amplia difusión, y en Barcelona, El Mundo Deportivo y Sport.

VI - LA RADIO

La radio en España ofrece la singularidad que la primera emisora que se fundó, en 1924, Radio Barcelona, era de naturaleza privada, lo cual ha significado que el desarrollo de la radio fue principalmente una iniciativa privada, hasta que el general Franco creó en 1937 Radio Nacional de España, dependiendo directamente del Gobierno y de propiedad estatal. Esto explica el auge de la radio privada en nuestro país y su dependencia de la contratación publicitaria como único elemento de financiación, con las consecuencias que ello implica desde la perspectiva de sus contenidos.

En 1976 existían en España, la Sociedad Española de Radiodifusión, la COPE (dependiente de la Conferencia Episcopal Española, y creada en 1957), las emisoras de Radio España de Madrid y de Barcelona, Radio Intercontinental, etc., como principales cadenas y emisoras de radio privadas.

Como emisoras de propiedad estatal funcionaba Radio Nacional de España, de ámbito estatal, sin publicidad y con el monopolio de la información en general, puesto que todas las otras emisoras, fuese cual fuese su naturaleza, debían conectar con ella para la difusión de la información en general, a las 14'30 y a las 22 horas. Contaba con la emisora central en Madrid y con emisoras en las principales ciudades españolas, tal como sucede en la actualidad. Además disponía de una cadena de emisoras, denominadas Radio Peninsular, que admitían publicidad.

También de naturaleza pública funcionaban las cadenas Cadena Azul de Radiodifusión (CAR) y Red de Emisoras del Movimiento (REM) (en conjunto unas 40 emisoras), y la Cadena de Emisoras Sindicales, CES (unas 26), dependiente del Ministerio de Sindicatos. Estas emisoras, en virtud del Estatuto de Radio Televisión de 1980 se convirtieron en la sociedad estatal Radio Cadena Española y muchas de ellas han desaparecido.

El 6 de octubre de 1977 se publicó una disposición mediante la cual se suprimía la obligatoriedad de conexión con Radio Nacional, importante medida liberalizadora en el terreno de la información. Ello ha dado lugar a que las distintas cadenas de radio hayan rivalizado en la calidad de sus programas informativos. Radio Nacional de España, por su parte, de órgano oficial de propaganda radiofónica del régimen anterior se ha convertido en uno de los medios de comunicación que ofrece una información de más calidad y más independiente.

Téngase en cuenta que antes de la mencionada fecha la información nacional e internacional dependía exclusivamente de Radio Nacional de España y que las emisoras privadas debían solicitar la autorización previa de sus programas, exigencia que en los últimos años se suavizó. Las emisoras privadas sólo podían facilitar noticias de carácter especializado, o sea, deportivas, taurinas, teatrales, cinematográficas, literarias, artísticas, científicas, educativas o de sucesos.

Dado el carácter propagandístico que tenía la información radiofónica en España, en la época franquista, especialmente la BBC, de Londres, Radio América, Radio Francia, Radio Moscú, Radio España Independiente (La Pirenaica) eran emisoras extranjeras con un alto nivel de escucha, en función de las opciones ideológicas respectivas.

A lo largo de la transición, la radio ha adquirido un gran desenvolvimiento, con una auténtica explosión de las emisoras de frecuencia modulada. Así, según la Guía de Medios de 1988, en dicha fecha existían 162 emisoras de onda media y 454 de frecuencia modulada. Sin embargo, el número de emisoras que realmente funcionan parece ser superior, aunque los datos no son concordantes. También debe destacarse que el 4 de mayo de 1982 entró en funcionamiento la primera emisora de la cadena de frecuencia modulada Antena 3, cuyo accionista más significativo es La Vanguardia, y a la hacemos alusión al hablar de la televisión privada.

Según datos de 1987, la audiencia global de la radio en España fue de 15.237.000 oyentes, mientras que en 1976 fue de 6.850.000 lo cual es una prueba tangible del crecimiento de este medio. Aunque usualmente se habla de él subrayando su papel destacado en el entretenimiento, en el ocio, debemos destacar su importante función en la información política, tal como se demostró por la cobertura que, afortunadamente, tuvo la oportunidad de hacer la noche del 23 de febrero de 1981.

