



La prensa y el poder. De lo local a lo nacional: la relación de la prensa diaria andaluza y los conglomerados mediáticos de España desde el siglo XX a la actualidad*

CONCHA LANGA NUÑO

Profesora titular de la Universidad de Sevilla (España) en el departamento de Historia Contemporánea. En este momento ostenta la presidencia de la Asociación de Historiadores de la Comunicación, AsHisCom y es directora de la Revista Internacional de Historia de la Comunicación, RiHC. Correo electrónico: clanga@us.es. Su principal tema de investigación está relacionado con la historia del periodismo español del siglo XX. Otros temas son la historia de las migraciones españolas a Europa y la historia cultural.  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9120-3676>

DANIEL MOYA LÓPEZ

Profesor Sustituto Interino en el departamento de Periodismo I de la Universidad de Sevilla (España). Es vicepresidente del Laboratorio de Estudios en Comunicación y miembro del grupo de investigación Comunicación, poder y pensamiento crítico ante el cambio global (Com poder). Doctor en Comunicación por la Universidad de Sevilla, la Universidad de Málaga, la Universidad de Cádiz y la Universidad de Huelva (España). Correo electrónico: dmoya@us.es. Su línea de investigación aúna la Estructura de la Información con la Historia del Periodismo, haciendo análisis históricos de las relaciones entre los medios con la estructura de poder.  ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2780-0270>

Recibido: 28 de agosto de 2023

Aprobado: 15 de noviembre 2023

Modificado: 3 de diciembre de 2023

Artículo de investigación científica

DOI: <https://doi.org/10.15648/hc.44.2024.3896>

* Este artículo forma parte del proyecto “PAIDI 2020 Historia Crítica del Periodismo Andaluz (HI[C] PAN), con referencia: P18-RT-1552”, financiado por la Consejería de Economía y Conocimiento de la Junta de Andalucía (España).

Esta publicación está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0



La prensa y el poder. De lo local a lo nacional: la relación de la prensa diaria andaluza y los conglomerados mediáticos de España desde el siglo XX a la actualidad

Resumen

La prensa local y regional es reconocida como un medio de comunicación importante para la ciudadanía por su cercanía y especialización. Esta prensa, no obstante, está conectada al poder de la misma manera que la de ámbito nacional. Este artículo analiza las principales cabeceras de la prensa diaria andaluza en razón de su propiedad. Los resultados muestran que hoy pocos diarios andaluces siguen en manos locales y solo existe un gran grupo de comunicación regional. Un proceso acentuado desde la Transición Española y la consolidación de la economía de mercado.

Palabras clave: Prensa regional, prensa local, Andalucía, poder, empresa periodística.

The press and power. From the local to the national: the relationship between the Andalusian daily press and the Spanish media conglomerates from the 20th century to the present day

Abstract

The local and regional press is acknowledged as a vital source of information for citizens because of its proximity and area of expertise. However, this press is connected to power in the same way as the national press. This article analyses the main Andalusian daily newspapers according to their ownership. The results show that today few Andalusian newspapers remain in local hands and there is only one large regional media group. This process has been accentuated since the Spanish Transition and the consolidation of the market economy.

Keywords: Regional press, local press, Andalusia, power, journalism companies.

A imprensa e o poder. Do local ao nacional: a relação entre a imprensa diária andaluza e os conglomerados mediáticos de Espanha do século XX até ao presente

Resumo

A imprensa local e regional é reconhecida como um importante meio de comunicação para os cidadãos devido à sua proximidade e especialização. No entanto, esta imprensa está ligada ao poder da mesma forma que a imprensa nacional. Este artigo analisa os principais jornais diários andaluzes de acordo com a sua propriedade. Os resultados mostram que hoje em dia poucos jornais andaluzes permanecem em mãos locais e existe apenas um grande grupo regional de meios de comunicação social. Este processo tem sido acentuado desde a transição espanhola e a consolidação da economia de mercado.

Palavras-chave: imprensa regional, imprensa local, Andaluzia, poder, empresa jornalística.

La presse et le pouvoir. Du local au national: les relations entre la presse quotidienne andalouse et les conglomerats médiatiques d'Espagne du XXe siècle à nos jours

Résumé

La presse locale et régionale est reconnue comme un moyen de communication important pour les citoyens en raison de sa proximité et de sa spécialisation. Cependant, cette presse est liée au pouvoir de la même manière que la presse nationale. Cet article analyse les principaux quotidiens andalous en fonction de leur propriété. Les résultats montrent qu'aujourd'hui, peu de journaux andalous restent entre les mains des locaux et qu'il n'existe qu'un seul grand groupe médiatique régional. Ce processus s'est accentué depuis la transition espagnole et la consolidation de l'économie de marché.

Mots clés: Presse régionale, presse locale, Andalousie, pouvoir, entreprise journalistique.

INTRODUCCIÓN

La prensa local y regional ha sido un medio de comunicación que se ha caracterizado por su capacidad de cercanía y especialización en el día a día de la ciudadanía. En España, frente a los grandes diarios nacionales, y a excepción de *ABC* (1905), todos los demás poseen en su mayoría menos longevidad que parte de la prensa andaluza de referencia.

El caso de Andalucía es relevante porque a pesar de ser una de las regiones más grandes y pobladas del país, jamás ha contado con una cabecera completamente regional. Apenas *ABC* (Andalucía occidental¹) e *Ideal* (Andalucía oriental), han conseguido una relativa implantación más allá de sus provincias originarias. Todas las iniciativas por crear cabeceras regionales (numerosas en los años setenta y ochenta con el despertar de una conciencia regional) fueron efímeras.

Este estudio propone una unión entre la Historia de la Comunicación y la Estructura de la Información para un análisis de los medios de comunicación desde la empresa a la que pertenece, así como el contexto de

1 La división occidental y oriental de Andalucía se debe exclusivamente a una categorización cultural más que geográfica y que no existe políticamente. Así, Andalucía occidental está compuesta por las provincias de Huelva, Sevilla, Cádiz y Córdoba, mientras que Andalucía oriental está conformada por Málaga, Jaén, Granada y Almería.

ésta en sus relaciones con el poder. Si el estudio de la Historia de la Comunicación para la etapa estudiada es de gran interés, observar la propiedad de los medios de comunicación permite comprender mejor la identidad de la publicación y la evolución de las empresas.

El final de la dictadura franquista y la llegada de la democracia liberal a partir de 1975 produjo cambios en España. Además de la libertad de expresión y la estabilidad política, se consolidó la economía de mercado, que se caracterizó por la concentración empresarial, sector periodístico incluido. Política, economía y medios son fundamentales para la comprensión del periodo.

Este artículo se plantea como objetivo observar la estructura de propiedad de algunas de las cabeceras diarias de referencia en Andalucía. La pregunta de investigación es la siguiente: ¿posee la prensa local y regional un esquema de propiedad distinto al de la prensa de ámbito nacional? La hipótesis de partida es que la prensa andaluza de referencia pasó de una propiedad local o regional a pertenecer a estructuras periódicas nacionales, también en sus relaciones con el poder.

1. BASES TEÓRICAS: PRENSA Y PODER

Si bien al periodismo se le ha atribuido el rol de cuarto poder, este concepto ha tenido dificultad práctica en la Historia del Periodismo. Sinova situaba a la prensa dominada por el poder desde su nacimiento: desde reyes y señores a los gobiernos surgidos siglos posteriores².

Las relaciones entre poder y prensa dan cuenta de la complejidad del devenir histórico. Aunque estas relaciones son de larga trayectoria (monarquías absolutistas o prensa política decimonónica, por ejemplo), este artículo se centra en la prensa de empresa surgida paulatinamente de la saturación de la prensa política y de las posibilidades del desarrollo capitalista y las revoluciones industriales.

2 Justino Sinova, *El poder y la prensa. El control político de la información en la España felipista* (Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias, 1995).

La concepción del periódico cambia: está hecho para vender, ser un negocio rentable y convertirse en industria. Es el *New Journalism*³. Es atractiva visualmente y noticiosa. Autocalificada como independiente, funcionará como un sector productivo en el que entran grandes inversores que constituyen las primeras grandes empresas periodísticas. El proceso no es lineal, pero la dinámica llega hasta los actuales grandes conglomerados mediáticos.

Hay otro factor fundamental para comprender la relación entre el poder y la prensa: el concepto de opinión pública. El origen del concepto se sitúa entre 1790 y 1810⁴, periodo de revoluciones burguesas y en el que la cosa pública es un elemento en consideración. Los medios son el actor más determinante a la hora de influir en ella⁵.

González García y Pérez Yglesias, en referencia a la prensa como fuente, establecían la necesidad de mantener precauciones al acudir al discurso periodístico⁶. Estas precauciones debemos asumirlas en tanto que los medios de comunicación no son entes abstractos, sino que pertenecen a un entramado con intereses. La posición de una publicación frente a los acontecimientos no son cuestiones ajenas a la empresa periodística ni a los “propósitos e intereses de cuantas personas se integran” en ella⁷. En definitiva, la fuente periodística requiere un trabajo previo acerca del contexto que la determina: sus propietarios, su condición de hegemónica o alternativa, qué intereses posee, en qué contexto temporal se produce⁸.

La Economía Política de la Comunicación (EPC) mantiene una actitud crítica en torno al universo de los medios de comunicación. Mosco considera que la EPC establece que “la comprensión del cómo requiere

3 Jesús Timoteo Álvarez, *Historia y modelos de comunicación en el siglo XX* (Barcelona: Ariel, 1987).

4 Juan Francisco Fuentes y Juan Fernández Sebastián, *Historia del Periodismo Español: prensa, política y opinión pública en la España contemporánea* (Madrid: Síntesis, 1997).

5 Celso Almuña. “Prensa y opinión pública: la prensa como fuente histórica para el estudio de la masonería”. en *Masonería, política y sociedad*. Vol. 1, coord. José Antonio Ferrer Benimeli (España: Centro de Estudios Históricos de la Masonería Española, 1989), 245-280.

