

Auge y caída del "Ciero"

La desaparición de un periódico, sean cuales sean las causas que motivan la pérdida de contacto con sus lectores, es siempre un hecho lamentable. Y lo es, como mínimo, por lo que significa de empobrecimiento de la oferta informativa que se produce en el área geográfica y humana a que dicho periódico servía. En este sentido, pues, la desaparición última de dos cabeceras que como "El Noticiero Universal" y "El Correo Catalán" han pesado tan destacadamente en la historia del periodismo barcelonés es, a la par que lamentable, aleccionadora a poco que analicemos y valoremos las causas de su muerte.

En un análisis exclusivamente economicista podría concluirse que la desaparición de estas dos cabeceras responde a simples y contundentes razones de mercado. Dados los bajos volúmenes de demanda de prensa diaria que se producen entre nosotros parecería lógico concluir que la oferta de títulos que se daba en la prensa de Barcelona, y por extensión de toda Catalunya, era excesiva para el tamaño real del mercado comprador. Esto es únicamente una parte de la realidad. No olvidemos que paralelamente al

proceso de deterioro indetenible en sus cifras de circulación y en la calidad de sus contenidos sufrido por el "Correo" y el "Ciero" se produce la aparición y el ascenso de un nuevo producto como "El Periódico de Catalunya", que llega a situarse en poco tiempo como segundo título, por su difusión del Principado y como cuarto en el panorama de la prensa española. Y en parecida línea habría que constatar el asentamiento de la edición catalana de "El País". En qué medida la aparición de estos dos títulos y también la desaparición paralela de "Mundo Diario" y "Diario de Barcelona" ha jugado en las crisis del "Correo" y el "Ciero" sería un interesante tema de estudio.

A partir de estos datos resulta fácil llegar a la casi perogrullesca conclusión de que los periódicos mueren, en la mayoría de los casos, por dejar de sintonizar con los deseos reales de unos segmentos sociales que van evolucionando en sus postulados ideológicos y vitales y en sus demandas informativas. Evolución que en el caso de una sociedad que como la catalana ha pasado, en intervalo corto, de la dictadura a la democracia y la autonomía, ha sido especialmente acelerada. Claro está que esta falta de sintonía responde siempre a condicionantes internos de la propia empresa periodística: errores o carencias empresariales, dificultades

financieras que impiden la necesaria modernización tecnológica o el mantenimiento de una plantilla redaccional competitiva y/o cambios más o menos profundo en la línea ideológica de la publicación en discontinuidad con la evolución del entorno social. Todas estas causas se han dado en el proceso de deterioro de "El Noticiero Universal" que, por conocer directamente en más de diez años de tarea profesional, comentaré brevemente.

En la cumbre

El "Ciero" alcanza sus cotas históricas de venta y prestigio a la altura de los últimos años sesenta, bajo la dirección de José María Hernández Pardos. Su difusión llega a los 98.000 ejemplares, acercándose a las cifras del "acorazado" de la calle de Pelayo. Se trata de una empresa familiar, propiedad de distintas ramas de la familia Sedó/Peris Mencheta, sucesora de los fundadores del diario y paradigma de una cierta clase de burguesía industrial que iba perdiendo lentamente el tren de la historia.

Con instalaciones técnicamente obsoletas y con una plantilla redaccional parcialmente rejuvenecida, Hernández Pardos accede a la Dirección desde el puesto de Administrador —había entrado en la empresa cincuenta años antes como guardia

nocturno—. E inicia, con una muy particular cazurronería aragonesa, una política informativa presidida por el posibilismo de una tarea predemocrática: la crítica a la actuación municipal.

Estamos en la Barcelona de Porcioles. Obviamente la crítica a la política franquista de máximo nivel (la del Gobierno central o sus representantes en Catalunya) es únicamente en aquella época posible a través de la metáfora, la insinuación dejada caer y el eterno escribir entre líneas. Se puede, sin embargo, intentar ir ganando día a día nuevos espacios de libertad informativa a partir del análisis y la denuncia de la especulación urbanística desatada, el amiguismo favorecedor, el chanchullo y la pura y simple estafa crecidos desmesuradamente a la sombra de una administración municipal faraónica y desmadrada. Y a ello se dedica el "Ciero" con el íntimo convencimiento de que la cosa no va a durar demasiado.

Vendidos

Y así es. En 1971, cuando el periódico está en la cima de un prestigio y credibilidad ganados a pulso —la fijación por la tarea de crítica a la acción municipal es tal que lleva a la "vox pópuli" a rebautizar al diario, tras el cambio de propiedad, como "El Noticiero Municipal"— se produce la compra de la empresa por el nuevo grupo. Un grupo nucleado en torno al

promotor inmobiliario Eugenio Llarás Latorre, pero tras el que está el Banco Condal y el grueso del alto "staff" municipal.