Para tratar de hacer una valoración crítica de la radio en el régimen anterior y el papel que paulatinamente ha venido desempeñando a partir del mencionado Decreto de 6 de octubre de 1977, considero apropiado citar un informe de diciembre de 1983⁵, por su interés intrínseco, aunque, lógicamente, podrán formularse algunos matices.

Así afirma que durante el régimen de Franco la radio era la voz de su amo, medio de manipulación, monopolio informativo, programas de cotilleo, discos dedicados, radionovelas, falta de profesionalidad, aburrida y separada de las gentes. En cuanto a la época democrática, se ha convertido en un instrumento de conciencia crítica, medio de participación, competencia y pluralismo, información, entrevistas, radio directa e viva, profesionales capaces, amena y reconciliada con la audiencia.

VII - LA TELEVISIÓN

Televisión Española empezó a funcionar el 28 de octubre de 1956 como organismo de propiedad estatal, que en 1960 pasó a depender de la Dirección

5. Equipo Reseña, *Doce años de cultura española (1976 - 1987)*, Encuentro ediciones, Madrid, 1989, pág. 247.

General de Radio y de Televisión. del Ministerio de Información y Turismo. A partir de 7 de noviembre de 1977 pasó a ser organismo autónomo, y en virtud de la Ley de 10 de enero de 1980 se convirtió en el Ente público Radio Televisión Española, con la característica de servicio público esencial.

A lo largo del régimen anterior Televisión Española fué el más formidable instrumento de propaganda del mismo, con un control ideológico muy estricto por parte del gobierno. Por ello, el político y periodista Josep Melià escribía en octubre de 1976, en el diario *El País*, que era industrialmente anticuada, económicamente extravagante, intelectualmente reaccionaria, sin utilidad cultural, estrecha políticamente, de gestión no democrática y caprichosa. Terminaba afirmando que la televisión era un reflejo de todos los efectos del régimen⁶.

A pesar de que la citada Ley de 10 de enero de 1980 fue objeto de largas polémicas, es evidente que el papel de la televisión en el proceso democratizador español ha sido muy discutido, puesto que, en mayor o menor grado, se ha hallado bajo el control del partido gobernante. En la práctica, la Comisión de control parlamentario creado por dicha Ley ha resultado inoperante. En la realidad, uno de los temas más debatidos en la arena política ha sido el papel que debería desempeñar TVE en la comunicación política española, dada su extraordinaria relevancia. Así, por ejemplo, con motivo de las recientes elecciones legislativas, los partidos de la oposición se han puesto de acuerdo para tratar de hallar cauces apropiados, a su entender, para asegurar la neutralidad y la independencia de dicho medio, sin efectos posteriores.

Quiero resaltar que desde 1980 se han sucedido ocho directores generales de dicho medio, lo cual atestigua el clima de politización y de enfrentamiento que se produce en relación con él. Otro elemento a tener en cuenta es el hecho que, a diferencia del Reino Unido, del Canadá, Estados Unidos y, ahora, de Francia, no existe un organismo autónomo o independiente del Gobierno que se ocupe de su reglación y de su control, lo que explica en buena medida lo expuesto anteriormente.

Además se da en cierta medida la paradoja que aun siendo un medio de comunicación de naturaleza pública, en la práctica se autofinancia a través de la publicidad, lo que le convierte en el más importante medio de publicidad de España, con todas las implicaciones que ello comporta.

TVE refleja en buena medida la voluntad centralizadora y uniformizadora que caracteriza al Estado Español. Aunque cuenta con centros de trabajo en Barcelona y en las principales ciudades españolas, es obvio que la mayor parte de las inversiones de todo tipo se concentran en la capital. En cuanto a sus contenidos, de naturaleza política o no, en general no se refleja que España constituya un Estado con 17 nacionalidades y regiones, puesto que Madrid aparece usualmente como el epicentro de la vida española.