6 Yamileth González García y María Pérez Yglesias, “Fuentes periodísticas y discurso histórico”, *Revista de Ciencias Sociales* No. 47 (1990): 15-25.

7 Francisco Iglesias, *Historia de una empresa periodística: Prensa Española*. Editora de ABC y Blanco y Negro (1891-1978) (Madrid: Prensa Española, 1980). XIX.

8 Yamileth González García y María Pérez Yglesias, “Fuentes periodísticas...”, 15-25.

más de quién hace qué a quién”⁹. Centra la cuestión en la figura del emisor. Éste, en las relaciones entre prensa y poder, es el propietario, que en última instancia dota de personalidad a la publicación. Para Reig, la propiedad es uno de los seis condicionantes del periodismo¹⁰. Se trata, en definitiva, de atender no sólo a la organización empresarial, sino a la razón de existir, el fin último de la publicación¹¹.

Desde la Historia del Tiempo Presente se da un valor destacado a los medios, y se advierte de la necesidad de superar la visión de que los acontecimientos sólo pudieron ocurrir de una manera determinada, sin alternativas, favorecido por los propios efectos de la prensa¹². Centrar la mirada en la propiedad de los medios resulta beneficiosa en el estudio de la Historia. Los medios son fuentes de actualidad que “discuten en un momento histórico y espacio determinados y que buscan legitimar un sistema (o en el caso de cierto periodismo informativo, contrarrestarlo)”¹³. A partir de sus propietarios se configura un sistema de medios de comunicación, una estructura mediática, en interacción con otras estructuras o superestructuras del sistema socioeconómico¹⁴. La mirada, pues, ha de ser global.

2. CONTEXTO HISTÓRICO: CONSOLIDACIÓN DE LA ECONOMÍA DE MERCADO Y CAPTURA DE LA PRENSA LOCAL

Al contrario que la prensa oficial u oficiosa de las monarquías absolutistas y de la prensa política decimonónica, representante de las facciones políticas que entran en el juego político tras la caída del Antiguo Régimen, la empresa de prensa posee una estructura de propiedad menos visible y más compleja en su relación con el poder.

Hacer un periódico de empresa, que sea atractivo y noticioso, requiere una inversión importante. Quienes tienen liquidez para acometer la

9 Vincent Mosco, *The Political Economy of Communication* (Londres: Sage, 1998). 263.

10 Ramón Reig, *Crisis del sistema. Crisis del periodismo: contexto estructural y deseos de cambio* (Barcelona: Gedisa, 2015).

11 Celso Almuíña. “Prensa y opinión...”, 245-280.

12 Gonzalo Pasamar, *La Transición española a la democracia ayer y hoy. Memoria cultural, historiografía y política* (Madrid: Marcial Pons, 2019).

13 Yamileth González García y María Pérez Yglesias, “Fuentes periodísticas...”, 24.

14 Rosalba Mancinas-Chávez, *Fundamentos teóricos de Estructura de la Información* (Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social, 2016). 125.

aventura empresarial periodística son empresarios y políticos, figuras poco discernibles en el liberalismo decimonónico e inicios del siglo XX. William R. Hearst, por ejemplo, unía a su imperio mediático su acta en la Cámara de Representantes de Estados Unidos entre 1903 y 1907 por el partido republicano. En España, los primeros grandes empresarios de la prensa serán Manuel María de Santa Ana y Francisco Peris Mencheta, muy ligados a la monarquía de la Restauración¹⁵. Por tanto, aunque estos periódicos poseen una apariencia de independencia, mantienen una relación cercana con las esferas de poder como la clase política y algo no menos importante, las empresas de otros sectores productivos de sus propietarios.

Esta prensa de empresa, que nace en la segunda mitad del siglo XIX y se consolida ya en el siglo XX, inicia un modelo periodístico que ha crecido hasta hoy. Ha sumado al modelo los nuevos soportes que han aparecido: la radio, la televisión y, también, internet. Los periódicos consolidarán grandes trayectorias, centenaria en varios casos. Si bien la Estructura de la Información, como campo de estudio, aparece en la segunda mitad del siglo XX, algunos conceptos son aplicables, con prudencia, a tiempos pretéritos.

La definición de conglomerado mediático lleva al grupo de comunicación que “comienza a diversificar su capital hacia otras actividades ajenas a la comunicación y, al revés, cuando permite que otros sectores extraños a la comunicación estén presentes en su consejo de administración”¹⁶. Sectores extraños que proceden de la banca, del petróleo, de la promoción inmobiliaria. Esta diversificación de capital es frecuente en la segunda mitad del siglo XX, pero no un fenómeno singular en tiempos anteriores. De hecho, tal y como se ha expuesto, son empresarios y políticos los que diversifican su capital para invertir en el pujante negocio de la prensa de empresa. Familias de empresarios como los Godó y los Luca de Tena unirán a sus negocios originarios, como el textil o el de los perfumes, el de los periódicos. Se constituirán las primeras grandes empresas periodísticas. En España destacan, entre otros, la Sociedad

15 Antonio Laguna y Francesc Andreu Martínez-Gallego, “Pioneros de la industria de la información española”, *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, No. 4 (2015): 1-21

16 Ramón Reig, *Los dueños del periodismo* (Barcelona: Gedisa, 2011), 54-55.

Editorial de España (luego Sociedad Editora Universal) o la Editorial Católica. La primera de ellas ligada a la Standard Oil¹⁷. La segunda a la banca, que suscribe parte del capital inicial¹⁸. Ambas poseerán varios periódicos de masas en su organigrama empresarial.

Por ejemplo, la Sociedad Editorial de España ya recibió el apodo del “trust”, figura empresarial equiparable al de conglomerado mediático: grupo de comunicación con varios medios al que puede añadirse su conexión con otros sectores productivos ajenos. En todo caso, sea de carácter progresista o conservador, la prensa de masas es burguesa, por lo que su personalidad última no es contraria al poder capitalista, aunque en la época aún cobijaba notables divergencias ideológicas.

Este artículo centra su temporalidad a finales del siglo XX, en el proceso de democratización que España inicia a partir de 1975 tras la muerte del dictador Francisco Franco. No obstante, el franquismo ya inició sus primeras grietas en la década de los sesenta, etapa de liberalización económica que contrasta con la falta de libertad política. El modelo periodístico transcurre en consonancia al desarrollo de la economía de mercado. Durante la Transición Española se vive una gran explosión de títulos fomentada por el fulgor del nuevo tiempo político. Algunos de ellos, hitos de la Historia del Periodismo español como *El País* (1976) o *Diario 16* (1976) en el caso de los diarios. Surgen nuevas empresas periodísticas como el Grupo PRISA, el Grupo 16 (que hunde sus raíces en el semanario *Cambio 16*, nacido en 1971) o el Grupo Zeta, cuyo diario insignia es local (*El Periódico de Cataluña*). En contraposición, la Cadena de Prensa del Movimiento¹⁹, que surge en la dictadura franquista y que acoge el aparato periodístico de Falange, es reconvertida a los Medios de Comunicación Social del Estado (MCSE), de titularidad estatal, y que acabarán siendo privatizados en 1984 (algunos de ellos desaparecieron antes y otros no encontraron comprador). En el

17 María Cruz Seoane y María Dolores Saiz García, *Historia del periodismo en España*. Vol. 3. El siglo XX: 1898-1936 (Madrid: Alianza, 1996).

18 Cristóbal Robles, José María de Urquijo e Ybarra: opinión, religión y poder (Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 1997).

19 Un estudio completo de la Cadena de Prensa del Movimiento es el realizado por Begoña Zalbidea Bengoa, *Prensa del Movimiento en España: 1936-1983* (Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1996).

caso de Andalucía, el 25% de los periódicos pertenecientes a la cadena serán andaluces, muestra del importante peso que tendrá la región en el aparato franquista.

El desarrollo de la economía de mercado trae la fuerte penetración de capital extranjero en casi todos los sectores productivos de España²⁰. Se observa, asimismo, una importante concentración empresarial, incluido el sector mediático. En 1986²¹ el 70% de la difusión diaria pertenecía a los once primeros grupos de comunicación, el 60% de la difusión radiofónica estaba en manos de tres emisoras privadas y los grandes grupos ya convergían juntos en las candidaturas para obtener las licencias de televisión privada.

Precisamente ésta era el gran nicho de mercado del momento, a lo que se une la prensa local y regional como industria periodística rentable. La prensa local juega un papel fundamental: es la más cercana a la ciudadanía, la que da mayor cobertura a los sucesos que tienen una mayor afectación a los lectores, e incluye firmas de opinión que tratan los asuntos de mayor preocupación para los habitantes locales.

Entre los ochenta y los noventa, habrá dos grandes grupos de comunicación que absorberán varias cabeceras locales. En primer lugar, el Grupo Correo unirá a sus diarios vascos otros locales y regionales como *El Diario Montañés* (1984), *Ideal* (1988), *Hoy* (1988), *La Verdad* (1988), *Sur* (1990), *La Rioja* (1993), *El Norte de Castilla* (1993), y más adelante *El Comercio* y *Las Provincias*. En 2001 se fusionará con Prensa Española, por lo que dos grandes empresas periodísticas pasaban a ser una.

El segundo grupo es el de Prensa Ibérica, originalmente Prensa Canaria, puesto que su origen se encuentra en dos publicaciones: *La Provincia*, de Santa Cruz de Tenerife, y *Diario de Las Palmas*, de Las Palmas de Gran Canaria. La empresa aprovechó la privatización de los MCSE en 1984 para comenzar una fuerte expansión. Adquirió los locales *La Nueva España*, *Levante-El Mercantil Valenciano* e *Información*. Serían las bases de

20 Ramón Tamames, Introducción a la economía española. La estructura, los comportamientos y los datos actualizados de la economía española (Madrid: Alianza, 1997).