Dimite Hernández Pardos y los aires de fronda invaden la Redacción. Aún se produce un cierto interregno con la dirección de Manuel Tarín, un hombre con el que se puede estar ideológicamente en desacuerdo, pero con el que cabe el entendimiento profesional y humano. Luego ya las cosas se precipitan y es el propio hijo del alcalde Porcioles quien se hace cargo de la empresa. Una parte del "staff" redaccional, la más comprometida con la independencia ideológica y la calidad profesional del producto, va abandonando el periódico: Madrideojos, Figueruelo, Coca, yo mismo...

Las causas

Pero más allá de la peripecia personal interesa el análisis de las causas que, larvadas a partir de los cambios ideológico-empresariales a los que acabo de referirme, van solidificándose a lo largo de los años setenta y cristalizan definitivamente en los ochenta con el cierre y desaparición de "El Noticiero Universal". En mi opinión estas causas son fundamentales:

1) *Gestión Empresarial*.— La empresa periodística es considerablemente atípica en sus reglas de gestión. El intento de

aplicación mimética de recetas empresariales clásicas no acostumbra a ofrecer buenos resultados en el sector prensa. La profunda especificidad del negocio informativo requiere la presencia en la gestión de las empresas periodísticas de personas con experiencia amplia en el medio y requiere también la comunión absoluta de objetivos entre la gerencia administrativa y la gerencia periodística del diario. Y obviamente esto no se produjo a lo largo del declive del "Ciero". La gestión del pintoresco Leo Antúnez no es más que el cenit de una suma de despropósitos gerenciales padecidos en los últimos años por el periódico de la calle de Lauria.

2) *Renovación Tecnológica*.— Ya se ha dicho que el "Ciero" contaba con un parque de maquinaria en virtual estado de achatarramiento. La renovación tecnológica, el paso del plomo a la composición automática, se hizo con graves errores. Se intentó ser el primer periódico español en entrar en la nueva era tecnológica y se pagó la novatada. Se adquirió una buena rotativa, una "Wifag" suiza, pero totalmente desmesurada, por sus prestaciones y precio, para las posibilidades y necesidades reales del periódico. Luego no hubo forma de rentabilizar ni consecuentemente de pagarla. Pero sobre todo se sufrió la novatada de la nueva composición mediante lectores ópticos,

técnicamente no resuelta, escasamente fiable y no contrastada en su uso. Es el riesgo de los sistemas de novísimo cuño que a la vuelta de un año son arrinconados por otros más avanzados y perfeccionados.

3) *Cambio Ideológico.*— Al “Ciero” le ocurrió un poco que caminaba en dirección opuesta a la de la evolución de la sociedad a la que tenía que servir y de la que, en buena medida, debía ser espejo. Primero su sujeción al *establishment* municipal imperante y el poner toda sordina a la crítica le restó una parte muy importante de sus lectores. Luego su cansina y errática línea ideológica y informativa acabó de enajenarle las últimas simpatías compradoras. Sumemos a ello las dificultades financieras que le impedían contar con los niveles retributivos necesarios para atraerse una “cuadra” suficiente de redactores y colaboradores y habremos completado las razones de la pérdida de calidad y audiencia del producto.

4) *Horacio de aparición.*— *The last but not the least*, el tema de la hora de salida a la calle del periódico ha sumado apreciablemente en el proceso de deterioro del “Ciero”. Llevo tiempo cavilando sobre si ha sido el mercado el que ha acabado por matar los periódicos de tarde en España o han sido las empresas periodísticas —por razones de

ampliar ventas, luego no confirmadas— las que con el adelantamiento constante de la hora de aparición del producto han llevado a la autoinmolación de los diarios vespertinos. Es posible que la crisis económica, la modificación de las costumbres horarias de los ciudadanos, el cierre anticipado de los puntos de venta, la desaparición de los voceadores callejeros y la capacidad informativa de la radio y la televisión hayan jugado decisivamente en la muerte de los periódicos de tarde. Pero también es cierto que en el caso del “Ciero” el constante adelanto en la hora de aparición, primero, el engaño a voces de un diario de tarde que se vendía a la hora del aperitivo y la “parrala” final de su pase a matutino han contribuido a su definitiva desaparición.

Estas son para mí las cuatro causas fundamentales de la muerte de “El Noticiero Universal”. Una muerte impuesta por la fuerza del mercado pero, sin duda, germinada en graves errores empresariales que han empobrecido, tristemente, la oferta informativa barcelonesa.

Ginés Vivancos

Ex-subdirector de “El Noticiero Universal”. Ex-director de “El Periódico de Catalunya”