No obstante, merced a la presión de determinadas comunidades autónomas, principalmente Cataluña y Euskadi, el 26 de diciembre de 1983 se publicó la Ley de terceros canales, mediante la cual se establece que el Gobierno del Estado adoptará las medidas necesarias para la puesta en marcha del tercer canal - de naturaleza y ámbito autonómico - en virtud de la petición formulada en este

6. Chislett, William, *The Spanish Media since Franco, Writers and Scholars Educational Trust*, distributed by Index on Censorship, London, January, 1979, pág. 23.

sentido por el Gobierno de cada comunidad autónoma. Así en 1983 entraron en funcionamiento TV3 (Cataluña) y Euskal Telebista (Euskadi), en 1985, la televisión gallega, y más recientemente la televisión andaluza, la de la comunidad autónoma de Madrid y la Televisión Valenciana.

Para tener una idea de la extraordinaria importancia de este medio de comunicación, debe indicarse que en 1987 la audiencia de su primer canal fue de 23.559.000 de televidentes y la del segundo canal, de 8.879.000, según datos proporcionados por el Estudio General de Medios.

Una de las grandes batallas políticas de la transición en el terreno comunicativo, en mi opinión la más importante, ha sido la de la televisión privada. A grandes rasgos puede decirse que los partidos de derecha y de centro eran partidarios de ella, mientras que los de izquierda - socialistas y comunistas, principalmente - eran contrarios. Así, en julio de 1981 hubo el primer intento por parte del Gobierno de UCD de regularla mediante decreto, y no por Ley votada por el Parlamento. Posteriormente, los socialistas, desde 1982, han ido cambiando de criterio.

La prensa escrita, principalmente los diarios más importantes, han sido siempre claramente partidarios de ella, argumentando que constituye el paradigma de la libertad de expresión, así como una mayor posibilidad de acceso a dicho medio, es decir una mayor oferta televisiva. A estos argumentos evidentemente, ha sido sensible la opinión pública española.

Como consecuencia de ello, Antena 3, cadena radiofónica, pero con una vocación especialmente televisiva, puesto que fue una de las razones básicas de su creación, formuló un recurso ante el Tribunal Constitucional para que éste se definiera sobre si el artículo 20 de la Constitución permite la creación de emisoras privadas, tal como la empresa recurrente alegaba.

El tribunal Constitucional, en fecha 31 de marzo de 1982 dictó sentencia afirmando que la televisión privada no está necesariamente impuesta por el artículo 20, pero tampoco está constitucionalmente impedida. Su implantación no es una exigencia jurídico-constitucional, sino una decisión política. Es decir, los dos sistemas de gestión son compatibles. Aunque considera que la televisión es un servicio público esencial, ello no prejuzga el monopolio de su gestión.

Finalmente, después de un debate continuado y de sucesivas demoras, el 3 de mayo de 1988 se publicó la Ley de la televisión privada, en cuya virtud se han creado tres canales de televisión de ámbito estatal, como gestión indirecta, por vía de concesión, de este servicio público esencial. Como características importantes pueden mencionarse: ningún accionista puede tener una participación superior al 25% de su capital, y la aportación extranjera tampoco podrá superar este porcentaje; la red a utilizar será la estatal, ya existente, mediante el pago de un canon; el 15% de la producción debe ser propia del titular de la concesión y el 55% de la programación emitida deberá ser en expresión originaria española; la publicidad no podrá superar el 10% del total de horas de la programación anual, etc.

Es interesante consignar, que, al igual que ocurre con la televisión pública, en el artículo 16 se estipula que las concesionarias estarán obligadas a difundir gratuitamente, y con indicación de su origen, los comunicados y declaraciones que en cualquier momento y en razón de su interés público, el Gobierno estime necesarios.

Las concesionarias elegidas han sido Antena 3, la Sociedad Canal Plus de España (en parte cadena de pago durante unas horas) y Tele Cinco, habiendo sido rechazadas otras dos opciones, la más importante de las cuales era Univisión, promovida por el Grupo Z y Rupert Murdoch. Este hecho significa la definitiva polarización de una buena parte de los grandes medios de comunicación españoles alrededor de estas tres concesionarias, que a su vez devienen por se importantes multimedia con múltiples conexiones. Por su interés, a la luz de este trabajo, en función de sus implicaciones económicas y políticas, a continuación indicó los más importantes componentes de estos tres grupos:

Antena 3: La Vanguardia (18%), Antena 3 (7%), un grupo variado de empresas (35%), una serie de publicaciones diarias y semanales (10%), participación financiera extranjera (20%), etc.