21 Ramón Zallo, Petxo Idoyaga y Pedro Ibarra, "Ideologías y medios de comunicación en los ochenta", en La reestructuración del capitalismo en España, 1970-1990, coord. Mikel Etxezarreta (Barcelona: Icaria Editorial, 1991), 751.

un grupo que mantendría su capacidad de concentrar cabeceras: en 1986 compra *El Faro de Vigo*, en 1988 crea *La Opinión de Murcia*, seguida de *La Opinión de Zamora* (*La Opinión-El Correo de Zamora* tras una fusión posterior), *La Opinión de Málaga*, *La Opinión de Tenerife*, *La Opinión de A Coruña*, y los deportivos *Mallorca Zeitung* y *Superdeporte*. Entre medio también adquirió el *Diario de Mallorca*, el *Diario de Ibiza*, el *Diari de Gerona*, y ya en el siglo XXI *Empordà* y *Regió 7*.

Prensa Ibérica absorberá en 2019 al Grupo Zeta (surgido en la Transición) y con dicha adquisición sumará su prensa local y regional: *El Periódico de Cataluña* (1978), *Córdoba* (1997), *El Día* de Santa Cruz de Tenerife, *El Periódico de Aragón* (1990), *El Periódico de Extremadura* (1988, *Extremadura* hasta los ochenta), *Mediterráneo* de Castellón (1992), *La Crónica de Badajoz* (2002), y el deportivo *Sport* (1992).

3. METODOLOGÍA

La unión entre la Estructura de la Información y la Historia del Periodismo traza una metodología simbiótica²² que destaca, en primer lugar, por su carácter interdisciplinar, rasgo que permite una mayor comprensión del conocimiento²³.

La Comunicación y la Historia son disciplinas entre las que pueden establecerse importantes sinergias, cristalizadas en la Historia de la Comunicación y, específicamente en el campo de los medios de comunicación, en la Historia del Periodismo. Con el paso de los años, la Historia ha renovado sus perspectivas y ha integrado la interdisciplinariedad de las Ciencias Sociales. La aplicación del enfoque estructural a la Historia en general y la Historia del Periodismo en particular abre numerosas posibilidades, que este artículo aplica en la estructura de propiedad de la prensa local andaluza para la comprensión de los medios de comunicación desde esa esfera.

22 Daniel Moya López y Eliana Herrera Huérfano, “Estructura de la información e historia del periodismo. Una simbiosis necesaria”, en *La comunicación a la vanguardia: Tendencias, métodos y perspectivas*, coords. María Luisa Cárdenas-Rica y Nuria Sánchez-Gey Valenzuela (Madrid: Fragua, 2021), 1053-1079.

23 César G. Cantón y José A. Ruiz San Román, “Investigación y realidad social. Una reflexión epistemológica”, en *Investigar en Comunicación*, coords. María Rosa Berganza Conde y José A. Ruiz San Román (Madrid: McGraw Hill, 2005), 3-18.

Al historiador le son visibles dos caminos: el primero, la recuperación de los silencios de aquellos hechos no observados aún; el segundo, la comparación de perspectivas ya públicas con el objetivo de interpretar el poliedro que constituye la realidad²⁴. La realidad es poliédrica, y el enfoque estructural, base de esta metodología, permite observar diversas caras del poliedro. Almiron considera que la observación de la estructura debe hacerse a través del estudio de varias coyunturas²⁵. Pero la meta debe ser la concatenación de esas coyunturas para llegar a la estructura. La mirada de larga duración puede ser muy enriquecedora pues, como expone Mancinas-Chávez, “la estructura es el resultado de una evolución histórica”²⁶.

En base a estas premisas, este artículo realiza un estudio de caso acerca de los cambios de propiedad vividos en las principales cabeceras diarias andaluzas en su historia. Pero, siguiendo a lo que establecía Almiron, el estudio de las conexiones más concretas se ha centrado en el periodo que engloba la Transición Española y década de los ochenta, periodo que establece algunas de las bases del sistema de medios de comunicación que estará por venir más tarde.

A través del enfoque estructural, se presta atención a diversos factores que intervienen en el objeto de estudio analizado. En el caso que ocupa a este artículo, la metodología tiene como objetivo observar la estructura de propiedad de los medios de comunicación y sus conexiones con otros elementos del poder, observando también su evolución histórica dentro de un esquema que observa la pertenencia a estructuras periodísticas locales, regionales o nacionales. Así, el método a usar no sólo se atiene a quiénes son los propietarios, sino a las conexiones externas que pueden trazarse a través de estos y la interpretación que puede derivarse por contexto histórico.

El objeto de estudio de este artículo está constituido por los propietarios de las empresas periodísticas concretas a analizar, que son *ABC* de Sevilla, *Ideal*, *El Correo de Andalucía*, *Sur* y *Diario de Cádiz*, los principales diarios de capitales de provincia en Andalucía en base a trayectoria

24 Alfonso Pinilla García, *La transición de papel: el atentado contra Carrero Blanco, la legalización del PCE y el 23-F a través de la prensa* (Madrid: Biblioteca Nueva, 2008).

25 Nuria Almiron, “Poder financiero y poder mediático: banca y grupos de comunicación. Los casos del SCH y PRISA (1976-2004)” (Tesis doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona, 2006).

26 Rosalba Mancinas-Chávez, *Fundamentos teóricos...*, 127.

histórica y número de lectores²⁷. La propiedad de una empresa equivale a la composición de su accionariado, tanto individual como institucional. Además, puede añadirse el estudio de los consejos de administración, información que suele ser algo más accesible y que también, como afirma Almiron, revela las relaciones de poder²⁸.

Las conexiones analizadas llevan a distintas parcelas dentro de la estructura de poder. Especialmente tres: conexiones económicas, políticas y mediáticas. Pueden incluirse, además, conexiones históricas en el pasado para evaluar la trayectoria de los propietarios. Las conexiones son relevantes aunque no sean simultáneas, puesto que la estructura de poder es un elemento dinámico, por lo que las conexiones deben ser tenidas en cuenta aunque no sean paralelas al periodo estricto de su vinculación con la empresa periodística. También se consideran vinculaciones indirectas, esto es, a través de vínculos familiares.

4. CASOS CONCRETOS²⁹

4.1. ABC de Sevilla

En su larga vida *ABC* ha pertenecido a la empresa Prensa Española y hoy a Vocento. *ABC* de Sevilla nació el 12 de octubre de 1929. El fundador y dueño de *Blanco y Negro* (1891) y *ABC* (1903 como semanario y 1905 como diario), Torcuato Luca de Tena y Álvarez-Ossorio, quiso que su ciudad natal tuviese un periódico representativo en plena Exposición Iberoamericana. *ABC* de Sevilla formó parte de la empresa Prensa Española, constituida como sociedad anónima en 1909 y buen ejemplo del periodismo de empresa, aunque bajo el control de la familia Luca de Tena. No debe olvidarse que el negocio original de los Luca de Tena procede de sus fábricas de perfumes. La fortuna obtenida permite a Torcuato Luca de Tena dedicarse al periodismo.

27 Razones por las que no se han seleccionado cabeceras diarias andaluzas de otras capitales de provincia. Asimismo, se han descartado periódicos de otras periodicidades al tener también menor relevancia y, en el caso de las revistas, al no existir títulos que hayan perdurado en el tiempo más allá de algunas revistas andaluzas como *Andalucía Libre* o *La Ilustración Regional*, con vida apenas en el tardofranquismo o primeros años de la Transición.

28 Nuria Almiron, "Poder financiero..."

29 Las conexiones específicas expuestas, salvo que se indique lo contrario, proceden de Daniel Moya López, *Poder y élites en la Transición Española y consolidación democrática. Análisis desde la estructura mediática (1975-1989)*. (Tesis doctorado: Universidad de Sevilla, 2022).

Hasta julio de 1936 *ABC* de Sevilla era una edición para Andalucía del periódico madrileño, enviándose algunas partes del periódico desde Madrid. Al iniciarse la guerra civil a causa del golpe de Estado del 18 de julio de 1936 y quedar las ediciones en bandos opuestos, tras la incautación de la sede madrileña, la sevillana pasó a ocupar el lugar del diario monárquico. Tras el conflicto *ABC* de Sevilla mantuvo y acrecentó su personalidad, a pesar de las numerosas dificultades que Prensa Española tuvo con el régimen (por su poca disimulada ideología monárquica). El final del franquismo y la Transición fueron una etapa de enorme crecimiento, sin apenas competencia de los diarios locales en Sevilla. Bajo la dirección de Nicolás Salas (1976-1984) tomó una postura más templada y apoyó un regionalismo moderado, con una línea editorial propia más rentable que la del otro *ABC*³⁰, al que le costó más adaptarse y apostar claramente por la nueva democracia, por lo que perdió lectores (que recupera en la etapa de Ansón, 1983-1997).

En estos años la empresa fracasó en algunos proyectos como el de *ABC de las Américas* (1975) y el sensacionalista *Claro* (1991) (en alianza con el conglomerado alemán Axel Springer). Además, en la década de los setenta y de los ochenta, Prensa Española entró en alianza con otras grandes empresas periodísticas nacionales: adquirió el 25% de Prensa Castellana, que editaba *Informaciones*, tras la salida del Banco Santander³¹, y entró en la creación de Antena 3 Radio junto al Grupo Godó (propietario mayoritario), al Grupo Zeta (que vendió sus acciones al poco tiempo) y Europa Press, principalmente. La primera de ellas le llevaría a una nueva inversión en Andalucía, la del vespertino sevillano *Informaciones de Andalucía*, en circulación en 1976-1977. Los noventa fueron una década para la modernización tecnológica del periódico³² y, en el caso de la edición sevillana, el cambio de sede.

30 Manuel Ruiz Romero, "Prensa sevillana y transición. El caso de ABC edición hispalense", en Sevilla y su prensa: aproximación a la historia del periodismo andaluz contemporáneo: (1898-1998), coords. Ramón Reig y María José Ruiz Acosta (Sevilla: Grehcco, 1998), 102-103.

31 Carlos Barrera, Sin mordaza: veinte años de prensa en democracia (Barcelona: Temas de hoy, 1995).

32 Sobre la implantación del Proyecto 2000 en ABC de Sevilla puede consultarse la tesis doctoral de Marián Alonso. María de los Ángeles Alonso, "Un acercamiento a ABC de Sevilla y su 'Proyecto 2000'" (tesis doctorado, Universidad de Sevilla, 2003), 403.