Sociedad Canal Plus de Televisión: Prisa-El País (a la vez principal accionista de la Cadena SER, de radio) (25%), Canal Plus, Francia (25%), Banco Bilbao Vizcaya (primer Banco español) (15%), Grupo March (15%), etc.

Tele Cinco: Grupo editorial Anaya (25%), la Organización Nacional de Ciegos de España, ONCE (25%), Fininvest-Silvio Berlusconi (25%), etc.

En mi opinión la inminente entrada en funcionamiento de la televisión privada en nuestro país va a tener importantes repercusiones en el mapa comunicativo español. El hecho de que la televisión privada otorgue una clara prioridad a su contenido de entretenimiento y a su dimensión publicitaria (por ser ésta su única fuente de financiación), no excluye en modo alguno que va a originar importantes repercusiones en la parcela informativa, probablemente reduciendo el papel que actualmente ejerce en este campo la televisión pública, sea la estatal o las autonómicas existentes.

VIII - LAS AGENCIAS DE INFORMACIÓN ESPAÑOLAS

Aunque sea de forma muy breve considero apropiado hacer una referencia al papel que en el régimen anterior y en la transición democrática han tenido las principales agencias españolas de información, es decir, la oficial Agencia EFE y Europa Press (se dice próxima al OPUS DEI).

La Agencia EFE fue fundada por el Estado el año 1939 y durante muchos años ejerció un monopolio de facto sobre la función que le es propia. En la actualidad sus accionistas principales son el Patrimonio Nacional, El Instituto Nacional de Industria y una serie de medios de comunicación privados.

Como es lógico, durante el régimen franquista reflejó su política informativa y fué en 1966 cuando empezó a preocuparse por la extensión de sus actividades a América del Sur. En 1976 experimentó una evolución política marcadamente democratizadora y puede decirse que en 1982 se convirtió en la quinta agencia del mundo. En 1989 cuenta con 2000 periodistas en 76 Estados distintos. En la actualidad puede afirmarse que su actitud se define por un talante claramente democrático y profesional.

En cuanto a Europa Press, fundada en 1957, con capital privado, en la época anterior actuó en línea parccida a EFE, y en la actualidad, constituye una competencia de ésta, con una visión - se dice - profesional, pero en ocasiones con tintes mas conservadores. Existen otras agencias de menor relieve.

IX - EL SISTEMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN CATALUÑA

Aunque a lo largo de este trabajo he hecho frecuentes alusiones a los medios de comunicación de Cataluña, me parece oportuno formular algunas consideraciones muy esquemáticas sobre sus principales características, a título de complemento de la información ya facilitada.

- 1) Quiero insistir que el criterio centralizador que, a pesar de todo, aún rige en España, por lo que a su estructura política se refiere, con la centralizadora política, económica, financiera, cultural, etc., en Madrid, también se refleja en el campo de los mass media. Esto tiene su especial incidencia en Cataluña, nación que pretende y trata de tener su espacio de comunicación propio. Como hemos visto, en el terreno televisivo y en el radiofónico es obvio este hecho. En el terreno de la prensa diaria también se observa una voluntad de penetración real de la prensa de Madrid en Cataluña, hecho casi imperceptible en el régimen anterior. Así, por ejemplo, la edición catalana de *El País* (con una difusión alrededor de los 50.000 ejemplares)
- 2) En el terreno de la televisión y de la radio catalana públicas, es decir, dependiente de la Generalitat de Cataluña, en mayo de 1983 se creó la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, de la cual dependen TV3, que después de un período de pruebas inició sus actividades el 16 de enero de 1984, que ha logrado una buena audiencia, tanto entre la población autóctona como la inmigrada y que ofrece una programación que, en numerosos casos, recibe una buena acogida. Desde el punto de vista informativo, adolece de una cierta inclinación a propiciar las tesis del partido gobernante en Cataluña, al igual que sucede en TVE respecto al partido gobernante en Madrid. Recientemente ha entrado en funcionamiento un segundo canal, Canal 33, con una especial incidencia en el terreno deportivo y cultural.

En el marco de la institución mencionada el 16 de junio de 1983 entró en funcionamiento Catalunya Ràdio, que ha logrado una excelente penetración, y el 2 de abril de 1984, ha vuelto a emitir Ràdio Associació de Catalunya, que ya existía antes de la guerra civil, pero que fue prohibida en 1939.

Debe destacarse que tanto en el campo de la televisión como en la radio, todas estas emisoras utilizan el catalán y, además, admiten publicidad.

- 3) En Cataluña, la lengua es considerada como el elemento esencial que define su identidad cultural, pero en la situación actual debe señalarse que el consumo de los medios de comunicación en castellano, sea los que se difunden desde Madrid, como los propiamente catalanes (como, por ejemplo, los diarios *La Vanguardia* y el *Periódico*, una serie de emisoras de radio que practican el bilingüismo, según los programas, y la mayor parte de las revistas generales o especializadas), sigue siendo cuantitativamente importante.

Este tema pone sobre el tapete una cuestión importante, que tiene importantes implicaciones políticas, es decir, si es cultura catalana en Cataluña únicamente la que utiliza el catalán, o también puede incluirse en este concepto la cultura que utiliza el castellano en Cataluña pero con mentalidad catalana, como podría ser el caso de los mass media catalanes en castellano, la problemática es compleja y con distintos puntos de vista.

- 4) En la prensa diaria, existen actualmente el *Avui*, el *Diari de Barcelona*, ambos en Barcelona y en catalán. En Girona, el *Punt Diari* (en catalán) y el *Diari de Girona* (bilingüe), *Diari de Lleida* (en catalán), etc. aparte de una

vasta gama de publicaciones locales a lo largo de la geografía catalana, la mayoría periódicas y en catalán, aunque también las hay bilingües.

- 5) En el campo radiofónico merece destacarse la existencia de más de 100 emisoras de radio municipales agrupadas bajo el nombre de Emisores Municipals de Catalunya (EMUC), que no han recibido la concesión legal para emitir, pero que lo hacen bajo un régimen de tolerancia. Constituyen un fenómeno interesante y la gran mayoría están ubicadas fuera de la ciudad de Barcelona.
- 6) En situación similar de tolerancia funcionan unas 60 emisoras de televisión comunitaria, algunas de origen municipal, otras de carácter asociativo. Algunas emiten diariamente durante unas horas, otras esporádicamente o en ocasiones determinadas. La mayoría se hallan situadas en las comarcas catalanas.

Tanto dichas emisoras de televisión como las de radio, utilizan prioritariamente el catalán, lo que no excluye que en las poblaciones de fuerte presencia migratoria, sean bilingües. Desde el punto de vista de comunicación política, constituyen una interesante experiencia, por la importancia que otorga su existencia a la política municipal, que en Cataluña tiene un marcado peso específico.

- 7) No existe una agencia de información catalana, aunque Efe (con boletines en catalán) y Europa Press, cuentan con importantes delegaciones en Barcelona.
- 8) En el Terreno cultural puede afirmarse que Barcelona sigue siendo la ciudad más importante del mundo en la producción editorial en castellano, además de ser la capital de la producción en catalán.
- 9) Para terminar esta breve referencia debe resaltarse que los mass media que tienen su origen en Cataluña, en primer lugar los que utilizan el catalán, pero indudablemente, en numerosos supuestos, los que se sirven del castellano, han tenido y siguen teniendo un papel muy relevante en la consolidación de la identidad cultural catalana. Este hecho plantea una serie de interrogantes y pone sobre el tapete, a mi juicio, el rol que en este terreno tiene, a nivel global, la voluntad de sentirse catalán y de identificarse con Cataluña, es decir, la dimensión psicológica de la identidad.

X - LOS PROFESIONALES DE LA INFORMACIÓN

En un trabajo de estas características es obligado, a mi entender, hacer una mención, aunque sea breve, al papel que estos profesionales han tenido en la democratización de la información a lo largo de la transición española, sea por su acción inmediata en los propios medios de información, sea su acción colectiva a través de las asociaciones profesionales, denominadas Asociaciones de la Prensa, que en el caso de Cataluña, con un papel muy activo, ha asumido el Col.legi de Periodistes de Catalunya.