El gran cambio empresarial estaba por llegar. Fue en 2001, cuando el pujante Grupo Correo compró el 80% de Prensa Española y se produjo una fusión que dio lugar en 2003 a Vocento. Prensa Española aún era en 1998 el tercer grupo español en tirada diaria total (tras PRISA y el propio Grupo Correo)³³, pero estaba muy endeudada. Eso permitió al Grupo Correo hacerse con la empresa y con un diario de gran prestigio en Madrid³⁴.

En la fusión se hicieron algunas cesiones a Prensa Española: la sede del nuevo grupo estaría en Madrid y no en el País Vasco. El grupo se convertía en el primero en el mercado de prensa en España con 18 periódicos e intereses también en radio y televisión. Los Luca de Tena mantuvieron el control sobre las dos ediciones de *ABC* bajo un estatuto especial por el que hasta 2011 estarían controlados por su propia Junta de Fundadores, encargada de “vigilar y controlar su línea editorial, además de la responsable de nombrar y destituir directores”³⁵. La figura clave, como presidenta-editora de *ABC*, era Catalina Luca de Tena García-Conde, hija de Guillermo Luca de Tena Brunet y biznieta del fundador del periódico. En 2020 Catalina Luca de Tena dimitía en protesta por la sustitución de Bieito Rubido como director de *ABC* de Madrid³⁶.

La integración de la marca *ABC* dentro de la nueva estructura no ha sido sencilla. En estos últimos años ha sido frecuente que antiguas plumas de *ABC* se refieran al diario como “el antiguo *ABC*” o el *ABC* auténtico, para diferenciarlo del de Vocento. No obstante, Toribio demuestra en su tesis que el periódico ha mantenido su línea editorial, con una vuelta a modelos de la etapa de Prensa Española para recuperar lectores³⁷.

33 María José Pérez Serrano y José Vicente García Santamaría, “Vocento o los límites de la prensa regional”, *Estudios del Mensaje Periodístico*, Vol. 24 No. 1 (2018): 315.

34 María José Pérez Serrano y José Vicente García Santamaría, “Vocento o los límites...”, 317.

35 Fernando Toribio, “El proceso de integración de ABC en Vocento: estructura, historia y línea editorial” (tesis doctorado, Universidad de Sevilla, 2017), 207.

36 InfoLibre, “Catalina Luca de Tena se despide de la presidencia de ‘Abc’ cuestionando las prácticas empresariales y editoriales de Vocento”, *Infolibre*, 3-9-2020. Disponible en: https://www.infolibre.es/medios/catalina-luca-tena-despide-presidencia-abc-cuestionando-practicas-empresariales-editoriales-vocento_1_1187118.html

37 Fernando Toribio, “El proceso de integración...”, 817 y 826.

Vocento ha continuado creciendo como conglomerado mediático, entrando en Globomedia, en la sociedad productora de películas, Esicma S.L., participando en el lanzamiento del canal de televisión Factoría de Ficción (FDF), lanzando la emisora Punto Radio y participando en la cadena digital Net TV, además de lanzar ediciones digitales de todos sus periódicos³⁸.

Por su parte, *ABC* de Sevilla, que durante décadas fue el primer diario de Sevilla (y su provincia, además de tener una relevante presencia en toda Andalucía occidental) y una institución en la ciudad, ha sufrido un retroceso y se ha resentido de la competencia de *Diario de Sevilla*. La cuota de mercado de 1995 del 77% quedaba reducida en 2008 al 40% y su posición competitiva relativa pasaba de un valor de 5.12 en 1995 (en esa época su principal competidor era *El Correo de Andalucía*) a tan sólo 2 en 2008³⁹.

El estudio de las conexiones con la estructura de poder muestra el carácter monárquico de *ABC*. La familia Luca de Tena pertenece a la aristocracia ennoblecida por la monarquía alfonsina de la Restauración. En 1929 Alfonso XIII concedía el título de Marqués de Luca de Tena al fundador, Torcuato Luca de Tena Álvarez-Ossorio (que había sido senador regio desde 1909). En un gran salto temporal, Juan Carlos I, concedería a la familia el título de Marqués de Valle del Tena en 2003. Guillermo Luca de Tena Brunet fue designado senador real en 1977 en plena Transición Española en unas Cortes que aprobarían la Constitución de 1978.

Iglesias muestra un listado de 87 accionistas a fecha de 1978⁴⁰. El análisis de las conexiones de ese accionariado confirma la identidad monárquica de la empresa. Casi una veintena de ellos posee un título nobiliario directamente (número que se ampliaría con cónyuges, hijos o

38 Manuel Capelo Hernández ha realizado una tesis doctoral sobre la integración en Vocento de los diarios andaluces, pero en su versión digital. Manuel Capelo Hernández, “Convergencia o integración de las redacciones de papel y digital. El caso del Grupo Vocento en Andalucía” (Tesis doctoral, Universidad de Sevilla, 2016).

39 Francisco Caro, “Las empresas editoras de prensa. Estrategias y competencia”. En *La comunicación en Andalucía: historia, estructura y nuevas tecnologías*, dir. Ramón Reig, coord. Concha Langa (Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, 2011), 374.

40 Francisco Iglesias, *Historia de una...*

padres). Destacan algunos nombres insignes: María del Rosario Cayetana Stuart Silva, duquesa de Alba, Juan Antonio Gamazo Arnús, conde de Gamazo, María del Pilar Rodríguez Martínez-Campos, duquesa de Seo de Urgel y marquesa de Martínez-Campos (familia heredera de Arsenio Martínez-Campos, cuyo alzamiento en 1874 restauró la monarquía) o Rafael Atienza Medina, marqués de Salvatierra. En 1979 se produce una ampliación de capital que disminuye algo el carácter familiar de la empresa⁴¹, que se difuminará más con la citada creación de Vocento.

Además de su presencia en Prensa Castellana y Antena 3 Radio (y Antena 3 Televisión desde 1989), algunos accionistas de la empresa han tenido relación con otras grandes empresas periodísticas. Es el caso de Rafael Atienza Medina o Rafael Pérez Escolar, con acciones en el nacido Grupo PRISA, editor de *El País*, con quien el *ABC* de Luis María Ansón mantuvo una fuerte disputa. En dicho periodo, también se producen conexiones con fuerzas políticas. Algunas llevan a Alianza Popular y la Unión de Centro Democrático (UCD), en el gobierno entre 1977 y 1982.

En sus conexiones económicas, destacan empresas a las que están vinculados algunos de sus accionistas: Liga Financiera, Banco Exterior de España, Petronor, Banco de España, Compañía Telefónica Nacional de España, Campsa, Banco Popular, Banco Español de Crédito o Tabacos de Filipinas, entre otras.

4.2. *Ideal*

Ideal, de Granada, nace en el año 1932 dentro de la Editorial Católica (EDICA), empresa periodística de ámbito nacional surgida en 1913 a raíz del nacimiento de *El Debate* (1910-1936). EDICA, cuya constitución posee una gran presencia de la banca y está ligada a la Asociación Católica Nacional de Propagandistas (ACNP), se caracterizó por su gran pragmatismo en periodos históricos muy distintos: Restauración Borbónica, II República o franquismo. En el periodo republicano, *Ideal* apoyó a la CEDA⁴² tal y como hizo también la Editorial Católica⁴³.

41 Fernando Toribio, “El proceso de integración...”.

42 Antonio Checa, *Prensa y partidos políticos durante la II República* (Salamanca: Universidad de Salamanca, 1989).

43 Juan Francisco Fuentes y Javier Fernández Sebastián, *Historia del Periodismo...*

El nacimiento de *Ideal* concuerda con la política de EDICA, que además de tener *El Debate* (y luego *Ya*, que le sobreviviría tras la Guerra Civil), hizo énfasis en la prensa local y regional. Además del diario granadino poseía *La Verdad* (Murcia), *Hoy* (Badajoz) o *El Ideal Gallego* (A Coruña, vendido a la Editorial Celta ya en la Transición). En Andalucía haría otras inversiones como las de *El Correo de Andalucía* y *Nueva Andalucía* (Sevilla).

En 1975 *Ideal* mantiene una historia solvente y estable dentro de la Editorial Católica. A partir de la Transición, el periódico granadino inicia una expansión para ser un periódico de cierta implantación regional. Estableció ediciones en las provincias limítrofes de Jaén y Almería con éxito, pero fracasó en su entrada en Málaga⁴⁴. Su subtítulo cambió por su vocación regional: “Diario regional de Andalucía”⁴⁵. Al igual que *ABC* de Sevilla, defendió el autonomismo andaluz dentro del conjunto de España.

La Editorial Católica será una empresa periodística de notables relaciones con esferas del poder. Varios ministros de UCD de origen democristiano serían accionistas: Landelino Lavilla Alsina (presidente de la empresa), Marcelino Oreja Aguirre, José Manuel Otero Novas, Juan Antonio Ortega Díaz-Ambrona, Ignacio Bayón Mariné y Eduardo Carriles Galarraga. Tan sólo el último no fue ministro con UCD en el Gobierno, aunque sí con Adolfo Suárez como presidente⁴⁶. Pueden sumarse otros nombres como el de Manuel Fraga Iribarne, que fue accionista hasta 1979⁴⁷ (también lo era de PRISA). La empresa apoyó a la UCD⁴⁸, que estuvo en el gobierno hasta 1982, y luego inició el declive al igual que el partido, éste último de manera mucho más abrupta.

Las conexiones con grandes empresas a través de sus accionistas y consejeros también fueron habituales: Banco de España, Confederación Española de Cajas de Ahorros, Banco Central, Eléctricas Reunidas de Zaragoza, Cristalería Española, Banco Español de Crédito, Petromed,

44 Antonio Checa, *Historia de la prensa andaluza* (Sevilla: Alfar, 2011).

45 Jaime Vázquez Allegue, “El Ideal de la Transición. Melchor Saiz-Pardo, periodista granadino” (tesis doctorado, Universidad de Sevilla, 2010).