El régimen anterior, como es lógico en un sistema autoritario, trató de controlar estrictamente la profesión de periodista intentando que los que actuaran como tales fueran miembros de la Falange o adictos al régimen. A través de los años este criterio se fue suavizando, pero, en todo caso, existía la obligación preceptiva de figurar en el Registro oficial de Periodistas para poder actuar co-

mo tal. Es decir, poseer el carnet de periodista, aunque, a decir verdad, no siempre se cumplió estrictamente, especialmente en los últimos años del franquismo, con esta exigencia.

El papel de los periodistas en la democratización de la información fue especialmente significativo con la fundación en Cataluña en 1966 del Grup Democràtic de Periodistes, que actuó hasta los años 1976-1977, y del que formaban parte muchos de los que hoy ocupan lugares destacados en los mass media catalanes.

En el plano educativo, el régimen anterior trató de velar muy de cerca por la formación de los periodistas a través de la escuela Oficial de Periodismo, dependiente del Ministerio de Información y Turismo, con sede en Madrid (también hubo una extensión en Barcelona durante un cierto número de años). La Iglesia Católica, merced al Concordato, tuvo la oportunidad de asumir una función educativa. Así funcionó en Madrid una Escuela vinculada con la Asociación Católica Nacional de Propagandistas, poderoso grupo de presión político-religioso, y en la Universidad de Navarra, del Opus Dei, el 30 de Septiembre de 1958 se fundó su escuela, que luego se convirtió en Facultad Universitaria.

Otra especificidad de Cataluña en este campo lo constituye el hecho que la Escuela de la Iglesia de Barcelona, dependiente del Centre de Informació Catòlica, que funcionó de 1964 a 1974 se distinguió por su espíritu de democracia y de catalanidad.

La enseñanza del periodismo se convirtió en universitaria en septiembre de 1971, creándose sendas facultades de ciencias de la información en Madrid y en Barcelona, y luego se han extendido a Bilbao, Salamanca (privada), La Laguna, y próximamente en Sevilla y Valencia, aparte de la ya citada de Pamplona.

XI - UNAS CONCLUSIONES SOBRE EL PERFIL DE LA OPINIÓN PÚBLICA ESPAÑOLA

En estas breves notas sobre el papel de la comunicación política en la transición política española es indudable que he sido muy esquemático debido a la amplia gama de temas abordados. Si he dedicado una atención preferente a los medios de comunicación creo que ha sido por razones obvias, dado el peso determinante de los mismos en la actual configuración de la sociedad política española.

Me hubiera gustado consagrar un epígrafe al cine español en especial al que podríamos denominar cine político y a los avatares que sufrieron algunas películas como *El proceso de Burgos* o *El Crimen de Cuenca*, pero creo que se desbordarían los límites intrínsecos del trabajo. Digamos, en todo caso, que la censura cinematográfica desapareció oficialmente el primero de diciembre de 1977, lo que no excluye que, como en los casos citados, sufrió algunas cortapisas, que en la actualidad puede afirmarse que, desde una perspectiva política, han desaparecido.

Como puntos de referencia conclusivos cabe citar:

- 1) El papel de los mass media en la vida española es esencial, en especial en el ocio y como instrumento de entretenimiento, y debo subrayar el rol predominante de la televisión.

- 2) Los mass media dedican una clara atención a los temas políticos en general, usualmente, cada uno de ellos, desde su propia perspectiva ideológica o en función de determinados intereses, es decir que es evidente, en líneas generales, la dimensión persuasiva de sus contenidos.
- 3) La economía ejerce cada vez un peso mayor en todos los aspectos que configuran a los mass media y el papel de la iniciativa privada cada vez es más tangible. Es decir, la tendencia hacia su privatización, hacia la constitución de poderosos grupos multimedia, con la participación del capital financiero y la penetración de los grandes grupos internacionales de comunicación, tanto de *software* como de *hardware*.

En consecuencia, la publicidad ha adquirido un rango determinante, que no siempre es perceptible para la opinión pública.