46 Adolfo Suárez fue presidente del Gobierno en 1976-1981. Hasta 1977, lo fue por nombramiento de Juan Carlos I y no por la victoria electoral de su partido (UCD).

47 José Antonio Martín Aguado y José R. Vilamor, *Historia del YA. Sinfonía con final trágico* (Madrid: CEU, 2012).

48 Javier Tussell, *La Transición española a la democracia* (Madrid: Historia 16, 1997).

Campsa, Banco Exterior de España, Tabacos de Filipinas, Compañía Telefónica Nacional de España, Banco Hispano Americano, Banco de Bilbao, Renfe, entre otras.

Varios de ellos también estarán presentes en el consejo o serán altos cargos de la Cadena COPE, la emisora radiofónica de la Iglesia (no integrada en EDICA): Eduardo Carriles Galarraga, Bernardo Herraiz Rubio, José Andrés Hernández Vicente, Eugenio Galdón Brugarolas y Pedro Antonio Martín Marín. También hay conexiones con el Grupo PRISA en las figuras de Marcelino Oreja Aguirre y Miguel Allué Escudero; y con Prensa Española, puesto que Eduardo Carriles Galarraga y Juan Herrera Fernández estaban casados con Carolina Díaz de Bustamante y María Dolores Rodríguez Martínez-Campos, respectivamente, ambas accionistas de la empresa editora de *ABC* de Sevilla.

Una ampliación de capital a mediados de los ochenta modificó la composición accionarial de la empresa: la Conferencia Episcopal poseería el 51%, y la Caja de Ahorros de Madrid un 48%⁴⁹. La empresa volvió a cambiar su composición accionarial al poco tiempo. Se constituía Prensa Unida S.A., ligada a la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), que adquiriría el 51% de la Editorial Católica, mientras que la Iglesia Católica se quedaba con un 28%, la Caja de Ahorros de Madrid, la Caja de Ahorros de Zaragoza, y la Confederación Española de Cajas de Ahorros aglutinaban un 10%, y un 9% quedaba en accionistas individuales⁵⁰.

La Editorial Católica no consiguió adaptarse a los nuevos tiempos. Le faltó capacidad de modernización en lo tecnológico y su línea editorial viró en exceso hacia la derecha⁵¹. En 1988, la Editorial Católica desaparecerá y sus retales, entre ellos *Ideal*, pasarán al Grupo Correo, el mismo que luego dará lugar a Vocento tras la fusión con Prensa Española.

49 Carlos Barrera, Sin mordaza...

50 Inmaculada Gómez Mardones, "Bilbao Editorial, grupo editor de "El Correo" y "Diario Vasco", negocia la compra de los periódicos de Edica", *El País*, 14-10-1988.

51 José Antonio Martín Aguado y José R. Vilamor, *Historia del YA...* Juan Cantavella, *Historia gráfica de la Editorial Católica: un siglo de "El Debate"* (Madrid: CEU, 2011).

El cambio de propiedad asentó a *Ideal*, cuya implantación en Granada, Almería y Jaén le ha hecho ser uno de los diarios de referencia en Andalucía. En 2009 era el diario con más lectores en Andalucía sólo por detrás del malagueño *Sur*, también perteneciente a Vocento⁵².

4.3. *El Correo de Andalucía*

Aparece en 1899 como “diario católico de noticias” fundado por el cardenal Marcelo Spínola y órgano poco después de la Liga Católica. Se materializaba así en la ciudad los postulados de la “Buena Prensa” del papa Leon XIII⁵³. El periódico, muy doctrinal y conservador, vivió una importante remodelación en los años veinte gracias a su vinculación con la Liga Católica, de la que pasó a depender, y de ésta con la Acción Católica Nacional de Propagandistas (ACNP)⁵⁴. Ello permitió que *El Correo de Andalucía* mantuviera una buena relación con *El Debate* (EDICA) a través del director del diario, José Medina y Togores. El periódico fue cercano a la Dictadura de Primo de Rivera y apoyó a las derechas de la CEDA en la Segunda República, en consonancia a otros diarios de la Editorial Católica como el citado *Ideal*. No es de extrañar pues, que mostrase su respaldo a los sublevados el 18 de julio.

Tras una época larga y oscura bajo la dirección de José Montoto y González de Hoyuela, con tiradas bajas y un carácter integrista, de naturaleza católica y muy conservadora⁵⁵, los años sesenta marcaron un giro en la historia del diario. Por un lado, el Concilio Vaticano II le hizo retomar su compromiso con la doctrina social de la Iglesia. Por otro, la llegada al arzobispado de Bueno Monreal influyó para que la empresa iniciase un acercamiento con EDICA. Según Sáez Alba, dentro del periódico se produjo una escisión en dos grupos. El clerical, formado por el Cardenal, EDICA y la ACNP sevillana, que querían la entrada

52 Ana Gómez Mendo, “La prensa gratuita (2000-2010)”, en *La comunicación en Andalucía: Historia, estructura y nuevas tecnologías*, dir. Ramón Reig, coord. Concha Langa (Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, 2011), 436.

53 María José Ruiz Acosta, “El despegue de la ‘Buena Prensa’ y El Correo de Andalucía en la Sevilla de comienzos del siglo XX”, *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*, No. 2 (1999): 229 - 240.

54 Acerca de las relaciones de los católicos con la política y de El Correo de Andalucía en ese proceso véase José Leonardo Ruiz Sánchez, *Política e Iglesia durante la Restauración. La Liga Católica de Sevilla, (1901-1923)* (Sevilla: Diputación Provincial, 1994).

55 Antonio Checa: *Historia de la prensa andaluza...*, 380.

del periódico en la Editorial Católica, y el regionalista, formado por accionistas sevillanos que querían mantener la independencia del diario. Los regionalistas a su vez estaban divididos en los más conservadores, de buenas familias, y el progresista, que se hicieron con el periódico (con Rafael González y José María Javierre como directores)⁵⁶.

En 1972 EDICA adquirió la mayoría del capital de la empresa. Terminaba la fase progresista y antifranquista. El periódico entró de nuevo en la órbita de la jerarquía eclesiástica y de la ACNP, cercanas a posiciones de la Democracia cristiana. El diario perdió lectores y sufrió el rechazo de la Sevilla antifranquista y de su propia redacción, que se enfrentó al nuevo director. EDICA cedió en menos de un año, si bien mantuvo su porcentaje accionarial. La jerarquía sevillana y antiguos socios de la Editorial Sevillana regentaron otra vez el periódico. Volvió la información a ser más progresista y parte de la combatividad anterior⁵⁷. Su director entonces, Federico Villagrán, llegó a ser encarcelado por estos escándalos, que incluía la publicación en portada del desembarco de marines estadounidenses en la base naval de Rota en plena revolución de los claveles⁵⁸.

En esta etapa, el accionariado quedaba compuesto por distintas organizaciones católicas: principalmente el Arzobispado de Sevilla, el Obispado de Córdoba y la citada EDICA, ésta con un 28%⁵⁹. Con la misma configuración accionarial daría a luz a *Nueva Andalucía*, un vespertino, que cerraría en 1984. Se caracterizó por una defensa del regionalismo andaluz y fue cercano al PSOE, regionalismo compartido por algunas de las revistas de la época como *La Ilustración Regional*, cuyo consejo estaría compuesto por figuras que ocuparían cargos políticos autonómicos durante la Transición⁶⁰. O el caso de *Andalucía Libre*, revista regionalista,

56 A. Sáez Alba, *La ACNP (Acción Católica Nacional de Propagandistas) y el caso de El Correo de Andalucía* (París: Ruedo Ibérico, 1974). Cfr. Sandra Méndez Muros, *Sevilla y el tardofranquismo según "ABC" y El Correo* (Tesis doctorado, Universidad de Sevilla. 2008), 63.

57 Sandra Méndez Muros, "Sevilla y el tardofranquismo...", 63. Publicó la primera entrevista a Felipe González de la prensa española en octubre de 1975 o la homilía del obispo Añoveros (que le costó su expulsión de España).

58 VV.AA, *Apostando a la Democracia (Un año de Tercera Página de El Correo de Andalucía* (Madrid: Akal, 1974).

59 Enrique Bustamante, *Los amos de la información* (Madrid: Akal, 1982).

60 Ruiz Romero, Manuel, "La prensa durante la Transición: Entre el tardofranquismo y la democracia (1966-1982)", en *La comunicación en Andalucía...*, 180.

vinculada al nacimiento del Partido Socialista de Andalucía⁶¹. También destaca la aparición de Radio Andalucía en 1982⁶². La vuelta de José María Javierre a la dirección cerró ambas⁶³. Las conexiones de EDICA pueden observarse en el subepígrafe de *Ideal*.

Frente a los otros diarios analizados, *El Correo de Andalucía* se caracterizará por vaivenes empresariales. En 1986 el capital católico se reduciría al 33% tras la entrada de Arturo Moya Moreno, nuevo presidente del consejo de administración, cercano al Grupo Fierro, y de Emilio Martín, de la empresa Mundicom, próxima al PSOE⁶⁴, compañía que se había hecho con otras publicaciones procedentes de los MCSE⁶⁵.

Arturo Moya Moreno había sido diputado con la UCD entre 1977 y 1982, y presidirá Papelera del Mediterráneo, además de sentarse en el consejo del Banco de Granada, y ser vicepresidente de Partecsa, gestonaria del parque temático situado en el recinto de la Exposición Universal de Sevilla de 1992⁶⁶. El Grupo Fierro, al que también estaba vinculado, está ligado al nacimiento de *El País* y el Grupo PRISA a partir de Arturo Fierro Viña⁶⁷.

En 1988 acontece un nuevo cambio: Emilio Martín García, que representa a la sociedad Prensa Sur, se hizo con la mayoría de la propiedad. Como se ha expuesto, estaba ligado al PSOE⁶⁸. Precisamente el PSOE vendería su participación a Emilio Martín en 1998, lo que incluía vender también su parte accionarial en otros títulos andaluces como *Córdoba* (23'5%), *Jaén* (22%) y *La Voz de Almería* (33%)⁶⁹.