- 4) A pesar de la atención que los mass media consagran a la política, y, quizá, en parte, precisamente, como consecuencia de ello, la opinión pública muestra a menudo una marcada apatía y desinterés hacia los temas públicos. Esto se refleja en un alto nivel de abstencionismo electoral y, en líneas generales, en una tendencia hacia la despolitización. En los jóvenes este hecho es manifiesto, lo que debe preocuparnos.
- 5) Dado que la vida política se expresa a menudo, prioritariamente, a través de los mass media, y, en función del papel de la televisión, podemos decir que la política se ha convertido en un espectáculo y los políticos actuando como actores del mismo. De ello deriva una clara voluntad de incidir o de controlarlos, y una irrefrenable tendencia hacia su utilización como instrumentos de propaganda.
- 6) Las elecciones se han convertido en un espectáculo *mass* mediático, dominados por las técnicas de la publicidad y de las relaciones públicas, y la incidencia de los sondeos de opinión. Además, su proliferación, atendido el sistema político español, puede ser un factor perturbador. De alguna manera su excesivo número en cortos períodos las ha desacralizado, a la par del influjo que en ello han tenido los *mass media*.
- 7) Los sondeos de opinión se han convertido en elementos indispensables para los actores políticos para conocer las tendencias de la opinión pública y para tratar de orientarla y de condicionarla. En unos casos son objeto de difusión por parte de los mass media, pero en otros son objetos de silencio informativo, siempre en función de los intereses de los actores políticos.
- 8) En la actualidad, los líderes de opinión han adquirido un rol básico, sean políticos, periodistas o intelectuales, cada uno de ellos desde su perspectiva específica. En el último supuesto asistimos, por desgracia, al declive de los intelectuales críticos y al auge de los intelectuales orgánicos.
- 9) Un hecho preocupante, pero probablemente inevitable, es que los partidos políticos se han convertido, en general, en maquinarias electorales, en los cuales el papel del militante es irrelevante. En su dinámica real parten más de la idea de captar electores que la de contar con una militancia integrada. Esta es una de las causas de su interés prioritario por ocupar espacios en los mass media y para devenir emisores privilegiados de sus mensajes políticos.
- 10) A guisa de conclusión puede decirse que, globalmente considerada, la opinión pública española tiene una plena convicción de que la democracia es el sistema político más apropiado para el país, a pesar de los defectos e inconvenientes que puedan aducirse. También es consciente del papel determi-

nante que en esta dinámica desempeñan los medios de comunicación social. Se percibe que en un sistema pluralista como el español, de polivalencia de ideologías y de intereses, existe el riesgo de ser objeto de manipulación.

En este sentido se impone la necesidad de una auténtica formación política, así como que en el sistema educativo español se conceda la importancia que merece al estudio de los mass media, con objeto de que el ciudadano, en su dimensión de consumidor de los mismos, pueda actuar con espíritu crítico.

Una orientación bibliográfica

AGUILAR, Miguel Angel, *El vértigo de la prensa*, Ed. Mezquita, Madrid, 1982.

AGUILERA, Miguel de, *El telediario: un proceso informativo*, Ed. Mitre, Barcelona, 1985.

BENEYTO, Antonio, *Censura y política en los escritores españoles*, Euros, Barcelona, 1975.

BUSTAMANTE, Enrique, *Los amos de la información*, Akal, Madrid, 1982.

CASTILLO, Pilar del, *La financiación de partidos y candidatos en las democracias occidentales*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Editorial Siglo XXI, Madrid, 1985.

CELA CONDE, Camilo José, *El reto de los halcones, Antología de la prensa apocalíptica española en la apertura (febrero 1974 - junio 1975)*, Ed. Júcar, Madrid, 1975.

Converses amb Ibàñez Escofet, Espina, Pernau, Sopena y Franco. 5 periodistas i el futur de Catalunya per LLàtzer Moix i J. J. Navarro Arisa, La Llar del LLibre, Barcelona, 1984.

CREIXELL, Joan, *Prensa Catalana clandestina, 1970 - 1977*, Ed. Crit, Barcelona, 1977.

Cuadernos para el Diálogo 1963 - 1988, 25 aniversario, Las raíces de la democracia, Asociación de la Prensa de Madrid, Madrid, 6 de diciembre de 1988.