61 Ruiz Romero, Manuel, *Andalucía Libre: una revista andaluza de la transición*. Índice bibliográfico (Sevilla: Grehcco, 2000).

62 Antonio Checa, "El primer siglo de la radio", en *La comunicación en Andalucía: Historia, estructura y nuevas tecnologías*, dir. Ramón Reig, coord. Concha Langa (Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, 2011), 241-272.

63 Antonio Checa, *Historia de la prensa...*, 528.

64 Sebastián García, "La empresa editora de 'El Correo de Andalucía' cambia de titularidad", *El País*, 4-2-1986.

65 Juan Francisco Fuentes y Javier Fuentes Sebastián, *Historia del Periodismo...*

66 Diego Narváez, "Un empresario siempre dispuesto para embarcarse en la política", *El País*, 11-12-2003.

67 Daniel Moya López, *Poder y élites en la Transición Española y consolidación democrática. Análisis desde la estructura mediática (1975-1989)*. (Tesis doctorado, Universidad de Sevilla, 2022).

68 *El País*, "El ex centrista Arturo Moya deja la presidencia de 'El Correo de Andalucía'", *El País*, 14-4-1988.

69 Jorge A. Rodríguez, "El PSOE vende por 1.800 millones sus acciones en cuatro diarios andaluces", *El País*, 13-6-1998.

El vaivén empresarial llevaría a PRISA, conglomerado mediático líder en español, a comprar *El Correo de Andalucía*, pero en 2007 el diario sevillano volvió a cambiar de propiedad al siderúrgico Grupo Gallardo, originario de Extremadura, que además había entrado en otros periódicos andaluces como *Odiel*, de Huelva, y *Jaén*. La cercanía con el PSOE se mantendría en la figura de José Rodríguez de la Borbolla, ex presidente de la Junta de Andalucía y al frente del consejo editorial.

Sin levantar cabeza, el Grupo Morera & Vallejo, de negocios diversos como el de los seguros o el inmobiliario, comprará el periódico, lanzará un deportivo, *El Decano Deportivo*, y un canal de televisión, El Correo TV, pero nada de ello pudo evitar el declive la empresa, que clausuró todos sus medios, incluido *El Correo de Andalucía* en el soporte papel, para quedarse desde 2018 con la versión digital. Finalmente, y a pocos días antes del cierre del número, Prensa Ibérica compró el periódico sevillano en diciembre de 2023. *El Correo de Andalucía* se une así a una empresa nacional que posee en Andalucía otros diarios como *Córdoba* o *La Opinión de Málaga*.

4.4. *Sur*

Sur fue fundado en febrero de 1937, apenas conquistada Málaga por los sublevados. Surgía de la incautación del diario *El Popular* y como medio de Falange, que contó también con el vespertino *La Tarde*. Posteriormente, como otros periódicos falangistas surgidos en las mismas circunstancias, pasó a formar parte de la Cadena de Prensa del Movimiento, organismo oficial de Falange. Pero a diferencia de la mayoría de las cabeceras de la Cadena, *Sur* fue un periódico con lectores (20.000 ejemplares diarios en los años sesenta) y una saneada economía.

Como el resto de periódicos del grupo, el 22 de abril de 1977 el diario pasó a depender de los MCSE. En 1979 se decretaba el cierre de todos estos medios, aunque la mayoría fueron vendidos en subasta pública en 1984 (con poco éxito por su escasa tirada, cerrando muchos). *Sur* fue una excepción.

Lo fue porque el diario malagueño se había adelantado al resto de cabeceras de la Cadena con pasos para desvincularse de Falange (retira de su cabecera el yugo y las flechas de Falange el día después de la muerte de

Franco). Su tirada subió y se hizo rentable. Fábregas añade que había diversificado su línea editorial y que no puede ser considerado un periódico oficial durante su estancia en los MCSE⁷⁰. Así, en 1984, *Sur* se convierte en un caso único: fue el único periódico adquirido por sus trabajadores.

Concretamente, los trabajadores se hicieron con el 35% al que tenían acceso por ley, mientras que la suscripción ciudadana contó con más de 800 pequeños accionistas, aunque no se cubrió el 100% del accionariado⁷¹. Quedaba organizada la cooperativa Prensa Malagueña. En los ochenta, bajo la dirección de Joaquín Marín, el diario se reafirmó en el mercado periodístico malagueño subiendo sus beneficios y su tirada (28.115 en 1985). Convertido en uno de los principales periódicos de Andalucía, se lanzó a conquistar otras zonas como Melilla o el Campo de Gibraltar y a lanzar el diario *Granada 2000* para la capital granadina⁷².

Los resultados económicos no fueron los esperados y en 1990 la cooperativa tuvo que poner en venta el periódico. Será el Grupo Correo el que lo adquiera dentro de su política de crecimiento local y regional tras haberse hecho con gran parte de los activos de la Editorial Católica. Se impuso a las ofertas presentadas, entre ellas las del Grupo PRISA y Prensa Ibérica.

Desde los años ochenta, paralelo al gran crecimiento del turismo en la provincia malagueña, el diario lanza ediciones en otros idiomas: *SUR in English* (edición inglesa desde 1984 en papel y desde 1996 en digital) o *SUR Deutsche Ausgabe* (edición alemana) y, la más reciente edición, SUR en ruso y en árabe magrebí. También se publica *Costa del Golf*, un periódico mensual dedicado a noticias del mundo del golf fundado en 1983. En 2002 *Sur* puso en funcionamiento su propio canal de televisión, Canal Málaga.

El Grupo Correo⁷³ tiene su origen en la fundación de *El Pueblo Vasco* en el año 1910, fusionado con *El Correo Español* en 1938 durante la

70 Jezabel Fábregas, “De pro Franquista a anti Gobierno. La evolución de “Sur” con respecto a la política nacional durante la transición española (1975-1978)”, *Política y sociedad*, 53 (2) (2016), 485-507.

71 El País, “Una sociedad formada por los trabajadores comprará hoy el periódico ‘Sur’, de Málaga”, *El País*, 6-3-1984.

72 Antonio Checa, *Historia de la prensa...*, 536-537.

73 Sobre el Grupo Correo pueden consultarse Miguel Carvajal Prieto (2007), *Líderes en prensa: la dirección estratégica de Vocento*, (Murcia: DM, 2007) y Fernando Toribio, “El proceso de integración...”

Guerra Civil. La empresa periodística ha tenido en el accionariado a la familia Ybarra, principalmente, además de las familias Bergareche y Echevarría. En 1945 se conforma Bilbao Editorial tras la compra de *El Noticiero Bilbaíno*. Apenas tres años más tarde, Bilbao Editorial se hará con la Sociedad Vascongada de Publicaciones, editora de *El Diario Vasco*, que había sido adquirido por Prensa Española, editora de *ABC*. Esa compraventa mantuvo relaciones entre ambas empresas (fusionadas en 2001) a través de Benito Pico, presente en ambas.

El crecimiento de la empresa vasca daría lugar a la creación de dos agencias de noticias, Sapisa y Colpisa. En la década de los ochenta dio el primer salto fuera del País Vasco con la compra de *El Diario Montañés cántabro*⁷⁴. El objetivo era comprar periódicos líderes de sus provincias antes que fundar uno nuevo. La empresa también entraría en el negocio de la televisión privada, primero dentro de Antena 3 Televisión, luego dentro de Telecinco. En 1995, el Grupo Correo ya contaba con diez diarios regionales (puede verse en el epígrafe 2), facturaba 31.400 millones de pesetas y daba empleo a 1.560 personas en toda España.

Históricamente, el Grupo Correo estaba ligado por la familia Ybarra a las dos entidades financieras vascas por excelencia: Banco de Bilbao y Banco de Vizcaya, que se fusionan para formar el BBV en 1989 y cuyo presidente será Emilio Ybarra Churruca. Además, José María Aguirre Gonzalo, presidente de la Sociedad Vascongada de Publicaciones, integrada en el Grupo Correo, presidía el Banco Español de Crédito. Por ejemplo, Fernando Ybarra López-Dóriga conecta con otras grandes empresas como Sevillana de Electricidad, Hidroeléctrica Española, Iberduero o Altos Hornos de Vizcaya. Otras empresas que aparecen a través de otros accionistas y consejeros son Minas de Somorrostro, Babcock and Wilcox, Entrecanales y Távora, Renfe, Agromán o Acerinox.

Se trata de un grupo que representa a la oligarquía vasca de Neguri, el barrio acaudalado de Bilbao. El Grupo Correo también conecta con otras empresas periodísticas. De hecho, su presencia en Antena 3 Televisión le lleva a estar junto con el Grupo Godó, Prensa Española y otras

74 Ramón Reig, *Medios de comunicación y poder en España* (Barcelona: Paidós Ibérica, 1998).

cabeceras locales y regionales. Poseerá, asimismo, acciones en *Marca* y *Expansión*, dos periódicos especializados del grupo Recoletos. Jaime Castellanos Borrego, que estaría en *Expansión*, también ligaba al Grupo Correo. Indirectamente también se alcanza a Prensa Española, pues Ignacio Villalonga Lacave, del Grupo Correo, estaba casado con María del Pilar Rodríguez Martínez-Campos, accionista de Prensa Española.

A reseñar, también, el hecho de que la familia Ybarra es una familia ennoblecida por la monarquía alfonsina en la restauración, al igual que ocurre con los Luca de Tena en el caso de Prensa Española.

4.5. *Diario de Cádiz*

Diario de Cádiz es, de todas, la cabecera más longeva y la que da lugar al único grupo de comunicación regional, el Grupo Joly. *Diario de Cádiz* es fundado el 16 de junio de 1867 por Federico Joly Velasco⁷⁵. Una de las características del diario y del grupo es que se ha mantenido en manos de la familia desde su fundación. Después de un siglo, en los años setenta se crea Ingrasa como empresa auxiliar de artes gráficas en la que, hasta hoy, se elaboran la mayor parte de los periódicos del grupo.

Será en los años ochenta, con la llegada a la dirección de los hermanos Federico y José Joly Hörn, cuando comience la expansión del Grupo que se consolida en los noventa. En 1984 se funda *Diario de Jerez* y en 1989 *Europa Sur* en la zona del Campo de Gibraltar. Se amplía Ingrasa y se trasladan las rotativas a Puerto Real donde también se instalan los nuevos almacenes de Joldis, empresa distribuidora del Grupo.

En 1996 José Joly Martínez de Salazar, quinta generación familiar, accede a la presidencia y se consolida la expansión del grupo. En 1999 inician la propagación fuera de Cádiz con la fundación de *Diario de Sevilla* y en 2000 lanzan *El Día de Córdoba* y adquieren *Huelva Información* en 2002⁷⁶. Un año

75 Los primeros 30 años del periódico fueron compendiados por Aurora Labio, *Diario de Cádiz. Historia y estructura informativa (1867-1898)*. (Sevilla: Grehcco, 2000).

76 También en los noventa tuvieron Inversiones Radiofónicas Río San Pedro y participación en Jerez de Cable. Lo más significativo de esta década fue el cambio de formato de *Diario de Cádiz* a tabloide y el color en la portada. Aurora Labio, "Joly: un grupo de comunicación andaluz dentro de la estructura de la prensa escrita en España", *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, No. 5 (2000): 225-240.

después crearán *Granada Hoy*, y en 2004 *Málaga hoy*. La expansión por la región se consolida con la fundación de *Diario de Almería* en noviembre de 2007. Nueve periódicos que cubren casi toda la geografía andaluza. Esta expansión se complementa con la modernización que supuso la creación de Joly Digital, proyecto del grupo en Internet. Como indica su página web: “los diarios digitales del Grupo se caracterizan por su información actualizada: noticias al minuto, suplementos especiales on-line y un enfoque 100% andaluz”⁷⁷.

Al igual que el resto de la prensa española, el grupo ha sufrido un retroceso de ventas en la década 2008-2019, con una reducción media de los ejemplares vendidos de un 52,21% entre 2008 y 2019, siendo mejores los resultados de *Málaga Hoy* y peores los de *Diario de Córdoba*. *Diario de Sevilla*, que está a la cabeza en el periodo analizado con 19.323 ejemplares de tirada y 15.534 de difusión, dibuja también una línea de tendencia a la baja que, teniendo en cuenta el coeficiente de determinación de 0,98, llegará, en 2024, a colocarse alrededor de los 7.500 ejemplares⁷⁸.

ANÁLISIS Y CONCLUSIONES

Hemos comprobado cómo los acontecimientos históricos, con la guerra, la dictadura y la llegada de la democracia, tuvieron gran impacto en buena parte de la prensa. No solo desaparece la Cadena de Prensa del Movimiento surgida con los diarios de izquierda incautados y puestos en manos de Falange, la libertad de prensa permitirá que surjan gran cantidad de cabeceras llegada la democracia. De los periódicos que vienen de la etapa anterior observamos que los conservadores se adaptaron mejor (caso de *Diario de Cádiz* o *Sur*) o peor (caso de la prensa católica, como *El Correo de Andalucía*). Si algunos mantuvieron sus conexiones con el pasado cercano o remoto (caso de la monarquía recuperada en *ABC*) otros pasaron del mayor conservadurismo a la lucha antifranquista, caso de *El Correo* o del falangismo a la apertura editorial con éxito (caso de *Sur*).

77 <https://www.grupojoly.com/>

78 Según el estudio de María José Pérez-Serrano, José Vicente García Santamaría, y Miriam Rodríguez Pallares, “La prensa regional en España: análisis y prospectiva económica y editorial”, *Historia y Comunicación Social*, 26 (1) (2021), 181-190, el grupo, como todos los regionales, sufrió un retroceso en la década entre 2008 y 2017.

La prensa local experimenta la lógica mercantil que se produce a gran escala. Si el capital extranjero entra con facilidad en las industrias nacionales, el proceso globalizador también conlleva que las grandes empresas nacionales absorban lo local. Todo se agrupa en grandes estructuras, las más pequeñas desaparecen o se mantienen en un papel residual, como el caso de *El Correo de Andalucía*. Sólo algunos casos como *Jaén* o *La Voz de Almería* (no analizados en profundidad en este artículo) permanecen fuera de grandes grupos de comunicación en la actualidad, aunque sí han pertenecido a grandes conglomerados anteriormente (Grupo PRISA). Intentos cooperativos como el de *Sur* entre 1984-1990 no pueden competir y son comprados por grandes conglomerados mediáticos.

La evolución de 1975 hasta hoy, bien entrado el siglo XXI, lleva a que la prensa de papel diaria en Andalucía tenga claramente dos dominadores: Grupo Joly y Vocento. Prensa Ibérica, otra de las grandes empresas periodísticas con gran implantación regional, ha entrado recientemente en Andalucía a través de su adquisición del Grupo Zeta, originario de Cataluña, en 2019, además de adquirir recientemente *El Correo de Andalucía*. Prensa Ibérica es propiedad de la familia Moll, procedente de Aragón, pero sus primeras inversiones periodísticas fueron en las Islas Canarias.

En comparación, las cuatro nacionalidades históricas de España (Cataluña, País Vasco, Galicia y Andalucía) muestran situaciones distintas, aunque con alguna similitud. Para el caso andaluz, existe en el Grupo Joly un grupo de comunicación regional, aunque se basa en diarios locales en varias capitales de provincia. Era una situación similar a la del País Vasco, cuando el Grupo Correo poseía *El Correo* y *El Diario Vasco*, aunque como líderes en sus provincias. Joly no alcanza el liderazgo en todas las provincias en las que está presente. Además, el Grupo Correo acabó formando Vocento, empresa periodística que traspasó los límites del País Vasco para tener cobertura por toda España, incluyendo algunos diarios andaluces de referencia.

En cuanto a Cataluña y Galicia, ambas poseen cabeceras regionales como *La Vanguardia* o *La Voz de Galicia*. *La Vanguardia* pertenece al Grupo Godó, de origen catalán, pero con cobertura por todo el territorio español; *La Voz*

de Galicia pertenece al Grupo La Voz, gallego. Cataluña, además, tiene otro periódico relevante, *El Periódico de Cataluña*, desde 2019 integrado en Prensa Ibérica, con presencia también en Andalucía. De las cuatro, Andalucía es la que tiene un tejido periodístico puramente regional más endeble.

No sólo algunos de los diarios más importantes en Andalucía pertenecen a estructuras nacionales, sino que además están dentro de la estructura mediática, del sistema de medios de comunicación, puesto que estas grandes empresas están conectadas entre sí, de manera directa o indirecta.

Pero además debe tenerse en cuenta que estas grandes estructuras nacionales no son simplemente empresas periodísticas, sino que conectan con diversas esferas de poder de importancia, como las principales empresas del país o algunas de las principales fuerzas políticas, en muchos casos con aquellas que están en el gobierno (casos de UCD o PSOE). Las principales cabeceras andaluzas están cercanas a grandes fuerzas de poder a nivel nacional.

Las conexiones con grandes empresas van en consonancia a la influencia de la economía de mercado sobre el sector de los medios de comunicación: concentración y absorción de los más grandes. A nivel histórico, la liberalización de la economía en los sesenta inició el desgaste de la dictadura franquista por su contraste con la falta de libertad política. Algo similar ocurre con las fuerzas políticas, puesto que su conexión con partidos presentes en el gobierno, permite observar una sinergia con el poder político, en un proceso de cambios y la consolidación de los mismos como los que se viven a partir de la Transición Española.

Estas conexiones, además, suelen repetirse: es frecuente ver las mismas grandes empresas, los mismos grandes medios, y las mismas fuerzas políticas, por lo que en realidad, en lo que aparenta ser un sistema de varias empresas, marcas y opciones, los círculos que se conectan a partir de la propiedad de cada uno, son más estrechos y, en el caso andaluz, desligados de su ámbito regional.

Se constata que en el poliedro complejo de la estructura de propiedad de los principales medios locales en Andalucía, convergen diversas esferas

del poder, más allá del territorio andaluz. La prensa diaria andaluza está ligada al mercado, a la clase política (procedente del franquismo y no) o a la monarquía. Y conforma, además, un sistema de medios corporativos, puesto que se encuentran conectados entre sí, ya sea indirectamente a través de esas empresas, de esos partidos, por la corona, o por fusiones y medios de comunicación compartidos.

La democratización liberal y la consolidación de la economía de mercado ha acentuado estos fenómenos, pero la sincronía abarcada por este artículo muestra que no es un hecho exclusivo de las últimas décadas. Y en ello se encuentra una prensa local que, en el caso de la andaluza, está integrada en estructuras más grandes a nivel nacional.

BIBLIOGRAFÍA

Fuentes primarias

- El País, “Una sociedad formada por los trabajadores comprará hoy el periódico ‘Sur’, de Málaga”, *El País*, 6-3-1984.
- El País, “El ex centrista Arturo Moya deja la presidencia de ‘El Correo de Andalucía’”, *El País*, 14-4-1988.
- García, Sebastián, “La empresa editora de ‘El Correo de Andalucía’ cambia de titularidad”, *El País*, 4-2-1986.
- Gómez Mardones, Inmaculada “Bilbao Editorial, grupo editor de ‘El Correo’ y ‘Diario Vasco’, negocia la compra de los periódicos de Edica”, *El País*, 14-10-1988.
- InfoLibre, “Catalina Luca de Tena se despide de la presidencia de ‘Abc’ cuestionando las prácticas empresariales y editoriales de Vocento”, *Infolibre*, 3-9-2020. Disponible en: https://www.infolibre.es/medios/catalina-luca-tena-despide-presidencia-abc-cuestionando-practicas-empresariales-editoriales-vocento_1_1187118.html
- Narváez, Diego, “Un empresario siempre dispuesto para embarcarse en la política”, *El País*, 11-12-2003.
- Rodríguez, Jorge A., “El PSOE vende por 1.800 millones sus acciones en cuatro diarios andaluces”, *El País*, 13-6-1998.