CHISLETT, William, *The Spanish media since Franco*, Writers and Scholars Educational Trust, London, January, 1979.

Diez años de libertad de información en la radio española, 1977 - 1987, Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat, Universitat Autònoma de Barcelona, 1989.

DIEZ NICOLAS, Juan, **Los españoles y la opinión pública**, Editora Nacional, Madrid, 1976.

DONAGHY, P., NEWTON, M., **Spain, a guide to political and economic institutions**, Cambridge University Press, Cambridge, 1989.

Equip de sociologia electoral de la UAB, **Decisió electoral i cultura política**, Fundació Jaume Bofill i Ed. La Magrana, Barcelona, 1986.

Equipo Reseña, **Doce años de cultura española (1976 - 1987)**, Encuentros ediciones, Madrid, 1989.

España: un presente para el futuro, I, La sociedad; II, Las instituciones (varios autores), Instituto de Estudios Económicos (vid. GINER, J. A., **Opinión pública y medios de comunicación social en la España del futuro: el desafío de la historia**, pags. 383-398), Madrid, 1984.

GIFREU, Josep, **Sistemes i polítiques de comunicació a Catalunya, Prensa - Ràdio - Televisió - Cinema, 1970 - 1980**, Ed. l'Avenç, Barcelona, 1983.

GALLEGO AYALA, Juana, **Situación y perspectivas de la prensa diaria en España, 1976 - 1986** (Percepción de la crisis de la prensa por parte de los diarios españoles), tesis doctoral Facultat de Ciències de la Informació, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 1987.

GINER, J. A. **Journalists, Mass Media and Public Opinion in Spain, 1938 - 1982**, en MAXWELL, K. ed., **The Press and Rebirth of Iberian Democracy**, Greenwood Press, Westport, Connecticut, 1983.

GUBERN, Roman, **La censura: función política y ordenamiento jurídico bajo el franquismo (1936 - 1975)**, Ediciones Península, Barcelona, 1981.

IMBERT, Gerard, VIDAL BENEYTO, José, **El País o la referencia dominante**, Ed. Mitre, Barcelona, 1986.

LOPES GUERRA, Lluís **Las campañas electorales, propaganda e política en la sociedad de masas**, Ed. Ariel, Barcelona, 1977.

LOPES PINA, A., ARANGUREN, E., **La cultura política del franquismo**, Ed. Taurus, Madrid, 1976.

LOPES PINTOR, Rafael, **La opinión pública española, del franquismo a la democracia**, Centro de Investigaciones Sociológicas, Madrid, 1982.

MONTABES PEREDA, Juan, **La Prensa del Estado durante la transición política española**, Centro de Investigaciones Sociológicas, Ed. Siglo XXI, Madrid, 1989.

- MONTERO SANCHEZ, Maria Dolores, Perfil de las instituciones y roles sociopolíticos en Cambio 16, Estudio sobre los medios de comunicación en la transición política española, 1975 - 1985, tesis doctoral, Facultat de Ciències de la Informació, Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra, 1987.**
- MORAGAS SPA, Miquel de, Medios de comunicación y cambio político en España: de la Dictadura al Parlamento, en MORAGAS SP, M., Sociología de la comunicación de masas, 2 edición, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1982.**
- ORIVE RIVA, Pedro, Los españoles ante los Telediaris, AECAS, Madrid, 1988.**
- PARÉS I MAICAS, Manuel, La ideología de la prensa española, 1966 - 1973, Ed. 62, Barcelona, 1984.**
- PEREZ VILARIÑO, José, Los periódicos ante las autonomías, Akal, Madrid, 1982.**
- RAMIREZ, Pedro J., Prensa y libertad, Madrid, 1980.**
- ROGADO, Basilio, La prensa del silencio, Ed. Mirasierra, Madrid, 1975.**
- SINOVA, Justino, La gran mentira. El tinglado de la televisión al descubierto, Ed. Planeta, 1983.**
- SINOVA, Justino, La censura de prensa durante el franquismo (1936 - 1951), Ed. España Calpe, Madrid, 1989.**
- TERRON, Javier, La prensa en España durante el régimen de Franco. Un intento de análisis político, Centro de investigaciones Sociológicas, Madrid, 1981.**