Fuentes secundarias

- Almiron, Nuria, “Poder financiero y poder mediático: banca y grupos de comunicación. Los casos del SCH y PRISA (1976-2004)”. Tesis de doctorado, Universidad Autónoma de Barcelona, 2006.
- Almuiña, Celso, “Prensa y opinión pública: la prensa como fuente histórica para el estudio de la masonería”. en *Masonería, política y sociedad*. Vol. 1, coord. José Antonio Ferrer Benimeli. España: Centro de Estudios Históricos de la Masonería Española, 1989, 245-280.
- Alonso, María de los Ángeles, “Un acercamiento a ABC de Sevilla y su ‘Proyecto 2000’”. Tesis de doctorado, Universidad de Sevilla, 2003.
- Álvarez, Jesús Timoteo, *Historia y modelos de comunicación en el siglo XX*. Barcelona: Ariel, 1987.
- Barrera, Carlos, *Sin mordaza: veinte años de prensa en democracia*. Barcelona: Temas de hoy, 1995.
- Bustamante, Enrique *Los amos de la información*. Madrid: Akal, 1982.
- Cantavella, Juan, *Historia gráfica de la Editorial Católica: un siglo de “El Debate”*. Madrid: CEU, 2011.
- Cantón, César G. y Ruiz San Román, José A. “Investigación y realidad social. Una reflexión epistemológica”, en *Investigar en Comunicación*, coords. María Rosa Berganza Conde y José A. Ruiz San Román. Madrid: McGraw Hill, 2005, 3-18.
- Capelo Hernández, Manuel “Convergencia o integración de las redacciones de papel y digital. El caso del Grupo Vocento en Andalucía”. Tesis de doctorado, Universidad de Sevilla, 2016.
- Caro, Francisco, “Las empresas editoras de prensa. Estrategias y competencia”. En *La comunicación en Andalucía: historia, estructura y nuevas tecnologías*, dir. Ramón Reig, coord. Concha Langa. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, 2011, 374.
- Carvajal Prieto, Miguel *Líderes en prensa: la dirección estratégica de Vocento*. Murcia: DM, 2007.
- Checa, Antonio, *Prensa y partidos políticos durante la II República*. Salamanca: Universidad de Salamanca, 1989.
- Checa, Antonio “El primer siglo de la radio”, en *La comunicación en Andalucía Historia, estructura y nuevas tecnologías*, dir. Ramón Reig, coord. Concha Langa. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, 2011, 241-272.
- Checa, Antonio, *Historia de la prensa andaluza*. Sevilla: Alfar, 2011.
- Cruz Seoane, María y Sáiz García, María Dolores, *Historia del periodismo en España*. Vol. 3. *El siglo XX: 1898-1936*. Madrid: Alianza, 1996.

- Fábregas, Jezabel “De pro Franquista a anti Gobierno. La evolución de «Sur» con respecto a la política nacional durante la transición española (1975-1978)”, *Política y sociedad*, Vol. 53 No. 2 (2016): 485-507.
- Fuentes, Juan Francisco y Fernández Sebastián, Juan, *Historia del Periodismo Español: prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*. Madrid: Síntesis, 1997.
- Gómez Mardones, Inmaculada “Bilbao Editorial, grupo editor de “El Correo” y “Diario Vasco”, negocia la compra de los periódicos de Edica”, *El País*, 14-10-1988.
- Gómez Mendo, Ana “La prensa gratuita (2000-2010)”, en *La comunicación en Andalucía Historia, estructura y nuevas tecnologías*, dir. Ramón Reig, coord. Concha Langa. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, 2011, 436.
- González García, Yamileth y Pérez Yglesias, María, “Fuentes periodísticas y discurso histórico”, *Revista de Ciencias Sociales* 47 (Marzo) (1990), 15-25.
- Iglesias, Francisco, *Historia de una empresa periodística: Prensa Española*. Editora de ABC y Blanco y Negro (1891-1978). Madrid: Prensa Española, 1980.
- Labio, Aurora, *Diario de Cádiz. Historia y estructura informativa (1867-1898)*. Sevilla: Grehcco, 2000.
- Labio, Aurora “Joly: un grupo de comunicación andaluz dentro de la estructura de la prensa escrita en España”, *Ámbitos. Revista internacional de comunicación*, No. 5 (2000): 225-240.
- Laguna, Antonio y Martínez-Gallego, Francesc Andreu “Pioneros de la industria de la información española”, *Revista Internacional de Historia de la Comunicación*, No. 4 (2015): 1-21.
- Mancinas-Chávez, Rosalba, *Fundamentos teóricos de Estructura de la Información*. Tenerife: Sociedad Latina de Comunicación Social, 2016.
- Martín Aguado, José Antonio y Vilamor, José R, *Historia del YA. Sinfonía con final trágico*. Madrid: CEU, 2012.
- Méndez Muros, Sandra, *Sevilla y el tardofranquismo según “ABC” y El Correo”* (Tesis doctorado, Universidad de Sevilla. 2008). 63.
- Mosco, Vincent *The Political Economy of Communication*. Londres: Sage, 1998.
- Moya López, Daniel, *Poder y élites en la Transición Española y consolidación democrática. Análisis desde la estructura mediática (1975-1989)*. (Tesis doctorado, Universidad de Sevilla, 2022).
- Moya López, Daniel y Herrera Huérfano, Eliana “Estructura de la información e historia del periodismo. Una simbiosis necesaria”, en *La comunicación a la vanguardia: Tendencias, métodos y perspectivas*, coords. María Luisa Cárdenas-Rica y Nuria Sánchez-Gey Valenzuela. Madrid: Fragua, 2021, 1053-1079.

- Pasamar, Gonzalo, *La Transición española a la democracia ayer y hoy. Memoria cultural, historiografía y política*. Madrid: Marcial Pons, 2019.
- Pérez Serrano, María José y Vicente García Santamaría, José “Vocento o los límites de la prensa regional”, *Estudios del Mensaje Periodístico*, Vol. 24 No. 1 (2018): 315.
- Pérez-Serrano, María José, García Santamaría, José Vicente y Rodríguez Pallares, “La prensa regional en España: análisis y prospectiva económica y editorial”, *Historia y Comunicación Social*, Vol. 26 No. 1 (2021): 181-190
- Pinilla García, Alfonso *La transición de papel: el atentado contra Carrero Blanco, la legalización del PCE y el 23-F a través de la prensa* (Madrid: Biblioteca Nueva, 2008).
- Reig, Ramón, *Medios de comunicación y poder en España*. Barcelona: Paidós Ibérica, 1998
- Reig, Ramón, *Los dueños del periodismo*. Barcelona: Gedisa, 2011.
- Reig, Ramón *Crisis del sistema. Crisis del periodismo: contexto estructural y deseos de cambio*. Barcelona: Gedisa, 2015.
- Robles, Cristóbal, José María de Urquijo e Ybarra: *opinión, religión y poder*. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas, 1997.
- Ruiz Acosta, María José “El despegue de la ‘Buena Prensa’ y El Correo de Andalucía en la Sevilla de comienzos del siglo XX”, *Ámbitos. Revista Andaluza de Comunicación*, No. 2 (1999): 229-240.
- Ruiz Romero, Manuel, “Prensa sevillana y transición. El caso de ABC edición hispalense”, en coords. Reig, Ramón y Ruiz Acosta, María José, *Sevilla y su prensa: aproximación a la historia del periodismo andaluz contemporáneo: (1898-1998)*, Sevilla: Grehcco, 1998, 103-122
- Ruiz Romero, Manuel, *Andalucía Libre: una revista andaluza de la transición. Índice bibliográfico*. Sevilla: Grehcco, 2001.
- Ruiz Romero, Manuel, “La prensa durante la Transición: Entre el tardofranquismo y la democracia (1966-1982)”, en *La comunicación en Andalucía: historia, estructura y nuevas tecnologías*, dir. Ramón Reig, coord. Concha Langa. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces, 2011. 289-300.
- Ruiz Sánchez, José Leonardo, *Política e Iglesia durante la Restauración. La Liga Católica de Sevilla, (1901-1923)*. Sevilla: Diputación Provincial, 1994.
- Seoane, María Cruz y Saiz García, María Dolores, *Historia del periodismo en España. Vol. 3. El siglo XX: 1898-1936*. Madrid: Alianza, 1996.
- Sinova, Justino, *El poder y la prensa. El control político de la información en la España felipista*. Barcelona: Ediciones Internacionales Universitarias, 1995.
- Tamames, Ramón, *Introducción a la economía española. La estructura, los comportamientos y los datos actualizados de la economía española*. Madrid: Alianza, 1997.

- Toribio, Fernando “El proceso de integración de ABC en Vocento: estructura, historia y línea editorial” (tesis doctorado, Universidad de Sevilla, 2017). 207.
- Tussell, Javier, *La Transición española a la democracia*. Madrid: Historia 16, 1997.
- Vázquez Allegue, Jaime “El Ideal de la Transición. Melchor Saiz-Pardo, periodista granadino” (tesis doctorado, Universidad de Sevilla, 2010).
- VV.AA, *Apostando a la Democracia. Un año de Tercera Página de El Correo de Andalucía*. Madrid: Akal, 1974.
- Zalbidea Bengoa, Begoña, *Prensa del Movimiento en España: 1936-1983*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 1996.
- Zallo, Ramón, Idoyaga, Petxo y Ibarra, Pedro “Ideologías y medios de comunicación en los ochenta”, en *La reestructuración del capitalismo en España, 1970-1990*, coord. Mikel Etxezarreta. Barcelona: Icaria Editorial, 1991.

Para citar este artículo: Langa Nuño, Concha y Daniel Moya López. “La prensa y el poder. De lo local a lo nacional: la relación de la prensa diaria andaluza y los conglomerados mediáticos de España desde el siglo XX a la actualidad”, *Historia Caribe* Vol. XIX No. 44 (Enero-Junio 2024): 119-151. DOI: <https://doi.org/10.15648/hc.44.2024.3896>